



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO  
CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN  
VICENTE DEL CANTÓN SANTA  
ELENA, AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR: FRANKLIN DAMIÁN SUÁREZ LAÍNEZ**

**TUTORA: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO  
CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN  
VICENTE DEL CANTÓN SANTA  
ELENA, AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR: FRANKLIN DAMIÁN SUÁREZ LAÍNEZ**

**TUTORA: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2015

La Libertad, marzo de 2015

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, “**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN VICENTE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015**” elaborado por el Sr. Suárez Láinez Franklin Damian, egresado de la Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico, Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual orientado la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.**

**TUTORA**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación, “**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN VICENTE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor.

No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**La Libertad, marzo de 2015.**

**Atentamente**

.....  
**Franklin Damián Suárez Laínez.**

**C.I. 0926466509**



## **DEDICATORIA**

La presente Tesis de Grado está dedicada, en primer lugar, al Ser Supremo, creador de lo existente en el Universo, Dios, que con su amor infinito ha guiado mis pasos, mi mente y mi corazón, por haberme dotado de inteligencia y sabiduría, bendiciéndome en esta tarea ardua y sacrificada del aprendizaje.

En segundo lugar, consagro esta investigación con el mayor respeto, amor y cariño a mis queridos Padres, Justo y Magali, quienes me brindaron su apoyo unánime e incondicional para alcanzar este anhelo.

A mis abuelos y hermanos que comparten mis alegrías y tristezas, que siempre me brindaron su apoyo para culminar con éxito los proyectos propuestos en mi vida, que con sacrificio, responsabilidad y dedicación se hacen realidad, fruto del estudio y como recompensa a desvelos y sacrificios.

**Franklin Damián**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi profunda gratitud a:

- Dios por guiarme y orientarme por el camino donde debemos conducirnos todos los seres humanos.
  
- La Universidad Estatal Península de Santa Elena, a los docentes que forman parte de esta Institución, al impartir conocimientos primordiales en la vida profesional en el ámbito turístico.
  
- Mi directora de tesis Lcda. Tannia Aguirre Suárez, por su guía y dedicación en el desarrollo del proyecto de investigación. Gracias por sus consejos y paciencia determinantes en la culminación de este trabajo, contribuyendo, positivamente, en el proceso de mi vida. La Comuna San Vicente y a la Empresa Municipal Turismo de Santa Elena por toda la colaboración prestada. Especialmente a los principales dirigentes de cada Institución.

**Franklin Damián**

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Lcdo. Erick López Reyes, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA DE  
HOTELERÍA Y TURISMO

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
PROFESORA - TUTORA

---

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala.  
SECRETARIO GENERAL

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

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO PARA  
LA COMUNA SAN VICENTE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”**

**Autor:** Franklin Damian Suárez Laínez

**Tutora:** Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo principal el implementar un producto turístico ciclopaseo en la comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, que posee una arteria vial que cuenta con una ciclovía exclusiva para el uso de ciclistas, es por esta razón la generación de una nueva alternativa de turismo que genere ingresos y se diferencie al de otras comunidades locales. En el trabajo de investigación se utilizó la modalidad de investigación de campo y la exploratoria, aplicando técnicas primarias de investigación como entrevistas y encuestas, mediante el levantamiento y estudio de información sobre turistas y habitantes locales de San Vicente, toda la información recabada es considerada importante, por medio de las cuales se obtuvieron resultados exactos y fundamentados con la realidad local, estableciendo el perfil del turista que utilizará esta nueva alternativa de ocio. El Diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo para la Comuna San Vicente, fomentará el desarrollo de la actividad turística y la cultura ciclística, impulsando la participación comunitaria, asociando atractivos turísticos, posicionando una imagen visual del producto a nivel provincial y nacional. Dentro de la propuesta se establecerá una ruta turística ciclística y una sub ruta alterna para conocer atractivos turísticos comunales, proponiendo estrategias de promoción y publicidad posicionando la imagen visual del producto turístico, así como la implementación de señalética en una ruta alterna, servicios complementarios, programas de reforestación, limpieza y mantenimiento de la ciclovía; dotación de equipo logístico para guías y usuarios de los ciclopaseos, elaborar estatutos para fundar el primer Club de Ciclistas en la Comunidad y planear un calendario de competencias ciclísticas avaladas por los entes deportivos pertinentes posicionando a la Comuna San Vicente a nivel local, provincial, nacional e internacional. Por esta razón el trabajo investigativo será de vital importancia para la comunidad ya que los beneficios obtenidos servirán para el desarrollo local en el ámbito turístico al crear nuevas alternativas de turismo de ocio y aventura.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
TRIBUNAL DE GRADO .....	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxiii
INTRODUCCIÓN .....	2
CAPÍTULO I.....	6
SAN VICENTE Y LAS PERSPECTIVAS PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO.....	6
1.1. LA COMUNA SAN VICENTE.....	6
1.1.1. Antecedentes.....	6
1.1.2. Situación Actual .....	8
1.1.2.1. Ubicación.....	8
1.1.2.2. Límites .....	8
1.1.2.3. Clima .....	9
1.1.2.4. Población Humana.....	9
1.1.2.5. Economía .....	11
1.1.2.6. Transporte.....	11
1.1.2.7. Recursos Culturales .....	11
1.1.2.8. Educación .....	12

1.1.2.9.	Religión .....	12
1.1.2.10.	Salud .....	12
1.1.2.11.	Abastecimiento de agua potable .....	12
1.1.2.12.	Servicio Eléctrico .....	13
1.1.2.13.	Servicio Telefónico.....	13
1.1.2.14.	Eliminación de aguas servidas.....	13
1.1.2.15.	Eliminación de basura .....	13
1.1.2.16.	Actividad turística en San Vicente .....	13
1.2.	EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO .....	15
1.2.1.	Evolución del turismo.....	15
1.2.2.	Turismo.....	15
1.2.3.	Clases de turismo.....	16
1.2.4.	Tipologías de turismo .....	18
1.2.5.	Turista.....	18
1.2.6.	Actividades turísticas.....	19
1.2.7.	¿Qué es un sistema turístico? .....	19
1.2.7.1.	Componentes de un sistema turístico .....	21
1.2.8.	Producto turístico.....	21
1.2.8.1.	Componentes de un producto turístico .....	23
1.2.8.2.	Características básicas del producto turístico .....	25
1.2.8.3.	Clasificación del producto turístico.....	26
1.2.8.4.	Niveles del producto turístico.....	28
1.2.8.5.	Condiciones que debe reunir el producto turístico para garantizar su éxito.....	29
1.2.8.6.	Cinco elementos del modelo de producto turístico .....	30
1.2.8.7.	Clasificación de los componentes del producto, según sea orientado..	32
1.2.8.8.	Beneficios que brinda el producto turístico.....	33
1.2.9.	Línea de productos turísticos en el Ecuador.....	34
1.3.	PRINCIPALES CONCEPTUALIZACIONES RELACIONADAS CON EL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO.....	35

1.3.1.	Bicicleta .....	35
1.3.2.	Ruta.....	36
1.3.3.	Circuito .....	36
1.3.4.	Ciclopaseos.....	36
1.3.5.	Ubicación de ciclovías para bicicletas.....	37
1.3.6.	Tipos de vías segregadas para bicicleta.....	38
1.3.7.	Características primordiales de las ciclovías .....	39
1.3.8.	Señalización y demarcación de ciclovías .....	39
1.3.9.	Equipo logístico para el uso de ciclovías .....	42
1.3.10.	Servicios complementarios de las ciclovías .....	47
1.3.11.	Distancias de los ciclopaseos.....	51
1.3.12.	Ciclopaseos en el Ecuador.....	51
1.3.13.	Ruta: San Vicente – San Pablo.....	53
1.4.	<b>ESTRATEGIAS .....</b>	<b>54</b>
1.4.1.	Estrategias de diversificación .....	55
1.4.1.1.	Clasificación de las estrategias de diversificación .....	56
1.4.2.	La Oferta.....	57
1.4.3.	Oferta turística .....	58
1.4.3.1.	Elementos que constituyen la oferta turística.....	60
1.4.3.2.	Características de la oferta turística.....	61
1.4.4.	La demanda.....	63
1.4.5.	Demanda turística.....	64
1.4.5.1.	Elementos que conforman la demanda turística .....	64
1.4.5.2.	Clasificación de la demanda turística .....	65
1.4.5.3.	Características de la demanda turística.....	66
1.4.5.4.	Relación entre oferta y demanda turística .....	68
1.4.5.5.	Información básica del sitio del proyecto y principales características.....	69
1.5.	<b>LEYES PARA ELABORAR NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ECUADOR .....</b>	<b>70</b>
1.5.1.	Constitución Política del Ecuador .....	70
1.5.2.	Régimen del Buen Vivir.....	72

1.5.3.	Ley Orgánica de Turismo .....	74
1.5.4.	Plandetur 2020.....	76
1.5.5.	Acta de Compromiso Plan Nacional de Ciclovías.....	77
1.5.6.	Ley de Organización y Régimen de las Comunas.....	79
1.5.7.	Reglamento Interno Reformatorio de la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena. ....	80
1.6.	SITUACIÓN PROBLEMÁTICA A INVESTIGAR Y SOLUCIONAR.....	81
	CAPÍTULO II .....	83
	EXPOSICIÓN, ANÁLISIS Y ARGUMENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	83
2.1.	VALIDACIÓN METODOLÓGICA.....	83
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	84
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	85
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	86
2.4.1.	Clases de Métodos de Investigación.....	86
2.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	88
2.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	89
2.6.1.	Población .....	89
2.6.2.	Muestra .....	91
2.6.2.1.	Determinación del tamaño de la muestra .....	91
2.7.	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	93
2.7.1.	Número de turistas a encuestar.....	93
2.7.2.	Número de habitantes a encuestar .....	94
2.8.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS (TURISTAS Y POBLACIÓN) .....	96
2.8.1.	Presentación y análisis de los resultados de la encuesta aplicada a turistas.....	96
2.8.2.	Presentación y análisis de los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad de San Vicente.....	117



2.9.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS (AUTORIDADES Y CICLISTA PROFESIONAL).....	137
2.9.1.	Presentación y análisis de los resultados de la entrevista aplicada a autoridades locales .....	137
2.9.2.	Presentación y análisis de los resultados de la entrevista aplicada a ciclista profesional .....	140
2.10.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FICHAS DE RESUMEN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS .....	142
2.11.	CONCLUSIÓN, INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS FINAL DE LOS RESULTADOS LOGRADOS EN LA TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECUPERADA EN CAMPO DE ACCIÓN. ....	143
2.12.	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	146
2.12.1.	Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis .....	150
	CAPÍTULO III.....	151
	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN VICENTE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015 .....	151
3.1.	PRESENTACIÓN .....	151
3.2.	INFORMACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO .	152
3.2.1.	Clasificación del producto turístico.....	152
3.2.2.	Definición del producto turístico.....	152
3.3.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO .....	152
3.3.1.	Oferta .....	152
3.3.1.1.	Servidores Turísticos .....	153
3.3.1.2.	Recursos Turísticos .....	154
3.3.2.	Demanda.....	157
3.3.3.	Análisis de competencia. ....	158
3.3.4.	Tendencias turísticas.....	159
3.4.	OBJETIVOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO.....	161
3.4.1.	Objetivo General.....	161
3.4.2.	Objetivos Específicos .....	162
3.5.	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.....	162

3.5.1.	Justificación .....	162
3.5.2.	Filosofía .....	162
3.5.3.	Misión .....	163
3.5.4.	Visión .....	163
3.5.5.	Políticas .....	163
3.6.	CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO EN LA COMUNA DE SAN VICENTE .....	164
3.7.	DIAGNÓSTICO FODA .....	166
3.7.1.	Matriz de Estrategia FODA .....	168
3.7.2.	Análisis final diagnóstico FODA .....	169
3.8.	ANÁLISIS PETS .....	170
3.9.	ESTRUCTURA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	174
3.10.	PRESUPUESTO FINAL DE LOS COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO. ....	215
3.11.	PLAN DE ACCIÓN. ....	215
3.12.	FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS QUE LABOREN EN LOS CICLOPASEOS TURÍSTICOS.....	218
3.13.	MARCA O IMAGEN VISUAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO EN LA COMUNA SAN VICENTE.....	221
3.14.	CRONOGRAMA .....	223
3.15.	ANÁLISIS ECONÓMICO, FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	224
3.16.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES.....	229
3.16.1.	Conclusiones Finales .....	229
3.16.2.	Recomendaciones Finales .....	231
	BIBLIOGRAFÍA .....	232
	INTERNET .....	235
	ANEXOS .....	236
	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	271

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N° 1: Imagen límites de la Comuna San Vicente.....	9
ILUSTRACIÓN N° 2: Clases de turismo .....	17
ILUSTRACIÓN N° 3: Tipos de turismo.....	18
ILUSTRACIÓN N° 4: Sistema Turístico.....	20
ILUSTRACIÓN N° 5: Componentes del producto turístico.....	24
ILUSTRACIÓN N° 6: Componentes del producto turístico.....	24
ILUSTRACIÓN N° 7: Modelo de Producto Turístico de Cinco Elementos ....	30
ILUSTRACIÓN N° 8: Bicicleta para ciclopaseos .....	36
ILUSTRACIÓN N° 9: Distancia de la calzada con la ciclovía.....	38
ILUSTRACIÓN N° 10: Señalización de ciclovías .....	40
ILUSTRACIÓN N° 11: Uniformes.....	43
ILUSTRACIÓN N° 12: Cintas.....	44
ILUSTRACIÓN N° 13: Tipos de vallas.....	45
ILUSTRACIÓN N° 14: Barreras plásticas .....	46
ILUSTRACIÓN N° 15: Conos.....	46
ILUSTRACIÓN N° 16: Baños públicos .....	47
ILUSTRACIÓN N° 17: Centros de hidratación.....	48
ILUSTRACIÓN N° 18: Centros de asistencia y mantenimiento .....	48
ILUSTRACIÓN N° 19: Puntos de información.....	49
ILUSTRACIÓN N° 20: Estacionamiento para bicicletas .....	49
ILUSTRACIÓN N° 21: Centro de control y mando .....	50
ILUSTRACIÓN N° 22: Ciclopaseos en Ecuador .....	51
ILUSTRACIÓN N° 23: Actividades y Oferta Turística .....	59
ILUSTRACIÓN N° 24: Proceso de creación de la oferta turística.....	60
ILUSTRACIÓN N° 25: Características de la demanda turística .....	67
ILUSTRACIÓN N° 26: Relación oferta y demanda turística.....	68
ILUSTRACIÓN N° 27: Marca.....	221

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: Línea de productos específicos del Ecuador .....	35
CUADRO N° 2: Distancias a recorrer en la ciclovía por edades .....	51
CUADRO N° 3: Línea de productos y variedades valoradas.....	77
CUADRO N° 4: Turistas que visitaron el Balneario de San Pablo.....	90
CUADRO N° 5: Población – Habitantes Comuna San Vicente.....	90
CUADRO N° 6: Significaco fórmula del tamaño de la muestra.....	92
CUADRO N° 7: Datos para aplicar la fórmula del tamaño de la muestra en turistas. ....	94
CUADRO N° 8: Datos para aplicar la fórmula del tamaño de la muestra en la comunidad local .....	95
CUADRO N° 9: Información de autoridades locales .....	137
CUADRO N° 10: Información ciclista profesional.....	140
CUADRO N° 11: Medios y estrategias.....	144
CUADRO N° 12: Actividades a desarrollar en el viaje .....	144
CUADRO N° 13: Actividades turísticas en San Vicente .....	144
CUADRO N° 14: Ofertar un producto turístico ciclopaseo.....	145
CUADRO N° 15: Forma de adquirir el producto turístico.....	145
CUADRO N° 16: Puesta en valor del producto ciclopaseo con fines turísticos	145
CUADRO N° 17: Datos para comprobar hipótesis.....	147
CUADRO N° 18: Significado de la fórmula de frecuencias absolutas .....	147
CUADRO N° 19: Nueva tabla con las frecuencias esperadas (nie).....	148
CUADRO N° 20: Significado de la Fórmula Ji Cuadrada .....	148
CUADRO N° 21: Significado de la Fórmula Grados de Libertad .....	149
CUADRO N° 22: Playa de San Pablo.....	154
CUADRO N° 23: Cerro Redondo .....	154
CUADRO N° 24: Pozo Somero en San Vicente .....	154
CUADRO N° 25: Laguna El Encanto .....	154
CUADRO N° 26: Complejo Turístico Baños Termales de San Vicente .....	155
CUADRO N° 27: Pista Mar Abierto .....	155

CUADRO N° 28: Campo PACOA de PETROECUADOR.....	155
CUADRO N° 29: Hacienda California .....	156
CUADRO N° 30: Comuna San Vicente.....	156
CUADRO N° 31: Iglesia de San Vicente.....	156
CUADRO N° 32: Horno de barro de pan.....	156
CUADRO N° 33: Festividades Comunales.....	157
CUADRO N° 34: Nombres de calles y avenida de la Comuna San Vicente....	172
CUADRO N° 35: Coordinada paleta informativa inicio ciclovía .....	191
CUADRO N° 36: Coordinada paleta informativa fin ciclovía.....	192
CUADRO N° 37: Coordinadas paletas informativas ciclovía.....	192
CUADRO N° 38: Coordinadas paletas informativas cruce de ciclistas .....	193
CUADRO N° 39: Coordinadas paletas informativas horarios ciclopaseos.....	194
CUADRO N° 40: Coordinadas servicios sanitarios portátiles .....	197
CUADRO N° 41: Coordinadas centros de hidratación .....	198
CUADRO N° 42: Coordinadas centro de asistencia y mantenimiento .....	199
CUADRO N° 43: Coordinadas punto de información .....	200
CUADRO N° 44: Coordinadas estacionamiento para bicicletas.....	201
CUADRO N° 45: Coordinadas centro de control y mando.....	202
CUADRO N° 46: Suministros de oficina para el Centro de control y mando... 203	
CUADRO N° 47: Coordinadas vallas publicitarias - marca.....	209
CUADRO N° 48: Coordinadas vallas publicitarias horarios .....	210
CUADRO N° 49: Plan de Acción .....	216
CUADRO N° 50: Cronograma de acciones a realizar en proyecto ciclopaseos .....	223
CUADRO N° 51: Beneficios esperados.....	224
CUADRO N° 52: Formas de financiamiento.....	224
CUADRO N° 53: Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	225
CUADRO N° 54: Flujo de caja económico proyectado.....	225
CUADRO N° 55: Valor actual neto (VAN).....	227

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Sexo .....	97
GRÁFICO N° 2: Procedencia de turistas .....	98
GRÁFICO N° 3: Edad turistas .....	99
GRÁFICO N° 4: Usted Viaja .....	100
GRÁFICO N° 5: Grupo de turistas .....	101
GRÁFICO N° 6: Medios de obtención de información .....	102
GRÁFICO N° 7: Motivo de la visita.....	103
GRÁFICO N° 8: Actividad desarrollada.....	104
GRÁFICO N° 9: Gasto promedio diario .....	105
GRÁFICO N° 10: Permanencia en el lugar .....	106
GRÁFICO N° 11: Viaje preparado por .....	107
GRÁFICO N° 12: San Vicente es una comunidad.....	108
GRÁFICO N° 13: La comunidad debería tener una actividad tipo ciclopaseo... 109	109
GRÁFICO N° 14: Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente .....	110
GRÁFICO N° 15: Actividades turísticas en San Vicente .....	111
GRÁFICO N° 16: Frecuencia de los ciclopaseos turísticos.....	112
GRÁFICO N° 17: En sus viajes prefiere.....	113
GRÁFICO N° 18: Experiencias vividas fueron cumplidas.....	114
GRÁFICO N° 19: Información recibida sobre atractivos o actividades turísticas en San Vicente .....	115
GRÁFICO N° 20: Percepción sobre la variedad de alternativas turísticas en San Vicente .....	116
GRÁFICO N° 21: Sexo .....	117
GRÁFICO N° 22: Edad comunidad .....	118
GRÁFICO N° 23: Estado civil comunero .....	119
GRÁFICO N° 24: Habita usted.....	120
GRÁFICO N° 25: Cuántas personas .....	121
GRÁFICO N° 26: Nivel de estudios .....	122
GRÁFICO N° 27: Ocupación principal .....	123

GRÁFICO N° 28: Renta mensual .....	124
GRÁFICO N° 29: Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente .....	125
GRÁFICO N° 30: San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo .....	126
GRÁFICO N° 31: Beneficios del producto turístico tipo ciclopaseo .....	127
GRÁFICO N° 32: En San Vicente .....	128
GRÁFICO N° 33: Generación de oportunidades de negocio para la comunidad de San Vicente .....	129
GRÁFICO N° 34: Turismo ha contribuido en el mejoramiento de las comunidades .....	130
GRÁFICO N° 35: Contribución del turismo a financiar actividades recreativas en beneficio de la comunidad .....	131
GRÁFICO N° 36: Problemas de tráfico vehicular y motorizado en la ciclovía .	132
GRÁFICO N° 37: Pérdida de costumbres y de identidad cultural.....	133
GRÁFICO N° 38: Incremento de la delincuencia y la inseguridad .....	134
GRÁFICO N° 39: Regulación y control del Cabildo Comunal de San Vicente .	135
GRÁFICO N° 40: Implementar eventos de renombre .....	136

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Sexo .....	250
TABLA N° 2: Procedencia de turistas .....	250
TABLA N° 3: Edad turistas .....	250
TABLA N° 4: Usted Viaja .....	251
TABLA N° 5: Grupo de turistas.....	251
TABLA N° 6: Medios de obtención de información .....	251
TABLA N° 7: Motivo de la visita .....	252
TABLA N° 8: Actividad desarrollada.....	252
TABLA N° 9: Gasto promedio diario .....	252
TABLA N° 10: Permanencia en el lugar.....	252
TABLA N° 11: Viaje preparado por .....	253
TABLA N° 12: San Vicente es una comunidad.....	253
TABLA N° 13: La comunidad debería tener una actividad tipo ciclopaseo.....	253
TABLA N° 14: Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente .....	253
TABLA N° 15: Actividades Turísticas en San Vicente .....	253
TABLA N° 16: Frecuencia de los ciclopaseos turísticos .....	254
TABLA N° 17: En sus viajes prefiere.....	254
TABLA N° 18: Experiencias vividas fueron cumplidas .....	254
TABLA N° 19: Información recibida sobre atractivos o actividades turísticas en San Vicente .....	254
TABLA N° 20: Percepción sobre la variedad de alternativas turísticas en San Vicente .....	255
TABLA N° 21: Sexo .....	255
TABLA N° 22: Edad comunidad .....	255
TABLA N° 23: Estado civil .....	255
TABLA N° 24: Habita .....	255
TABLA N° 25: Cuántas personas .....	256
TABLA N° 26: Nivel de estudios .....	256
TABLA N° 27: Ocupación principal.....	256



TABLA N° 28: Renta mensual.....	257
TABLA N° 29: Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente .....	257
TABLA N° 30: San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo .....	257
TABLA N° 31: Beneficios del producto turístico tipo ciclopaseo.....	257
TABLA N° 32: En San Vicente .....	257
TABLA N° 33: Generación de oportunidades de negocio para la comunidad de San Vicente .....	258
TABLA N° 34: El Turismo ha contribuido en el mejoramiento de las comunidades .....	258
TABLAN° 35: Contribución del turismo a financiar actividades recreativas en beneficio de la comunidad .....	258
TABLA N° 36: Problemas de tráfico vehicular y motarizado en la ciclovía.....	258
TABLA N° 37: Perdida de costumbres y de identidad cultural .....	259
TABLAN° 38: Incremento de la delincuencia y la inseguridad.....	259
TABLA N° 39: Regulación y control del Cabildo Comunal de San Vicente ....	259
TABLA N° 40: Implementar eventos de renombre .....	259

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1: Ruta atractivos turísticos ciclovía .....	175
FIGURA N° 2: Playa de San Pablo .....	176
FIGURA N° 3: Gasolinera entrada Comunidad de San Pablo .....	176
FIGURA N° 4: Barrio Narcisa de Jesús Comuna San Pablo –Inicio de la ciclovía .....	177
FIGURA N° 5: Pista Mar Abierto .....	177
FIGURA N° 6: Campo PACOA de PETROECUADOR.....	178
FIGURA N° 7: Ciclovía en la comunidad de Cerro Alto.....	178
FIGURA N° 8: Puente sobre rio Asagnones en la comunidad de Cerro Alto..	179
FIGURA N° 9: Cerro Redondo .....	179
FIGURA N° 10: Hacienda California .....	180
FIGURA N° 11: Cementerio general y poliducto subterráneo .....	180
FIGURA N° 12: Huertas de comuneros en San Vicente.....	181
FIGURA N° 13: Pozo somero en San Vicente.....	181
FIGURA N° 14: Parque central de San Vicente .....	182
FIGURA N° 15: Iglesia e Imágenes religiosas de San Vicente .....	182
FIGURA N° 16: Comuna San Vicente y cuadro representativo de la comunidad .....	183
FIGURA N° 17: Horno de barro de pan.....	183
FIGURA N° 18: Ciclovía al ingreso de la Comuna San Vicente.....	184
FIGURA N° 19: Puente sobre rio El Salado en la comunidad de San Vicente .	184
FIGURA N° 20: Fin ciclovía.....	184
FIGURA N° 21: Laguna El Encanto .....	185
FIGURA N° 22: Complejo Turístico “Telésforo Villacrés” .....	186
FIGURA N° 23: Ruta alterna - señalética.....	190
FIGURA N° 24: Paleta informativa inicio ciclovía .....	191
FIGURA N° 25: Paleta informativa fin ciclovía .....	191
FIGURA N° 26: Paleta informativa Ciclovía.....	192
FIGURA N° 27: Paleta informativa cruce de ciclistas.....	193

FIGURA N° 28: Paleta informativa horarios ciclopaseos turísticos.....	194
FIGURA N° 29: Ruta para implementación de servicios complementarios.....	196
FIGURA N° 30: Servicios sanitarios portátiles .....	197
FIGURA N° 31: Centro de Hidratación .....	198
FIGURA N° 32: Centro de Asistencia y Mantenimiento.....	199
FIGURA N° 33: Punto de Información Turístico en San Vicente .....	200
FIGURA N° 34: Estacionamiento para bicicletas .....	201
FIGURA N° 35: Centro de Control y Mando de Ciclopaseos Turísticos ubicado en la planta alta sede de la Casa Comunal de San Vicente.....	202
FIGURA N° 36: Vehículo de carga y transporte de bicicletas.....	204
FIGURA N° 37: Bicicletas montaÑeras a utilizar en los ciclopaseos turísticos. 206	
FIGURA N° 38: Tricícletas a utilizar en los ciclopaseos .....	206
FIGURA N° 39: Uniformes para guías de los ciclopaseos turísticos.....	207
FIGURA N° 40: Cascos para usuarios ciclopaseos .....	207
FIGURA N° 41: Protectores (rodilleras – coderas).....	208
FIGURA N° 42: Valla publicitaria marca ciclopaseos turísticos.....	209
FIGURA N° 43: Valla publicitaria horarios ciclopaseos turísticos.....	210
FIGURA N° 44: Ciclista Profesional de la Comuna San Vicente .....	213
FIGURA N° 45: Premios ganadores Competencia Ciclística San Vicente.....	213
FIGURA N° 46: Programa de reforestación parterre que divide la autopista con la cicloavía .....	215

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Operacionalización de la Variable Independiente – Diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo, 2015 .....	237
ANEXO N° 2: Operacionalización de la Variable Dependiente – Estrategia de diversificación de la oferta turística actual de la Comuna San Vicente .....	238
ANEXO N° 3: Inventario de Atractivos turísticos – Sitios Naturales .....	239
ANEXO N° 4: Inventario de Atractivos turísticos – Manifestaciones Culturales .....	240
ANEXO N° 5: Imagen de la Comuna San Vicente.....	241
ANEXO N° 6: Modelo de Entrevista Autoridades Locales .....	242
ANEXO N° 7: Modelo de Entrevista Ciclista Profesional.....	244
ANEXO N° 8: Modelo de Encuesta para Turistas .....	246
ANEXO N° 9: Modelo de Encuesta para Habitantes de la Comunidad .....	248
ANEXO N° 10: Tablas de encuestas a visitantes de la comunidad .....	250
ANEXO N° 11: Tablas de encuestas a habitantes de la comunidad .....	255
ANEXO N° 12: Aplicación de Entrevista a Walter Medina Presidente de la Comuna San Vicente.....	260
ANEXO N° 13: Aplicación de Entrevista a Francisco Tomalá Gerente (E) EMUTURISMO E.P .....	260
ANEXO N° 14: Aplicación de Entrevista a Giovanni Borbor Ciclista Profesional de la Comunidad de San Vicente .....	261
ANEXO N° 15: Ciclista Profesional de la Comunidad de San Vicente .....	261
ANEXO N° 16: Aplicación de Encuesta a Manuel Laínez habitante de la Comunidad de San Vicente.....	262
ANEXO N° 17: Imagen de la Valla Publicitaria en la Autopista Guayaquil – Salinas al ingreso de la Comuna San Vicente .....	262
ANEXO N° 18: Imagen de la Casa Comunal de San Vicente .....	263
ANEXO N° 19: Imagen del Dispensario del Seguro Social Campesino .....	263
ANEXO N° 20: Imagen de la Iglesia de la Comunidad de San Vicente.....	263
ANEXO N° 21: Imagen del parque central de la Comuna San Vicente .....	264

ANEXO N° 22: Imagen de la Escuela Fiscal Mixta Dr. Herman B Parker .....	264
ANEXO N° 23: Imagen del Centro de Formación Infantil C. D. I. Fantasías Infantiles # 101.....	264
ANEXO N° 24: Imagen de las gradas de la cancha de fútbol de la Comuna San Vicente .....	265
ANEXO N° 25: Imagen de la cancha de uso múltiple de la Comunidad de San Vicente .....	265
ANEXO N° 26: Arbusto de laurel flores rojas para reforestación .....	265
ANEXO N° 27: Arbusto de laurel flores rojas y blancas para reforestación ....	266
ANEXO N° 28: Medición de Ciclovía en la Comunidad de San Vicente .....	266
ANEXO N° 29: Dimensiones Ciclovía en la Comunidad de San Vicente .....	267
ANEXO N° 30: Dimensiones Ciclovía Turística.....	267
ANEXO N° 31: Dimensiones ciclovía sobre el puente El Salado en San Vicente .....	268
ANEXO N° 32: Comuna San Vicente .....	268
ANEXO N° 33: Ciclovía turística ingreso a la Comuna San Vicente.....	269
ANEXO N° 34: Complejo Turístico “Telésforo Villacrés” .....	269
ANEXO N° 35: Ciclovía San Vicente – San Pablo .....	270

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis se realizó en la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, la cual, al no tener opciones de turismo se diseñó un producto turístico tipo ciclopaseo en beneficio de la comunidad, desarrollando un diagnóstico de la oferta turística, fomentando el uso exclusivo de la ciclovia y así visitar los atractivos turísticos que tienen las poblaciones privilegiadas en el proceso de un turismo sostenible.

El propósito fundamental del diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo es proporcionar una nueva alternativa de ingresos a la comunidad, en base a la visitas de turistas, motivándolos a utilizar la ciclovia y la bicicleta, contribuyendo a la realización de ejercicio y la visita de lugares turísticos. Incorporando nuevas alternativas de turismo que contemplen principios de marketing para una adecuada gestión de los recursos turísticos comunales, siendo efectivo, eficiente y eficaz con el servicio ofertado al turista.

Pretende brindar las normas más importantes para que se pueda elaborar y presentar adecuadamente un diseño de un proyecto de investigación científico basado en un producto turístico del tipo ciclopaseo, buscando ofrecer parámetros y herramientas fundamentales al planificar propuestas nuevas e innovadoras.

El Gobierno Central está fomentando la cultura ciclística en el país a través de la construcción de ciclovías en todas las autopistas que construye el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, una de las comunidades beneficiadas por esta iniciativa es San Vicente en la Provincia de Santa Elena.

La presente investigación se propuso crear una nueva alternativa de turismo en la comunidad a través de los ciclopaseos turísticos, las principales perspectivas que se tiene del proyecto provienen de la comunidad, ya que para ellos creará fuentes de empleo directo, siendo la nueva alternativa de turismo reconocida a nivel local

y nacional. Para los turistas o consumidores del producto final, estará enfocado en la calidad de producto que se brinde, para en una nueva oportunidad utilizar el producto turístico o recomendar a otras personas su visita a la comunidad de San Vicente.

Considerando que San Vicente cuenta con muchas cualidades que la hacen única, sin embargo hay que corregir e implementar ciertas cualidades, que son muy importantes para ofrecer un producto turístico completo, como son los ciclopaseos turísticos, con las facilidades necesarias, mejorando la atención al cliente, estableciendo precios adquisitivos, de esta forma el turista retornara satisfecho por el producto adquirido.

IncurSIONAR en el ámbito de un modelo estratégico de diversificación para su oferta turística actual, implica una nueva mentalidad cognitiva y un cambio de comportamiento por parte de la comunidad y turistas, de desarrollar las potencialidades y competencias del nuevo producto turístico tipo ciclopaseo, para que puedan involucrarse en el desarrollo de la actividad turística y posteriormente al posicionamiento de sus atractivos turísticos, para satisfacer las demandas externas e internas de turistas de toda índole.

El trabajo posee la ventaja de ser original en el tema aquí planteado, pues no existen datos de investigación en ésta temática en la provincia, por lo cual se la considera como único y diferente de otros trabajos de investigación científica.

La formulación del problema científico que surgió en la comunidad respecto a la actividad turística local es el siguiente:

¿De qué manera el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la comuna San Vicente, del cantón Santa Elena servirá como estrategia de diversificación en su oferta turística actual?

Se sistematiza con los siguientes subproblemas que intervienen en el diseño de un producto turístico ciclopaseo:

- ¿Cómo influirá el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo?
- ¿Cómo incidirá el diseño de un producto turístico?
- ¿Cómo incidirá la estrategia de diversificación de la oferta turística?
- ¿Cuál es el conocimiento por parte de turistas en la existencia de una vía exclusiva para bicicletas en la Provincia de Santa Elena?
- ¿Cuáles son las ventajas que se presentarán en el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo?
- ¿Qué puntos estratégicos se utilizará en la diversificación de su oferta turística actual?
- ¿Qué tiempo tomaría el diseño del nuevo producto turístico a ofertar?

El uso de técnicas e instrumentos metodológicos permitieron contar con conocimientos reales del entorno de estudio; para diseñar un nuevo producto turístico, incorporando a la comunidad local, cabildo comunal y empresas de turismo: locales en función de las necesidades de la Comuna San Vicente.

Las condiciones de contexto económico, y socio-culturales, permiten realizar la investigación en los habitantes locales, las estrategias que se aplican en el mismo, crearán oportunidades al investigador de observar, experimentar, comparar, corregir, etc., haciendo posible la aplicación de la misma para así poder dar solución al problema planteado.

La metodología aplicada se basó, en entrevistas dirigidas a autoridades locales y ciclista profesional, los mismos que dieron a conocer las alternativas de ocio que se puede implementar en la comunidad de trabajo; las encuestas a turistas y



población local quienes determinaron la importancia y necesidad de implementar producto turístico tipo ciclopaseo en el sector.

La presente investigación está estructurada en tres capítulos, conforme se sintetiza a continuación:

Capítulo I, se establecen los antecedentes, usando el marco referencial como el punto de partida de la investigación para poder conocer las características de la comunidad de San Vicente, para luego describir aspectos generales concernientes al diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo, respecto al marco teórico se realizó una breve descripción sobre: definiciones, componentes, características, clasificaciones, niveles, elementos, beneficios, de un producto turístico. Abarca conceptos de las variables independiente y dependiente, objetos del estudio de investigación al igual que sus dimensiones e indicadores.

También, implicó un análisis del marco legal sobre el diseño de productos turísticos (Constitución Política del Ecuador, Régimen del Buen Vivir, Ley Orgánica de Turismo, Plandetur 2020, Acta de Compromiso del Plan Nacional de Ciclovías, Ley de Organización y Régimen de las Comunas y el Reglamento Interno Reformatorio de la Comuna San Vicente).

Capítulo II, definido por la metodología a utilizar en la investigación de la presente tesis de grado, las modalidades de investigaciones utilizadas son documental, de campo y exploratoria, basados en dos tipos de investigación: descriptiva y explicativa, el objetivo principal fue aplicar procedimientos utilizando el método de investigación deductivo.

Las técnicas primarias aplicadas fueron entrevistas no estructuradas dirigidas a autoridades locales; encuestas realizadas a turistas y comuneros de San Vicente. Identificando poblaciones infinitas, escogiendo muestras aleatorias simples, para luego procesar los datos y tener información real sobre el fenómeno estudiado.

Presenta, también, un análisis e interpretación de los resultados obtenidos por los siguientes instrumentos: entrevistas y encuestas, mediante, gráficos para mejor presentación de indicadores obtenidos en el procesamiento de los datos, las mismas que permitieron conocer las opciones que tiene el producto turístico ciclopaseo en el ámbito turístico local, teniendo como objetivo comprobar la hipótesis planteada por medio de Ji cuadrada para conocer si el proyecto de estudio es factible su aplicación.

Capítulo III, para incentivar el turismo en la Comuna San Vicente, se diseñó un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo, considerando aspectos o estrategias importantes como: el diseño de una ruta de ciclopaseos ofertando los principales atractivos turísticos de la comunidad, implementando señalética en una vía alterna, proporcionando servicios complementarios, dotando de equipo logístico adecuado, aplicando estrategias de promoción y publicidad, diseñando estatutos y calendario ciclístico, y aplicar programas de reforestación, mantenimiento y limpieza de la ciclovía turística, se observa también la propuesta económica que tendrá el proyecto de investigación con respecto a los componentes del producto turístico, para culminar con las conclusiones y las recomendaciones finales.

# **CAPÍTULO I**

## **SAN VICENTE Y LAS PERSPECTIVAS PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO.**

### **1.1. LA COMUNA SAN VICENTE.**

#### **1.1.1. Antecedentes.**

La comuna San Vicente fue creada el 7 de mayo de 1983, así nace esta nueva entidad comunal en el cantón Santa Elena. El nombre es de origen español San Vicente Ferrer, que corresponde a un santo. (Biblioteca Vicente Rocafuerte, 2000).

Los fundadores fueron los Suárez, Reyes y Medina, quienes llegaron a poblar San Vicente desde el Cantón Santa Elena, lo hicieron en tiempos de sequía, en busca de agua y pasto para su ganado con el objetivo de fundar pozos someros que, hasta la actualidad, existen en la comunidad. Se dedicaban a las actividades de ganadería, subsistían del ganado de chivos y vacas que con el paso del tiempo se han ido deteriorando por la sequía que ha afectado a la zona y algunos habitantes tejían sombreros de paja toquilla.

Los pozos someros eran fabricados de roca y su profundidad variaba de 14 a 15 metros de profundidad. Éstos servían para abastecer de agua a pobladores y al ganado. En 1848 se descubrieron grandes minas de yeso que los habitantes de este sector llevaban a Guayaquil y a San Eduardo, el yeso era base prima para hacer cemento y otros derivados más, pero, también, llegó a su etapa final debido al uso.

En 1920 se crea la escuela de niños “Profesor José Villao González” y también, una escuela de niñas, fueron creadas de caña y cade. La iglesia fue creada, también, de caña gada y se llamaba San Vicente en 1930; en 1950 se la reconstruyó de piedra labrada con el esfuerzo de los moradores; hace, aproximadamente, unos 17 años atrás, la torre principal se desplomó, pero fue reconstruida con la ayuda de un Monseñor Alemán que visitó la comunidad. (Comuna San Vicente, 2002)

En 1951 se construyó el cementerio, las primeras edificaciones fueron de madera y moyuyo con cerramiento de alambre de púas, levantada por los siguientes señores: Cesáreo Medina, principal propulsor, Anselmo Quirumbay y Tomás Reyes. Estas mismas personas fundaron la Junta de Mejoras, ésta reconstruyó la escuela, en ese entonces, con la siguiente directiva; el presidente Tomás Reyes, Secretario, Teodoro Reyes, coordinador Elías Reyes, y como profesora única Rosa Coronel de Bonilla. (Comuna San Vicente, 2002)

En 1960 hubo una planta eléctrica que el Municipio de Santa Elena proporcionó a la comunidad, la cual trabajaba por un lapso de tiempo, se iniciaba desde las 18h00 pm hasta las 23h00 pm.

En 1970 se unificaron las dos escuelas y se creó la escuela fisco municipal No. 112 “Dr. Herman B. Parker” que, en la actualidad, se llama Escuela Fiscal Mixta No. 2 DR. Herman B Parker. En 1971 se crea una academia llamada “Dr. José Villao González”, donde antes funcionaba la escuela de niños; la misma que laboró hasta el año 2000. También, en este año, se establecieron las redes de energía eléctrica para trabajar las 24 horas del día. (Comuna San Vicente, 2002)

En 1981 se fundaron los cuatro clubes tradicionales que son: Club Central, Club Amazonas, Club Corinthians y Club Independiente por José Suárez Quirumbay, Elías Reyes, Gustavo Rodríguez y Teodoro Suárez, respectivamente, siendo, en ese entonces, el primer campeón del torneo de fútbol el Club Independiente. (Comuna San Vicente, 2002)

En el mes de junio de 1982 se creó el carretero veranero que unía la carretera principal de Santa Elena con San Vicente, y que luego fue lastrado con tierra brea por el Consejo Provincial del Guayas, siendo prefecto el señor Guido Chiriboga Parra en la presidencia del Dr. Gustavo Noboa Bejarano. En 1983 es reconocida y forma parte del Estado Ecuatoriano la comuna San Vicente, fundada el 7 de mayo, según Acuerdo Ministerial N° 0399 otorgado el 27 de julio de 1984. En 1985, se creó el Parque Central. (Comuna San Vicente, 2002)

Desde 1988 - 1992 en el gobierno de Rodrigo Borja se dotó a la comunidad de agua potable por medio de una pileta, la cual abastecía a todos los comuneros. Del acueducto Guayaquil - Salinas. En 1995 el 2 de marzo se fundó el Seguro Social Campesino, siendo su primer presidente el señor Esteban Reyes Alejandro con la ayuda de Adán Reyes Laínez apoyando la gestión.

En 1997 el 14 de agosto legalizó la tenencia de sus tierras. A partir de 1998 San Vicente tenía guías domiciliarias 1.000 metros de tubería por la empresa ECAPAG, actualmente, el servicio es prestado por la empresa AGUAPEN. En 1999, se fundó el 15 de enero la Junta de Beneficencia de San Vicente con 144 socios de la comunidad, es así como surgió esta ancestral localidad ubicada dentro del distrito del cantón Santa Elena en la provincia del mismo nombre. (Comuna San Vicente, 2002)

### **1.1.2. Situación Actual**

#### **1.1.2.1. Ubicación**

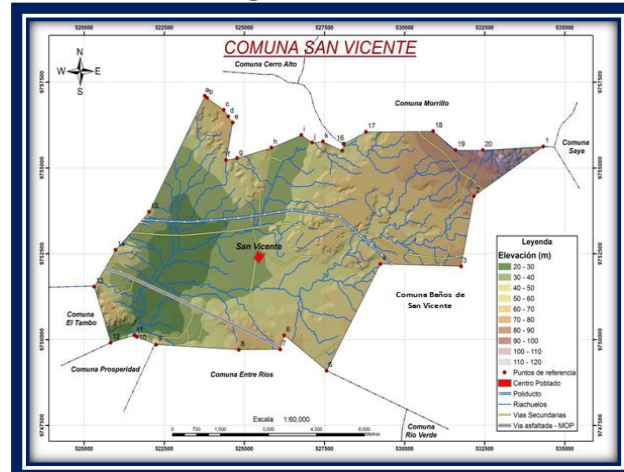
Se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena a 15 km de la cabecera cantonal.

#### **1.1.2.2. Límites**

**POR EL NORTE**; con las comunas Morrillo y Cerro Alto; **POR EL SUR**, con la comuna Prosperidad; **POR EL ESTE**, con el recinto de Los Baños Termales de

San Vicente; y, **POR EL OESTE**, con la cabecera cantonal de Santa Elena. (Ministerio de Agricultura, 2011):

### ILUSTRACIÓN N° 1: Imagen límites de la Comuna San Vicente



Fuente: Cabildo Comunal de San Vicente, (2014)

Elaborado por: Cabildo Comunal de San Vicente, (2014)

#### 1.1.2.3. Clima

La comunidad posee un tipo de clima tropical con temperaturas que oscilan entre los 20° y 32°, en el invierno hay un cambio de dirección del viento, siendo éste de norte a sur. No existe humedad, ni precipitaciones, ni radiaciones. Se recibe contaminación por medio del aire, porque desprenden gases de automotores del basurero municipal y de la granja avícola – porcina Fernández. (Ministerio de Agricultura, 2011)

#### 1.1.2.4. Población Humana

La comunidad de San Vicente cuenta con una población de, aproximadamente, 1.000 habitantes el 50 % de varones y el 50 % de mujeres la misma que el 20 % de varones se dedican a la rama de la construcción, un 10 % labora en empresas privadas, la desocupación es del 15 % por cuanto no poseen una profesión, y el 5% son maestros ebanistas, generalmente, las mujeres no trabajan y se dedican a las labores domésticas, aunque un 10 % de ellas trabajan en oficios varios. (Comuna San Vicente, 2002)

La comunidad está distribuida en barrios aunque es una localidad pequeña, pero en los últimos 10 años ha ido creciendo, paulatinamente, debido al incremento de personas que van formando sus propias familias y que construyen sus viviendas, los barrios que conforman San Vicente son: Av. San Vicente, B. 18 de Agosto, B. 7 de Mayo, B. 17 de Enero, B. 10 de Agosto, B. Teodoro Reyes, B. Elías Reyes, B. 3 de Marzo, B. Vicente Rocafuerte, B 17 de Julio, B Corinthians, B. Anselmo Quirumbay, B. 24 de Mayo y B. Dionisio Gonzabay.

La comunidad cuenta con una iglesia llamada “Iglesia Viva de Jesús”, una casa Comunal, cuya infraestructura fue mejorada en el año 2007 por parte del Municipio de Santa Elena, una cancha de uso múltiple, una cancha de fútbol con suelo de tierra, una escuela que atiende a 160 niños, aproximadamente, un Centro de desarrollo infantil que atiende a 80 niños de entre 2 a 5 años, una botica comunitaria, un dispensario comunal San Vicente del Seguro Social Campesino, un cementerio, el cual está siendo mejorado por los dirigentes comunales, una Junta de Beneficencia, el Programa CNH (Creciendo con Nuestros Hijos), que atiende a 36 Niños de 0 a 4 años. (Comuna San Vicente, 2002)

Generalmente, la población cuenta con un alto índice de natalidad, es decir, todos los habitantes son nacidos en la zona ya sea, en casas asistenciales, u hospitales de la península, por lo que se deduce que no hay mortalidad de niños al nacer. No existe ningún tipo de virus que pueda afectar a la comunidad, en estos tiempos los padres se preocupan por la salud de sus menores.

La migración, en este lugar, es de un 5 %, pero a zonas aledañas a la comunidad por falta de empleo, pero que no afecta al grupo familiar. La comunidad de San Vicente se encuentra rodeada de algunas poblaciones, conectadas por una vía de primer orden como lo son: Santa Elena - San Vicente 15 Km; San Pablo - San Vicente 14 Km; Cerro Alto - San Vicente 8 Km, El Morrillo - San Vicente 9 Km, Baños Termales - San Vicente 16 Km, todas están conectadas a la autopista Guayaquil - Salinas Km 116, principal vía de acceso a la provincia de Santa Elena. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.5. Economía**

El cabildo comunal de San Vicente indica que el 60% de las personas en la comunidad se dedican a la construcción ya que en su gran mayoría son personas que han terminado la instrucción primaria y es el oficio que les enseñan sus familiares, un 10% de individuos han terminado la secundaria y trabajan en empresas públicas y privadas existentes en la provincia, el suelo es utilizado por el 15% de los pobladores de la comunidad en época invernal para el desarrollo de la agricultura de productos de ciclo corto, pero sólo para el beneficio de sus familias.

Además, el 10% de las personas se dedican a la cría y venta de ganado cabrío y un 5% de los miembros de la comunidad trabajan con el cuidado de ganado vacuno con la finalidad de lograr el sustento económico para sus integrantes, pero el desarrollo de esta actividad se ve afectado, muchas veces, por la falta de lluvias en la zona. (Ministerio de Agricultura, 2011)

#### **1.1.2.6. Transporte**

La comunidad cuenta con una accesibilidad de transportes, aunque en precarias condiciones por la falta de mantenimiento y de recursos económicos. Existían 11 vehículos que servían de transporte en la ruta Santa Elena - San Vicente, siendo éstos los únicos recursos de ingresos para los conductores, pero por problemas legales dejaron de realizar estos recorridos. En la actualidad, se ha firmado un convenio con la Cooperativa Unificación Peninsular (CUP), la cual brinda el servicio de transporte público en la comunidad, todos los días a partir de las 06:00 am hasta las 18:00 pm, siendo el valor del pasaje de 0,50 ctvs. para la comunidad, en general, y 0,25 ctvs. estudiantes, discapacitados y personas de tercera edad. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.7. Recursos Culturales**

En la zona, como en otras comunidades, se presentan diversas costumbres de carácter religioso - cultural entre las cuales tenemos, las festividades patronales



como son: San Vicente Ferrer, San Pablo y Virgen de Montserrat, días de Difuntos, etc., cada una de ellas se celebra, de acuerdo, a la tradición de los antepasados, con misas de acción de gracias, baile público, amenizado por prestigiosas orquestas del país y juegos recreativos, siempre, con la colaboración de la comunidad, en general. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.8. Educación**

Los niños, en un 80%, se educan en la Escuela Dr. Herman B Parker de la comunidad y el 20% restante, en escuelas del cantón Santa Elena, la secundaria la realizan en colegios de Santa Elena, La Libertad, Ancón, etc. Sólo el 15% de bachilleres logran estudiar por un título de tercer nivel y se educan en la UPSE, en la Universidad Estatal de Guayaquil, ESPOL y otros ingresan a la Marina. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.9. Religión**

La población en un 99% es católica y el 1% restante, es evangélica. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.10. Salud**

La comunidad, actualmente, cuenta con un dispensario médico dirigido por el Seguro Social Campesino del IESS, que atiende, todos los días de la semana, en medicina general, con un promedio de 20 pacientes y odontología con 10 pacientes o los que en ese momento deseen atenderse. ( Dispensario San Vicente 4 , 2012)

#### **1.1.2.11. Abastecimiento de agua potable**

El abastecimiento de agua potable en la comunidad se la realiza por medio del sistema directo por tuberías, a cargo de la empresa Aguapen. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.12. Servicio Eléctrico**

Todas las casas de la comunidad cuentan con servicio de energía eléctrica dotado por la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL.). (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.13. Servicio Telefónico**

El 95% de los habitantes de la comunidad cuentan con el servicio de telefonía celular por medio de las empresas Claro, Movistar y CNT y un 5% poseen líneas telefónicas en sus hogares.

La recepción de la señal es óptima ya que en la comunidad existen las antenas de recepción de cada una de estas empresas telefónicas. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.14. Eliminación de aguas servidas**

El sistema de eliminación de las aguas servidas más usado por los hogares de la localidad es el pozo séptico en un 100%. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.15. Eliminación de basura**

Existen dos formas de eliminación de basura, los cuales son: mediante el uso del carro recolector que llega a la comunidad dos días a la semana y en terrenos baldíos. Esta situación debe mejorar, puesto que, un frente de desarrollo peninsular es el turismo; el cual se vería, seriamente, afectado de no remediarla. (Comuna San Vicente, 2002)

#### **1.1.2.16. Actividad turística en San Vicente**

La Comunidad de San Vicente no se caracteriza como turística ya que no posee un atractivo turístico potencial, que genere interés hacia los turistas que visitan la provincia de Santa Elena.

Es considerada una localidad de paso para los visitantes que ingresan por la autopista que conecta a la reconocida ruta del Spondylus; por error, los turistas la confunden con la comunidad hermana de Baños de San Vicente que es un referente de la actividad turística ya que cuenta con un Complejo de Aguas Termales. Es por esta razón, que se necesita un atractivo o una actividad turística que genere el interés del turista hacia la comunidad, y es lo que se pretende lograr con la creación de ciclopaseos turísticos.

San Vicente no se caracteriza por ser un punto turístico dentro de la provincia, pero, con el transcurso de estos años se están desarrollando otros tipos de actividades, gracias a la construcción de la autopista de 12,5 Kilómetros de extensión que une a las comunidades de San Vicente con la de San Pablo, reconocido balneario de la Ruta del Spondylus, con la construcción de este tipo de infraestructura, se creó la primera vía de acceso en la provincia que cuenta con una ciclovía exclusiva para uso de bicicletas, la comunidad tiene como posibles oportunidades la creación de senderos eco - turísticos en la laguna “El Encanto” y el sector denominado “la Chiriquima”, también, se pueden hacer recorridos hacia el cerro Salinas para observar la dimensión total de la comunidad, de igual manera, se cuenta con una ruta alterna desde San Vicente hasta Baños de San Vicente donde se encuentra ubicado el complejo turístico “Telésforo Villacrés Laínez”, sitio donde se realizarán ciclopaseos turísticos para que los turistas conozcan los atractivos turísticos con los que cuentan estas comunidades de la provincia de Santa Elena.

La necesidad de contar con un nuevo producto turístico, siendo la primera alternativa de ocio a ofertar en la comunidad, los ciclopaseos son nuevas opciones de conocer atractivos turísticos que se oferta al turista, ya que es algo novedoso y no contamina al medio ambiente, con la apertura de vías exclusivas para desarrollar ciclismo, se observan grupos de amigos compartiendo un momento de esparcimiento, pero sin visitar sitios de interés para turistas, al incursionar en turismo se pretende obtener un cambio de comportamiento, más bien la relación comunidad - local con el turista, definiendo beneficios sociales con el cual

contribuirá el diseño de un nuevo producto turístico, mediante, estrategias innovadoras dentro de un mercado variado de alternativas de diversión.

## **1.2. EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO**

### **1.2.1. Evolución del turismo**

### **1.2.2. Turismo**

Desde el principio de la humanidad, el ser humano ha tenido la necesidad de trasladarse de un lugar a otro y ha practicado la actividad turística de forma empírica, ya que el individuo asocia el ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares. A partir del siglo XX, los viajes han sido motivados en busca de lugares naturales alejados de ciudades contaminadas, comenzando a realizar estudios sobre el flujo de visitantes que ingresan a diversas partes del mundo. El desarrollo que presenta, actualmente, el turismo es fruto de la evolución que se ha manifestado como una consecuencia del grado de avance tecnológico e industrial, que con el transcurso del tiempo, ha experimentado la humanidad.

Es por lo tanto, el estudio de diversas conceptualizaciones que según la Organización Mundial del Turismo (OMT) – Sancho (1998). hace referencia el “turismo” **“son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año; puede tener fines de ocio, por negocios u otros”**.

El turismo posee diversas definiciones mencionadas por autores que investigan el fenómeno producido por el desplazamiento de personas, una de las más significativas es la siguiente:

Puede definirse al turismo como **“el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo”**. (Velazco, 2000)

También, se podría mencionar que el turismo “**es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad**”. (Acerenza, 2001)

Por ende, las diferentes conceptualizaciones u opiniones de los autores mencionan que el turismo es un conjunto de acciones que un individuo lleva a cabo, mientras, visita un sitio que no sea su lugar de origen buscando conocimientos, experiencias y recreación por un periodo determinado. Como hace referencia la conceptualización emitida por la OMT.

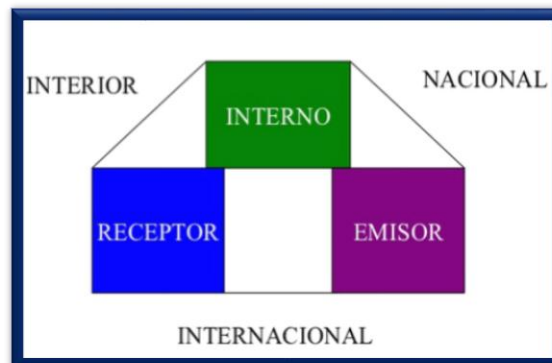
### **1.2.3. Clases de turismo**

Para estudiar, de mejor forma, al turismo se debe conocer sus clases en las cuales está, previamente, dividida, a partir del estudio de diversas caracterizaciones mencionadas por varios autores, los cuales están involucrados directamente con la actividad turística.

Se clasifica al turismo en tres caracterizaciones - (Burbano, 2008):

- **Turismo interno.-** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.
- **Turismo emisor.-** El realizado por turistas domiciliadas en el país, y que viajan al exterior.
- **Turismo receptor o receptivo.-** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

## ILUSTRACIÓN N° 2: Clases de turismo



Fuente: Burbano, A (2011)

Elaborado por: Burbano, A (2011)

La clasificación turística acoge, puntualmente, el lugar de origen de los turistas y el destino elegido por ellos en la que se distinguen: (Sancho, 1998)

- ★ **Turismo doméstico:** residentes visitando su propio país.
- ★ **Turismo receptivo:** no residentes procedentes de un país determinado.
- ★ **Turismo emisor:** residentes del propio país se dirigen a otros países.

Mediante, la introducción del turismo se dispone que el turismo posea otras formas de combinación que pueden ser las siguientes: (Burbano, 2008)

- ✚ **Turismo interior:** doméstico y receptivo.
- ✚ **Turismo nacional:** doméstico y emisor.
- ✚ **Turismo internacional:** emisor y receptivo.

A partir de las conceptualizaciones analizadas en los párrafos anteriores se ha ligado a la investigación realizada por Sancho (1998), la misma que ayuda al desarrollo de la temática a realizar.

Las clases de turismo se han dividido en turismo: interno, emisor y receptor combinado con turismo interior, nacional e internacional.

#### 1.2.4. Tipologías de turismo

**ILUSTRACIÓN N° 3: Tipos de turismo**



Fuente: OMT (1998)  
Elaborado por: OMT (1998)

#### 1.2.5. Turista

Un turista, según la OMT es **“toda persona que se encuentra en un lugar, el cual no corresponde al de su residencia habitual, o en otro no correspondiente a su entorno habitual, por lo menos una noche pero no más de un año, y cuyo motivo principal de la visita es otro que el de ejercer una actividad remunerada en el país visitado”**. (Sancho, 1998)

Otra definición de turista es considerado **“todo individuo nacional o extranjero que pernocta por lo menos una noche en un lugar predeterminado”**. (Yeries, 2000)

A partir de las versiones de los anteriores autores, la conceptualización turista que se encuentra acorde a la postura profesional de la investigación es la realizada por

la OMT, la misma que indica que un turista es una persona que visita un lugar diferente al de su residencia u entorno habitual, y que pernocta, por lo menos, una noche, sin permanecer más de un año, cuyo motivo de viaje sea esparcimiento o recreación menos el de realizar actividad remunerada en el lugar visitado.

#### **1.2.6. Actividades turísticas**

En la actualidad, las actividades turísticas, van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios en los que el turista sea agente activo y pasivo de la actividad turística a desarrollar en una localidad. (Bull, 1999)

Esta actividad se ha convertido, en el transcurso del tiempo, como una de las principales fuentes de ingreso para la comunidad, en general, ya que el flujo de turistas a determinados atractivos turísticos contribuye con el desarrollo de los diferentes estados, por medio de las actividades turísticas las personas ocupan su tiempo libre para consumir los productos o servicios que se ofertan en un mercado amplio y variado.

#### **1.2.7. ¿Qué es un sistema turístico?**

El avance del turismo en el mundo conlleva al acercamiento metodológico de lo que es un sistema turístico desde diferentes perspectivas, definiendo sus características y aportes del mismo en el desarrollo de comunidades, fortaleciendo la actividad turística y promoviendo el adecuado uso de los recursos en función de sostenibilidad.

El sistema turístico aparece como “el resultado del tiempo libre y la evolución de los sistemas de transporte al desarrollar actividades enfocadas a satisfacer las necesidades, y aumentar el mayor número de servicios para mejorar el confort y las opciones de diversión de los turistas”. (Cardenas, 2000)



Mediante, la conceptualización de un sistema turístico, se estudia todos sus componentes que tienen relación directa con la actividad turística.

Desde el punto de vista de Sancho (1998), el sistema turístico en la naturaleza de la actividad turística es **“el resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar, conjuntamente, desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan, dinámicamente”**.

El utilizar un sistema turístico conlleva a conocer las características utilizables en el desarrollo o creación de un nuevo producto turístico, ya que por medio de la misma se tendrá una visión objetiva y fundamentada de lo favorable de las actividades a implementar, retribuyendo las necesidades del consumidor final perfeccionando las alternativas o posibilidades de ocio a implementar.

La teoría que se encuentra acorde con la investigación es la de Cárdenas (2000) ya que un sistema turístico que está en constante evolución y desarrollo, debiendo implementar procedimientos con el objetivo de cumplir las expectativas y necesidades de las nuevas alternativas de turismo.

**ILUSTRACIÓN N° 4: Sistema Turístico**



Fuente: Cárdenas (2000)

Elaborado por: Cárdenas (2000)

### 1.2.7.1. Componentes de un sistema turístico

Mediante, un estudio direccionado se puede interactuar con las partes que integran el sistema turístico con el propósito de conocer cómo los mismos fortalecen al turismo en la implementación de nuevas alternativas ya que están compuestas por:

- ★ La demanda turística
- ★ La oferta turística
- ★ El proceso de venta
- ★ El producto turístico
- ★ La planta y los atractivos turísticos
- ★ La infraestructura
- ★ La Superestructura
- ★ El patrimonio turístico
- ★ Servicios complementarios

Cada componente tiene una función específica aportando al desarrollo de un producto turístico nuevo que influirá de manera positiva en el incremento del flujo de turistas a la comunidad y a sus alrededores donde la actividad de ciclopaseos turísticos tenga la acogida necesaria para su implementación.

### 1.2.8. Producto turístico

Al indagar sobre la conceptualización del producto turístico se tiene la colaboración de diversos autores que mencionan que se debe estar bien organizado al efectuar una combinación de bienes o servicios al ofertar a un individuo que tenga el poder adquisitivo y deleite sus necesidades, dependiendo de gustos y preferencias de los mismos.

**Producto** es un conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades.

Se define por producto turístico **“a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc.** (Chías J. , 2005)

Otra conceptualización de un autor importante, menciona que el producto turístico **“es un conjunto de combinaciones e interacciones sinérgicas de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos”.** (Pons P. , 2003)

Pero, en investigaciones realizadas, en años anteriores, por científicos reconocidos acotan que, **“el producto turístico ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia”.** (Middleton V. , 2005)

A través de las diferentes conceptualizaciones sobre un sistema turístico, se escogió la implementada por Pons (2000), la cual nos indica que un producto turístico puede ser algún bien tangible o intangible que se le quiere vender a un turista, para que éste pueda llenar sus expectativas y satisfacer sus deseos en el transcurso de un viaje.

El producto turístico debe ser bien elaborado y promocionado para el buen uso del visitante, cuidando, siempre, el entorno y brindando un desarrollo económico a las diferentes comunidades involucradas en el ámbito turístico.

El desarrollo de un producto turístico es de vital importancia para promocionar los diferentes destinos turísticos con los que se cuenta, atraer nuevos clientes, e incluso mercados lejanos, consolidar el turismo en la comunidad, apoyar a las empresas hoteleras y de transporte, ya que así el turista podrá percibir los destinos más importantes con los que se cuenta, en la actualidad.

### 1.2.8.1. Componentes de un producto turístico

Un producto reúne como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad, estudiados en las siguientes conceptualizaciones:

El producto turístico está conformado por los **atractivos** naturales, artificiales y los humanos. El último configura lo que denominamos hospitalidad que es de gran importancia en el desarrollo de la actividad turística.

Las **facilidades** se refieren al alojamiento en todas sus formas: a la industria de alimentos y bebidas, al entretenimiento y diversión, a las agencias de viajes, a las arrendadoras de automóviles, y en especial, al personal capacitado disponible para atender, adecuadamente, a los turistas.

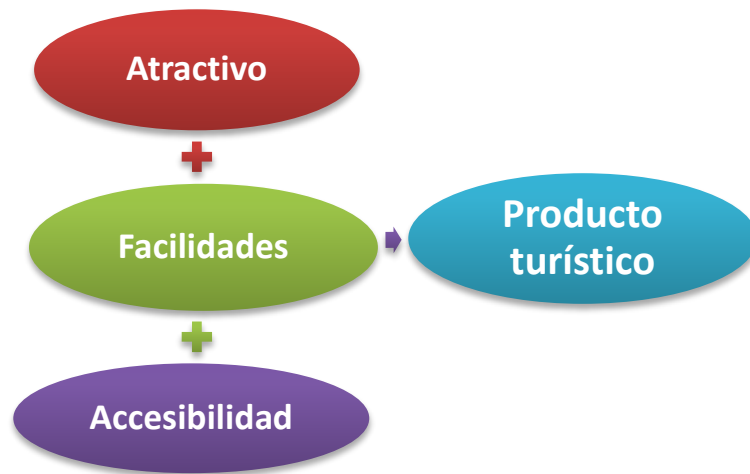
El producto requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea de forma marítima, terrestre o aérea; de ahí la denominación con la que se le conoce, actualmente, **accesibilidad**.

El desarrollo de nuevos productos turísticos consta de varias etapas y genera propuestas a nuevas tendencias y necesidades de turistas disminuyendo el fracaso de productos y servicios ofertados en un mercado competitivo. (Rojas Elbirt, 2006)

Destinos y productos turísticos deben perseguir consolidación y crecimiento de los mismos bajo una excelente filosofía del Marketing. (Machado Chaviano, 2002)

Los componentes del producto turístico son tres: (Cardenas, 2000)

### ILUSTRACIÓN N° 5: Componentes del producto turístico



Fuente: Cárdenas (2000)  
Elaborado por: Cárdenas (2000)

De acuerdo, a lo detallado, en la gráfica anterior y para mayor comprensión sobre los componentes del producto turístico se realizó un desglose de sus componentes que a continuación se detallan:

### ILUSTRACIÓN N° 6: Componentes del producto turístico



Fuente: Cárdenas (2000)  
Elaborado por: Cárdenas (2000)

A partir de lo detallado en el recuadro anterior tenemos especificado los componentes del producto turístico que son los atractivos turísticos que pueden subdividirse en de sitio y de evento, también, cuenta con facilidades para los turistas que son empresas de alojamiento, alimentación, distracción y complementarias y deben disponer de accesibilidad de comunicación y transporte.

Al implementar el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la comunidad de San Vicente, se debe tener en cuenta sus componentes ya que el atractivo turístico es la nueva opción de esparcimiento, las facilidades son el complemento del mismo y también, disfrutarán de la gastronomía local, por medio de la ciclovía que será la forma de acceso que tendrá el turista cuando practique ciclismo en el destino.

#### 1.2.8.2. Características básicas del producto turístico

Como todo acontecimiento debe poseer características, el producto turístico en su forma, también, posee particularidades que se mencionan a continuación y que se ilustran a continuación:

- ✚ **Intangibilidad.-** No se puede tocar, ver, sentir, oír y oler antes de la compra
- ✚ **Inseparabilidad.-** No se pueden separar de sus proveedores
- ✚ **Heterogeneidad.-** La calidad depende de quién, cuándo, dónde y cómo los proporcionen.
- ✚ **Caducidad.-** No se pueden almacenar o utilizarlos más tarde.

Pero, existen otras tres características que han sido reconocidas por los siguientes investigadores (Middleton, 2005); (Acerenza, 2001); (Ascanio, 2002); (Holloway y Robinson, 2005)

- **Agregabilidad.-** Puede ser combinado con otro tipo de atractivos o actividades turísticas.
- **Estacionalidad.-** Es una concentración de actividades turísticas en espacio y tiempo, el turismo se concentra en determinadas regiones en periodos de tiempo determinado, relativamente, cortos.

- **Mayor subjetividad.-** El producto turístico será evaluado y entendido, exhaustivamente, después de su utilización por parte del turista.

Existen otro tipo de características peculiares de los productos turísticos:  
(Cardenas, 2000)

- ★ No otorgan propiedad
- ★ Se adquieren en un lugar y se consumen en otro
- ★ Caducidad
- ★ Es heterogéneo
- ★ Son subjetivos
- ★ Tienen dificultad para ser envueltos
- ★ Pueden ser estacionales
- ★ El consumidor, solamente, tendrá contacto con el producto en el momento del consumo-compra
- ★ Es inmaterial
- ★ Después del consumo su valor residual es una experiencia
- ★ Está constituido por una multiplicidad de actos de consumo ocurridos en distintos momentos
- ★ Es un bien que se acaba en el momento de su uso

Un producto turístico, mediante, relación conceptual de diversos autores mencionan que debe contar con características propias, así como el ciclopaseo es un bien inmaterial, será consumido en el momento de la compra, dejando experiencias a turistas, en gran parte, su uso será estacional ya que se producirá en feriados o fechas especiales, pero se podría implementar este tipo de actividad todos los fines de semana como se organizan en las principales ciudades del país.

### **1.2.8.3. Clasificación del producto turístico.**

El criterio de Acerenza (2001), indica que el producto turístico tiene la siguiente clasificación:

- ✚ **Por segmento de mercado.-** es decir, teniendo en consideración a qué grupo de personas va a ser dirigido.
  
- ✚ **Por necesidades viajeras.-** considerando el motivo que lleva al turista a realizar ese viaje. Pueden ser Vacacionales o de ocio Profesionales o de negocios
  
- ✚ **Por la temática.-** es decir, de acuerdo, a diversas necesidades, que son las que establecerán qué tipo de turismo se realizará. Pueden ser: Generales o Especializados.
  
- ✚ **Por la modalidad técnica.-** de acuerdo, a su elaboración. Pueden ser: Itinerarios Mixtos
  
- ✚ **Por la duración o periodo de tiempo.-** teniendo en cuenta el tiempo empleado para llevarlo a cabo. Puede ser: Medio día (half day) Día completo (full day) Nocturno (City by night) Corto o de fin de semana Medio (6 a 14 noches) Largo o gran viaje (más de 15 noches)
  
- ✚ **Por el número de participantes.-** Pueden ser: Individuales Grupales
  
- ✚ **Por la distancia geográfica.-** es decir, por el radio de influencia en el cual se encuentran los atractivos turísticos a visitar. Pueden ser: corta distancia, media distancia y larga distancia.
  
- ✚ **Por los medios de transporte utilizados para realizar el paquete.-** Pueden ser: línea aérea regular, vuelos chárter, ferrocarril, auto, barco, mixto.
  
- ✚ **Por los destinos.-** es decir teniendo en cuenta la ubicación del destino turístico ofrecido. Pueden ser: Nacionales Internacionales.



✚ **Por la forma de organización.-** por la forma de producción del mismo.

Puede ser: Viaje programado o viaje lanzado a la oferta Viaje a la medida  
Viaje semiorganizado.

Desde la perspectiva de Acerenza (2001), en su investigación determinó que la clasificación del producto turístico en la investigación realizada sobre los ciclopaseos está dirigido a un segmento de mercado, el cual pueda realizar este tipo de actividad física, sus necesidades son de recreación y esparcimiento, la temática es general, el periodo de tiempo a implementar será de medio día, siempre, estará realizado en grupos, la distancia a recorrer será corta, el destino es nacional y su organización estará, previamente, organizado.

#### **1.2.8.4. Niveles del producto turístico.**

En la industria del Turismo por medio de intensas investigaciones se determinó que existen cuatro niveles del producto, según Nicolau, 2006.

**1) El producto básico.-** Se trata de aquello que el cliente trata de obtener, y más que proporcionar objetos se trata de proporcionar beneficios de esos objetos.

**2) Productos auxiliares.-** Son aquellos productos que deben estar presentes para que el cliente pueda hacer uso del producto básico. Se refiere a servicios mínimos que deben existir, además, del beneficio básico buscado por el cliente.

**3) Productos secundarios.-** Aunque el producto básico necesita de los productos auxiliares para su uso, no requiere la existencia de productos secundarios, ya que se trata de productos extras que proporcionan valor al producto básico, y ayudan a diferenciarse de la competencia.

**4) Producto aumentado.-** En líneas generales, se puede indicar que el producto básico, el auxiliar y el secundario, muestran *qué* es lo que el cliente recibe, y que el producto aumentado hace referencia a *cómo* recibe el cliente el servicio. Así, al hablar de producto aumentado hay que hablar de:

- **La atmósfera y el entorno físico**, que hace referencia al ambiente que se respira en el establecimiento, es algo que se percibe, rápidamente, por los sentidos se debe cuidar al máximo en este aspecto.
- **La interacción del cliente con el producto**. Desde la entrada de un cliente en el establecimiento empiezan a sucederse "momentos de la verdad", por lo que cada contacto del cliente con el producto, es de suma importancia.
- **La interacción entre clientes**. Es importante, tener en cuenta cómo y en qué medida los clientes con distintos gustos y necesidades pueden ser mezclados.

#### **1.2.8.5. Condiciones que debe reunir el producto turístico para garantizar su éxito**

A decir de Nicolau (2006), demuestra que el producto turístico debe poseer diversas condiciones en beneficio del turista:

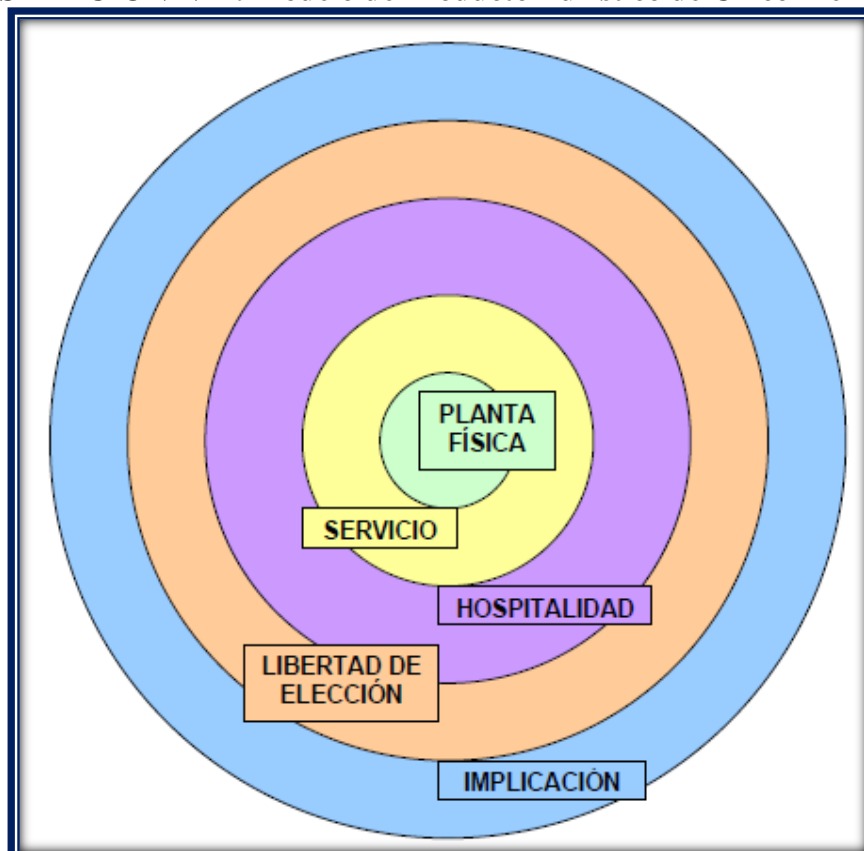
- ★ Definir rasgos específicos que determinan la personalidad del producto.
- ★ Establecer el atractivo físico geográfico del sitio predeterminado que se indica como destino turístico.
- ★ Resaltar la cultura, tradición, costumbres e idiosincrasia de la gente del lugar.
- ★ Considerar los aspectos complementarios que se presentan con el atractivo o motivación principal para generar mayores expectativas en el producto
- ★ Tener en cuenta el grado de satisfacción del turista al consumir el producto una vez adquirido
- ★ Considerar el respeto al medio ambiente y uso racional de los recursos y atractivos
- ★ La dirección y ejecución del programa turístico en manos profesionales idóneos

- ★ Aplicar las últimas técnicas a disposición del quehacer turístico
- ★ Trabajar sobre el mejoramiento de la imagen del destino turístico
- ★ Tener presente los mercados emisores tanto potenciales como reales
- ★ Contar con informes y estudios de mercados que monitoreen la demanda observando el desarrollo que puedan tener destinos competitivos a nuestro producto turístico.

#### 1.2.8.6. Cinco elementos del modelo de producto turístico

Se propone un modelo que integra en el producto turístico cinco elementos: la planta física, el servicio, la hospitalidad, la libertad de elección y la implicación del cliente. (Smith V. , 2000)

**ILUSTRACIÓN N° 7: Modelo de Producto Turístico de Cinco Elementos**



Fuente: Smith (2004)  
Elaborado por: Smith (2004)

La **planta física** es considerada la base del producto turístico y comprende lugares, recursos naturales e instalaciones, como un hotel o un barco de crucero. La planta física, también, se refiere a las condiciones meteorológicas y ambientales del destino turístico en cuestión. Este componente tiene una gran influencia en la experiencia del consumidor y puede ser mejorado mediante políticas de protección del medio ambiente, accesibilidad o mejoras en las instalaciones. (Gunn C. , 2008)

Son **servicios** todas las tareas llevadas a cabo con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor. Entre éstas se encuentran por ejemplo la gestión, mantenimiento, recepción de un hotel, restauración, asistencia en vuelos y aeropuertos, etc. Para determinar la calidad del servicio prestado, han de observarse las características de los empleados y sus habilidades técnicas para encomendarse a las tareas propuestas. (Smith V. , 2000)

En el aspecto relacionado con la calidad en la prestación de los servicios, resaltando la importancia de la misma en relación con diversos sectores de actividad. A pesar de la importancia de la calidad del servicio, el producto turístico precisa de otros elementos adicionales, como son la actitud y la forma en la que los servicios son prestados, ofreciendo un “extra” que puede marcar la diferencia en cuanto a una percepción superior por parte del cliente respecto a otros servicios recibidos esto es considerado como **hospitalidad**. (Grönroos C. , 2004)

La **libertad de elección** se refiere a la necesidad de que el turista pueda acceder a un abanico de opciones que le permitan hacer satisfactoria la experiencia. El grado de libertad variará en función del tipo de viaje que se realice, del presupuesto disponible, la experiencia previa del consumidor o de la disponibilidad que ofrezca la agencia de viajes o el tour operador correspondiente. Al margen de esas consideraciones, todo producto turístico debería ofrecer cierto grado de elección al consumidor, con el objetivo de hacer satisfactoria la experiencia del viaje. (Smith V. , 2000)

La **implicación del cliente** no sólo significa una participación física; implica un compromiso con la actividad que suponga una vivencia más intensa de la misma. Una implicación excesiva del turista en las actividades del viaje puede hacerle perder la perspectiva de valorar, adecuadamente, otros elementos importantes del producto turístico, como el servicio de alojamiento, las comidas o el transporte. La implicación del cliente, también, contribuye a fomentar la interacción del mismo con otros turistas y a conformar una respuesta emocional al viaje. (Mannell & Bradley, 2006)

El análisis final de los cinco elementos del producto turístico está dado por la unión de todas conceptualizaciones de los diferentes autores ya que la relación de los mismos, especifica las características en la forma de diseñar un producto turístico tipo ciclopaseo.

Al ayudar en la investigación a conocer los elementos como la planta física que el recurso a utilizar la ciclovía, el servicio es la asistencia que se dará en el momento de realizar la actividad, la calidad será la forma como se preste el servicio, en lo que respecta libertad de elección el turista accederá cuántos kilómetros quiere recorrer y el implicación estarán las vivencias que ocurran en el momento de realizar la actividad turística en la comunidad.

#### **1.2.8.7. Clasificación de los componentes del producto, según sea orientado**

**Orientado hacia el turista:** Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo.

Bienes y servicios que son producidos, fundamentalmente, para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores.

Estos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas, información y otros.

**Orientado a los residentes:** Bienes y servicios que son producidos, principalmente, para el uso y consumo de la población local, como puede ser la infraestructura, la seguridad, farmacias y hospitales, tiendas y muchas otras.

**Producto integrado:** Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere, mientras, se encuentra lejos de casa, y que en términos generales es la suma de los bienes y servicios de las dos categorías, anteriormente, mencionadas. En una forma gráfica se puede explicar el producto turístico con sus variados componentes que pueden o tienen que estar presentes, en mayor o menor grado en cualquier destino que pretenda activar el turismo.

#### **1.2.8.8. Beneficios que brinda el producto turístico.**

Si el producto turístico es un conglomerado de atributos para las organizaciones que lo gestionan, el cliente los transforma en beneficios, sobre la base de “aprovechar cada momento para aprender” en actividades turísticas que le permitan ver o hacer, en las cuales emplea su tiempo de ocio.

Los principales beneficios que aporta un producto turístico son: (González, 2000)

**Beneficios Vivenciales o Cognitivos.-** Los relacionados con los cinco sentidos del ser humano, es decir, experiencias y vivencias resultantes de la actividad turística. Ej. Ofrecer experiencias únicas, especiales, poco comunes, que la experiencia sea segura, etc.

**Beneficios Simbólicos o Afectivos.-** Responden a emociones, status y realización personal. Ej. Utilizar servicios “exclusivos”, que el guía o anfitrión sea una personalidad reconocida, visitar lugares que confieren status, etc.

**Beneficios Funcionales o Volutivos.-** Son aquellos que satisfacen necesidades elementales como alojamiento y restauración. Ofreciendo ventajas en términos de comodidad y facilidad (cercanía, transporte cómodo, etc.).

La mayoría de los productos ofrecerán beneficios de los tres tipos, pero habrá productos que pondrán énfasis en los aspectos funcionales, otros en los simbólicos y otros en los vivenciales.

En la investigación sobre los beneficios del producto turístico en la comunidad de San Vicente en el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo será vivencial, ya que el turista por medio de sus sentidos percibirá experiencias y vivencias que se formarán al desarrollar la actividad turística.

### **1.2.9. Línea de productos turísticos en el Ecuador**

En Ecuador existen tres líneas de productos claves: Ecoturismo - Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes - Aventura según el PLANDETUR 2020.

**Ecoturismo – turismo de naturaleza.-** Es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza.

**Turismo Cultural.-** Se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita.

**Turismo Deportivo.-** Es una forma de turismo basada en el desarrollo de actividades deportivas ya sea en escenarios naturales o en centros deportivos especializados.

**Turismo de Aventura.-** Consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido, escasamente, explotados a nivel turístico.

**CUADRO N° 1: Línea de productos específicos del Ecuador**

<i>Cuadro. Líneas de Productos y Variedades de Productos Específicos del Ecuador</i>			
<b>Circuitos generales</b>	Circuitos generales	<b>Ecoturismo y turismo de naturaleza</b>	Parques nacionales
<b>Sol y Playa</b>	Sol y Playa		Reservas y bosques privados
<b>Turismo</b>	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
<b>Comunitario</b>			Observación de flora y fauna
<b>Turismo cultural</b>	Patrimonios naturales y culturales	<b>Turismo de deportes y Aventura</b>	Deportes terrestres
	Mercados y artesanías		Deportes fluviales
	Gastronomía		Deportes aéreos
	Shamanismo		Deportes acuáticos
	Fiestas populares	<b>Turismo de salud</b>	Termalismo
	Turismo religioso		Medicina ancestral
	Turismo urbano		SPA's
	Turismo arqueológico	<b>Agroturismo</b>	Haciendas, fincas y plantaciones
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo		<b>Turismo de convenciones y Congresos</b>
Haciendas históricas	<b>Turismo de cruceros</b>	Cruceros	
<b>Parques temáticos</b>		Parques temáticos	

Fuente: PLANDETUR 2020

Elaborado por: PLANDETUR 2020

### **1.3. PRINCIPALES CONCEPTUALIZACIONES RELACIONADAS CON EL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO.**

#### **1.3.1. Bicicleta**

La bicicleta es el medio de transporte alternativo, que posee características esenciales de analizar, ya que su uso se está consolidando en varias localidades de diferentes partes del mundo, lo que ha influenciado en definir normas de diseño y criterios de evaluación de ciclovías. (Mestas, 2005)



## ILUSTRACIÓN N.º 8: Bicicleta para ciclopaseos



Fuente: Wikipedia – imagen bicicleta (2014)

Elaborado por: Wikipedia – imagen bicicleta (2014)

### 1.3.2. Ruta

Son senderos, carreteros o caminos que van de entre 2 y 4 metros de ancho, aisladas del tráfico vehicular, que permiten recorrer una ciudad, localidad o comunidad en bicicleta con seguridad. (Mestas, 2005)

### 1.3.3. Circuito

Es un itinerario cerrado de carreteras para automóviles, motocicletas, bicicletas o triciclos. Terreno comprendido dentro de un perímetro cualquiera donde puedan circular, libremente. Pista deportiva o contorno. (Mestas, 2005)

### 1.3.4. Ciclopaseos

Ciclopaseos es la acción de circulación de bicicletas por las calles de una ciudad o el uso de una vía exclusiva para realizar este tipo de actividades, no solamente, son espacios de recreación sino de construcción de ciudadanía, de rescate y de enseñar a la población que, no solamente, existen espacios para vivir, sino , también, para compartir. (Tinajero, 2012)

Este tipo de emprendimientos puede crear nuevos espacios de integración en la comunidad local, trabajo a los pobladores como guías turísticos, pequeños alojamientos, restaurantes, etc. Pero, es necesaria la capacitación en servicios turísticos por la importancia de la calidad de productos a ofrecer.

La actividad turística por medio del ciclopaseo promueve el respeto entre las distintas formas de transporte, además de la integración familiar y rural, cuya iniciativa es la de fomentar en los participantes una competencia sana, el reconocimiento de los territorios culturales y el derroche de alegría, además de aportar al bienestar físico y mental de la comunidad, en general.

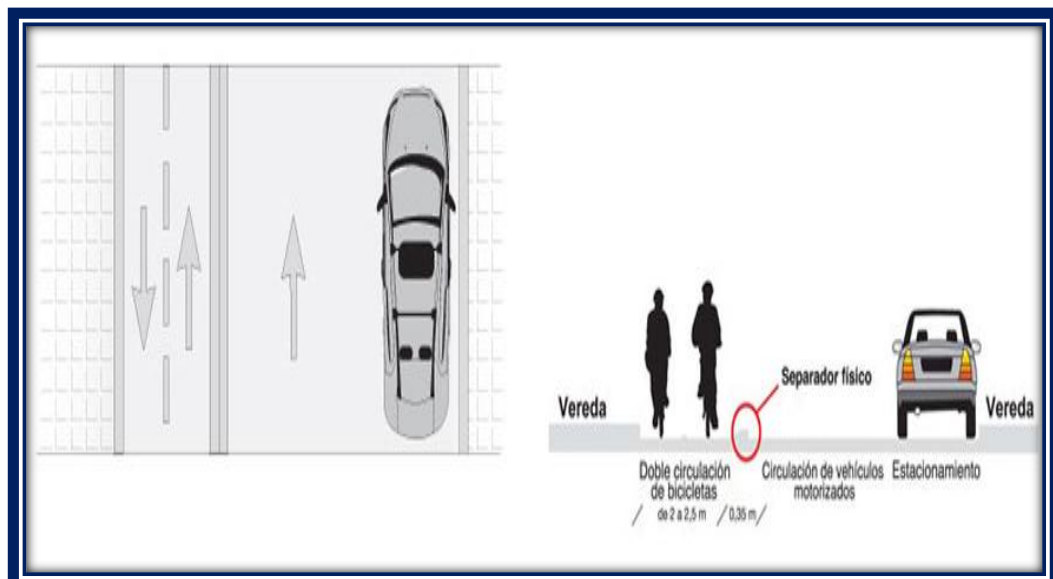
### **1.3.5. Ubicación de ciclovías para bicicletas**

La ubicación de ciclovías para bicicletas con respecto a la calzada es determinante en la seguridad del ciclista. Para analizar la ubicación óptima de una pista especial para bicicletas se deben considerar criterios de operación adecuada, diversidad de viajes servidos y una apropiada conexión con el resto del sistema de transporte de pasajeros. En resumen, se deben revelar las reales potencialidades del uso de la bicicleta, los beneficios que de ello se derivan, así como también los conflictos que se generan.

Los lugares más usuales para acomodar estas vías en zonas urbanas son los parques, las largas avenidas o costaneras, y las medianas de grandes avenidas; mientras que en zonas rurales pueden ser riberas de ríos y canales y eventualmente, líneas férreas en desuso. Sin embargo, todas deben instalarse de manera tal de minimizar los conflictos entre ciclistas y los demás vehículos y/o peatones, para lo cual se recomienda reducir al mínimo el número de intersecciones con vías principales.

La distancia mínima de la calzada a que debe situarse una ciclovía para bicicletas debe ser 1.70 mts., para velocidades de circulación de vehículos pesados de 80 Km/hr., mientras, que el límite tolerable para vehículos livianos de 100 Km/hr. Debe ser de 2.0 mts. (Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador, 2011)

### ILUSTRACIÓN N° 9: Distancia de la calzada con la ciclovía



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

#### 1.3.6. Tipos de vías segregadas para bicicleta

**Ciclovía, carril bici, bicicarril, bisisenda, cicloruta, vía ciclística o ciclopista.-** es el nombre genérico dado a parte de la infraestructura pública u otras áreas destinadas de forma exclusiva o compartida para la circulación de bicicletas. La ciclovía puede ser cualquier carril de una vía pública que ha sido señalizado apropiadamente para este propósito o una vía independiente donde se permite el tránsito de bicicletas. (Ciclopólís, 2009)

La Comisión de Tránsito del Ecuador (2011), menciona que los tipos de vías se clasifican en:

**Ciclovías o ciclopistas.-** En esta categoría se agrupan todos los diseños que consisten en vías exclusivas para ciclistas, separadas, físicamente, del resto del tráfico, mediante, elementos como soleras, topones, tachones, etc., que delimiten claramente estas zonas. Estas vías pueden ser tanto unidireccionales como bidireccionales y se construyen para el uso exclusivo de las bicicletas, en lugares donde exista espacio disponible y la demanda lo justifique.

**Ciclobandas.-** En esta categoría se encuentran todos los diseños de pistas exclusivas para bicicletas, pero que comparten una misma calzada con el resto del tránsito. No contemplan ninguna separación física entre la bicicleta y los demás vehículos. El diseño más usual es una simple demarcación sobre el pavimento, la que determina un espacio de uso exclusivo para bicicletas.

**Ciclorutas.-** En esta categoría se encuentran las vías de uso compartido; es decir, que no existe ningún diseño especial para la bicicleta. En este caso, al realizar el diseño se seleccionan calles adecuadas que conformen una ruta determinada y, mediante, señalización especial se incentiva al ciclista a escoger dicha ruta.

### **1.3.7. Características primordiales de las ciclovías**

- ✚ Formar una conexión lo más directa posible entre zonas residenciales, lugares de trabajo, centros comerciales, instituciones de enseñanza, etc.
- ✚ No estar localizadas a lo largo de calles principales, con el objeto de disminuir los riesgos de accidentes con vehículos motorizados.
- ✚ Ofrecer al ciclista suficiente protección y un paisaje atractivo y variado.
- ✚ Poseer una superficie de rodado suave y recibir buen mantenimiento vial.
- ✚ Estar dotadas de una señalización adecuada.
- ✚ Tener una muy buena accesibilidad.

Todas estas mencionadas por la Comisión Nacional de Tránsito del Ecuador.

### **1.3.8. Señalización y demarcación de ciclovías**

Las normas relativas a señalización y demarcación de ciclovías se encuentran detalladas en el Manual de Señalización de Tránsito elaboradas por la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011), y son las siguientes:

**Señales - Función:** Proveer información sobre servicios o eventualidades en la vía. Por ejemplo, la proximidad de Centros de hidratación, baños, cruces peligrosos, descensos, comienzo y final de la ruta y horarios.

### Señales Reglamentarias

- Sólo bicicletas
- Paso obligado
- Superficie Segregada Peatones - Bicicletas
- Superficie Segregada Motorizados – Bicicletas
- Ceda el Paso. La señal Ceda el Paso debe ser complementada con una demarcación Ceda el Paso de color blanco y de material reflectante.

### Señales preventivas

- ★ (Cruce de ciclistas)

### Señales informativas

- ✚ (Inicio Ciclovía – Fin Ciclovía)

### ILUSTRACIÓN N° 10: Señalización de ciclovías



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

## **Demarcaciones horizontales de Ciclovías.**

A continuación, se presentan las especificaciones técnicas referentes a la demarcación de las ciclovías:

**Líneas centrales sobre la ciclovía:** Serán trazos centrales blancos de 0.10 mts. de grosor y 1.0 mts. de longitud, separados 2.0 mts. entre sí. La proximidad de islas centrales deberá ser señalada por medio de demarcaciones de líneas diagonales de 0.20 mts. de ancho separadas entre sí por 0.20 mts. e inscritas dentro de líneas envolventes de 0.05 mts. de ancho.

**Abertura de ciclovías para cruces de vehículos motorizados:** En la zona del cruce se debe realizar un rebaje de solera, demarcando la ciclovía con dos líneas segmentadas conformadas por cuadros blancos de lado 0.50 mts., separados 0.50 mts. entre sí.

**Demarcaciones para uso exclusivo de bicicletas:** Se usará una demarcación especial consistente en una bicicleta blanca acompañada de la señal reglamentaria (solo bicicletas). Esto es obligatorio cuando no existe algún obstáculo material que impida el acceso de vehículos mayores al dispositivo ciclovial.

## **Señales luminosas**

**Luces Parpadeantes:** de color amarillo, con el fin de advertir a los conductores de vehículos motorizados sobre la presencia de la ciclovía.

**Semáforos para bicicletas:** conformados por dos lentes, uno de color rojo y otro verde, que contienen la silueta de una bicicleta. El número de lentes y posicionamiento de estos semáforos es análogo al de los cabezales peatonales.

### 1.3.9. Equipo logístico para el uso de ciclovías

La Comisión Nacional de Tránsito del Ecuador (2011), indica que el equipo logístico utilizado para ciclopaseos turísticos es el siguiente:

**Uniformes.-** El personal de la ciclovía turística (guías) debe estar, claramente, identificado con uniformes que lo asocien al proyecto. La elección adecuada de los uniformes debe tener en cuenta como mínimo los siguientes 4 criterios:

- ✚ **Comodidad:** Debido al desplazamiento en bicicleta del personal, las prendas deben garantizar libertad y comodidad en los movimientos.
- ✚ **Utilidad:** Es deseable que incluyan bolsillos que permitan el porte de diferentes objetos.
- ✚ **Visibilidad:** Se debe elegir de preferencia colores claros, que sean visibles e identificables, de modo que los usuarios puedan reconocerlos como personal de la ciclovía turística.
- ✚ **Condiciones climáticas:** Los uniformes se deben establecer de, acuerdo, con las condiciones climáticas de la ciudad o Municipio en que se implemente el programa (ejemplo: verano, invierno).

Es de utilidad, usar uniformes que permitan diferenciar los rangos y cargos del personal de la ciclovía turística (jefes de ruta, guías, prestadores de servicio social).

Permitiendo al usuario identificar al personal que trabaja en los ciclopaseos turísticos, y durante el recorrido realizarle preguntas sobre los atractivos turísticos que se visitan, los servicios complementarios a prestar, o cualquier información con respecto a la actividad turística en la provincia.

## ILUSTRACIÓN N° 11: Uniformes



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Mobiliario.-** Por mobiliario, se entiende el uso de diversos implementos destinados a: cerrar los cruces de vías, dar indicación a los automovilistas acerca de vías o carriles habilitados como ciclovía turística, identificar el programa, y facilitar la actividad de los usuarios.

El mobiliario de la ciclovía turística debe reunir los siguientes requisitos:

- ★ Es recomendable que el mobiliario sea pintado de colores intensos con el fin de ser visible.

Para efectos de identificación, los colores elegidos como símbolos de la ciclovía turística resultan muy pertinentes.

- ★ Debe ser ligero. Téngase en cuenta que deben ser objetos fáciles de desplazar.
- ★ Debe tener características que permitan identificar su uso.

**Los principales elementos del mobiliario son:**

### **Cintas de cerramiento**

**Función:** Marcar los cruces de vías y señalar determinados tramos o sectores de la ciclovía turística que se vayan a habilitar para actividades especiales, así como para acordonar áreas de acceso restringido o que representen algún peligro.



**Uso:** Las cintas deben ser colocadas a una altura aproximada de un metro y deben cubrir el área a delimitar su totalidad. Es conveniente que su diseño contenga la imagen del programa.

### ILUSTRACIÓN N° 12: Cintas



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

### Vallas

**Función:** Limitar e informar diversas zonas de la vía, tanto para los usuarios de la ciclovía turística, vecinos y automovilistas.

**Descripción:** Se trata, en general, de estructuras metálicas o plásticas, de colores vivos y de tamaño adecuado para permitir una fácil identificación, por parte, de los usuarios. Su tamaño varía dependiendo de su uso y aplicación. No puede exceder de 1,50 m de altura por 2,40 m de ancho, preferentemente, metálicas.

#### Tipos de vallas que pueden usarse:

- **Vallas de cerramiento:** Sirven para:
  1. Marcar el cruce de ciclovía turística con arteria vehicular,
  2. Señalar ingresos específicos (por ejemplo, entrada a garajes, estaciones de servicio o lugares públicos).

**Medidas:** Alto 97 cm, Ancho 107 cm, Peso: 12.5 kg

- **Vallas informativas:** Su función es la de informar, recomendar y difundir acciones referentes a la ciclovía turística. Por ejemplo, en los puentes indicar que los usuarios deben atravesar caminando; informar sobre

servicios que ofrece el programa, cruces peligrosos, mapas de la ruta, horario, etc.

**Medidas:** Alto 159 cm, Ancho 102 cm, Peso: 24 kg

- **Vallas de contraflujo:** Su función es la de limitar y recordar el contraflujo de usuarios.

**Medidas:** Alto 125 cm, Radio de base 32 cm, Peso: 14 kg

- **Vallas de contención:** Su función es indicar el principio/fin de la ciclovía turística, así como limitar en una calle donde, necesariamente, debe haber tránsito vehicular, el carril para uso vehicular y el carril para uso de ciclovía turística.

Las cintas de cerramiento son auxiliares muy importantes para la aplicación de estos elementos del mobiliario. En estas vallas, para reforzar la seguridad, pueden colocarse lonas informativas referentes al programa.

### ILUSTRACIÓN N° 13: Tipos de vallas



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

## Otros dispositivos

**Barreras plásticas de contención:** Pueden servir para limitar en una calle donde, necesariamente, debe haber tránsito vehicular, el carril para uso vehicular y el carril para uso de ciclovía turística.

También, sirven para implementar reductores de velocidad que buscan moderar la velocidad de los usuarios en ciertos puntos de peligro, tales como cruces peligrosos, descensos, zonas peatonales y vías con pendiente. Téngase en cuenta que la función, a diferencia del cerramiento de puentes, no es forzar a los ciclistas a descender, sino que muestren una mayor precaución y moderen su velocidad en ciertos puntos. **Medidas:** Alto 159 cm, Ancho 102 cm, Peso: 24 kg

### ILUSTRACIÓN N° 14: Barreras plásticas



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Conos de señalización de tráfico:** Pueden servir para indicar ingresos a sitios específicos de muy baja densidad vehicular, tales como: hoteles, pequeños conjuntos habitacionales.

### ILUSTRACIÓN N° 15: Conos



**Fuente:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

**Elaborado por:** Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador (2011)

### 1.3.10. Servicios complementarios de las ciclovías

Mediante el manual Ciclovías Recreativas de Guadalajara en México (2011), se indica que los principales servicios complementarios utilizados en ciclopaseos turísticos son los siguientes:

**Baños públicos.-** En el caso de una comunidad que no ofrezca el servicio de baños públicos en las vías donde se desarrolla la ciclovía turística es importante colocar servicios sanitarios portátiles de alta afluencia de público, tales como parques, Centros de hidratación o Centros de ejercicio.

También, deben colocarse a lo largo de la ruta con una distancia que fluctúe entre 800 m y 1.200 m.

#### ILUSTRACIÓN N° 16: Baños públicos



**Fuente:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Elaborado por:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Centros de hidratación.-** Los centros de hidratación pueden entregarse, por medio de mecanismos como la concesión, a comerciantes particulares o pueden ser parte de un programa administrado por el municipio o la comunidad.

Es fundamental, colocar algún tipo de señal informativa que anuncie la proximidad del centro de hidratación. Deben colocarse a lo largo del trayecto en puntos estratégicos o cada 5 km. Al mismo tiempo, debe evitarse que entorpezcan la circulación. (Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara - México, 2011)

### ILUSTRACIÓN N° 17: Centros de hidratación



**Fuente:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Elaborado por:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Centros de asistencia y mantenimiento.-** Estos centros se pueden ofrecer, mediante, concesión o ser asumidos directamente por el proyecto de ciclovía turística. Se trata de lugares en los que se ofrezca a los usuarios el servicio de reparación y mantenimiento técnico de las bicicletas. Se deben colocar señales informativas que indiquen la proximidad del punto de asistencia y mantenimiento. Deberán colocarse en puntos estratégicos o cada 5 km.

### ILUSTRACIÓN N° 18: Centros de asistencia y mantenimiento



**Fuente:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Elaborado por:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Puntos de información.-** Se trata de Centros en los que un miembro del personal de la ciclovía turística brinde permanente atención e información a los usuarios. Al mismo tiempo, estos puntos pueden funcionar como lugares de encuentro y centros de acopio de datos. Se colocan al menos en los puntos extremos de la ciclovía turística, convenientemente, señalizados.

### ILUSTRACIÓN N° 19: Puntos de información



Fuente: Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

Elaborado por: Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Estacionamiento para bicicletas.-** Deben colocarse en los lugares de interés asignados por la ciclovía turística, tales como: parques y edificios públicos y es recomendable que sean una infraestructura permanente que dé servicio a la población el resto de la semana.

Es recomendable, invitar a los comerciantes establecidos a que ofrezcan esta infraestructura a los usuarios de la ciclovía. Adicionalmente, es útil colocarlos en los puntos de asistencia y mantenimiento, de hidratación, etc. Éstos últimos pueden ser: portátiles, debiendo ser livianos y de fácil utilización.

### ILUSTRACIÓN N° 20: Estacionamiento para bicicletas



Fuente: Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

Elaborado por: Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)



**Centro de control y mando.-** Es un espacio que opera como Central de comunicaciones y cuenta con representantes de los diferentes agentes que cumplen funciones de atención y seguridad en la ciclovía turística (guía, policía, salud, bomberos, protección civil). Recibe información de los guías acerca de lo que ocurre en las diferentes rutas y toma las acciones pertinentes.

Cuando la ruta supera los 5 km de longitud, los guías deben contar con equipos de telecomunicaciones profesionales que tengan una cobertura suficiente para el tramo y una adecuada comunicación con el Centro de control y mando. Esto, permite ofrecer seguridad y éxito de las jornadas en todo el circuito en lo referente a actividades operativas, de información y frente a imprevistos.

#### **ILUSTRACIÓN N° 21: Centro de control y mando**



**Fuente:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Elaborado por:** Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara – México (2011)

**Vehículos de carga y transporte.-** Cada jornada requiere contar con vehículos de carga para transportar el material logístico y personal que se encargue de montar el material, repartirlo y recogerlo, nuevamente, a la hora del cierre. Según, la facilidad y capacidad de cada entidad encargada de la ciclovía turística, estos vehículos pueden ser contratados con terceros, o adquirirse como parte del programa. El número de vehículos es variable y depende del tipo de ruta (por ejemplo si es lineal o no), del número de vallas y del tamaño de éstas.

### 1.3.11. Distancias de los ciclopaseos

**CUADRO N° 2: Distancias a recorrer en la ciclovía por edades**

Promedio de distancia recorrida por grupos de turistas			
Edades	Distancia min. (Km)	Distancia máx. (Km)	Distancia Promedio a recorrer en Km
4 - 18 años	1	55,6	12,17
19 - 54 años	1	53	12,75
55 - 70 años	2	44	14,82

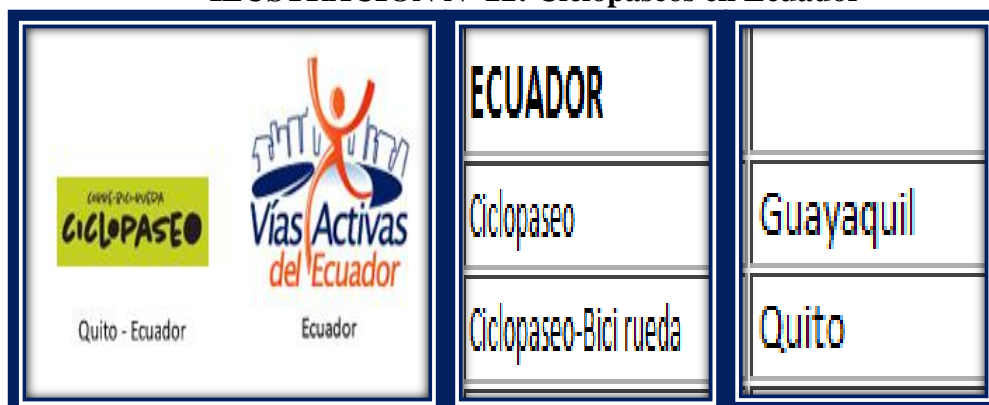
Fuente: Ciclopolis (2009)

Elaborado por: Suárez, F (2013)

### 1.3.12. Ciclopaseos en el Ecuador

Disertar sobre ciclopaseos en el Ecuador nos referimos a experiencias nuevas ya que son actividades que tienen poco tiempo de auge y solo son practicadas en las principales ciudades del país.

**ILUSTRACIÓN N° 22: Ciclopaseos en Ecuador**



Fuente: Ciclopolis (2009)

Elaborado por: Ciclopolis (2009)

En la ciudad de Quito en el año 2005 comenzó el ciclopaseo, duplicando su frecuencia cada quince días, se convirtió en un evento semanal y tiene lugar todos los domingos a partir de las 8 am hasta las 2 pm. Dado el éxito del Ciclopaseo de Quito, otras ciudades como Guayaquil, Cuenca e Ibarra han iniciado proyectos similares. De igual forma, la Asociación de Municipalidades del Ecuador – AME ha planteado replicar esta iniciativa en todas las ciudades del país.



Un grupo de jóvenes de Acción Ecológica desde 1996 empezó a fomentar y proponer el uso de bicicletas como medio de transporte alternativo y a exigir respeto y espacio para los ciclistas urbanos mediante ciclopaseos turísticos los viernes últimos de cada mes, para ello se siguió políticas y proyectos de ordenamiento territorial urbano fomentando el respeto hacia usuarios del espacio público. (Organización Alerta Verde, 2007)

A pensar en el problema del transporte, de la mala utilización de los espacios públicos y la contaminación del aire en la ciudad, Biciacción propuso la planificación de estrategias que posibilite la circulación de bicicletas de forma constante en la ciudad.

La primera propuesta fue la organización de Ciclopaseos mensuales con el objetivo de promover el uso de la bicicleta y así verificar si existía el apoyo ciudadano necesario para que el Municipio Local inicie la construcción de Ciclorutas y Ciclovías en la ciudad. (Centro de investigaciones Quito, 2003)

En coordinación con el Municipio y Biciacción determino que el primer ciclopaseo tendría una extensión de 9,5 km de avenidas y calles de la ciudad abierta para gente en bicicleta, a pie u otro vehículo no motorizado iniciando en abril de 2003.

La aceptación de la ciudadanía es primordial para que la iniciativa sea exitosa reduciendo niveles de contaminación. Si existe la acogida de la bicicleta como medio de transporte, si las características de los ciclopaseos se adecuaban a gustos y necesidades de la gente, existiendo la necesidad de tener espacio de ocio y recreación libres de contaminación, ruido y tránsito vehicular.

A largo plazo, la construcción ciclovías permanentes dentro de una ciudad sirven de alternativas de transportación, turismo, recreación y descontaminación del aire.

El ciclopaseo rural, es una iniciativa organizada por los cabildos comunales locales para promover el ciclismo como medio de transporte sostenible y la construcción de una comunidad saludable involucrada con la actividad turística.

Las comunidades con sitios para visitar han construido rutas para bicicletas para que los turistas puedan trasladarse de un sitio a otro, en menor tiempo y disfrutar de los atractivos turísticos comunales.

### **1.3.13. Ruta: San Vicente – San Pablo**

Una ruta de 12,4 km que servirá para solucionar la congestión vehicular que se genera en la E - 40, conocida, también, como Vía a la Costa.

Esta ciclovía, eventualmente, se unirá con la ruta Guayaquil – Chongón - Parque Lago – Cerecita – ‘Y’ de Progreso - San Vicente, cuya extensión total es de 98 km. (Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador, 2012).

La ciclovía se la creó con la finalidad de prevenir accidentes, concediendo preferencias a ciclistas y peatones.

El Ministerio de Transporte y Obras Públicas en trabajo conjunto con el Ministerio de Turismo, construyen ciclovías a lo largo de la costa ecuatoriana y así crear nuevos recursos para beneficio de las comunidades por las cuales se diseñan estas rutas.

Es por esta razón, que la comuna San Vicente está, completamente, interesada en implementar ciclopaseos turístico por la mencionada ruta y así poder trabajar en la industria de mayor crecimiento a nivel mundial como es el turismo.

#### 1.4. ESTRATEGIAS

No sólo en el campo militar se utilizan estrategias, también, en la Mercadotecnia se las requiere, **“es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente, arte de dirigir operaciones, habilidad para dirigir, función de brindar a las organizaciones una guía para lograr un máximo de efectividad en la administración de todos los recursos en el tiempo que se llevan a cumplimiento de determinado fin o misión”**. (Ronda G. , 2002)

Para conocer mejor la conceptualización de estrategia debemos tener en cuenta diferentes investigaciones de reconocidos autores, que indican 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 han fijado y se aproxime por lo tanto a la situación deseada”**. (Díaz E. , 2002)

Incluye los principales instrumentos de conducción y desarrollo que van a emplearse en el proceso. Sin embargo, lo metodológicamente correcto, es dejarla para una etapa posterior, la definición amplia y detallada de todos aquellos instrumentos (políticas específicas, proyectos de inversión y acciones) que se habilitarán para recorrer la ruta de la estrategia. Es decir, el esclarecimiento del camino y dirección que ha de seguir la actividad en cada uno de sus campos básicos durante un periodo determinado.

Las estrategias pueden definirse a partir de dos perspectivas:

- 1.- **Desde la perspectiva de lo que una organización pretende hacer**, es el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización y poner en práctica su misión.
- 2.- **Desde la perspectiva de lo que, finalmente, una organización hace**, es el patrón de las respuestas de la organización a su ambiente a través del tiempo.

Las características más importantes de las estrategias son que deben ser hechas a la medida por sus administradores, para que exista congruencia entre las estrategias y los elementos externos e internos que la situación requiere. Y deben ser adaptables porque las circunstancias de los negocios cambian, las estrategias deben adaptarse a dichos cambios, de lo contrario, la empresa no podría responder con agilidad.

Las estrategias sirven de herramienta para que un producto turístico que las utilice de forma correcta genere un valor agregado y obtenga beneficios para la actividad turística, la comunidad y el turista como consumidor final.

#### **1.4.1. Estrategias de diversificación**

Según, una importante organización mundial estrategias de diversificación **“son las que buscan desarrollar nuevos productos y mercados para satisfacer a clientes que la empresa no satisface en el presente. Las empresas la utilizan para generar un crecimiento continuo, nuevas tecnologías y otros recursos”**. (Organización Nacional Financiera - S.N.C., 2011)

Así como en la conceptualización anterior, una investigación exhaustiva realizada por un reconocido autor menciona que **“las estrategias de diversificación son adecuadas cuando hay pocas oportunidades de crecimiento en el mercado meta de la compañía”**. Generalmente, abarcan diversificación horizontal, diversificación en conglomerado y diversificación concéntrica. (Vásquez, 2011)

De acuerdo, a las anteriores conceptualizaciones la más idónea para el desarrollo de la presente investigación es presentada por la Organización Nacional Financiera, ya que indica que las estrategias de diversificación tienen el fin de crear nuevos productos como en el caso de ciclopaseos turísticos para satisfacer las necesidades que adoptan nuevos mercados de turistas a nivel nacional e internacional y su principal característica es la utilización de nuevas tecnologías que pueden ser administradas por la comunidad local obteniendo beneficios mutuos para posicionar la actividad turística a un nivel global.

En la comunidad de San Vicente, existe poca oportunidad de crecimiento en la actividad turística, es por tal razón el diversificar el nuevo producto turístico ciclopaseo con características propias, y generando diferentes alternativas de ocio en una localidad en crecimiento constante.

#### **1.4.1.1. Clasificación de las estrategias de diversificación**

Las estrategias de diversificación se clasifican de la siguiente forma: (Vásquez, 2011)

**1.- Estrategias de diversificación horizontal:** Consiste en agregar nuevos productos a la línea de productos de la compañía, los cuales no estarán relacionados con los productos ya existentes, sino que son diseñados para atraer a miembros de los mercados meta de la compañía.

**2.- Estrategias de diversificación en conglomerado:** Consiste en vender nuevos productos no relacionados con la línea de productos ya existentes, para de esa manera, atraer a nuevas categorías de clientes.

**3.- Estrategias de diversificación concéntrica:** introducen nuevos productos que tienen semejanzas tecnológicas o de mercadotecnia con los productos ya existentes y están diseñados para atraer nuevos segmentos de mercado.

Las estrategias de diversificación se consideran como una excelente forma de conseguir sinergia: Se pueden clasificar en:

**Sinergia operativa:** son fruto de las economías de escala que permiten una reducción de los costos unitarios a medida que aumenta la producción.

**Sinergia de naturaleza financiera:** reducción de riesgo, de costo de endeudamiento.

**Sinergia relacionada con el poder de mercado:** se utilizan para elevar los precios y obtener rentas extraordinarias del producto turístico.

Y por último la **Sinergia de tipo fiscal**.

La estrategia más idónea para utilizar en el desarrollo del trabajo de investigación es la de diversificación concéntrica, ya que nos permite agregar un producto turístico nuevo en un mercado turístico amplio, teniendo características similares a otros tipos de alternativas o actividades turísticas ofertadas en el medio local, pero que tienen el objetivo de conseguir nuevos segmentos de mercados turísticos.

Al momento de diversificar se encuentra con la alternativa de desarrollo interno frente a adquisición. Otra opción cuando se elige la diversificación es hacerlo mediante el producto o mediante el mercado.

#### **1.4.2. La Oferta**

Una investigación realizada por Sancho (1998), especifica que “la oferta está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística”. Se define la oferta o cantidad ofrecida como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio.

Otra conceptualización de oferta mencionada por un científico que ha realizado investigaciones en la actualidad indica que oferta es **“la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades y deseos”** indicado por (Mankiw, 2012)

Al analizar las anteriores definiciones de oferta se escogió la citada por Mankiw (2012), quien por su investigación actual demuestra que oferta es la variedad de productos o servicios que se pretende ingresar en un amplio mercado para que pueda ser adquirido por individuos que tienen poder de adquisición y que necesitan dichos bienes para poder satisfacer necesidades dentro de un lapso de tiempo.

En el proyecto de investigación, el producto a ofertar es de tipo ciclopaseo, el mercado es basto pero contamos con una característica que nos beneficia de la demás, ya que es la única ciclovía activa y señalizada dentro de la provincia, y está acorde para satisfacer deseos o necesidades de turistas que visitan la comunidad.

### 1.4.3. Oferta turística

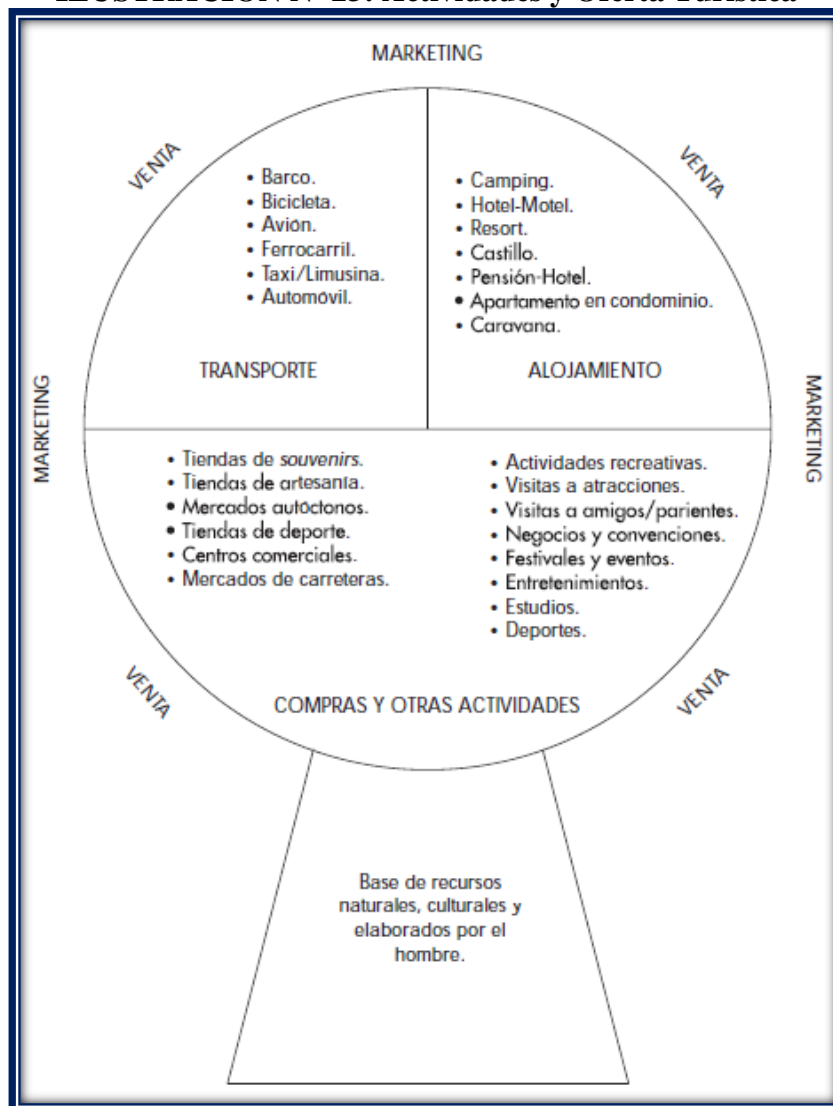
Para explicar el turismo en toda su extensión, no se puede limitar al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Esta se define como **”conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”** . (Sancho, 1998)

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable de usuarios turísticos.

También se menciona que oferta turística **“es el universo de bienes tangibles (atractivos naturales o creados), bienes intangibles (clima, cultura, eventos) y servicios turísticos (restaurantes, alojamiento, transporte, animación) que son ofrecidos, efectivamente, al turista”**. (Figuerola, 2011)

Desde el punto de vista científico, mediante, diversos criterios especializados que hacen referencia que **“la oferta turística tiene su principal insumo en el atractivo en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado”**. (Middleton V. , 2005)

### ILUSTRACIÓN N° 23: Actividades y Oferta Turística



Fuente: Middleton, V (2005)

Elaborado por: Middleton, V (2005)

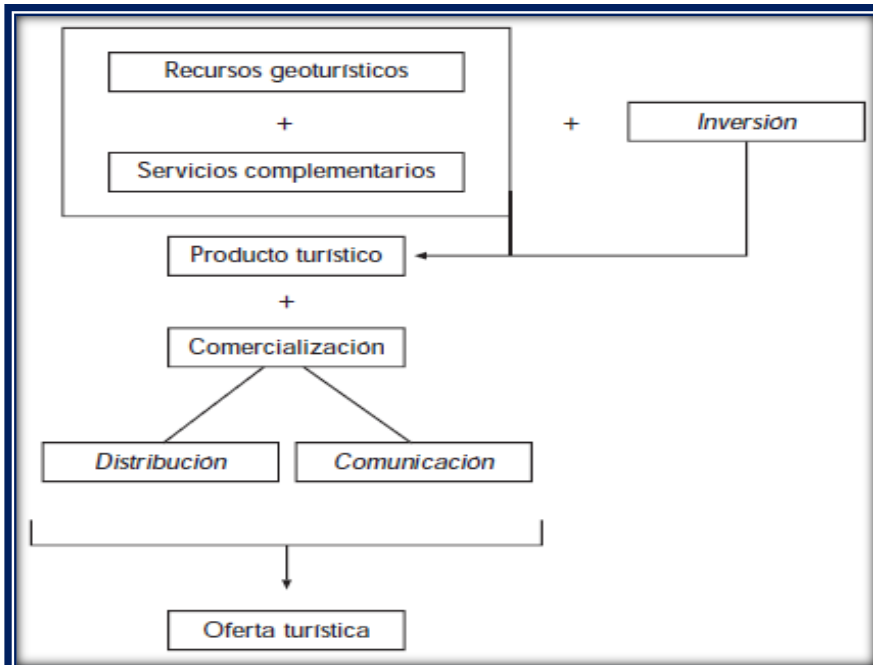
Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

La oferta turística, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio – cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.



En consideración a las preliminares conceptualizaciones, se consideró la más vigente mencionada por Figueroa (2011), que señala que la oferta turística es un bien tangible o intangible que combinado con servicios son ofertados a un turista que busca retribuir sus necesidades, en el caso de la comuna de San Vicente o que se ofertaría al turista es la actividad turística tipo ciclopaseo o también, denominado bien tangible, y se puede ofertar como bien intangible sus festividades patronales o eventos realizados en la comunidad.

**ILUSTRACIÓN N° 24: Proceso de creación de la oferta turística**



Fuente: Figueroa, (2011)

Elaborado por: Figueroa, (2011)

#### 1.4.3.1. Elementos que constituyen la oferta turística.

La Oferta turística se compone de tres elementos fundamentales: (Figueroa, 2011)

- ✚ **Recursos turísticos:** Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico – monumental, cultural, folklórico y son la motivación principal de la visita.
- ✚ **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad ya sean públicos o privados.

- ✚ **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, transporte, etc.

#### 1.4.3.2. Características de la oferta turística

Con los conocimientos aplicados en la investigación, es factible reconocer las características básicas de la oferta turística y son las siguientes: (Paredes J. , 2011)

- La producción de servicios se realiza en un lugar, geográficamente, determinado y no pueden ser transportados a los lugares donde se producen estos servicios.
- Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y aprovechados.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien empleados, los cuales pueden experimentar deterioros al no ser protegidos, adecuadamente.

#### Características Generales de la Oferta Turística

También se indica que las características generales de la Oferta Turística son: (Guzman J. , 2000)

**a) Composición:** La oferta turística es una oferta compuesta, conformada por materias primas y por instrumentos y medios de producción turística (bienes y servicios). Es válido afirmar que a una demanda compuesta corresponde una oferta compuesta.

**b) Vocación económica:** La Oferta Turística es una oferta con características económicas. La oferta de atractivos, aún siendo éstos libres, y de bienes y de servicios requiere de inversión de capital, trabajo humano y de insumos para ser incorporados en el mercado turístico, para que cumpla una función productiva.

## **Las características Estructurales de la Oferta Turística son los siguientes:**

a) **Rigidez:** Es la determinante de la oferta turística. Está dada por la poca respuesta al cambio, bien sea con relación a los precios, o bien con relación a las condiciones en que se realiza. Los teóricos reconocen cinco razones para esta rigidez:

### **1.- La inmovilidad de la Oferta**

- ★ Los bienes turísticos permanecen estáticos en el espacio
- ★ El capital invertido se encuentra inmovilizado en el equipamiento.
- ★ Las instalaciones turísticas requieren grandes inversiones y largos plazos de recuperación.
- ★ Los bienes de producción turística son intransferibles en el espacio

**2.- Limitación en la expansión:** en virtud de la inelasticidad del espacio físico. Alcanzados los límites de uso del espacio y la capacidad de soporte de los recursos, se corre el riesgo de la destrucción de los mismos.

**3.- Temporalidad:** el capital invertido en la oferta, no sólo está inmóvil en el espacio, sino, también, en el tiempo, ya que la actividad turística está sujeta a la concentración estacional.

**4.- Sustitución:** la oferta de bienes y de otros servicios es almacenable, móvil, al contrario de la turística que es localizada y es mucho más inelástica en su capacidad de aumentar sus reservas.

**5.- Utilización:** la oferta turística, raramente, puede ser utilizada para una actividad distinta al turismo, por lo que tiene una limitación en su empleo. Mesa de restaurante que no se ocupa, habitación de hotel que no se vende, es oferta que se pierde.

**b) Inestabilidad:** la oferta turística es inestable ya que factores externos pueden agotar o depreciar la materia prima turística, convirtiéndola en inútil, o en su caso haciendo, prácticamente, imposible su utilización.

**c) Complejidad:** la distribución de los productos se realiza en múltiples puntos de venta, en tanto que la producción y el consumo se realizan, simultáneamente, en un mismo y único lugar. Algunos teóricos sostienen que esta situación ubica a la Oferta Turística muy cerca del monopolio.

#### **1.4.4. La demanda**

Para conocer más sobre economía se debe estudiar la conceptualización de demanda denota que **“es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”**. (Mankiw, 2006)

En términos generales, la demanda **“es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”** (Fisher & Espejo, 2002)

La siguiente definición de demanda explica que **“es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”** (Andrade, 2003)

#### **1.4.5. Demanda turística.**

Demanda turística “**es la cantidad de bienes y servicios turístico que pueden ser adquiridos por los turistas. Es el número de turistas reales o previstos de un destino o producto turístico**”. (Figueroa, 2011)

La demanda turística, como factor dinámico de la estructura funcional del sector turístico, ha evolucionado en correspondencia con los nuevos paradigmas y tendencias, que se caracterizan por: una creciente individualización del viaje, una mayor participación en la conformación de su experiencia turística, una mayor exigencia de la calidad, por la diversificación de actividades y, cambios hacia segmentos más dinámicos y aventureros. (Middleton V. , 2005)

En los núcleos emisores se ubica a la demanda turística, entendiéndose por tal al segmento de la población capaz de realizar actividades turísticas. Para su estudio hay que considerar además del aspecto subjetivo, también el aspecto objetivo, es decir, todos aquellos elementos que pueden ser demandados por los turistas. En referencia, a esto último, se debe mencionar que a los sujetos de la actividad turística suele llamárselos, también, “consumidores turísticos”.

##### **1.4.5.1. Elementos que conforman la demanda turística**

Desde el punto de vista de Figueroa (2011), indica que la conformación de la demanda turística esta aplicada de la siguiente forma:

**1.- Objetivamente** la demanda turística está conformada por los bienes y servicios turísticos reales, existentes y efectivamente, solicitados por los demandantes o consumidores turistas.

En este sentido, hay dos interpretaciones:

- 1) Una de la escuela tradicional o clásica, que sostiene que la demanda turística es el conjunto de bienes y servicios, efectivamente, solicitados.

- 2) La otra interpretación corresponde a la escuela innovadora o del Marketing, que sostiene que la demanda turística es la de atractivos y servicios turísticos solicitados por un turista, quien al consumirlo produce, al tiempo que los consume, su propio producto turístico.

**2.- Subjetivamente**, como ya se ha expresado, la demanda turística está compuesta por el conjunto de seres humanos, de sujetos que demandan los bienes y servicios turísticos

#### **1.4.5.2. Clasificación de la demanda turística**

Mediante una investigación Figueroa (2011), presenta la clasificación de la demanda turística como la siguiente:

**Objetivamente**, la demanda turística se clasifica en:

- A. Demanda de Bienes Turísticos
- B. Demanda de Servicios Turísticos

**Subjetivamente**, la demanda turística se clasifica en:

1. **Demanda Real**, es decir, todas las personas que en determinado momento realizan o han realizado actividades turísticas y por lo tanto requieren o han requerido de esos bienes o de esos servicios turísticos. También se la asignan los nombres de demanda actual y demanda efectiva.
2. **Demanda Potencial**, que incluye a todas aquellas personas que se encuentran en los centros emisores y que en un momento dado podrían realizar actividades turísticas y por consiguiente, podrían demandar bienes y servicios turísticos.

### 1.4.5.3. Características de la demanda turística

La demanda turística presenta características generales (las mismas que otro tipo de demanda económicas) y características estructurales (propias, que caracterizan a la demanda turística diferenciándolas de las demás). (Guzman J. , 2000)

#### Características Generales de la Demanda Turística

- ✚ **Composición:** Compuesta, básicamente, por 6 elementos: la demanda de atractivos turísticos, de transporte, de alojamiento, de alimentación, de productos manufacturados y artesanales y demanda de servicios complementarios.
- ✚ **Expansión:** La Demanda Turística está en permanente expansión. Motiva ello, el constante crecimiento de la población humana y además, los avances logrados en el campo de la ciencia y la tecnología, sobre todo a los medios de comunicación masivos, con los que se influye, notablemente, en la motivación del sujeto.
- ✚ **Estratificación:** La Demanda Turística no es homogénea, sino heterogénea y estratificada según clases sociales, según la motivación de los sujetos y la disponibilidad de tiempo libre.

#### Características Estructurales de la Demanda Turística

Estas características distinguen a la demanda turística y contribuye a la esencia de la misma.

**Elasticidad Pronunciada:** Esta dada por el cambio de respuesta a los cambios en el nivel de los precios y de otras condiciones del mercado.

El efecto de los precios, como el nivel general de ingresos determinan estas características, hay que sumarle, además, el efecto que produce la acción publicitaria, que actúa desviando el interés hacia determinados destinos turísticos.

**Concentración Estacional:** También, llamada estacionalidad, está dada por la posibilidad de la concentración de la demanda en espacios y tiempos particulares, originando épocas de pico y momentos de valle, ya que no todo tiempo es apto para la actividad turística. En este sentido, hay que considerar los periodos vacacionales y las características de cada centro.

**Inestabilidad:** Esta característica está dada por el hecho de que la demanda turística se ve afectada por numerosas causas ajenas al mercado. Los desastres naturales, los problemas político sociales, la inflación, las crisis monetarias, las crisis energéticas, etc.

Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, depende su denominación a los intereses, motivaciones, experiencias y características socio demográficos de los mismos.

#### ILUSTRACIÓN N° 25: Características de la demanda turística



**Fuente:** Economía turística - Guzmán, (2000)

**Elaborado por:** Economía turística - Guzmán, (2000)



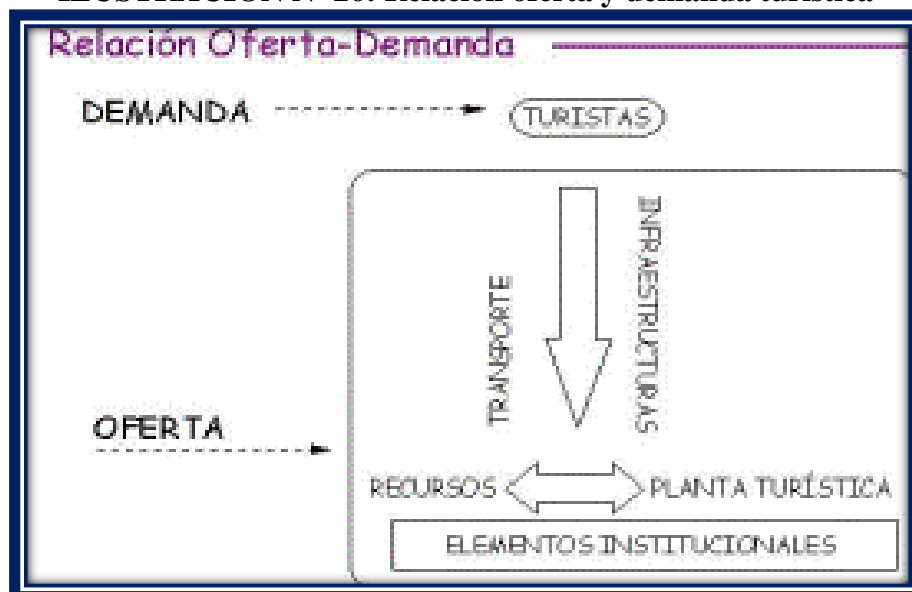
#### 1.4.5.4. Relación entre oferta y demanda turística

Para Guzman J (2000), en su investigación de economía indica que existe una estrecha relación entre oferta y demanda turística.

La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente, factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

Por el contrario, la oferta turística está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacer todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla.

**ILUSTRACIÓN N° 26: Relación oferta y demanda turística**



Fuente: Economía turística - Guzmán, (2000)

Elaborado por: Economía turística - Guzmán, (2000)

La oferta turística que posee la comunidad de San Vicente está basada en atractivos turístico naturales y manifestaciones culturales, pero la segunda es lo más representativo ya que sus festividades son reconocidas a nivel provincial, pero la actividad turística está teniendo acogida por la demanda turística que son los turistas o visitantes que transitan por la ruta que une la autopista Guayaquil – Salinas con la ruta del Spondylus en especial al Balneario de San Pablo que cuenta con recursos turísticos como son restaurantes que satisfacen deseos y necesidades de turistas.

#### **1.4.5.5. Información básica del sitio del proyecto y principales características.**

El proyecto turístico diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la comunidad de San Vicente, consta de la ciclovía que une San Vicente con San Pablo (pasando por la comunidad de Cerro Alto), teniendo como vía alterna (carretero veranero), el cual nos traslada hasta Baños de San Vicente.

Se comienza en la playa de San Pablo, el punto céntrico del viaje en bicicleta en San Vicente conociendo los lugares representativos de la misma, para continuar hacia Baños de San Vicente en el Complejo Turístico “ Telésforo Villacrés”.

Sus características se basan en el viaje de 2 horas que comprende el recorrido en bicicleta desde San Pablo, con un desayuno o almuerzo típico del sector dependiendo del horario de los ciclopaseos, pasando por la Comunidad de Cerro Alto (sitio estratégico de hidratación), para luego trasladarnos hasta San Vicente donde conocerán lo más representativo de la comunidad y también lugar idóneo para hidratarse y así realizar el último tramo en bicicleta hasta Baños de San Vicente en donde disfrutarán de la gastronomía local y de las piscinas de aguas naturales termales, de un masaje de lodo rico en minerales y aloe vera y descansar en el sauna del complejo, un viaje desgastador pero enriquecedor para el turista que se atreva a pedalear y disfrutar de las maravillas de las comunidades.

## **1.5. LEYES PARA ELABORAR NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ECUADOR**

El marco legal está constituido por leyes, reglamento, acuerdos, resoluciones, etc., que estén asociadas en el sector turístico y en especial con la actividad turística tipo ciclopaseo.

Estos reglamentos regulan todo tipo de actividades que se desarrollen dentro de un entorno, existen reglamentos que vetan cualquier desajuste que ocurra al implementar acciones para el desarrollo de comunidades, entre las leyes nacionales tenemos la Constitución Política del Ecuador, el Régimen del Buen Vivir, la Ley Orgánica de Turismo, el Plandetur 2020, Acta de Compromiso Plan Nacional de Ciclovías y entre las leyes que rigen dentro de una comunidad tenemos la Ley de Organización y Régimen de las Comunas, el Reglamento interno de cada comunidad donde se elabore un proyecto.

Todas estas leyes son elaboradas para fortalecer a los ciudadanos en su toma de decisiones, son respetadas por cada organismo nacional o internacional que desee emprender alternativas en el cambio de la matiz productiva que se está implementando en el país, energías limpias y renovables, el uso de una bicicleta genera este tipo de acciones en beneficio del medio ambiente en el cual se desenvuelven a diario las comunidades, es por eso necesario acatar normativas que rigen en el Ecuador.

### **1.5.1. Constitución Política del Ecuador**

De acuerdo, a la máxima ley que rige a la república del Ecuador, según el artículo 3 son deberes primordiales del Estado.

Literal “1” menciona no debe existir discriminación alguna en el proceso de ejercer derechos establecidos por medio de la Constitución, se tiene mayor énfasis en lo que concierne a servicios básicos como salud, educación, alimentación, seguridad social y el líquido vital para el ser humano el agua.

Literal “5” acota sobre el desarrollo nacional, promoviendo el desarrollo sostenible y sustentable de los recursos y la distribución equitativa de las riquezas, para lograr el buen vivir que se pretende alcanzar.

Literal “7” indica que se debe proteger el patrimonio cultural y natural del Ecuador en todas sus formas y toda la vida.

En el capítulo segundo sobre los derechos del buen vivir, en la sección cuarta sobre la Cultura y ciencia. En el artículo 24 revela que todo individuo tiene derecho a la recreación y al esparcimiento, practicando deporte y disfrutar del tiempo libre.

El capítulo sexto sobre los derechos de libertad, en el artículo 66, literal “2” se reconoce y garantiza a todo individuo una vida digna asegurando todos los servicios básicos en especial el descanso y ocio, teniendo en cuenta diversos servicios sociales que se necesite.

Por medio del capítulo noveno sobre las responsabilidades, el artículo 83, literal “13” propone deberes y responsabilidades de los ecuatorianos, sin perjudicar a la ley, conservar el patrimonio natural y cultural del Ecuador, manteniendo y preservando todos los bienes públicos.

Respecto a la sección séptima sobre la biosfera, ecología urbana y energías alternativas, en el artículo 415, el gobierno central junto con los gobiernos autónomos descentralizados, poseen políticas sobre ordenamiento territorial urbano, el buen uso del suelo, regulando el crecimiento de las grandes ciudades, el manejo idóneo de la flora y fauna promoviendo zonas verdes.

Se encargaran de preservar el agua por medio de programas locales, fomentando el reciclaje, tratando de forma adecuada todo tipo de desechos líquidos y sólidos.

Al fomentar, incentivar y facilitar el transporte terrestre no motorizado con el uso de bicicletas, mediante, la implementación de ciclovías.

### **1.5.2. Régimen del Buen Vivir**

El Gobierno Central esta fomentado que las personas vivan en un ambiente sano, con todos los servicios básicos con el objetivo principal de terminar con la pobreza que tiene el Ecuador.

Por medio del objetivo 3 sobre el mejoramiento de la calidad de vida de la población. El sub objetivo 3.7. Recomienda un tiempo dedicado al ocio, usando de excelente forma el tiempo libre practicando actividades deportivas ya que tiende a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la comunidad.

El literal “a” aconseja masificar las actividades físicas y recreativas, considerando toda condición social, ejercitando el cuerpo y la mente en el tiempo libre, el literal b impulsa la práctica de deportes en el tiempo libre o de ocio.

A través del sub objetivo 3.12 garantiza el servicio de transporte y movilidad seguro, el literal “b” promociona y propicia, el uso de transporte no motorizado como alternativa de movilidad saludable y sustentable. El literal “c”, promueve el respeto integral al peatón, ciclistas y demás transeúntes al circular por la vía pública. El literal “i” determina dotar infraestructura adecuada y de excelentes condiciones, gestionando transporte público no motorizado, uso exclusivo de bicicleta.

Mediante el objetivo 5 remite el construir espacios de encuentro común fortaleciendo identidades locales, el sub objetivo 5.1 establece disfrutar del tiempo libre y del espacio público con el fin de relacionar a la comunidad en general. El literal “u” fomenta la construcción de espacios públicos urbanos y rurales libres de contaminación, el literal “v” sugiere un transporte público ecológicamente responsable con la comunidad y el literal “w” prioriza la circulación de ciclistas y peatones por todas las intersecciones públicas urbanas.

Al considerar el objetivo 6 del régimen del buen vivir consolida la justicia, fortalece la seguridad integral y el respeto de los derechos humanos. El sub artículo 6.6. Sobre el mejoramiento de la seguridad vial.

El literal “d” apunta el promover campañas educativas de seguridad vial, respetando al peatón, ciclista mediante movilidad sostenible.

Uno de los principales objetivos en el cual se está trabajando de forma progresiva es impulsar la transformación de la matriz productiva. El sub artículo 10.3. Diversifica y genera valor agregado en los sectores prioritarios del país como en el literal “g” impulsando al turismo al desarrollo como uno de los sectores prioritarios en lo que respecta a inversión nacional y extranjera. El literal “h” tiene el objetivo de posicionar al turismo como frente de desarrollo a nivel nacional e internacional, con intervención del sector estatal, privado y popular, promoviendo un turismo sostenible, sustentable, ético y responsable.

El objetivo 12 garantiza soberanía y paz en el mundo en especial en Latinoamérica .El sub objetivo 12.3. Permite el progreso de una política comercial soberana, unificando el desarrollo económico y social del Ecuador. Estableciendo en el literal “f” la promoción a nivel internacional la oferta turística local fortaleciendo el servicio prestado al visitante.

En el anexo 12.5. Sobre la estrategia territorial nacional, el sub artículo 12.5.1 describe a las unidades territoriales por medio de una agenda territorial 5 en la que se encuentra la provincia de Santa Elena, respecto a las principales líneas de acción respecto a la transformación de la matriz productiva.

Potenciar la actividad turística dotando de infraestructura, generando talento humano capacitado, promocionando la ruta del Spondylus. Al fomentar economía solidaria y popular mediante la implantación de rutas turísticas a nivel nacional.

### 1.5.3. Ley Orgánica de Turismo

La principal ordenanza que rige en el sector turístico es la ley orgánica de turismo mediante sus decretos promueve el desarrollo de toda actividad que esté relacionada con el turismo.

Según, el capítulo 1 mediante el artículo 1, como declaratoria de interés nacional, menciona como Política Prioritaria de Estado, la promoción y desarrollo de actividades turísticas en el país, concediendo el buen vivir de los ecuatorianos.

A través del capítulo 2 sobre las principales definiciones tenemos en el artículo 4 que se entiende por:

**Turista:** individuo que viaja fuera de su lugar habitual, por un lapso de tiempo superior a 24 horas, que utilice servicios turísticos, sin perjuicio de la Ley migratoria del país.

**Turismo interno:** el cual es realizado dentro del territorio ecuatoriano por turistas que habitan en el país.

**Turismo emisor:** es realizado por turistas que habitan en el Ecuador y que viajan a cualquier destino fuera del país.

**Turismo receptor:** es realizado dentro del Ecuador por turistas que habitan en otros países.

**Atractivos turísticos:** son los motivadores al viaje, por si solos o combinados con otros atractivos, hacia una localidad, es la base productiva del turismo, mediante el desarrollo del producto turístico.

**Producto turístico:** es un conjunto de bienes y servicios que se pone a disposición del turista para su consumo, son producidos por prestadores de servicios y el turista lo percibe como un todo y está asociado por el atractivo turístico como el principal motivo de la visita.

**Recursos turísticos:** son bienes materiales o inmateriales, de un lugar o región, el cual es constituido como atractivo turístico y sirve para satisfacer una demanda de visitantes.

El capítulo 4 discute sobre el turismo y las actividades turísticas en el artículo 7 se menciona que el turismo es considerado como un conjunto de actividades que las personas realizan en sus viajes con fines de descanso y ocio u otros motivos.

También, se pueden desarrollar otros tipos de turismo como en el literal “e” indica que el turismo de aventura tiene como fin realizar actividades organizadas y comercializadas, a través de dificultades físicas, proporcionando cierto riesgo para los individuos y el literal “f” se refiere al turismo deportivo como el desarrollo de actividades deportivas en escenarios naturales o centros deportivos.

Según el título 1 que habla sobre los servidores turísticos y los prestadores de servicios turísticos.

El artículo 8 se considera servidores turísticos los cuales están direccionados con la satisfacción de necesidades a turistas a cambio de compensaciones monetarias, en sus viajes y estancias, con fines de descanso y ocio. Teniendo en cuenta sus leyes y reglamentos internos.

En el literal “2”, se considera servicios de operación turística a quienes diseñan, elaboran, realizan, crean y operan servicio o productos turísticos en el país, para ofertar y vender a través de intermediarios, pero, también, los puede vender de forma directa al turista, la guía será un servicio complementario de operación o intermediación si es requerido por parte del visitante.

El título 2 que se refiere a los incentivos especiales, mediante el artículo 55, indica que los proyectos turísticos pueden ser literal “1”, de inicio de actividad o de nueva inversión y el literal “2” cita proyectos de mejora, modificación, remodelación o sustitución de planes existentes relacionados con el Ministerio de Turismo, con inversión o reinversión mediante cada caso.



#### **1.5.4. Plandetur 2020**

El Plan de Turismo realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, plantea políticas orientadas al 2020, mediante acuerdo internacional, en la que muchos países se han planteados en la suma de esfuerzos para el desarrollo sostenible y sustentable de los Estados soberanos, cambiando la matriz de producción y sentando bases sólidas para la actividad turística en el país.

Como objetivo principal potenciar en los próximos años el desarrollo integral de la actividad, basados en un excelente capital humano, laborando en un ambiente ideal y en armonía con lo demás entes institucionales.

Ecuador es considerado a nivel internacional como el país más megabiódico del planeta, ya que cuenta con muchas áreas protegidas en el país en una pequeña escala de superficie a nivel mundial.

Se expresa en la variedad de sitios naturales y manifestaciones culturales, ubicados en cuatro regiones o mundos turísticos

- 1.- Galápagos
- 2.- Costa
- 3.- Andes
- 4.- Amazonia

El Ecuador es un estado con dimensiones demográficas pequeñas, el cual permite los desplazamientos internos rápidos y cortos por sus cuatro regiones en su 256.00 Km<sup>2</sup> y una población de 14 millones de habitantes (INEC, 2010)

Diagnóstico general del turismo en el Ecuador, debe poseer un inventario de productos turísticos específicos en el país. Y debe reunir tres características o atributos fundamentales que son: atractivos, facilidades y accesibilidad.

En el Ecuador hay 3 líneas de productos claves: Ecoturismo - Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes - Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta turística.

**CUADRO N° 3: Línea de productos y variedades valoradas**

Líneas de Productos	Variedades valoradas
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	35
Turismo Cultural	17
Turismo de Deportes y Aventura	13
Convenciones y Congresos	6
Turismo de Salud	5
Turismo de Sol y Playa	2
Agroturismo	2
Turismo Comunitario	1

Fuente: PLANDETUR 2020

Elaborado por: PLANDETUR 2020

### **1.5.5. Acta de Compromiso Plan Nacional de Ciclovías**

Artículo 1 se refiere a los antecedentes, los principales retos de las ciudades en la actualidad, es reordenar el transporte para lograr el buen vivir. En las principales ciudades del país se perciben las consecuencias del crecimiento desmesurado del parque automotriz, provocando congestión vehicular, contaminación del aire, ruido, accidentes de tránsito y deterioro del espacio público problemas que acontecen a diario en el país.

Es por esta razón, la inclusión de nuevas alternativas de movilidad no motorizada y el reordenamiento del transporte en las ciudades como alternativas para solucionar estos inconvenientes.

Con el Plan Nacional de Ciclovías (PNC) impulsado por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, busca masificar el uso de bicicletas, la incorporación de ciclovías, programas y campañas educativos, para permitir el uso de este vehículo como medio de transporte y recreación cotidiano.

Para alcanzar este objetivo se necesita la unión de varias instituciones para promover la movilidad sostenible y alcázar el buen vivir.

El artículo 2 señala como objeto que las instituciones que deben laborar en conjunto son el Ministerio de Obras Públicas (MTOPE), el Banco del Estado (BDE) y los 7 Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD'S) participantes, acuerdan trabajar en conjunto en la implementación del transporte no motorizado en varias ciudades del Ecuador para masificar el uso de la bicicleta como alternativa de movilidad.

En el artículo 3 sobre las obligaciones de los entes en mutuo acuerdo conllevan: Los Gobiernos autónomos Descentralizados mencionan firmar convenios de cooperación mutuos, incorporar políticas y planes de movilidad a los ciudadanos, crear una Unidad de Transporte no Motorizado y participar en el proceso de capacitación ciudadana.

En un Acta de Compromiso sobre el Plan Nacional de ciclovías acuerdan realizar el mantenimiento de infraestructuras en el proceso encaminado y destinar los valores necesarios para lograr las metas del proyecto.

El Ministerio de Transporte y Obras Públicas convienen firmar Convenios de Cooperación, elaborar el Plan Maestro de Movilidad en Bicicleta Nacional, financiar la Red de ciclovías con cada GAD participante, realizar campañas de promoción sobre el uso de las bicicletas, apoyar a crear la Unidad de Transporte no Motorizada en cada GAD y proporcionar capacitación a los participantes del proyecto.

Y el Banco del Estado tiene como funciones firmar convenios de cooperación, financiar infraestructura ciclística en base a estudios, capacitar en el proceso de capacitación de movilidad sostenible y crear incentivos como premios a la gestión de los GAD'S en la ejecución del plan.

El artículo 4 se refiere a la responsabilidad que adquieren todas las instituciones que trabajan en el plan para cumplir con lo propuesto en el acta general.

Respecto al artículo 5, menciona los plazos en el tiempo de diseño y construcción de ciclovías hasta el día de la inauguración por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

El periodo de tiempo es obligatorio para todas las instituciones, y debe cumplirse todo en base al cronograma establecido, salvo algún impedimento de algún ente o que se presente inconvenientes externos.

Y por último, en el capítulo 6 que menciona sobre la interpretación y el cumplimiento del acta realizada se cumplirá de acuerdo a lo acordado por todas las organizaciones involucradas en el plan y que todos trabajaran en conjunto para lograr la metas establecidas.

#### **1.5.6. Ley de Organización y Régimen de las Comunas**

El Ecuador está integrado por muchas comunas las cuales tienen una ley que respalda su existencia como respecta al título 1 en la cual se refiere a la constitución a partir del artículo 6 citando la posesión de los bienes colectivos de los residentes de cada comuna, contarán con bienes colectivos como tierras para realizar proyectos agrícolas, turísticos o construir establecimientos educativos en beneficio de la comunidad en general.

El título 2 menciona al Cabildo en el artículo 18, refiriéndose a los deberes del Ministerio de Agricultura y Ganadería, es la organización que prestara apoyo directo a las comunas en lo correspondiente al mejoramiento material e intelectual, ayudando en el financiamiento económico para adquirir bienes colectivos, como terrenos de labranza, implementación de industrias, obras locales; solicitando a los organismos del Estado u otras instituciones la colaboración necesaria para fortalecer las necesidades de los comuneros.

Demás organismos del Estado o de otras entidades, su colaboración para llenar necesidades que no tengan relación con las atribuciones de dicho Ministerio.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería dispondrá en su base de datos información de cada comuna como limitaciones, principales actividades económicas, población e infraestructura existente para que las personas interesadas puedan conocer los problemas que ocurren y poder solucionarlos.

#### **1.5.7. Reglamento Interno Reformativo de la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena.**

La Comuna San Vicente posee un Reglamento Interno que rige a partir de noviembre del 2011 y tiene como artículo 3 los fines de la comuna San Vicente los siguientes:

El literal “a” señala mejorar el nivel de vida, alimentación, trabajo, salud, capacitación, educación, trabajo y recreación de todos sus habitantes en base al trabajo en conjunto de todos los comuneros con trabajo voluntario se presentan de forma recíproca, honesta y leal cooperar entre sí satisfacer las necesidades de los habitantes.

El literal “f” alude defender el patrimonio comunal por diversas formas legales, regulando su posesión de los comuneros para aplicar proyectos de expansión poblacional, reforestación, empresas turísticas comunitarias, artesanales, agrícolas, etc.

Respecto al literal “i” sugiere la implementación de cualquier actividad, no prohibida por las leyes o en el presente reglamento, es necesario buscar el mejoramiento de la comunidad dentro de principios ancestrales.

En el capítulo 3 que señala el régimen económico del patrimonio comunitario regulaciones para el uso de los servicios comunitarios.

Mediante el artículo 26 indica que se debe estar constituido en unidades de producción sin perjudicar la integridad social y del patrimonio comunal, podrán

constituirse unidades de producción artesanal, comercial, agropecuaria, turística y de otras índoles en la comuna, por parte de los comuneros entre sí o con terceros, al unirse con personas naturales o jurídicas, pública o privadas, nacionales o internacionales, que generen fuentes de empleo en beneficio comuneros, familiares y el desarrollo comunal, previo a una Asamblea General Ordinaria.

Y por último, el capítulo 4 de los comuneros de San Vicente, a través del artículo 28 que menciona los derechos de los comuneros son los siguientes:

Literal “a” indica disfrutar y participar de la utilización y aprovechamiento de bienes comunales, servicios que brinde la comuna, y las regulaciones que existiera.

El artículo 29 habla sobre las obligaciones de los comuneros en el literal h señala sugerir y participar con proyectos turísticos dirigidos al mejoramiento económico, sociocultural y ambiental de la comunidad en general.

## **1.6. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA A INVESTIGAR Y SOLUCIONAR**

La situación actual del diseño de un nuevo producto tipo ciclopaseo en la comuna de San Vicente se encuentra en sus etapas iniciales ya que en la ciclovía de la comunidad se pueden observar personas que se trasladan de una localidad a otra usando como medio de transporte la bicicleta, pero con el transcurso del tiempo la ciclovía se está deteriorando se necesita darle el respectivo mantenimiento, en tanto que la vía alterna que une San Vicente con Baños de San Vicente necesita la señalética respectiva ya que es un camino lastrado nuevo pero no conocido para los turistas, concerniente a los atractivos turísticos a visitar están, completamente, preservados, los sitios de interés de los turistas se encuentran listos para ser visitados como son la playa de la comunidad de San Pablo y el Complejo Turístico Baños Termales de San Vicente “Telésforo Villacrés”, estos atractivos turístico posicionados en la provincia de Santa Elena significan el inicio y el fin del recorrido de los ciclopaseos turísticos.

Para poder implementar este servicio de distracción se están realizando convenios entre la Asociación de Cabañas de la Comunidad de San Pablo, la Comunidad de Cerro Alto, San Vicente, Baños Termales de San Vicente y los representantes del Complejo Turístico “Telésforo Villacrés” para brindar un excelente servicio a los turistas nacionales e internacionales que visitan la península de Santa Elena. Estas comunidades recién empiezan a desarrollar alternativas de distracción con el objetivo de obtener ingresos, cuentan con sitios de interés turístico para visitar, que no son conocidos por turistas en donde se pueden desarrollar ciclopaseos.

Dentro de la ruta ciclística existen dos atractivos turísticos que son conocidos y necesitan mejorar en el balneario de San Pablo se necesita de infraestructura turística como torres para salvavidas, baños públicos, estacionamiento para automóviles y buses; en cambio el complejo de aguas termales en Baños de San Vicente se necesita piscinas pequeñas para niños, con el desarrollo de los ciclopaseos turísticos aportaría con el mejoramiento de estos atractivos turísticos.

La señalética que se colocará a lo largo del recorrido de los ciclopaseos está diseñada y lista para que las empresas con las cuales se trabajará las fabrique, los servicios complementarios y el equipo logístico a implementar se están realizando las proformas necesarias para elegir los mejores para el uso de los turistas. El financiamiento del proyecto como es nuevo, la CFN (Corporación Financiera Nacional), que esta predispuesta a trabajar en el desarrollo del turismo en el sector financiará esta actividad de entretenimiento en un 70% del mismo y el 30% faltante se lo gestiona directamente con el Cabildo Comunal de San Vicente y los principales auspiciantes que están interesados a invertir en los ciclopaseos turísticos.

En el siguiente capítulo, se estarán abordando temas como la validación metodológica que se utilizará en el diseño del nuevo producto turístico, el análisis y presentación de encuestas – entrevistas, teniendo como misión principal la visión de factibilidad del proyecto a desarrollar, elaborando una ficha de inventario de elementos naturales y patrimoniales potenciales para trabajar en conjunto con el producto turístico tipo ciclopaseo, para luego divulgar la información recabada en el campo de trabajo.

## **CAPÍTULO II**

### **EXPOSICIÓN, ANÁLISIS Y ARGUMENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.**

#### **2.1. VALIDACIÓN METODOLÓGICA**

La metodología que se implementó en el presente trabajo con el propósito de diseñar un nuevo producto turístico, mediante, diferentes estrategias de diversificación en forma programada y sistemática, por razón de unificar criterios y delimitar su profundidad, aplicando enfoques turísticos para garantizar el manejo de los objetivos a lograr. Se contempló la aplicación de múltiples modalidades, tipos, técnicas e instrumentos de investigación científica aplicada en la actividad turística.

En el diseño de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo se implementó como metodología de investigación el haber utilizado las diversas formas de obtener información relevante, que ayudo en otras ocasiones en la elaboración de proyectos turísticos para el beneficio de la comunidad.

Trabajar con las diferentes metodologías nos brindó diversos enfoques, los cuales integrados y relacionados con el proyecto a implementar conlleva a lograr las metas trazadas que se visualizaron en el pasado y que se pretende alcanzar en un futuro.

Los principales instrumentos de recolección de información de campo usados al realizar la tesis de grado fueron las encuestas dirigidas al turista y comunidad local, también las entrevistas realizadas a autoridades y profesionales involucrados en la actividad turística, con estos datos se logró percibir de que el diseño de un producto turístico es beneficioso para las comunidades que integran la ciclovía y sus alrededores.



Las preguntas realizadas presentaron opciones múltiples, interrogantes que tenían alternativas múltiples para que el turista como el habitante local escogieran la que consideraran la mejor.

Los primordiales objetivos alcanzados sobre el proyecto de un nuevo producto turístico se observó la acogida del turista y comunidad local sobre la nueva alternativa de ocio. Los atractivos turísticos de las localidades fueron reconocidos por los turistas, y así los comuneros tendrán oportunidades de implementar negocios brindando un excelente servicio que identifique a las comunas del sector que poseen un interesante potencial turístico.

Entre los problemas que se pudo evidenciar fue la poca información de los atractivos turísticos que existen en las comunidades beneficiadas por el proyecto, en mayoría turistas visitaron la provincia para disfrutar del sol y la playa, no conocieron otro tipo de alternativas que se pudo practicar en las comunas, otro problema la poca existencia de establecimientos de hospedaje para turistas que quisieron pernoctar en alguna comunidad.

Los datos obtenidos fueron representados en gráficos circulares tipo pastel donde se plasmaron los porcentajes, de cada una de las respuestas, para, finalmente, analizarlas y escoger los resultados más significativos en función del proyecto planteado.

## **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Se inició en el lugar donde se desarrollan los acontecimientos en la ciclovía que une a las comunidades de San Pablo, Cerro Alto, San Vicente y Baños de San Vicente en la provincia de Santa Elena, esta recopilación de datos fueron analizados, adecuadamente, con el apoyo de bibliografía existente para el problema planteado.

Al realizar el proyecto turístico se utilizó los tres tipos de modalidades de investigación planteadas a continuación:

Se efectuó una **investigación documental** en libros, archivos o en investigaciones anteriores realizadas por profesionales que trabajan en el sector turístico del país en especial en la zona costera del Ecuador.

La **investigación de campo** usados fueron encuestas y entrevistas el objetivo conocer la factibilidad del proyecto a ejecutar, los resultados obtenidos fueron positivos ya que a la gran mayoría les encanta pedalear en bicicleta, conocer nuevos lugares y disfrutar de un entorno idóneo para realizar ejercicios físicos.

También, se realizó **investigación exploratoria** pero en dimensiones escasas. Ya que se procedió a una indagación preliminar del sector donde se encuentra localizada la ciclovía y los atractivos turísticos que existen a sus alrededores, con estos antecedentes es aplicable realizar la investigación para el diseño de un nuevo proyecto.

### **2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Se encontraron variados documentos sobre las tipologías de la investigación. La polémica para aceptar alguna investigación se refiere a sus diversos enfoques, modalidades, formas y estilos. El objetivo de escoger el tipo de investigación idóneo, para poder sintetizar y acoger el adecuado.

Al realizar el proyecto turístico de la implementación de ciclopaseos turísticos, se utilizaron los dos tipos de investigación tanto la **descriptiva** como la **explicativa**. La **investigación descriptiva** indicó las conductas de los turistas y comuneros, estableciendo su comportamiento en la relación directa de ambos en un mismo entorno y así observar posibles inconvenientes para aplicar las soluciones en beneficio de la actividad turística.

Y la **investigación explicativa** expone los inconveniente que pueden surgir para eso es necesario lograr que todos los actores se involucre y no tengan

inconveniente al interactuar, en ella conoceremos sus principales causas y los posibles efectos que ocurran en el desarrollo del turismo, este tipo de investigación se utilizó para conocer los resultados del uso de los ciclopaseos en las comunidades que integran la ruta ciclística.

## **2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Son los diversos modos, vías, formas, mediante, el cual se realizó la búsqueda de información, recopilación de datos y redacción de conclusiones para la investigación.

Se definió al método de investigación como: **“una especie de brújula en la que no se procede automáticamente el saber, pero que evita perdernos en el caos aparente de los fenómenos, aunque solo sea porque nos indica como no plantear los problemas y como no sucumbir en el embrujo de nuestros prejuicios predilectos”**. (Paredes & Nataly, 2011)

El método es el camino o sendero que se ha de seguir para alcanzar un fin propuesto de antemano.

Para realizar un trabajo de investigación en el aspecto turístico es primordial trabajar en base a una sola metodología basado en la deducción de problemas de investigación, como se da a conocer a continuación:

### **2.4.1. Clases de Métodos de Investigación**

**Método deductivo.** - Del latín deducere, sacar consecuencias. Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, entre otros, de la aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Clemente, 2007)

Es el proceso que permite presentar conceptos, principios, reglas, definiciones, afirmaciones, formulas, reglas, a partir de los cuales se analiza, sintetiza, compara, generaliza y demuestra. Razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular.

Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual.

Mediante, el cual el razonamiento se obtiene conclusiones partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares. Iniciando con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal mediante deducción, razonamiento y suposiciones, comprobando su validez y aplicarlos en forma particular.

Este método cumple con el siguiente proceso:

- ✚ Síntesis o Aplicación
- ✚ Generalización o Comprensión
- ✚ Demostración

Aplicar principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

El papel de la deducción en la investigación es doble: Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Se fundamenta en la verdad de las premisas, en el proceso de razonamiento.

Mediante, este método se aplicó el papel de la deducción sobre información obtenida del diseño de un producto turístico tipo ciclo paseo en la comunidad de

San Vicente concluyendo en investigación específica es decir tenemos que no existe una actividad turística en la comunidad, pero tenemos una infraestructura (ciclovía), y en sus cercanías existen lugares o sitios donde el turista pueda visitar y conocer más sobre el estilo de vida de las comunidades peninsulares demostrando que existen nuevas alternativas de ocio.

## 2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo para lograr el objetivo propuesto se utilizó los siguientes instrumentos para la obtención de información en la investigación científica utilizando técnicas primarias como la encuesta y la entrevista

**Encuesta.-** Esta técnica es fundamental para obtener o recopilar datos e información de turistas, comunidad local y autoridades, a través de preguntas formuladas sobre las variables de la investigación para tener un criterio más amplio y crítico de la investigación; por esta razón, se elabora una selección de preguntas más convenientes, con el fin de conocer las diferentes opiniones de las personas involucradas en el estudio; con la cual se podrá obtener respuestas reales de los hechos que proporcionaría la implementación de la investigación científica considerando, en su gran mayoría, los criterios y opiniones que se tienen al respecto y muy relacionados con el tema de los ciclopaseos turísticos. (Clemente, 2007)

**Entrevista.-** Es una técnica de investigación y se puede definirla como una situación construida o creada con el fin específico de que un individuo pueda expresar, en una conversación o diálogo, ciertas partes esenciales sobre sus referencias pasadas o presentes, así como intenciones o anticipaciones futuras de un problema planteado en la actividad turística. (Canell K. , 2002)

Se la utilizó para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado (turista) con el fin de obtener

información más real del problema investigado sobre el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación la técnica de la entrevista se dio cuando entrevistamos a turistas y autoridades con el fin de averiguar si es factible la implementación de esta propuesta, las preguntas que se realizaron son reales, claras y sencillas para que respondan con sinceridad y honestidad.

De acuerdo, a la conceptualización antes señalada, la técnica utilizada para el desarrollo de la investigación es:

El tipo de entrevista a utilizar es la entrevista **no estructurada**, aquella en la que hay libertad para el entrevistador al plantear las preguntas y para el entrevistado responder sin ninguna limitación. Es una conversación sobre el tema general pero en un ambiente informal.

En la investigación científica se utilizaron dos técnicas para recabar datos reales sobre el segmento de mercado al cual estará enfocado el diseño del producto turístico tipo ciclopaseo en la comunidad de San Vicente, se manejarán entrevistas no estructuradas y encuestas para conocer las perspectivas de las personas involucradas, directamente, con la nueva actividad turística a implementar y los beneficios que representará en un futuro inmediato.

## **2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **2.6.1. Población**

La población o universo **“es el conjunto de elementos que tienen una o más características en común, en un espacio y tiempo determinado sobre los cuales se pueden realizar observaciones”**. Son todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir, también, como el conjunto de todas las unidades de muestreo. (Torres, 2010)

Los individuos pueden ser personas, objetos o acontecimientos en la investigación son los turistas que están interesados en disfrutar del nuevo producto turístico tipo ciclopaseo.

Para realizar la investigación se escogió una muestra en base a una población finita, mediante, estudios anteriores, por consiguiente, el conjunto de turistas que visitaron el Balneario de San Pablo en el feriado de Carnaval en el 2012 según el proyecto de “monitoreo y seguimiento de los resultados de la capacidad de carga turística de los balnearios del Cantón Santa Elena”, efectuado en la playa de San Pablo, un estrato, claramente, definido, quien cumplió expectativas visitando este importante atractivo turístico.

A continuación, se presentan los siguientes cuadros de poblaciones:

**CUADRO N° 4: Turistas que visitaron el Balneario de San Pablo**

<b>Población</b>	<b>N°</b>
<b># Turistas en la playa (Estudio CCT 4806)</b>	16.980
<b>Total</b>	<b>16.980</b>

**Fuente:** Proyecto Monitoreo de Playas - UPSE (2012)

**Elaborado por:** Proyecto Monitoreo de Playas - UPSE (2012)

También, se tomó en cuenta a la población local que está conformado por mil seiscientos habitantes (1.600), según Censo realizado por personal del Seguro Social Campesino Santa Elena – Dispensario San Vicente 4 en el año 2012.

**CUADRO N° 5: Población – Habitantes Comuna San Vicente**

<b>Población</b>	<b>N°</b>
<b># Habitantes</b>	1.600
<b>Total</b>	<b>1.600</b>

**Fuente:** Seguro Social Campesino Santa Elena - Dispensario San Vicente 4 (2012)

**Elaborado por:** Seguro Social Campesino Santa Elena - Dispensario San Vicente 4 (2012)

## 2.6.2. Muestra

La muestra “es el subconjunto representativo de elementos de una población o universo, Una muestra debe tener dos características básicas: tamaño y representatividad”. (Torres, 2010)

Existen, fundamentalmente, dos clases o tipos de muestras y son las siguientes:

- **Muestras probabilísticas**
- **Muestras no probabilísticas**

La diferencia principal entre las dos está en que el muestreo probabilístico hace factible determinar el margen de error posible, mientras, el no probabilístico no ofrece esa posibilidad. Al realizar la investigación se aplicó la **muestra probabilística**, en especial las **muestras aleatorias simples**, ya que serán tomadas al azar, y son las convenientes a utilizar, ya que son las más utilizadas en investigaciones estadísticas, de esta manera, los turistas darán su punto de vista respecto a la creación de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente, ya que así ellos tendrán nuevas alternativas de turismo cuando visiten esta comunidad.

### 2.6.2.1. Determinación del tamaño de la muestra

Para realizar el cálculo de la muestra en este presente estudio se aplicó la siguiente fórmula de población finita, con los siguientes atributos:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$



### CUADRO N° 6: Significado fórmula del tamaño de la muestra.

Dónde:

<b>n</b> =	Tamaño de la muestra.	Sub grupo de elementos de la población que se ha seleccionado para participar en el estudio con la finalidad de obtener información.
<b>P</b> =	Proporción de éxito.	Probabilidad que se cumpla la hipótesis. Criterio del investigador.
<b>Q</b> =	Proporción de fracaso.	Probabilidad que no se cumpla la hipótesis. Criterio del investigador.
<b>Z<sup>2</sup></b> =	Nivel de confianza o significación	Valor de confianza o margen de confiabilidad.
<b>E</b> =	Error estimado de muestreo.	Es aquel que lo determina el investigador en cada estudio, de acuerdo, al problema para el estudio (se calcula en porcentajes y luego se divide para 100, lo que significa en proporciones, esto se hace, porque cada área de la curva normal es uno. Ejemplo: 1% / 100 será 0,01; 2% / 100 será 0,02; 3% / 100 será 0,03; 4% / 100 será 0,04; 5% / 100 será 0,05; etc.
<b>N</b> =	Población o Universo de estudio.	El conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forma el universo para el propósito del problema de investigación de mercado.

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

## 2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.7.1. Número de turistas a encuestar

Cálculo de la fórmula para establecer el número correcto de turistas a encuestar en la comunidad de San Vicente.

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e)^2(N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,80 * 0,20 * 16.980}{(0,08)^2(16.980 - 1) + (1,96)^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,80 * 0,20 * 16.980}{(0,0064)(16.979) + 3,8416 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = \frac{10.436,85888}{108,6656 + 0,614656}$$

$$n = \frac{10.436,85888}{109,280256}$$

$$n = 95,50543952$$

$$n = 96$$

**CUADRO № 7: Datos para aplicar la fórmula del tamaño de la muestra en turistas**

<b>n =</b>	<b>Tamaño de la Muestra.</b>	<b>96</b>
<b>P =</b>	<b>Proporción de Éxito.</b>	<b>0,80</b>
<b>Q =</b>	<b>Proporción de Fracaso.</b>	<b>0,20</b>
<b>Z<sup>2</sup> =</b>	<b>Nivel de Confianza o significación.</b>	<b>1,96</b>
<b>e =</b>	<b>Error estimado de muestreo.</b>	<b>0,08</b>
<b>N =</b>	<b>Población o Universo de estudio.</b>	<b>16.980</b>

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo el número real de las personas a encuestar, el resultado es de 96 turistas en la Comunidad de San Vicente.

**2.7.2. Número de habitantes a encuestar**

Cálculo de la fórmula para establecer el número correcto de habitantes a encuestar en la comunidad de San Vicente.

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e)^2(N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,95 * 0,05 * 1.600}{(0,05)^2(1.600 - 1) + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,95 * 0,05 * 1.600}{(0,0025)(1.599) + 3,8416 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{291,9616}{3,9975 + 0,182476}$$

$$n = \frac{291,9616}{4,179976}$$

$$n = 69,84767377$$

$$n = 70$$

**CUADRO № 8: Datos para aplicar la fórmula del tamaño de la muestra en comunidad local**

<b>n =</b>	<b>Tamaño de la Muestra.</b>	<b>70</b>
<b>P =</b>	<b>Proporción de Éxito.</b>	<b>0,95</b>
<b>Q =</b>	<b>Proporción de Fracaso.</b>	<b>0,05</b>
<b>Z<sup>2</sup> =</b>	<b>Nivel de Confianza o significación.</b>	<b>1,96</b>
<b>e =</b>	<b>Error estimado de muestreo.</b>	<b>0,05</b>
<b>N =</b>	<b>Población o Universo de estudio.</b>	<b>1.600</b>

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo el número real de las personas a encuestar, el resultado es de 70 habitantes de la Comunidad.

## **2.8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS (TURISTAS Y POBLACIÓN)**

En el proceso de realización de encuestas en el proceso de recopilación de datos, no se tuvo ningún inconveniente ya que en el feriado de fieles difuntos se pudo realizar las respectivas encuestas a los turistas que visitaron el balneario de San Pablo sitio estratégico de afluencia de visitantes.

Luego, de unos días se comenzó a aplicar las respectivas encuestas a los habitantes de la Comuna de San Vicente y así terminamos las etapas de encuestas, se procede a la tabulación de los resultados obtenidos en las diferentes preguntas.

Con la obtención información por medio de las encuestas, se procede a utilizar el programa de Microsoft Excel y poder así diseñar tablas estadísticas, se elaboraron diagramas circulares, para luego realizar el análisis e interpretación de resultados, información que permitirá especificar el análisis de la investigación.

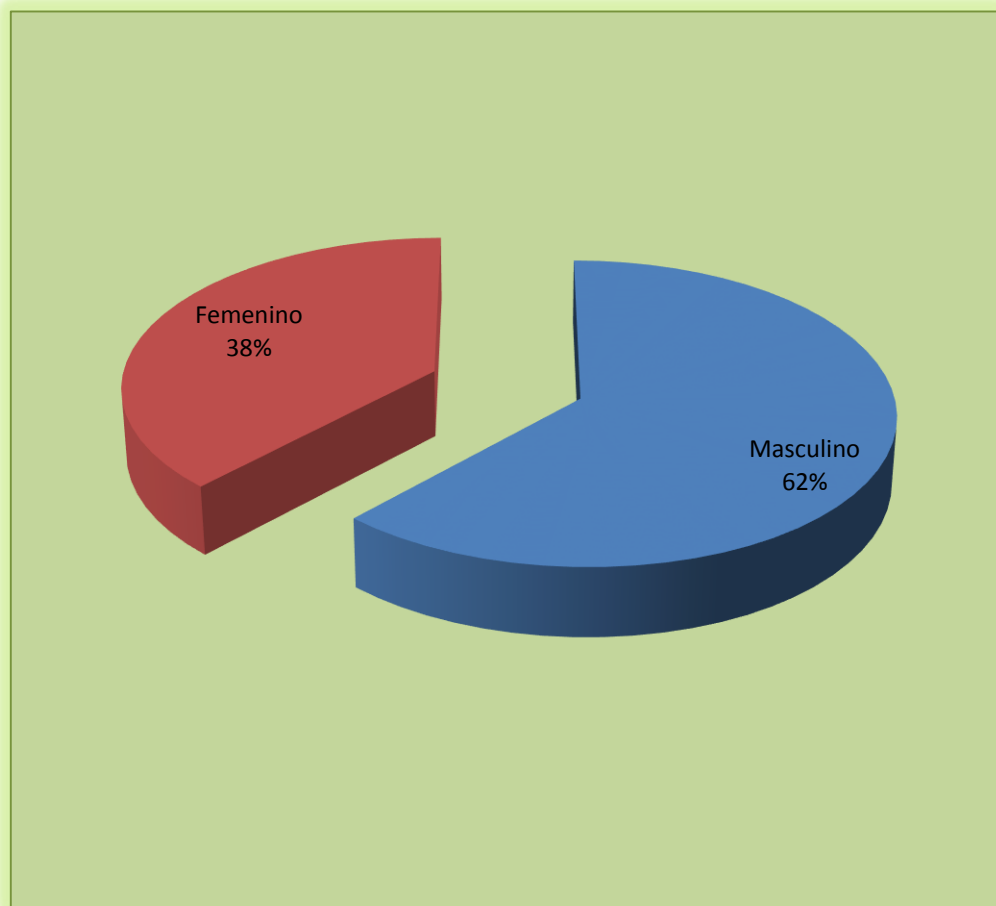
En la investigación de campo se han utilizado el análisis univariado, pero como también, existen preguntas donde se trabaja en base a un nivel bivariado y multivariado con el fin de corroborar y sustentar la investigación realizada.

### **2.8.1. Presentación y análisis de los resultados de la encuesta aplicada a turistas**

Total de turistas encuestado en el feriado de los Fieles Difuntos en el Balneario de San Pablo = 96 personas.

## 1.- Datos generales turistas

GRÁFICO Nº 1: – Sexo

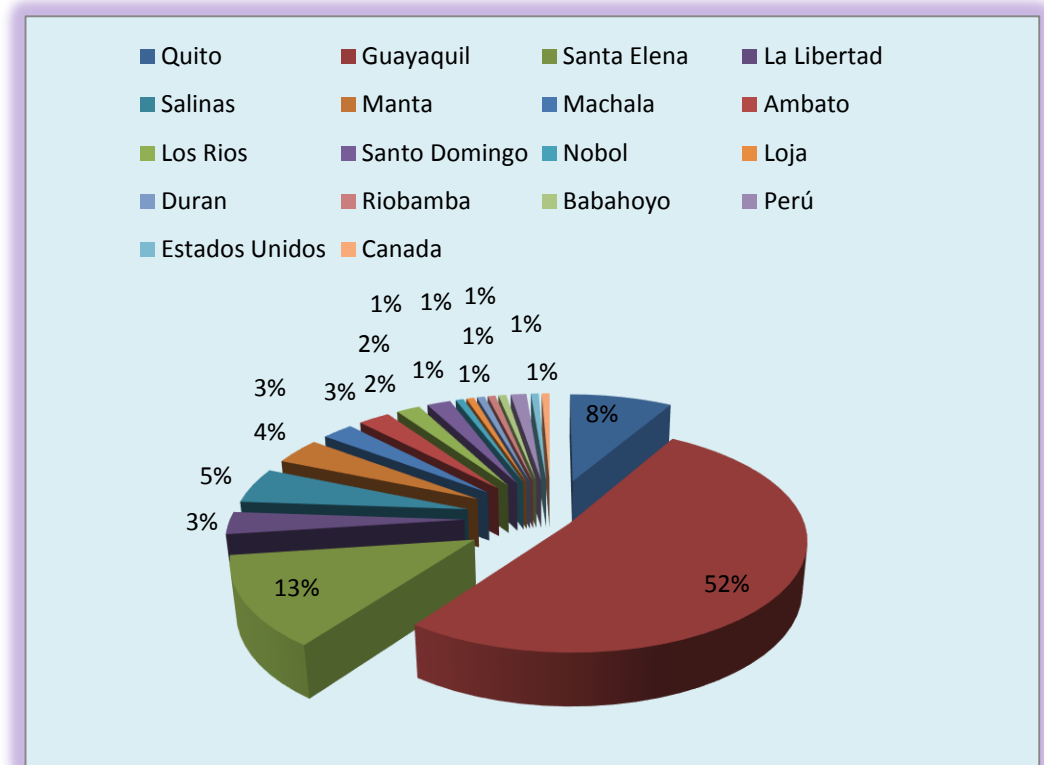


**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En el siguiente análisis estadístico el mayor porcentaje de encuestados, es decir, el 62% son de sexo masculino, esto se indicó, mediante, el estudio realizado que la gran mayoría de los varones utilizan una bicicleta y estarán predispuestos a desplazarse para conocer nuevos lugares, entablando amistad con habitantes de la comunidad y así lograron divertirse y salir de la rutina, y el 38% son mujeres quienes en un mínimo porcentaje nunca aprendieron a manejar este tipo de vehículos, pero a las que sí pedalean les gustaría participar de los ciclopaseos, a todos les alegra visitar atractivos turísticos en la provincia de Santa Elena.

## 2.- Lugar de Procedencia turistas

GRÁFICO Nº 2: - Procedencia de turistas



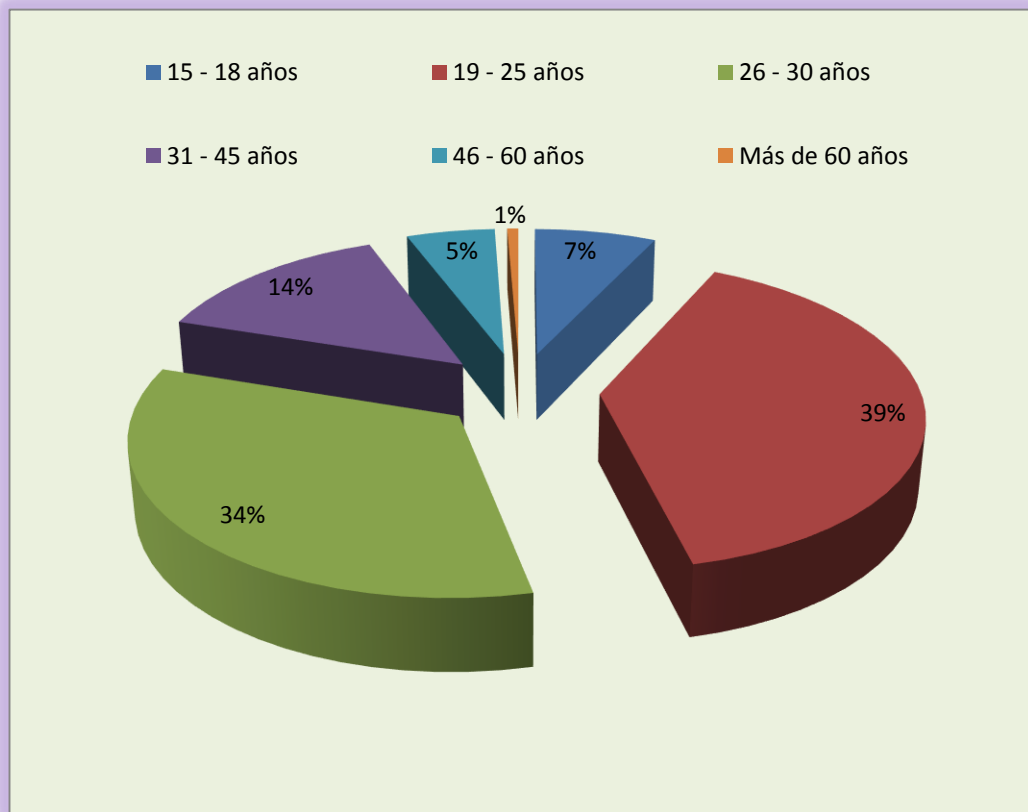
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

La mayor cantidad de turistas, es decir, el 52% de los encuestados en el feriado de los fieles difuntos en la comunidad de San Pablo, provienen de la ciudad de Guayaquil ya que los balnearios de la Provincia fueron visitados, en esa época, por los habitantes de esa importante ciudad del país, este dato sirvió para dar a conocer que ellos utilizarían los ciclopaseos como una forma de distensión del ambiente del cual provienen, ya que es muy ajetreado, ellos buscaron paz y tranquilidad. Otro grupo fuerte de encuestados, es decir, el 8% arribaron de la ciudad de Quito, ellos utilizaron la ciclovía en la capital para trasladarse a sus puestos de trabajo, son un ejemplo cuando utilizaron de este medio de transporte, se sintieron contentos al conocer los sitios turísticos que se ofertan en las comunidades.

### 3.- Edad turistas encuestados

**GRÁFICO Nº 3: - Edad turistas**



**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

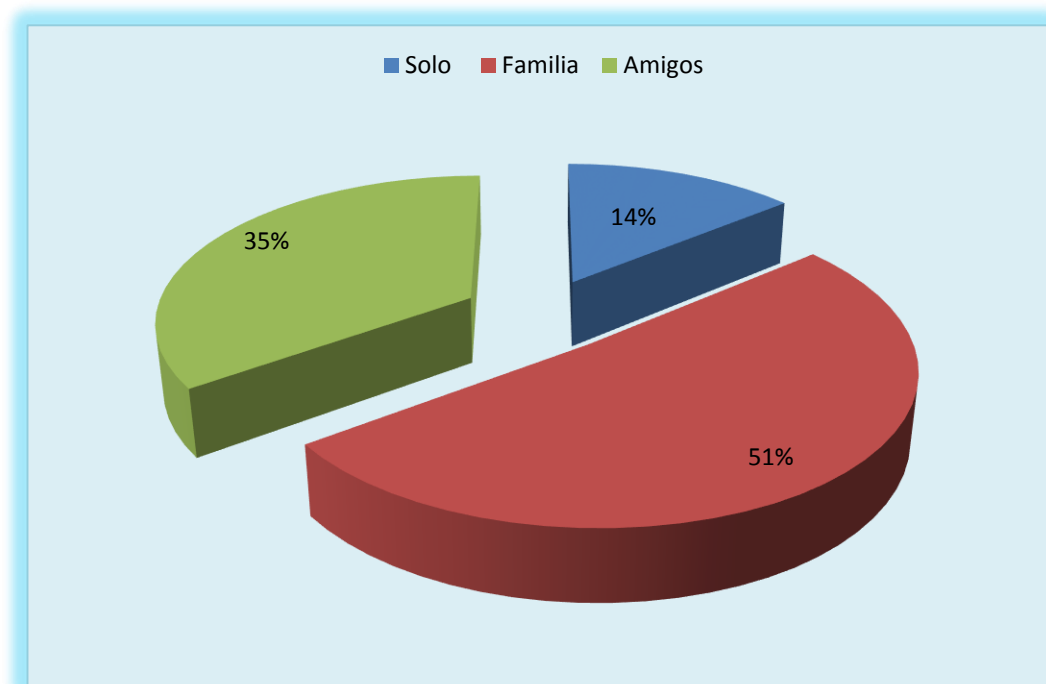
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En el levantamiento de las encuestas a turistas en el balneario de la Comunidad de San Pablo, las personas en un rango de edades de 19 a 25 años, constituyeron el 39%, este dato significó que ellos están capacitados para recorrer la ciclovía por un lapso de dos horas para conocer los sitios turísticos de las localidades, esta tipología de turistas jóvenes y adultos significaron una perspectiva más amplia y así conocieron sobre atractivos turísticos a visitar en la Provincia de Santa Elena. Todos estos turistas se sintieron emocionados al visitar las comunidades, disfrutaron de paisajes, gastronomía y todos los servicios que se ofertaron para ellos, segmento vital para la utilización de los ciclopaseos turísticos.



#### 4.- Número de personas que le acompañan en el viaje

GRÁFICO Nº 4: - Usted Viaja

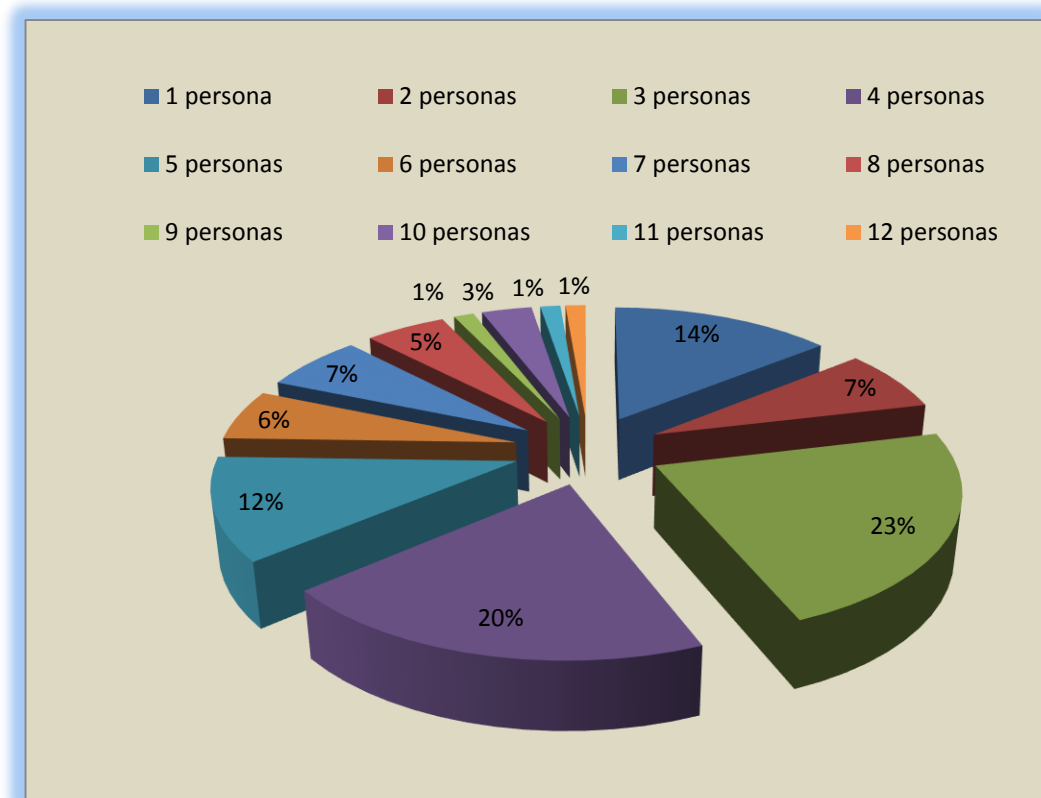


**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En mayoría, el equivalente es 51% del grupo de turistas que visitó el balneario de San Pablo, viajó en familia, ya que en el feriado se reunieron y viajaron a las hermosas playas que oferta la Provincia de Santa Elena, en grupos de amigos es del 35%, en muchos casos, son amigos de colegio, universidad o de trabajo quienes prepararon su viaje con antelación, ellos disfrutaron de la playa en el día y por la tarde visitaron comunidades peninsulares donde se tiene la costumbre de obsequiar panes a los visitantes y otras personas, el 14% estuvieron solos en busca de nuevas alternativas de turismo y de aventura. En consideración, a la información, cuando existen grupos familiares o de amigos se les puede incentivar para que utilicen los servicios de los ciclopaseos, brindándoles un buen servicio. Se transformaron en voceros de esta nueva alternativa de ocio y así comentaron e incrementaron los usuarios que viajan a la provincia.

## 5.- ¿Con cuántas personas anda en su grupo de viaje?

**GRÁFICO Nº 5: - Grupo de turistas**



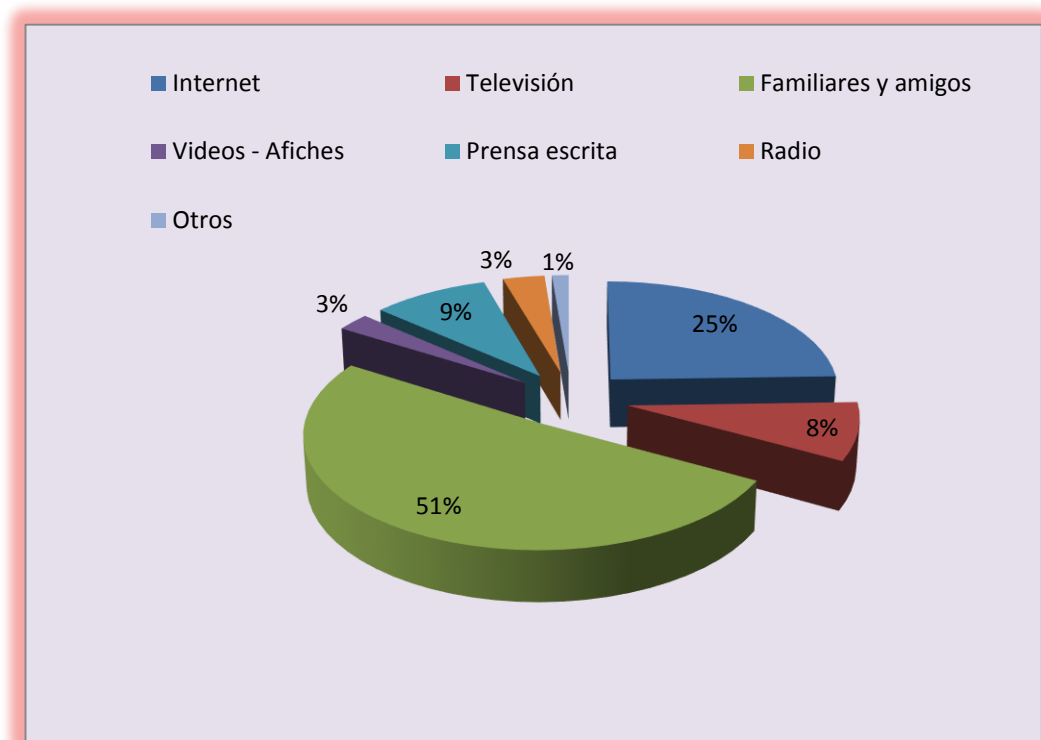
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Las personas se desplazaron a visitar los atractivos turísticos que se ofertaron en Santa Elena, en cuanto, estuvieron en grupos de 3 y 4 personas, su mayor proporción fue entre el 23 y 20 %, ya que si no cumplieron sus perspectivas en el lugar visitado, buscaron nuevas alternativas de lugares o atractivos para visitar; en grupos de 5 personas, también, se unieron para visitar lugares turísticos, y en grupos menores de 2, 6 , 7 hasta 12 personas; muchos de estos individuos que estuvieron en grupos más elevados tuvieron como prioridad visitar un solo sitio o atractivo turístico por día, y personas que estuvieron solas en un 14%, se caracterizaron por ser aventureros y visitar varios atractivos turísticos a lo largo del día como los que cuenta el nuevo producto turístico.

**6.- ¿Mediante qué medios informativos obtuvo información de la comunidad?**

**GRÁFICO Nº 6: - Medios de obtención de información**



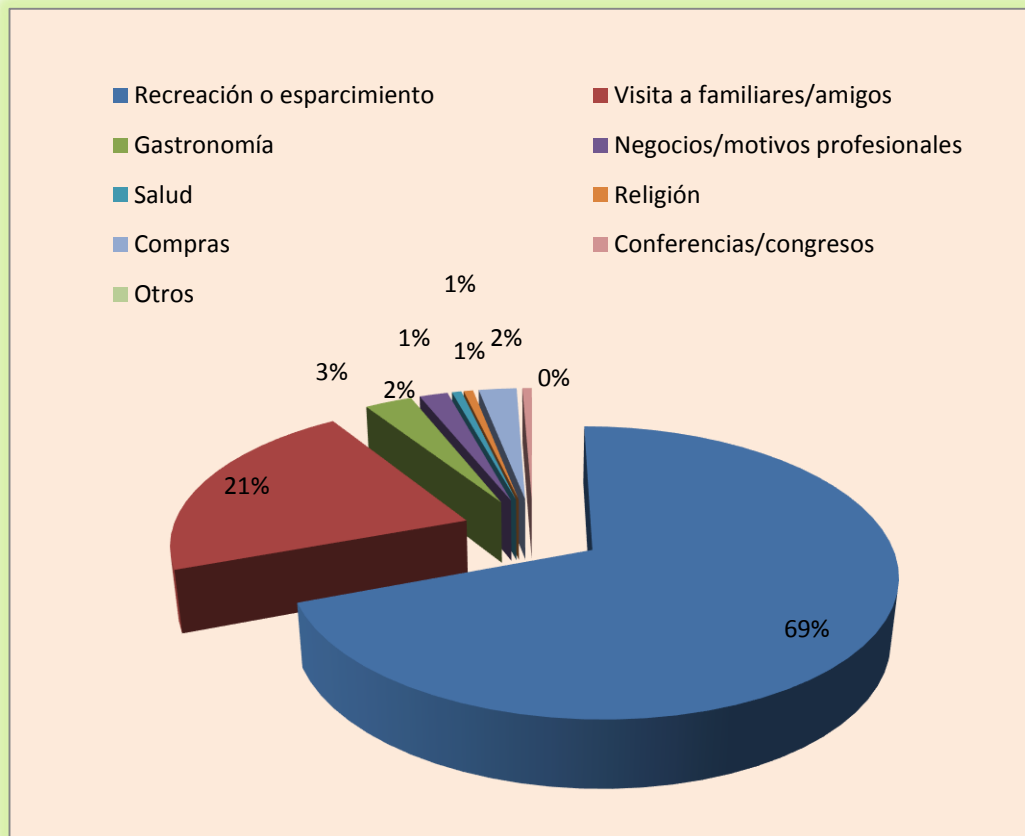
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

La mayor parte de los turistas que visitaron la comunidad, es decir, el 51% obtuvieron información por medio de familiares y amigos, que viven o se trasladaron a la comunidad en feriados o fechas especiales, otro grupo de turistas adquirieron información de atractivos turísticos por medio de fuentes en Ynternet, en porcentajes menores recibieron información por medio de la televisión, videos y prensa escrita y por viajes a la ruta del sol, o porque siempre viajaron por la vía principal hacia la comunidad donde pudieron disfrutar de un periodo de descanso. Estas respuestas nos indicaron, cuáles pueden ser los principales medios masivos en los cuales las personas recibieron información para preparar su viaje.

## 7.- Principales motivos de viaje

GRÁFICO Nº 7: - Motivo de la visita



Fuente: Encuesta a turistas (2014)

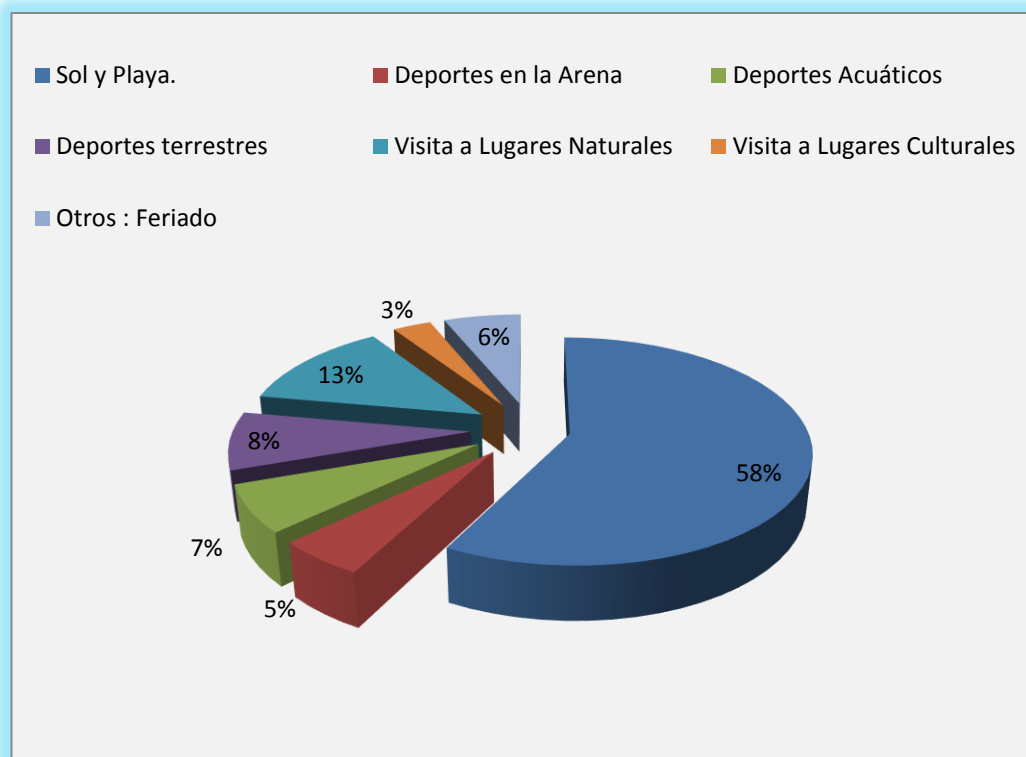
Elaborado por: Suárez, F (2014)

Los principales motivos que tuvieron los turistas al visitar el balneario fueron de recreación y esparcimiento en un 69%, estos turistas disfrutaron de las alternativas que le ofreció la extensa playa de la comunidad, un 21% visitó a familiares o amigos que en el feriado tuvieron, y tienen por costumbre la de colocar, las tradicionales mesas de difuntos y así compartieron con los visitantes sus costumbres y tradiciones, en porcentajes mínimos, nos visitaron por gastronomía, negocios, etc.

Como la nueva alternativa de turismo tipo ciclopaseo que se ofertará tiene como finalidad, la recreación, es muy conveniente ejecutar el proyecto y así acoger a estos turistas que son mayoría.

## 8.- Actividades a realizar en el viaje

**GRÁFICO Nº 8: - Actividad desarrollada**



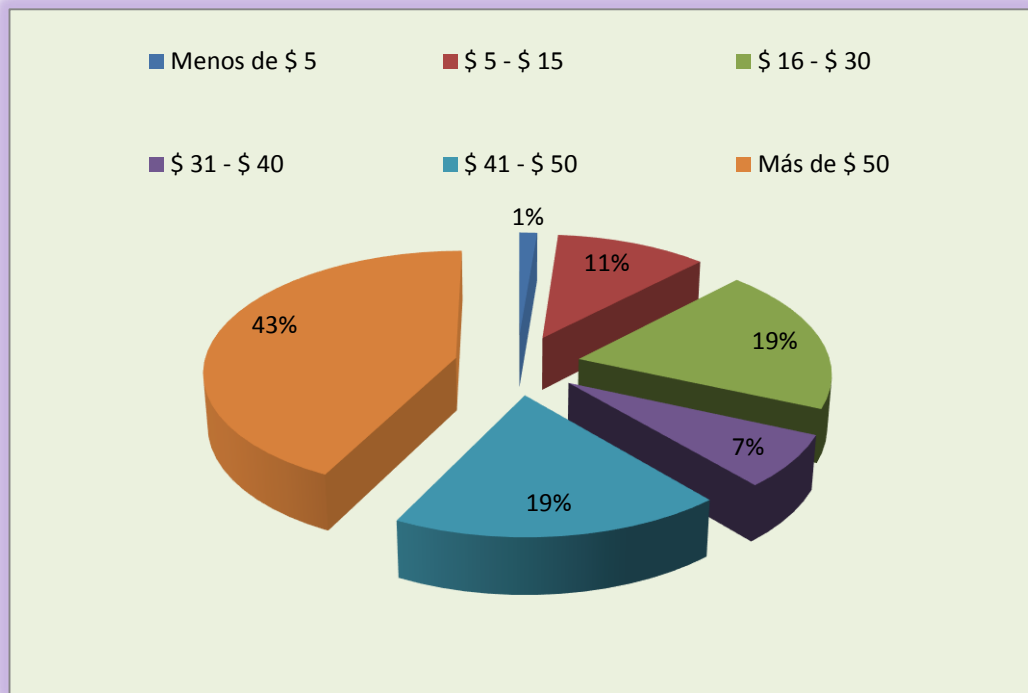
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El mayor porcentaje los turistas escogieron varias alternativas, pero lo que predominó fue la realización de actividades de sol y playa en el mayor porcentaje de la encuesta, que consistió en disfrutar del mar y descansar sobre la arena, un grupo de turistas visitaron lugares o comunidades que cuenten con sitios o atractivos naturales, en porcentaje mínimo los turistas realizaron deportes terrestres como fútbol y volley playero, deportes acuáticos como: viajes en banana o motos acuáticas, visitaron lugares culturales como museos o iglesias y lo primordial que, buscaron descansar de la vida cotidiana. Uno de los atractivos que se unieron al producto turístico es el de disfrutar del complejo turístico de aguas termales en Baños de San Vicente, es por eso, que se tendrá la acogida necesaria en el proyecto.

**9.- El gasto promedio diario de su permanencia en la comunidad oscila entre:**

**GRÁFICO N° 9: - Gasto promedio diario**

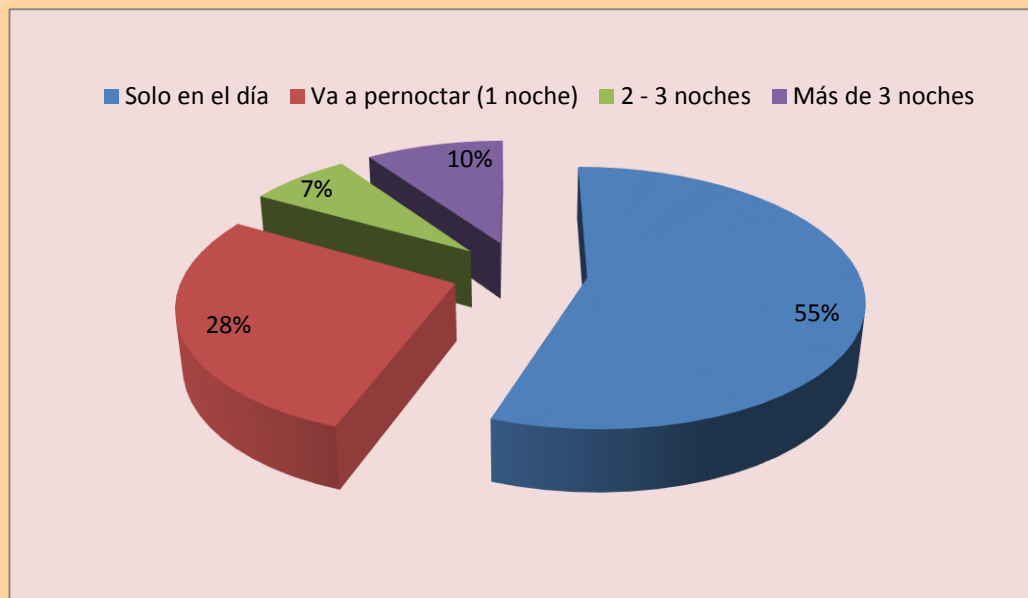


**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Muchos turistas visitaron el balneario en grupo mayoritario de personas y por esa razón, el gasto promedio diario en la comunidad fue de más de \$50, dos grupos de encuestados coincidieron con gastos entre \$16 - \$30 y \$41 -\$50, ya que en el transcurso de su visita alquilaron una carpa para agruparse en familia u amigos, compraron almuerzos, artesanías, etc. Otros grupos de turistas que visitaron el balneario expresaron que sus gastos promediaron entre \$5 - \$15 y \$31 - \$40 estos individuos fueron precavidos, ya que solo gastaron en lo indispensable: carpas y otros pequeños gastos, siempre, tienden a traer alimentos preparados desde sus hogares y un pequeño porcentaje considerado; turistas locales gastaron menos de \$5, sólo en gastos de traslado. Estos datos conllevan a que las personas que adquieran el paquete de los ciclopaseos tendrán el poder adquisitivo necesario, considerados turistas potenciales.

## 10.- Permanencia en el sitio de destino

**GRÁFICO N° 10: - Permanencia en el lugar**



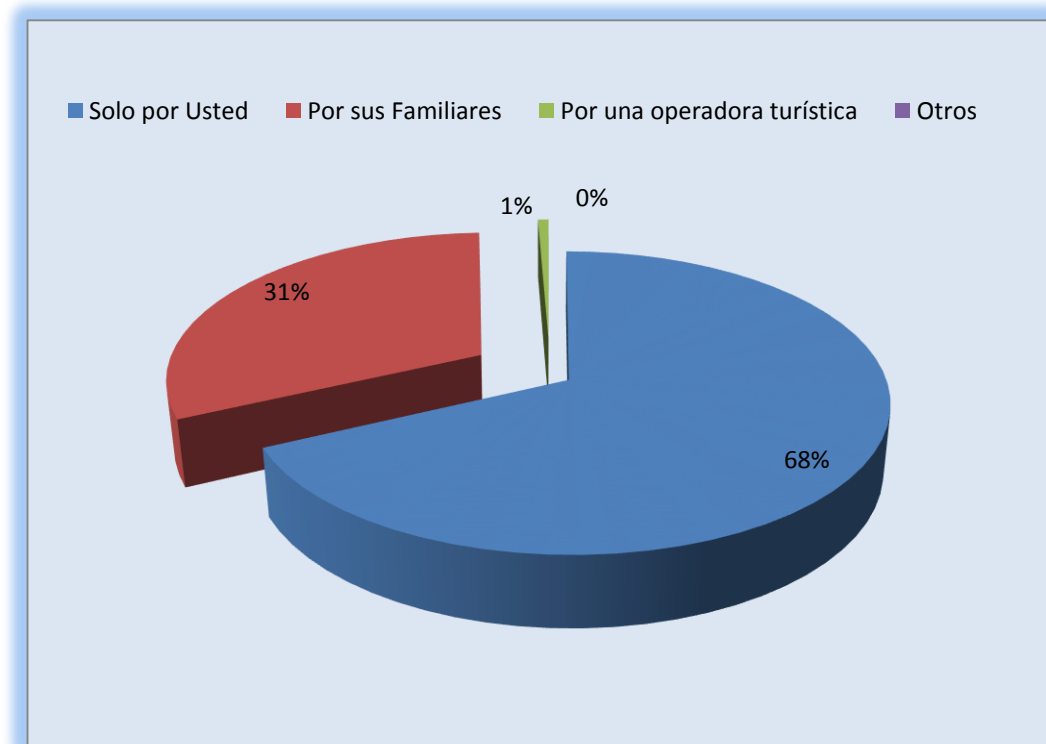
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

La gran mayoría de turistas, es decir, un 55% permaneció en la comunidad por el lapso de tiempo de 1 día; muchos buscan alternativas de hospedaje en otras comunidades, ya que en San Pablo, recién se estuvieron creando establecimientos de hospedaje, otro grupo de encuestados pernoctó (1 noche) y lo realizaron en los pocos lugares que brindan el servicio de hospedaje o le solicitaron hospedaje a familiares o amigos; un conjunto de visitantes permanecieron más tiempo en la comunidad entre 2 y más de 3 noches ya que tienen familiares que les facilitaron un lugar para poder pernoctar y ellos pudieron conocer algunos atractivos turísticos que existen en comunidades peninsulares. Al reconocer estos datos se puede apreciar que los turistas estuvieron dispuestos a visitar varios atractivos en un día, es de vital importancia ya que con los ciclopaseos turísticos se prevé que conozcan tres comunidades y lo más representativo de cada uno de ellas y lo más importante el recorrido tiene la duración de pocas horas.

## 11.- El actual viaje fue preparado

GRÁFICO Nº 11: - Viaje preparado por



Fuente: Encuesta a turistas (2014)

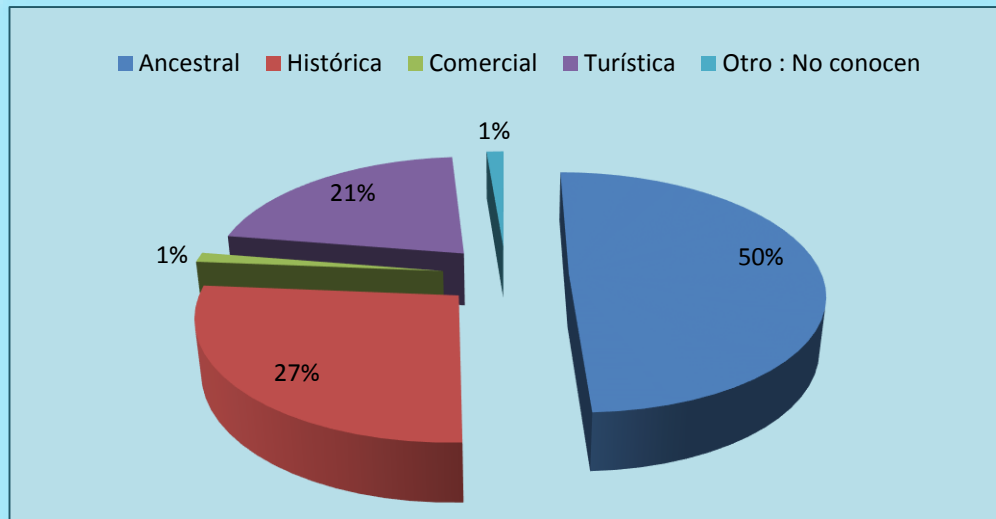
Elaborado por: Suárez, F (2014)

En el levantamiento de información se pudo conocer que los viajes en un 68% fueron preparados por la persona encuestada, ellos decidieron, qué ciudad visitar en alguna fecha especial o en feriados y siempre, buscan balnearios costeros, en especial, las paradisíacas playas de la provincia de Santa Elena fue en un 31%, los traslados o viajes fueron preparados por algún familiar, ya que ellos con anticipación investigan sobre el lugar idóneo a visitar cuando se reunieron en el entorno familiar, un pequeño porcentaje realizó contactos anticipados con una operadora turística de las pocas existentes en la provincia, en conclusión, los viajes son preparados por el turista en cuestión. Esto nos beneficia ya que en las campañas de promoción y publicidad se dirigirá hasta estas personas de forma directa entregando hojas volantes dándoles a conocer el nuevo producto turístico.



## 12.- San Vicente es reconocida como una comunidad

**GRÁFICO N.º 12: - San Vicente es una comunidad**



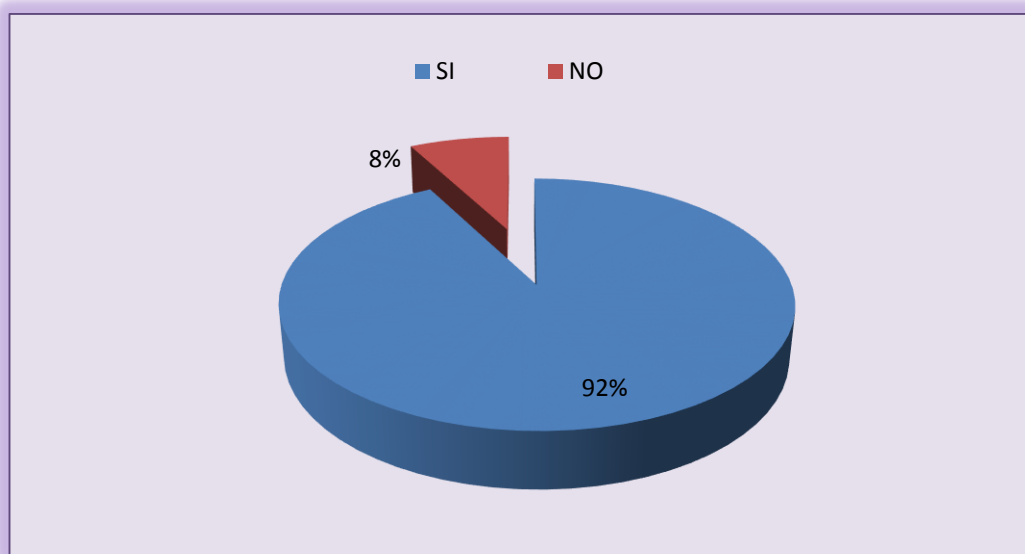
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Una de las interrogantes que se planteó en la encuesta de recolección de información fue conocer datos sobre la comunidad de San Vicente, de ella se pudo conocer que la mayoría de los encuestados mencionaron que es una comunidad ancestral, dentro del cantón Santa Elena, otro grupo indicó que es una comunidad histórica ya que en el pasado, por este sector, transitó el ferrocarril, desde la ciudad de Guayaquil, unas personas coincidieron que se trataba de una comunidad turística, muchos turistas estuvieron confundidos a la hora de brindar su respuesta, ya que ellos pensaron que se trataba de la comunidad hermana de Baños de San Vicente que cuenta con el Complejo de Aguas Termales, que también, forma parte del recorrido de los ciclopaseos, en mínimo porcentaje coincidieron en dos alternativas: comunidad comercial y otros, que no conocen la comunidad, en mención. Estos datos brindaron la perspectiva que tienen de San Vicente y de las comunidades vecinas, la misión del proyecto es dar a conocer que existen otras alternativas de turismo que se pueden utilizar cuando visiten la provincia.

**13.- La comunidad de San Vicente debería tener una actividad turística tipo ciclopaseo.**

**GRÁFICO Nº 13: - La comunidad debería tener una actividad tipo ciclopaseo**



**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la investigación que se realizó, los turistas que transitaron por la autopista Guayaquil – Salinas y que ingresaron por la ruta San Vicente – San Pablo, y conocieron la Comunidad de San Vicente en una proporción elevada, en el transcurso de su viaje observaron que existe una ciclovía en un extremo de la autopista y mencionaron que debería existir una actividad turística tipo ciclopaseo, como una forma de brindar nuevas opciones de ocio a turistas, para poder conocer los atractivos turísticos de cada una de las comunas, realizando ejercicios y en un porcentaje mínimo indicó que no se debería implementar esta nueva actividad turística, ya que mencionaron que la comunidad no se encuentra preparada para poder brindar un buen servicio turístico. Al percibir estas versiones nos dan la pauta para crecer en la actividad turística, capacitando a las personas que laboran, alrededor del proyecto turístico. Y en mayor apreciación, los turistas indicaron que tenemos que sacarle el mayor provecho a la ciclovía.

#### 14.- ¿Qué tipos de atractivos turísticos podría ofertar San Vicente?

**GRÁFICO Nº 14: - Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente**



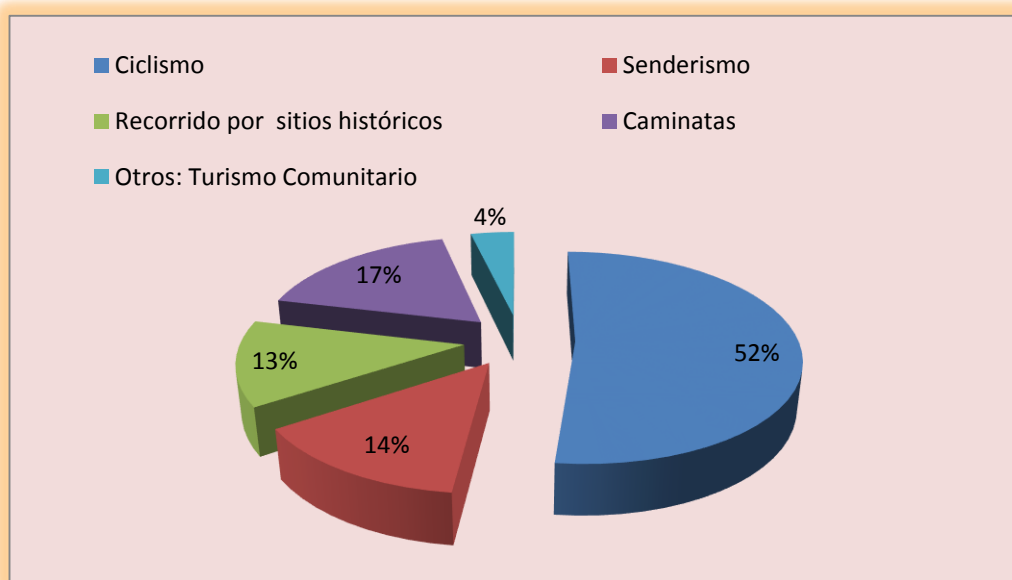
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la Comunidad de San Vicente, el mayor grupo de turistas encuestados que conocieron información de la comunidad mencionó que se podrían ofertar, sitios naturales como bosques, en los cuales existe variedad de aves, y que les interesaría conocer, otra alternativa pudo ser: las huertas o cultivos que tienen muchos comuneros, en los cuales, siembran variedad de árboles frutales, ornamentales, medicinales, etc. Entonces, se deben cuidar los espacios verdes que tienen las comunidades, ya que a los turistas les gusta este tipo de entornos, a lo largo del recorrido de la ciclovía se encuentran arbustos ornamentales que emanan un aroma excelente e influye para que el ciclista siga pedaleando hasta llegar a su destino.

A otro grupo de encuestados, les gustó conocer manifestaciones culturales existentes en la comunidad, como festividades locales, coincidieron que en el feriado de fieles difuntos los habitantes de este sector de la provincia tienen la costumbre de obsequiar piezas de pan o brindar alimentos a las personas que visitaron sus hogares. Esto aporta en el proyecto, ya que las familias de las comunas son excelentes anfitriones siendo beneficioso en el turismo.

## 15.- Actividades turísticas a utilizar en la comunidad de San Vicente

**GRÁFICO Nº 15: - Actividades turísticas en San Vicente**



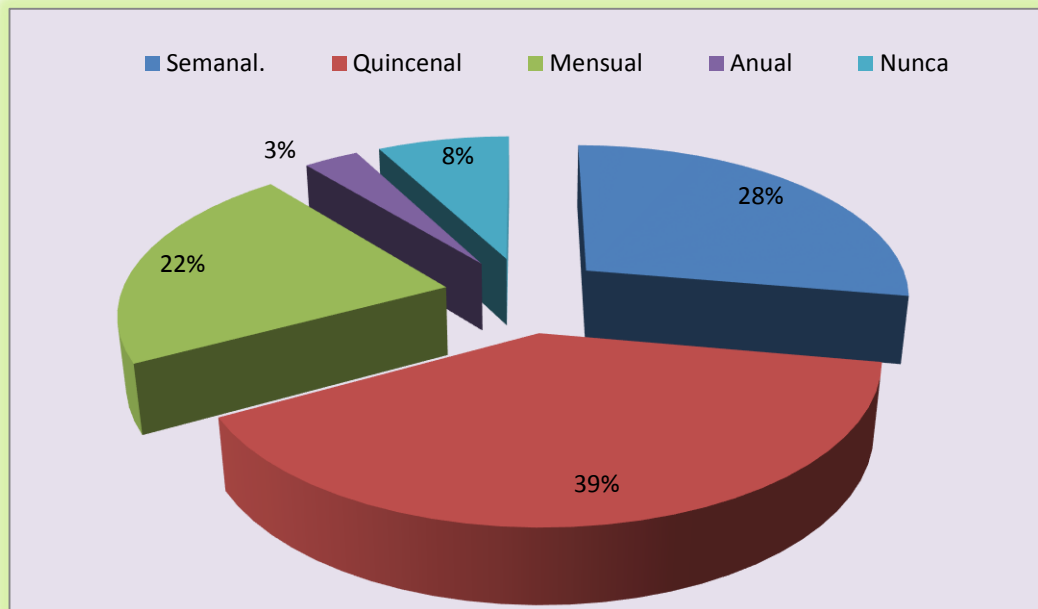
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Al conocer que la autopista San Vicente – San Pablo tiene ciclovía, en un 52% mencionaron que les gustaría realizar ciclismo por esta vía, exclusiva para bicicletas; a otro porcentaje le gustaría realizar caminatas o trotar por la ciclovía, siendo una forma de realizar ejercicios y mantenerse en buen estado físico, un grupo de encuestados indicó sobre el conocimiento de senderos en la comunidad, en especial, el que conduce a la comuna de Baños de San Vicente hacia el Complejo de Aguas Termales, a un grupo de turistas les gustaría recorrer sitios históricos como el pozo somero de agua dulce y los tradicionales hornos de barro que existen en la comunidad y a un mínimo, pero importante segmento le gustaría realizar alternativas de turismo comunitario. Estos datos indican que los turistas están interesados en los ciclopaseos, visitando atractivos turísticos naturales y culturales por senderos, se puede caminar y subir elevaciones y se estaría contribuyendo en turismo comunitario, se pueden realizar todas estas acciones en un solo momento, gracias al proyecto.

## 16.- ¿Con qué frecuencia se deberían realizar los ciclopaseos?

**GRÁFICO Nº 16: - Frecuencia de los ciclopaseos turísticos**



**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

A los turistas que les gustó la alternativa de los ciclopaseos turísticos, el mayor porcentaje estaría dispuesto a practicar en esta opción de turismo cada 15 días, porque muchos visitaron los balnearios de la península en el transcurso de este lapso de tiempo, otro grupo coincidió que en la gran ciudad de Quito se realizaron ciclopaseos todas las semanas y que para tener acogida, por parte, de visitantes se debió implementar, con frecuencia, esta alternativa turística, otras personas mencionaron que ellos viajaron por lo menos una vez al mes hasta la provincia y esto sería la periodicidad de tiempo para realizar la actividad turística. Un pequeño porcentaje de turistas indicó que nunca realizó esta actividad ya que no maniobran las bicicletas; y un grupo minoritario, por lo menos, visita la provincia una vez al año. Lo más aconsejable es realizar los ciclopaseos turísticos los fines de semana cuando los turistas ingresan a la provincia y son estos días los de mayor afluencia, en especial, los feriados declarados en el país, cuando muchos turistas visitan los balnearios locales.

## 17.- Al realizar sus viajes prefieren:

**GRÁFICO N° 17: - En sus viajes prefiere**



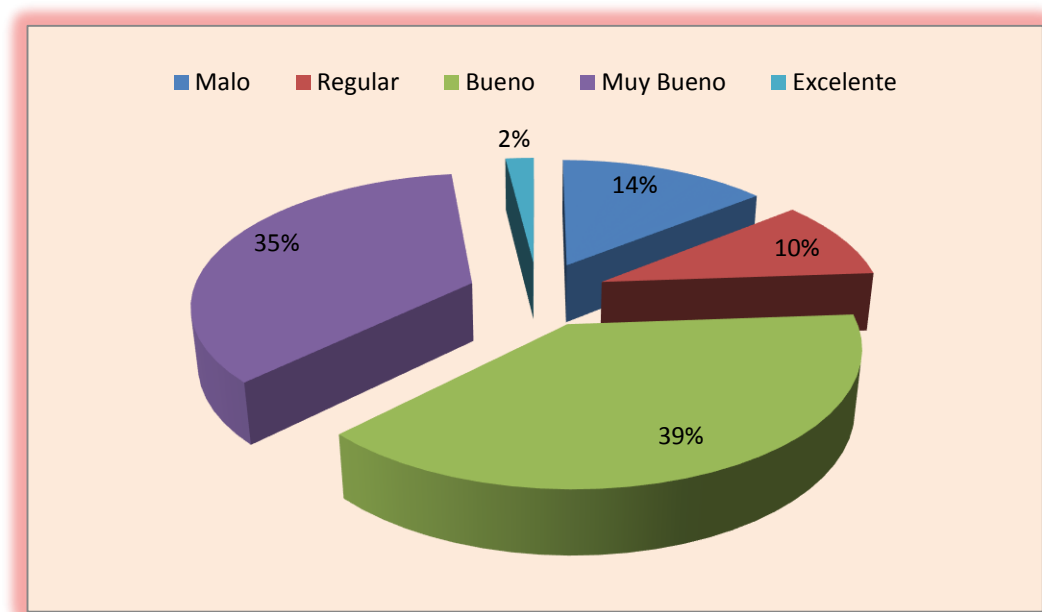
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El mayor grupo de turistas encuestados realizó actividades por cuenta propia, ya que les gusta conocer por sus propios medios lugares o sitios turísticos, otro porcentaje no tuvo preferencias al visitar un atractivo turístico, suelen ir solos o acompañados de amigos, familiares o un guía turístico local; un pequeño conjunto de visitantes realizó actividades acompañados de un guía ya que estos profesionales conocen el entorno, poseen contactos con personas o empresas que pueden facilitar la estadía del excursionista en los atractivos turísticos que visitan, un pequeño grupo prefirió realizar actividades en unión de amigos para poder interactuar en conjunto y afianzar sus relaciones personales. Este dato no es de beneficio para el proyecto, pero se capacitarán guías nativos comunitarios para que brinden el servicio en los ciclopaseos, así los turistas no viajarán solos y conocerán mejor los atractivos turísticos de las comunas, en las cuales se implementará el proyecto turístico.

**18.- A su criterio las expectativas sobre la comunidad en lo que respecta a experiencias vividas fueron cumplidas**

**GRÁFICO N.º 18: - Experiencias vividas fueron cumplidas**



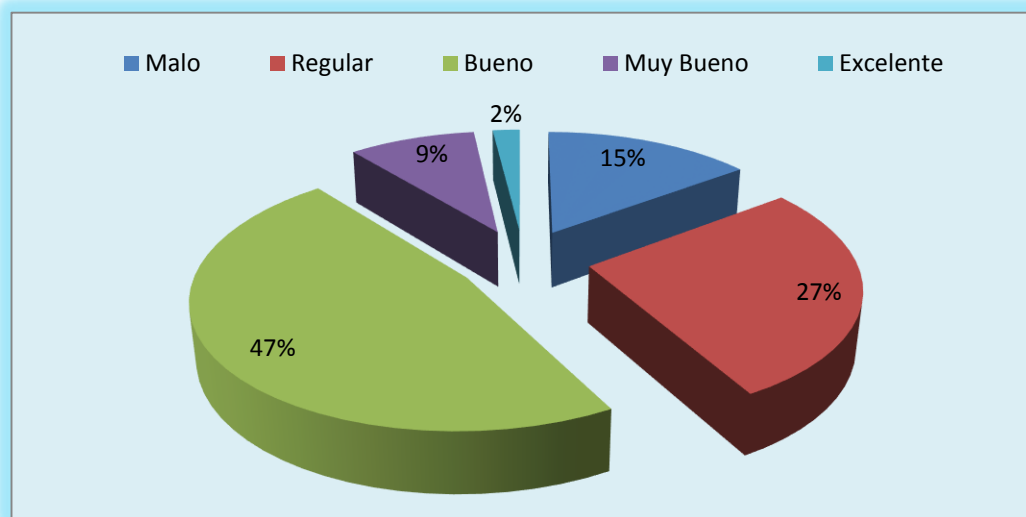
**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Cuando se visitó el balneario de San Pablo, los turistas en lo que respecta a expectativas sobre la comunidad, en lo que concierne a experiencias vividas cumplidas, el mayor grupo de encuestados indicó como “bueno”, en la percepción del consumo de bienes o servicios adquiridos en la comunidad, otro porcentaje calificó como “muy bueno” su visita al balneario en base a las experiencias adquiridas en el transcurso del viaje, un conjunto de visitantes mencionó “como malo” en la prestación de los servicios, por parte de los prestadores de servicios turísticos en la comunidad, una congregación de turistas estimó de “regular” las experiencias adquiridas en el lapso de tiempo que estuvieron en la comunidad y un mínimo porcentaje coincidió como “excelente” su estadía, pero si se desea mejorar en calidad de servicio prestado, para ser considerados como comunidad turística, se deben adecuar mejor los locales que brindan el servicio turístico y mejorar el servicio en cumplimiento a las experiencias de turistas.

**19.- Piensa que la información recibida sobre atractivos o actividades turísticas son lo suficiente para poder acceder a la comunidad de San Vicente**

**GRÁFICO Nº 19: - Información recibida sobre atractivos o actividades turísticas en San Vicente**



**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)

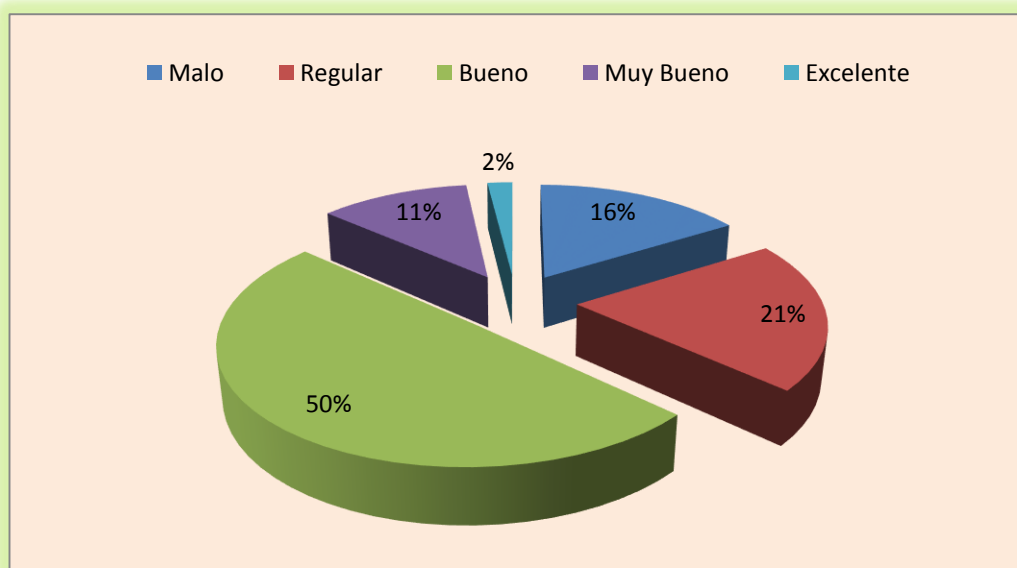
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En lo que se refiere a información recibida sobre atractivos o actividades turísticas en las diferentes comunidades de la provincia de Santa Elena, el mayor grupo de encuestados determinó como “buena” la información adquirida por medio de fuentes informativas como: Yinternet, radio, televisión, etc., unos visitantes establecieron como “regular” la información adquirida sobre atractivos turísticos, ya que no existen avisos en fuentes de información que mencionen nuevas alternativas de ocio; otros turistas estimaron como “mala” y no veraz la información obtenida en el transcurso del viaje, porcentajes mínimos consideraron como “muy bueno” y “excelente” a la información adquirida, se debe mejorar en este aspecto ya que si se quiere que los turistas nacionales e internacionales visiten la provincia, se debe brindar información real y veraz sobre atractivos o actividades turísticas a ofertar. Esta revelación indica que se debe mejorar a la hora de brindar información por los diversos medios para no tener inconvenientes con los turistas.



**20.- ¿Cuál fue su percepción sobre la variedad de alternativas turísticas que oferta, actualmente, la comuna de San Vicente?**

**GRÁFICO N° 20: - Percepción sobre la variedad de alternativas turísticas en San Vicente**



**Fuente:** Encuesta a turistas (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

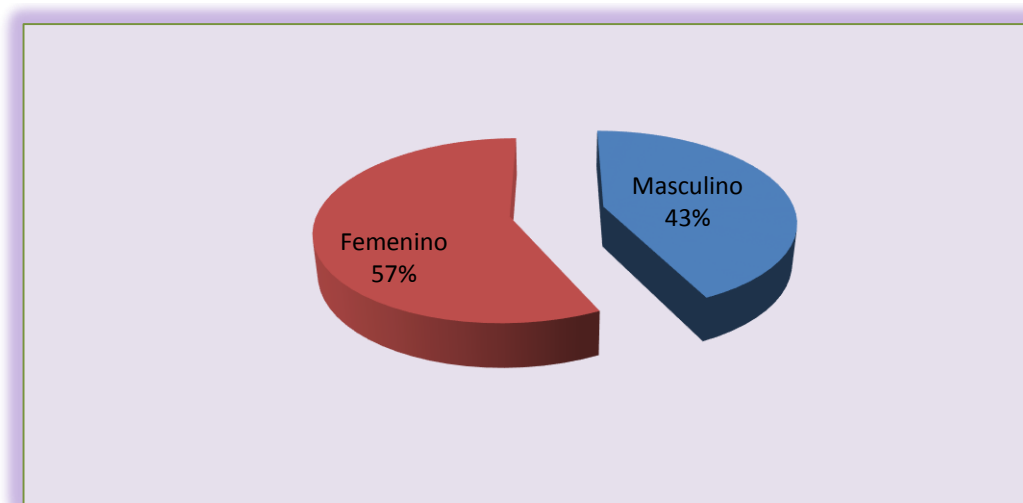
En lo que se puede describir, respecto a la percepción sobre la variedad de alternativas a ofertar, la mayoría de encuestados indicó como “bueno” su apreciación sobre los sitios turísticos que ofrece la comunidad, ya que no la conocen y les gustaría disfrutar de nuevas alternativas de turismo local, un segmento de encuestados tuvo la sensación de “regular” la variedad de que existen, es por eso, el mejoramiento de las opciones de recreación o esparcimiento con las que cuentan las comunidades, un fragmento de visitantes encuestados asumió la impresión de que las elecciones de turismo fueron “malo” y “muy bueno”, pero son datos que indican que se debe mejorar en este aspecto, para que el flujo de turistas sea mayor cada día; y una porción mínima de visitantes mencionó que la variedad de posibilidades era “excelente” ya que conocen muy poco de los atractivos turísticos que existen en la provincia de Santa Elena.

## 2.8.2. Presentación y análisis de los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad de San Vicente

Total de población encuestada en la Comuna de San Vicente = 70 personas.

### 21.- Datos generales comunidad

**GRÁFICO Nº 21: - Sexo**



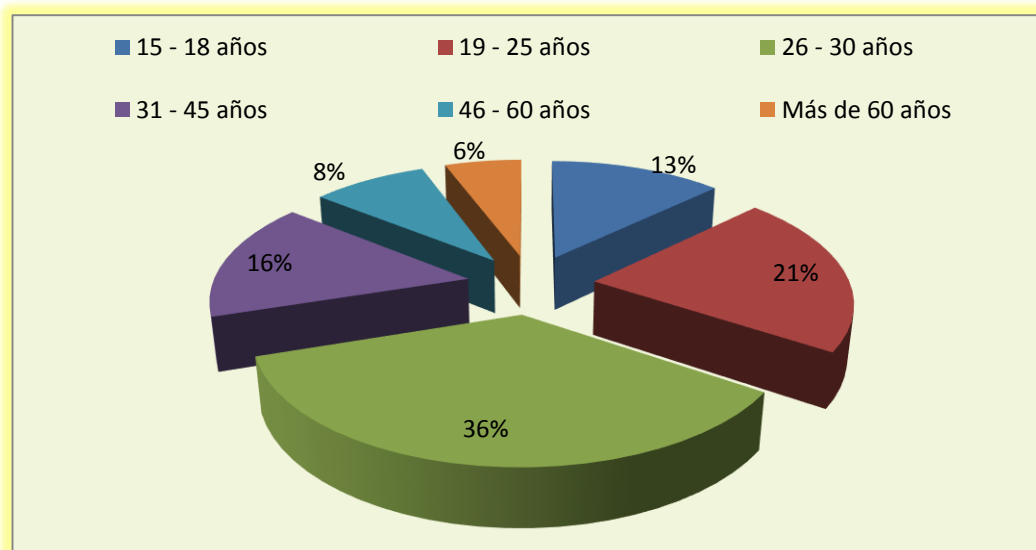
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Cuando se levantó la información en la Comunidad de San Vicente se conocieron las perspectivas que poseen los habitantes locales, respecto al proyecto planteado, la mayor parte de encuestados, fueron de sexo femenino, ya que en el proceso de recolección de datos son las personas que quedan a cargo del hogar en el día y parte de la tarde, son señoras, amas de casa, quienes nos facilitaron información para la elaboración del trabajo de investigación, personas que coincidieron de “excelente” al proyecto, que se pretende implementar en la comunidad, otro porcentaje de personas de sexo masculino, en su gran mayoría, personas de la tercera edad o jubilados a quienes les interesó el diseño de un producto turístico en la comunidad. A todos los encuestados les agrado el primer proyecto turístico que se desarrolla en la comunidad por la acogida que tendrá de parte de la misma comunidad y de los turistas nacionales e internacionales.

## 22.- Edad encuestados comunidad

**GRÁFICO Nº 22: - Edad comunidad**



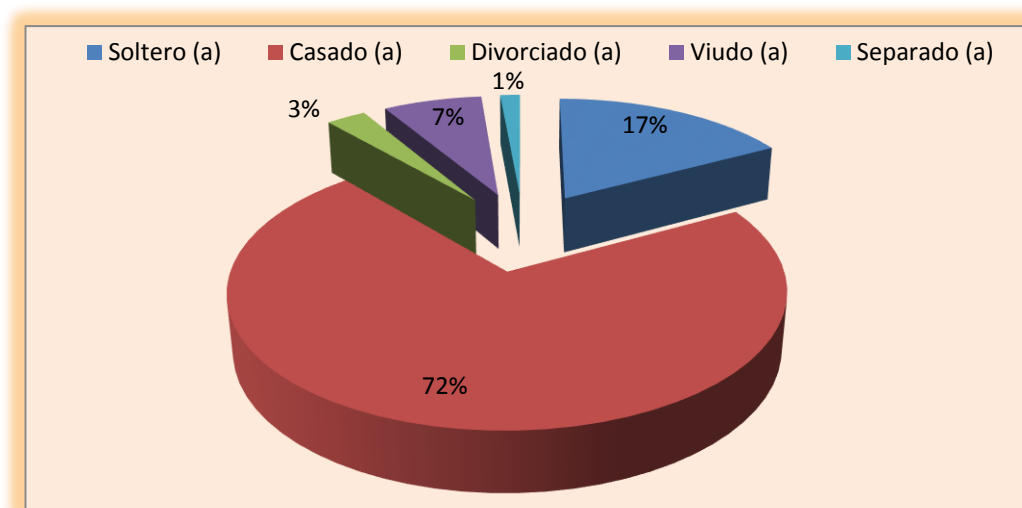
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Las principales edades de habitantes locales encuestados fue de 26 – 30 años, equivalente a personas que tienen un entorno familiar consolidado, con criterios relevantes y acertados sobre las características turísticas que podría ofertar la comunidad, individuos con edades comprendidas entre 19 – 25 años, jóvenes que desean una comunidad en vías de desarrollo para las futuras generaciones, habitantes con edades entre 31 y 45 años, adultos que en base a la experiencia adquirida mencionaron características que se podrían implementar en la ejecución del proyecto, un porcentaje que comprende edades de 15 a 18 años en su gran mayoría estudiantes secundarios que ven con optimismo las nuevas propuestas de desarrollo para la comunidad, en general, ya que cuando inicien la universidad necesitarán ingresos para costear sus estudios y les gustaría trabajar en la actividad turística, y en porcentajes menores, personas de edades comprendidas entre 46 y 60 años visualizaron un futuro próspero a la actividad turística en la comunidad. Todas las personas encuestadas tienen una perspectiva muy alta de los proyectos que se desarrollan en la comunidad porque de una u otra forma serán los primeros beneficiados con el progreso de la comunidad.

### 23.- Estado civil comunero

GRÁFICO Nº 23: - Estado civil



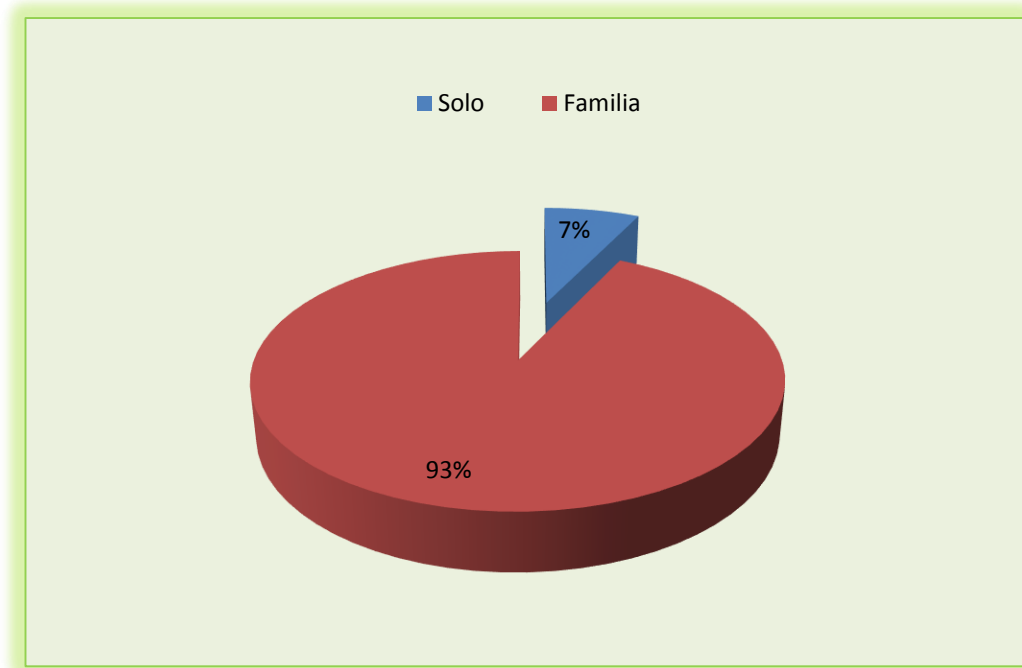
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En lo que corresponde al estado civil de los habitantes de la comuna San Vicente, el mayor porcentaje están casados, ya que en la comunidad se tiene por costumbre cumplir con este importante sacramento, otro grupo son solteros, muchos de ellos, se están preparando tanto en colegios como en universidades para ayudar y contribuir a su familia y a la comunidad, en general, a este segmento de la comunidad hay que tomar en cuenta para que trabajen en proyectos turísticos y se beneficien, directamente, con empleos fijos que es muy difícil de encontrar en la provincia, una sección de encuestados son personas viudas ya que por cosas del destino perdieron a su pareja, pero tienen que velar por el desarrollo de sus hijos, un sector de individuos están separados de sus parejas que por diferencias mutuas decidieron realizar estas acciones, pero siempre ayudan a sus hijos en lo que necesiten, el porcentaje mínimo son personas separadas, pocas en la comunidad, ya que la gran mayoría cumple con sus obligaciones maritales para toda la vida. El dato que nos proporcionó esta investigación indicó que muchas familias utilizarán los ciclopaseos ya que tienen lazos fuertes y les encantará aportar con una nueva iniciativa de turismo.

## 24.- Usted habita

**GRÁFICO N° 24: - Habita usted**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

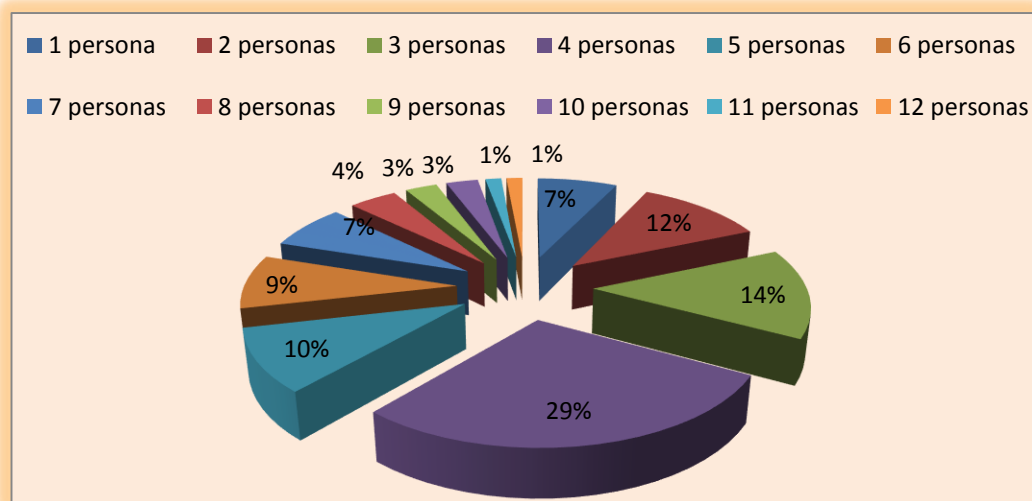
El mayor porcentaje de personas encuestadas viven dentro de un núcleo familiar muy sólido, ya que deben mantenerse unidos para poder contrarrestar los problemas cotidianos que se presenten, y así contribuir a su entorno familiar y comunal.

Un pequeño porcentaje viven solos ya que se han independizado de sus familias y han decidido construir sus viviendas, pero no están separadas de sus familiares, siempre trataron de ayudarse, mutuamente, en comunidad, en general.

Este dato estadístico puede servir para que en la comunidad se creen hospederías comunitarias ya que algunas personas viven solas y no se tendrá inconveniente alguno en la relación comunidad local – turista, este es un aspecto muy importante en el desarrollo de la comunidad, ya que así los turistas visitarían con mayor frecuencia la comuna y sus atractivos turísticos.

## 25.- Número de integrantes en la familia

**GRÁFICO Nº 25: - Cuántas personas**



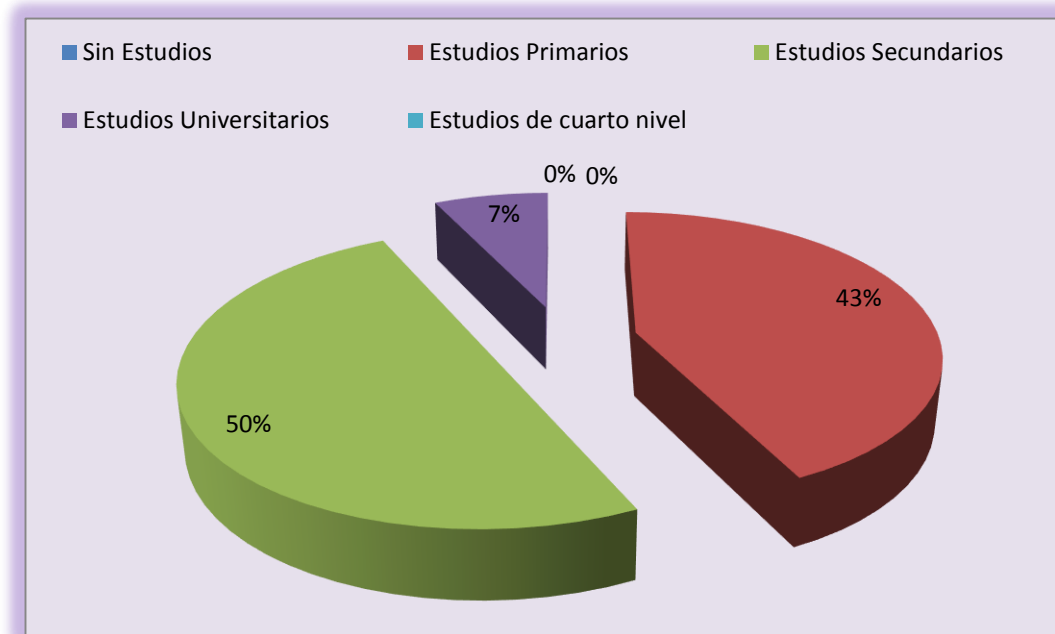
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la investigación que se realizó, el mayor porcentaje de encuestados presente a su familia, comprendida por 4 individuos ya que han planificado con anticipación para no tener problemas de índole económica. Lo mismo ocurrió con otro grupo de personas que habitan en grupo de 3 individuos; y un segmento de encuestados que habitan con 2 personas, porcentajes que han estudiado su entorno económico actual, tienden a regular y planificar el futuro familiar. Existen habitantes que viven en grupos de 5, 6, 7 personas que habitan en un entorno ligado a muchos cambios, pero siempre, unidos buscan soluciones a sus problemas. Pequeños porcentajes viven en hogares donde habitan de 2 a 3 familias como se detalla a continuación, habitan en grupo de 8, 9, 10, 11 y 12 individuos por familia, conviven en grupos grandes de familiares con motivo de ayudarse, mutuamente, dentro del hogar. Un pequeño grupo de individuos viven solos, pero siempre, están en contacto con sus familiares dentro de la comunidad. El dato recabado proporciona un análisis positivo ya que la comunidad cuenta con grupos grandes de familias que pueden ayudar en el proyecto turístico brindando información de los atractivos turísticos locales.

## 26.- Nivel Académico de comuneros de San Vicente

**GRÁFICO Nº 26: - Nivel de estudios**



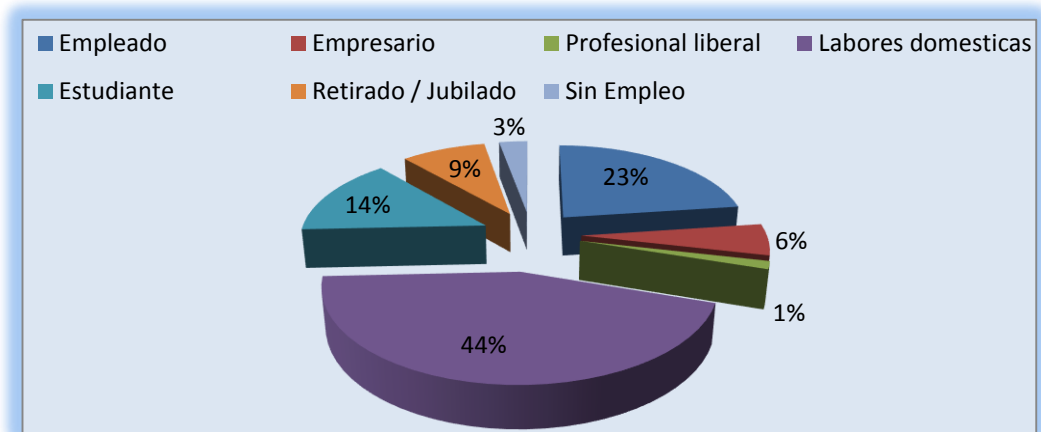
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los estudios son muy importantes en la vida profesional de un individuo, por eso, el porcentaje mayor de los encuestados posee un nivel académico secundario, en su mayoría terminaron la secundaria y eso, les ha beneficiado para poder conseguir empleos estables y así ayudar a su entorno familiar, otro grupo de personas terminaron sus estudios primarios, estos individuos, en su gran mayoría, mujeres no tuvieron oportunidad de continuar con sus estudios y por eso, se dedicaron a los quehaceres domésticos y los varones son maestros albañiles, un pequeño porcentaje que con el transcurso del tiempo se incrementará ya que posee estudios universitarios indispensables, hoy en día, para poder conseguir buenos empleos y poder así ayudar a su familia y a la comunidad. El nivel académico de los habitantes de la comuna es la carta de presentación que se tiene hacia los turistas ya que personas preparadas brindaran un excelente servicio turístico y las personas que necesiten prepararse se les gestionará capacitaciones para que así puedan trabajar en la actividad turística o en proyectos locales.

## 27.- Profesiones laborales comuneros

**GRÁFICO N° 27: - Ocupación principal**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

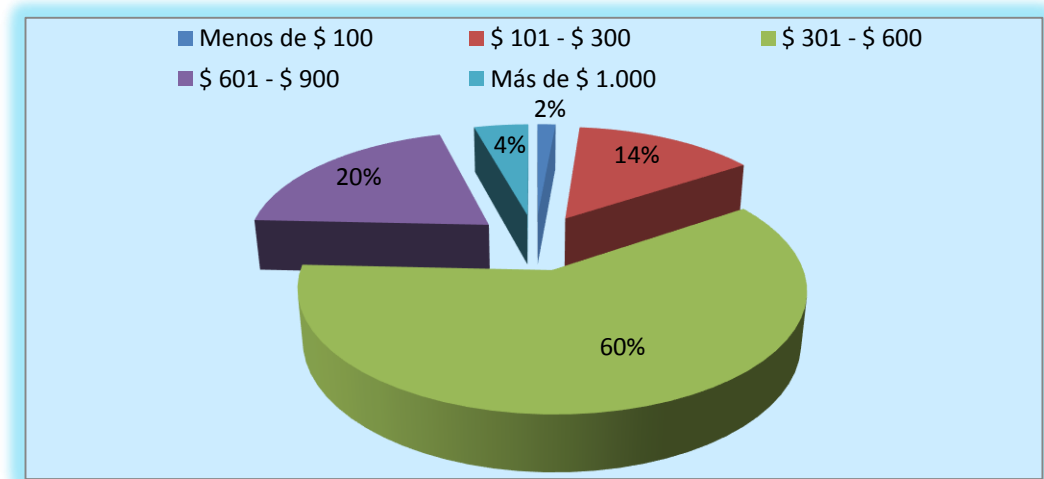
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El mayor porcentaje de personas encuestadas fueron de sexo femenino, ellas se dedican a labores domésticas, estas señoras les interesaría trabajar en el proyecto turístico, vendiendo alimentos a los turistas cuando visiten la comunidad, otro porcentaje equivalió a personas empleadas, en su mayoría, son maestros constructores, empleados en diversas obras públicas o privadas que se construyen en la provincia, un segmento de individuos encuestados fueron estudiantes secundarios o universitarios que se preparan para ayudar en el desarrollo de la comunidad, a ellos les interesó trabajar en el proyecto turístico como guías, para así ayudar, económicamente, a su familia, otras personas están retiradas o jubiladas y aportaron de forma productiva a la comunidad en el pasado, otro grupo representó a empresarios locales que han implementado pequeñas empresas como tiendas, panaderías, etc. A ellos, les beneficiaría en gran magnitud la llegada de turistas por la venta de sus productos. Un pequeño grupo de individuos, actualmente, desempleadas, pero en busca de un empleo estable. El mínimo porcentaje representa a profesionales liberales que ejercen su profesión en beneficio de su familia y la comunidad. A todos los habitantes de la comunidad les beneficiará el ingreso de turistas al implementarse los ciclopaseos, generando ingresos para las personas que emprendan un negocio.



## 28.- Renta familiar mensual

**GRÁFICO Nº 28: - Renta mensual**



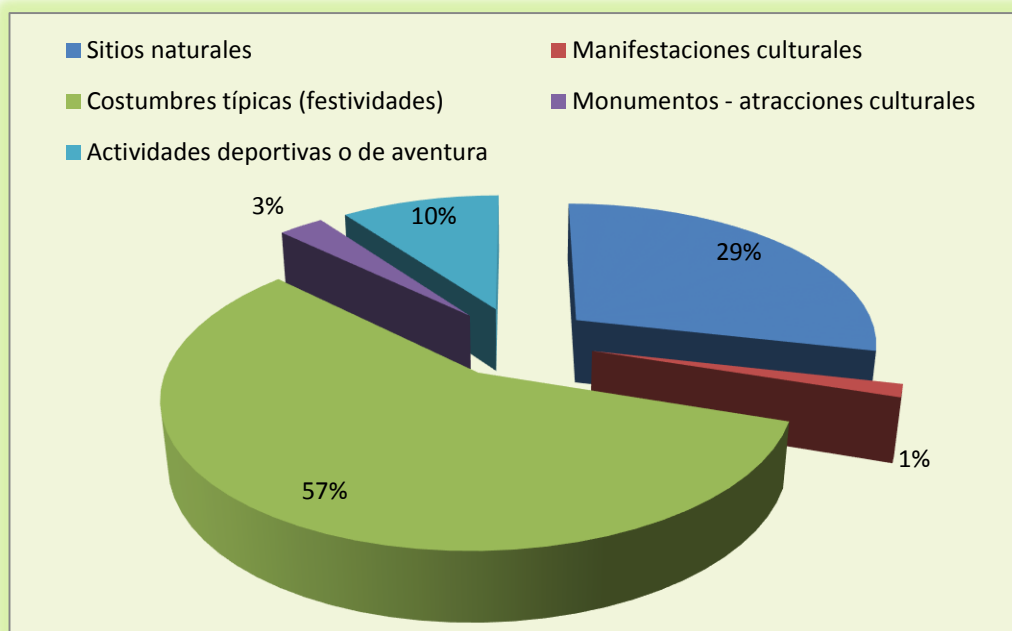
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El porcentaje mayoritario de la comunidad obtuvo ingresos mensuales que oscilaron entre \$301 - \$600, ya que muchos trabajadores tienen ingresos que corresponden al sueldo básico unificado que rige en el país con los cuales subsisten. Un número de encuestados tuvieron ingresos entre \$601 - \$900 ya que en la comunidad habitan en grupos familiares grandes que unificaron todos los ingresos, que obtenidos de sus empleos y otras personas trabajaron en empresas, las cuales poseen mayor rentabilidad y así poder beneficiar a sus empleados. Un grupo de habitantes obtienen ingresos de entre \$101 - \$300, estas personas, por lo general, trabajan en el sector de la construcción, existiendo semanas laborales y otras donde no existió trabajo. Hay personas que gozaron de ingresos de más de \$1.000, ya que son dueños de negocios en la comunidad y empleos seguros con los cuales pudieron mantener, económicamente, a su familia y en un menor porcentaje tuvieron ingresos menores de \$100 ya que son personas que laboraron en empleos eventuales y no obtuvieron oportunidad de tener mayores ingresos. Estos datos sirvieron para dar a conocer a los habitantes locales que con una nueva alternativa de turismo ellos, también, trabajarían en negocios propios mejorando sus ingresos.

## 29.- Tipos de atractivos turísticos a ofertar en la Comuna San Vicente

**GRÁFICO Nº 29: - Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente**



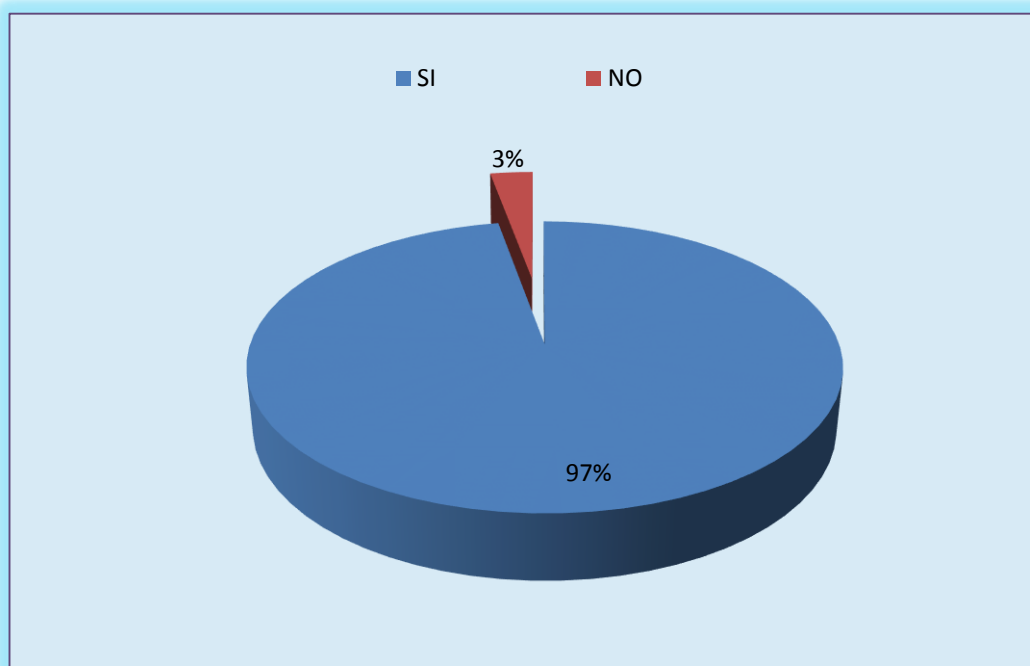
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la comunidad, el mayor porcentaje de encuestados indicaron que se deben ofertar costumbres típicas en lo que respecta a festividades locales ya que éstas se organizan con anticipación teniendo el apoyo de la comunidad y es cuando muchas personas de diferentes partes del país visitan la comuna. Otro porcentaje prefirió ofertar sitios naturales como senderos o bosques, algunos prefirieron ofertar actividades deportivas o de aventura ya que en la comunidad muchos jóvenes se han caracterizado por ser excelentes deportistas. Un mínimo de encuestados deseo ofertar monumentos – atracciones culturales, esto, también, se realizará con la construcción del proyecto del mirador turístico en la comunidad y de igual manera, ofertar manifestaciones culturales, pero existen muy pocas en el entorno comunal. Pero, se podrían unir entidades que realicen esta actividad para que los turistas visiten la comunidad. La mayor parte de los encuestados le deseó éxitos al nuevo producto turístico tipo ciclopaseo.

**30.- ¿Cree usted que la comunidad de San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo?**

**GRÁFICO Nº 30: - San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo**

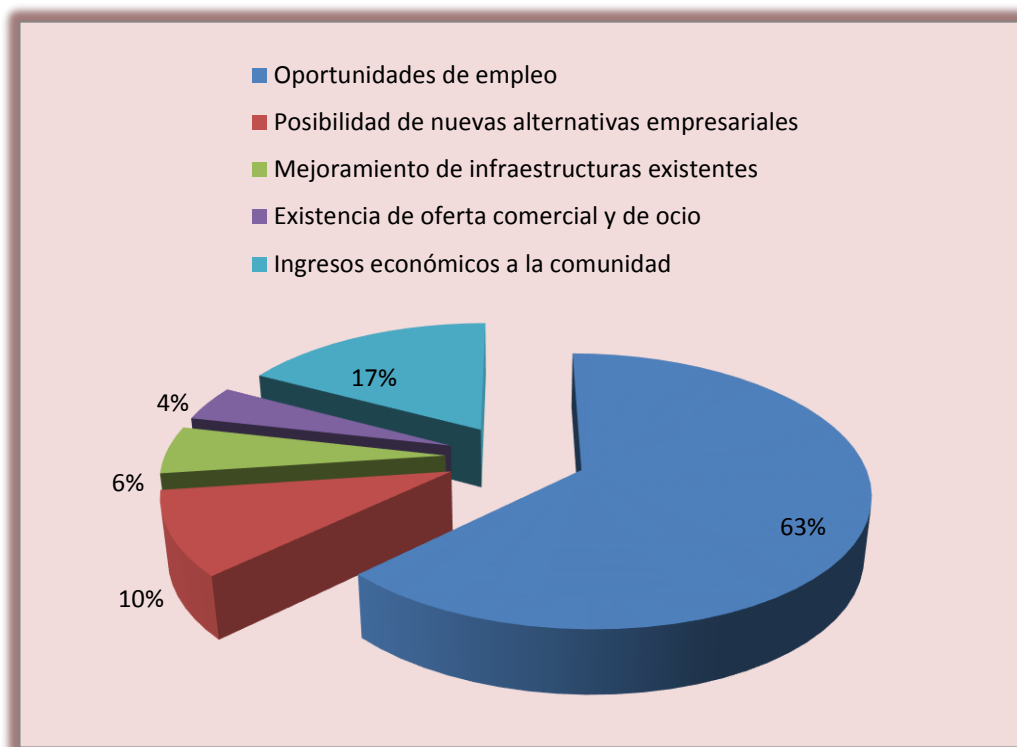


**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Al contar con la vía exclusiva para bicicletas se planteó a la comunidad crear un nuevo producto turístico, tipo ciclopaseo para poder ofertar a turistas, se preguntó si se debería implementar esta actividad, el mayor porcentaje de los habitantes de la Comuna San Vicente estuvieron de acuerdo con el proyecto turístico, ya que se verá beneficiada la comunidad, en general. Un porcentaje mínimo de comuneros indicó que no por lo que mencionaron que no tendrá la acogida necesaria, pero se espera que se pueda realizar para lograr mayores oportunidades de crecimiento económico y social para la comunidad. Los ciclopaseos turísticos son nuevas alternativas que están surgiendo en el país y que tienden a generar beneficios a las personas que trabajan en este tipo de iniciativas, si la comunidad tiene como implementarlos se los debe realizar y así generar nuevas opciones de turismo en la provincia.

### 31.- Beneficios que generaría el producto turístico tipo ciclopaseo

**GRÁFICO N.º 31: - Beneficios del producto turístico tipo ciclopaseo**



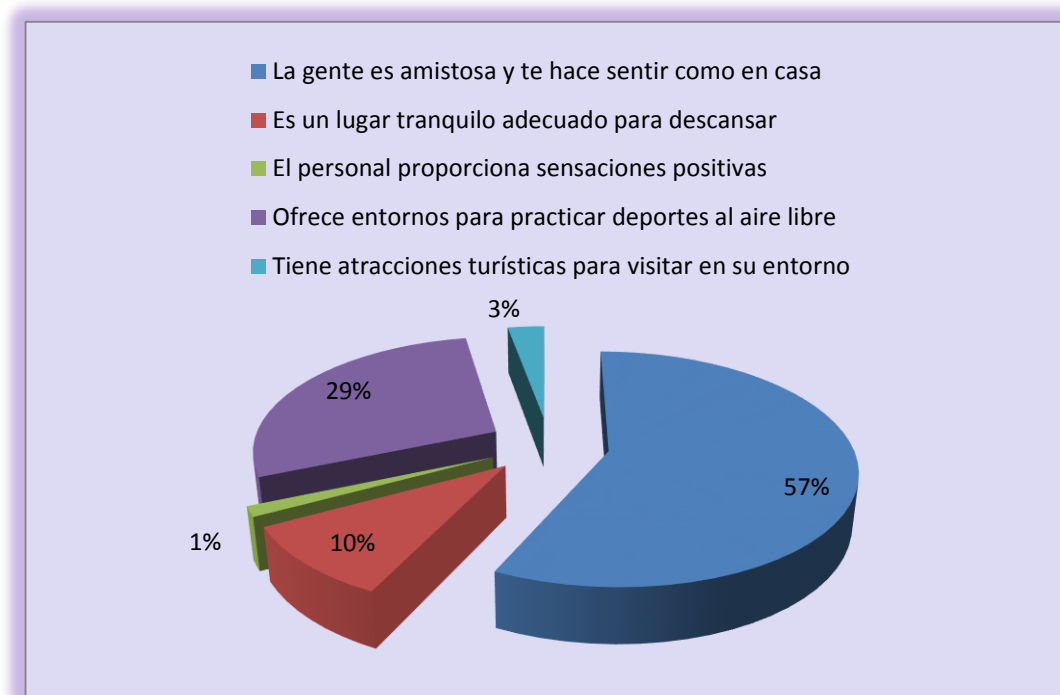
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los principales beneficios que se obtuvieron en la creación del nuevo producto turístico se consideró en que se generarían oportunidades de empleo para los habitantes, produciría ingresos económicos en la comunidad, ya que se estaría trabajando con grupos de turistas que solicitarían servicios turísticos locales, generando ingresos, también, se tiene la posibilidad de nuevas alternativas empresariales como establecimientos de restauración con comida típica local o lugares donde se vendan artesanías locales que se puedan ofertar y vender al turista. Se consideró también el mejoramiento de infraestructuras existentes como el agua potable o la creación del alcantarillado y telecomunicaciones. Además, se podría ofertar alternativas de ocio o comerciales como la venta de suvenir, hechos por la comunidad. En todos los aspectos generaría ingresos para la comunidad, mejorando la calidad de vida de los habitantes.

## 32.- Características de la comunidad de San Vicente

**GRÁFICO Nº 32: - En San Vicente**



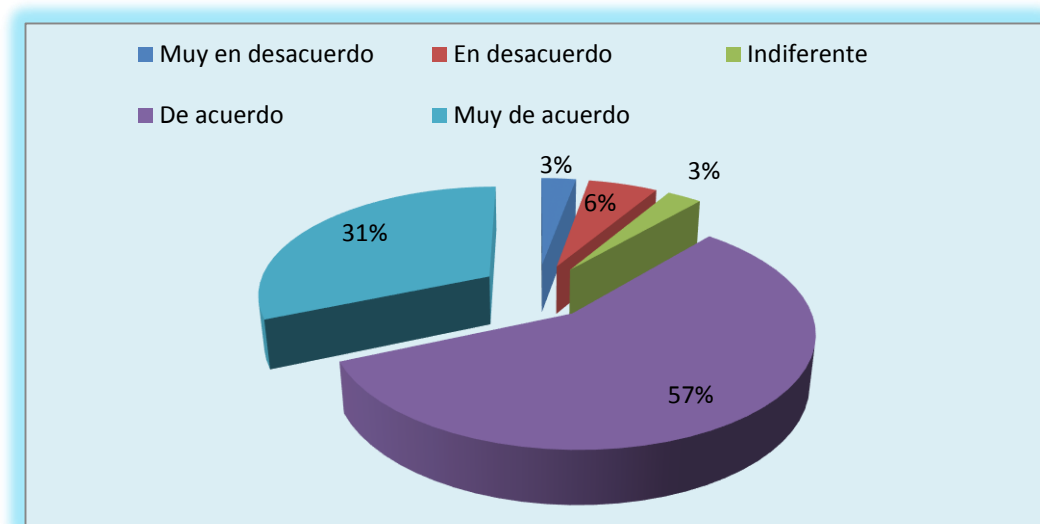
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la Comuna de San Vicente, el mayor porcentaje de encuestados mencionó que la gente es amistosa y le hace sentir como en casa, refiriéndose a la interacción entre comunidad local y turistas, también, se indicó que se ofrecen entornos para practicar deportes al aire libre como fútbol, volley y ciclismo, además, se señaló que es un lugar tranquilo y adecuado para descansar, lo que conllevaría en un futuro a crear establecimientos de alojamiento como hospederías comunitarias. De la misma manera, se refirió a que se tienen atracciones turísticas para visitar en el entorno como el balneario de San Pablo y el Complejo de Aguas termales de Baños de San Vicente, un mínimo de porcentaje describió que el personal que labora en la comunidad proporciona sensaciones positivas al realizar sus labores cotidianas, siendo ejemplo de superación. Todas las características aportan a la Comuna de San Vicente es idónea para realizar actividades involucradas con turismo responsable.

**33.- ¿Cree usted que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseos generaría oportunidades de negocios para la comunidad y en la creación de empresas turísticas?**

**GRÁFICO Nº 33: - Generación de oportunidades de negocio para la comunidad de San Vicente**



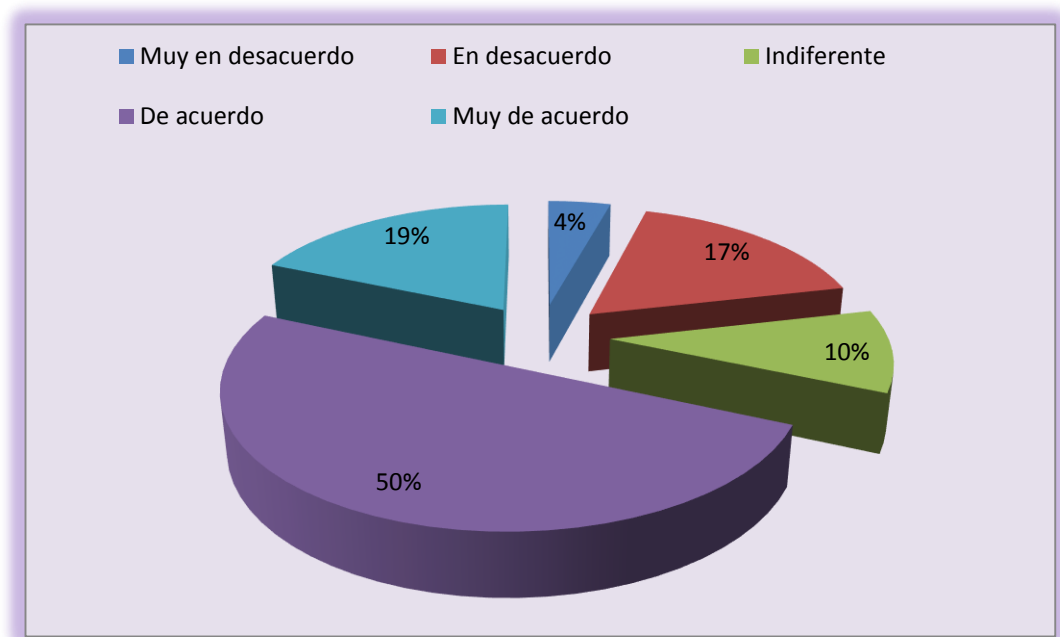
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Respecto a la generación de oportunidades de negocio en la comunidad, se mencionó que está “de acuerdo”, ya que al comenzar a trabajar en el sector turístico conllevará en mejorar la calidad de vida de los comuneros, del mismo modo otros encuestados estuvieron “muy de acuerdo” con el desarrollo de la comunidad, ya que a las autoridades provinciales no les ha interesado trabajar en beneficio del pueblo de San Vicente, igualmente, un grupo de comuneros quedaron en “desacuerdo” y no poseen expectativas en mejoras para la comuna, Además, los comuneros fueron indiferentes o están “muy en desacuerdo” con el desarrollo de la comunidad, son pequeños porcentajes, los cuales no tendrán tanta trascendencia en la implementación de un nuevo producto turístico y la generación de fuentes de empleo. Los resultados logrados en gran proporción, siempre, serán positivos, ya que con la implementación de proyectos nuevos las comunidades que están involucradas son las beneficiadas en temas económicos y socioculturales.

**34.- ¿Cree usted que el turismo ha contribuido a que nuestras comunidades y ciudades estén más cuidadas, limpias y tengan mejor aspecto?**

**GRÁFICO N° 34: - El turismo ha contribuido en el mejoramiento de las comunidades**



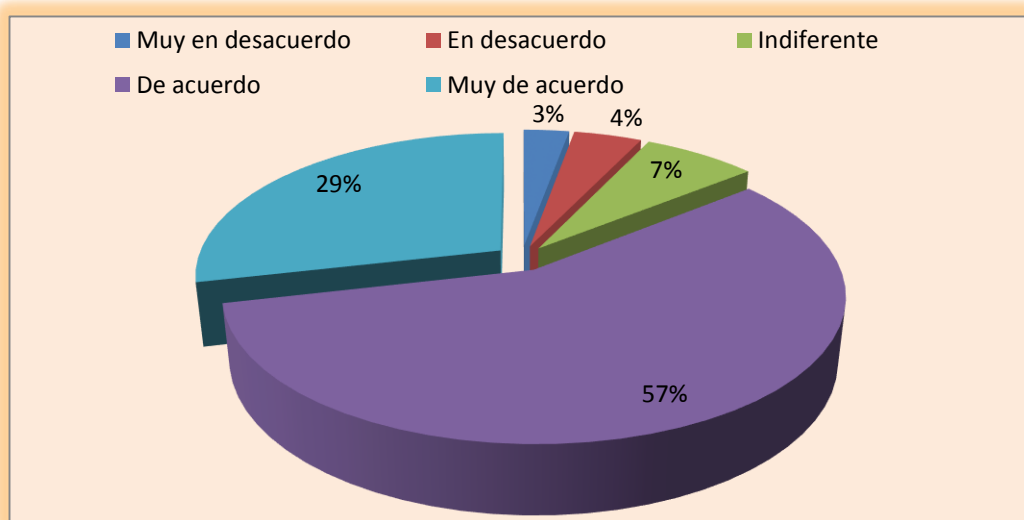
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En la investigación que se realizó, el mayor número de encuestados “están de acuerdo”; respecto a que el turismo ha contribuido a que las comunidades tengan un mejor desarrollo en temas económicos y culturales, así mismo, un grupo de las personas estuvieron “muy de acuerdo” con la contribución que genera la implementación de nuevos proyectos en la comunidad, también, se indicó “estar en desacuerdo” ya que el turismo destruye el entorno, la paz y tranquilidad de las comunidades, fue la opinión de un grupo de personas, igualmente, le fue indiferente la pregunta a algunos individuos, ya que muchos de ellos no les interesa si una nueva alternativa de turismo surge en beneficio de la comunidad; otros encuestados estuvieron “muy en desacuerdo” ya que mencionaron ejemplos en que la actividad turística ha ocasionado el deterioro de los atractivos turísticos o el poco interés que muestran las autoridades cuando surgen nuevas ideas o proyectos en beneficio de las comunidades.

**35.- ¿Cree usted que la actividad turística puede contribuir a que la comunidad pueda financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de la que los residentes nos beneficiemos?**

**GRÁFICO Nº 35: - Contribución del turismo a financiar actividades recreativas en beneficio de la comunidad**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

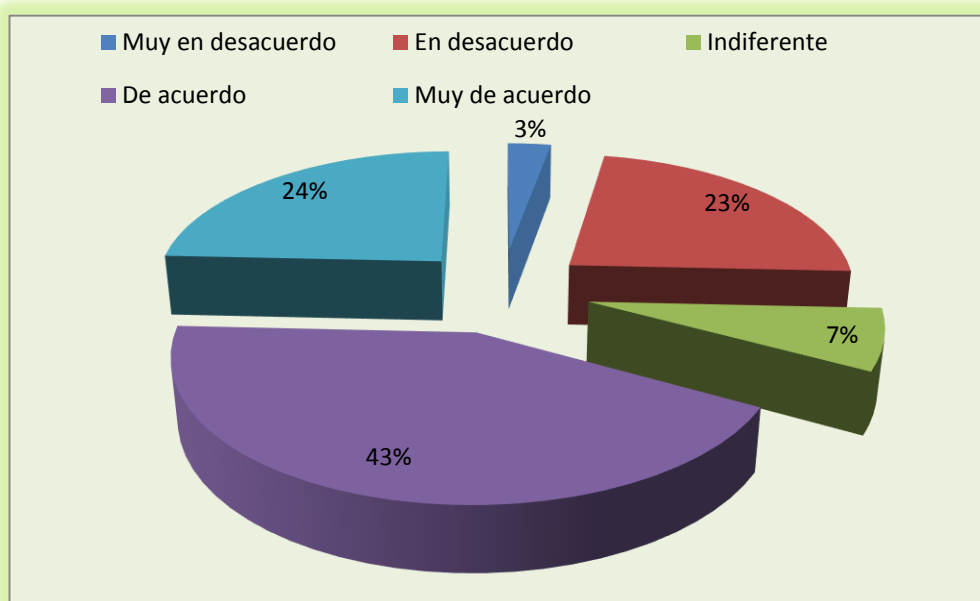
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En el levantamiento de información realizado, el mayor número de encuestados está “de acuerdo” con la creación de nuevas actividades turísticas para que puedan contribuir en la implementación de nuevas áreas recreativas, además, otras personas están “muy de acuerdo” con la nueva alternativa de ocio en la comunidad ya que conllevaría al desarrollo íntegro de todos los actores involucrados en estas acciones turísticas, del mismo modo a algunos encuestados les parece indiferente lo que se pudiera ofertar en la comunidad. En porcentajes mínimos de encuestados estuvieron en “desacuerdo” y “muy en desacuerdo” en que la actividad turística pueda ayudar en el financiamiento de nuevas propuestas de turismo sostenible en la comunidad. Al crear nuevas alternativas de recreación en base a los ingresos obtenidos se puede ayudar a que las personas interesadas en trabajar en la actividad turística establezcan sus negocios propios en áreas de alojamiento, alimentos y bebidas, actividades de entretenimiento, etc. Y así acaparar el ingreso de turistas en la comunidad.



**36.- ¿Cree usted que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseo tendríamos problemas de tráfico vehicular y motorizado en la ciclovía?**

**GRÁFICO N° 36: - Problemas de tráfico vehicular y motorizado en la ciclovía**



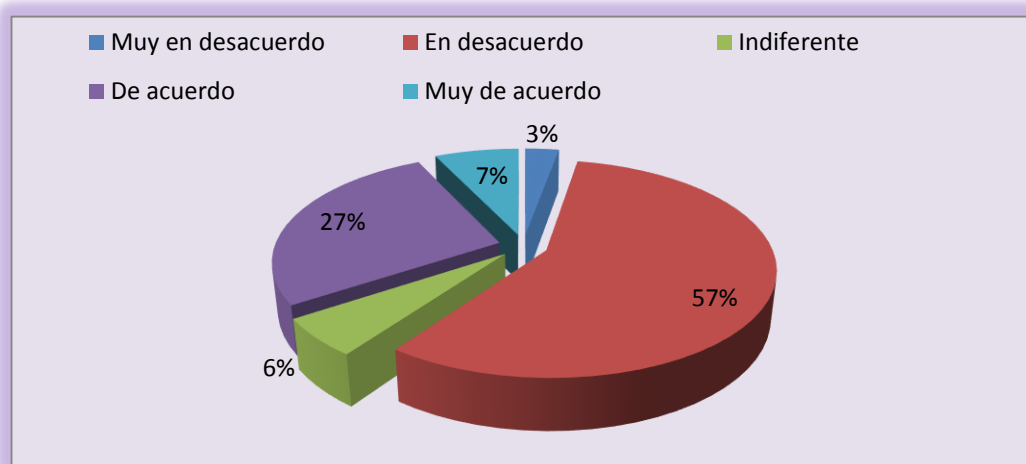
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los resultados obtenidos indicaron que el mayor número de personas encuestadas estuvieron “de acuerdo” que al implementar ciclopaseos turísticos se tendrían problemas de tráfico vehicular, otras personas estuvieron “muy de acuerdo” que este tipo de inconvenientes se podría presentar. De igual forma, se mencionó estar en “desacuerdo” ya que como se cuenta con una vía exclusiva para poder realizar esta actividad turística no habría inconvenientes de esta índole porque los automóviles tienen su propio carril y están separados por un parterre con la ciclovía. A algunas personas, les fue “indiferente” la pregunta ya que ellos viven en el otro extremo de la comunidad donde no se pueden apreciar estos problemas y un mínimo de individuos estuvo muy en “desacuerdo”, ya que no trajo ningún inconveniente o problemas el nuevo producto turístico a ofertar en la comunidad de San Vicente. No se tuvo inconvenientes ya que la ciclovía es una vía exclusiva para bicicletas y no influyó en el tráfico vehicular.

**37.- Si se implementan actividades turísticas en la comunidad, ¿esto causaría pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad cultural?**

**GRÁFICO Nº 37: - Pérdida de costumbres y de identidad cultural**



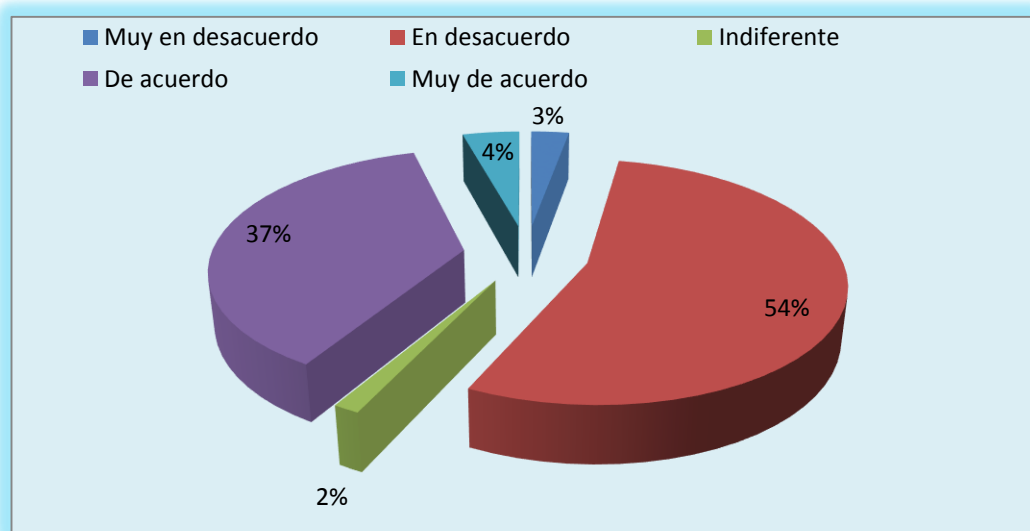
**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El mayor porcentaje de encuestados estuvieron en “desacuerdo” que al implementar los ciclopaseos turísticos se perdería la identidad cultural de la comunidad. Pero, otros habitantes encuestados mencionaron estar “de acuerdo”, que causaría pérdida de costumbres locales ya que turistas traerían sus tendencias y esto, podría ser copiado por lo habitantes. De igual forma, otros individuos están “muy de acuerdo” que ocurra este tipo de inconvenientes ya que ha ocurrido en muchas partes del mundo y el país; también, se dio como ejemplo, se tuvo la comunidad de Montañaíta. A un grupo de personas, les fue indiferente la pregunta, ya que no se verán, directamente, influenciados en el problema en cuestión. Pero, un menor grupo estuvo “muy de acuerdo” con la posible existencia del problema, por ejemplo de comunidades locales que se han visto influenciadas por costumbres extranjeras y sería perjudicial para los involucrados en la actividad turística. La comunidad de San Vicente no tendría inconvenientes con los problemas de pérdida de costumbres y de identidad local, ya que las costumbres ancestrales se encuentran muy arraigadas en todos los habitantes, y si no influenciaría, se trataría de copiar lo más relevante de las costumbres extranjeras.

**38.- Piensa, usted, que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseo ¿contribuirá en el incremento de la delincuencia y la inseguridad ciudadana?**

**GRÁFICO Nº 38: - Incremento de la delincuencia y la inseguridad**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

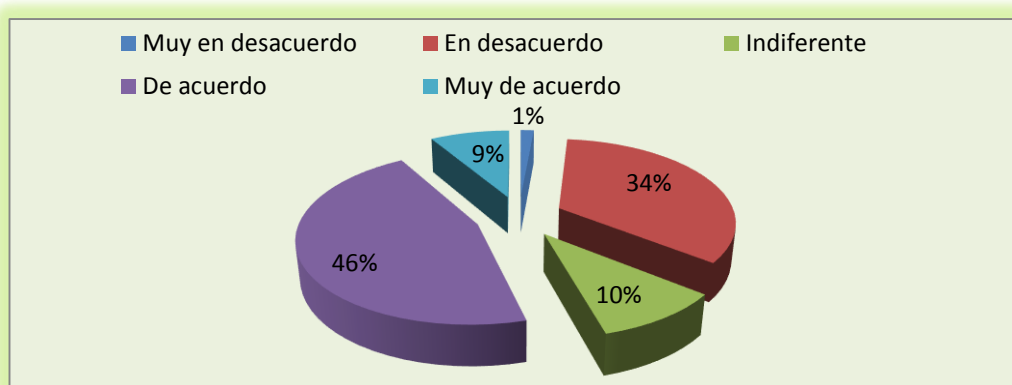
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Respecto al incremento de la inseguridad, el mayor número de encuestados indicó estar en “desacuerdo” y otras personas revelaron estar “muy en desacuerdo”, ya que con el implemento de nuevas opciones de turismo, esto mejorará en el sentido del resguardo policial en la autopista que une a las comunidades de San Vicente y San Pablo. Del mismo modo, se acotó estar “de acuerdo” y “muy de acuerdo” ya que al existir afluencia de turistas, en la comunidad, los delincuentes pueden realizar sus fechorías y se tendría algún inconveniente. De igual forma, a algunas personas les fue “indiferente”, ya que mencionaron que en todas partes existe delincuencia y que la comunidad no está a salvo del problema.

La delincuencia existe en todas partes, pero en la comuna de San Vicente una brigada de la Policía Nacional visitó los hogares, proporcionando información sobre el botón de pánico para que las personas se mantengan seguras, esto benefició a todos, ya que el índice delincencial bajó, considerablemente, no se tendrá este tipo de inconvenientes ya que la policía transita a menudo por la ciclovía resguardando la seguridad de todos.

**39.- ¿Debe existir regulación y control sobre la actividad turística tipo ciclopaseo por parte del cabildo comunal, ya que la actividad turística es cosa y afecta a todos en conjunto?**

**GRÁFICO N° 39: - Regulación y control del Cabildo Comunal de San Vicente**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)

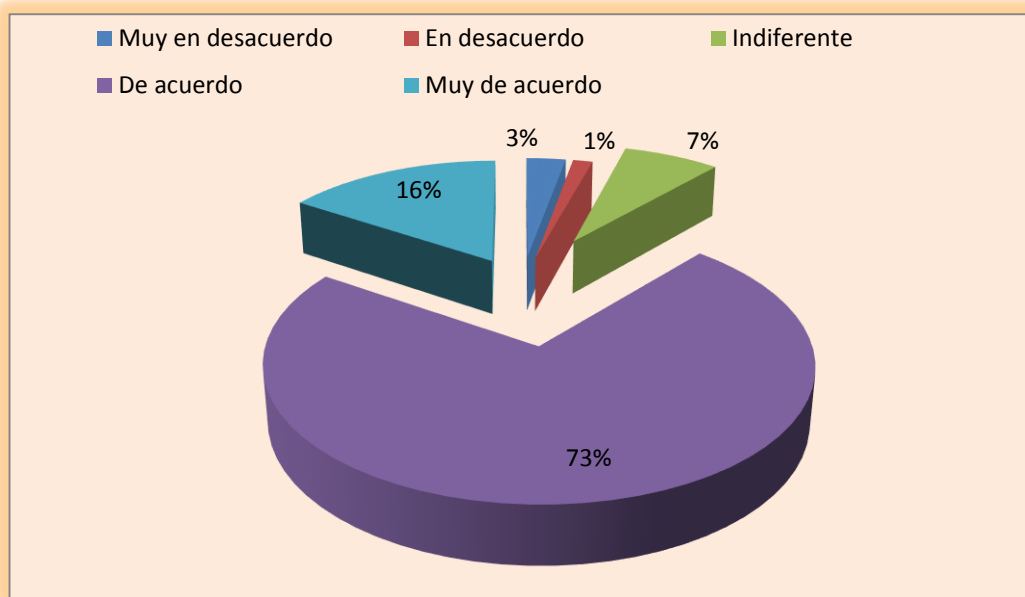
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los resultados obtenidos en la investigación que se realizó; la mayoría de los comuneros encuestados estuvieron “de acuerdo” y “muy de acuerdo” con respecto a que el Cabildo Comunal regule y controle los ciclopaseos turísticos, ya que es la principal autoridad dentro de la comunidad y también, aportó con el diseño del producto turístico. De la misma manera, se estuvo en “desacuerdo” y “muy en desacuerdo”, ya que creen que las autoridades comunales no están preparadas en lo correspondiente a la dirección de nuevas alternativas de turismo en la comunidad y que debe ser dirigido por un profesional en el sector turístico. A un mínimo de encuestados les fue indiferente, de quien tome las riendas en lo que respecta al control y regulación, ya que creen que, ambas partes, deben trabajar en conjunto para lograr las metas establecidas en el desarrollo de nueva alternativa de turismo.

En el desarrollo de los ciclopaseos turísticos toda la comunidad estará encargada de regular y controlar la actividad ya que el beneficio será para todos, y el cabildo comunal será parte vital, ya que ellos son las autoridades que dirigen a la comuna de San Vicente.

**40.-Al establecer la actividad turística tipo ciclopaseo se debería implementar eventos de renombre (casas abiertas, exposiciones, etc.), para llamar la atención de turistas nacionales e internacionales**

**GRÁFICO Nº 40: - implementar eventos de renombre**



**Fuente:** Encuesta a comunidad local (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El mayor sector de encuestados en la comunidad de San Vicente estuvo “de acuerdo” con realizar eventos para poder llamar la atención de turistas y otros individuos estuvieron “muy de acuerdo” en aplicar este tipo de estrategias ya que así conocerían más la comunidad y del nuevo producto turístico a ofertar. De la misma manera, a un grupo de habitantes les fue indiferente la realización de este tipo de acontecimientos. Un porcentaje menor está “muy en desacuerdo” y “en desacuerdo”, ya que se estaría trabajando en vano porque la comunidad no ofrece todas las garantías que un turista pueda necesitar al realizar sus actividades en sus viajes.

Estos datos sirven y aportan en el diseño de un nuevo producto turístico ya que realizando cualquier tipo de eventos las personas se interesarían en visitar la comunidad de San Vicente y así los ciclopaseos tendrían la acogida esperada para que el proyecto beneficie a todos en la comunidad.

## 2.9. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS (AUTORIDADES Y CICLISTA PROFESIONAL)

Al continuar la investigación y con la finalidad de conocer la acogida que tendrá la creación de un nuevo producto turístico, tipo ciclopaseo en la comuna San Vicente, se entrevistaron a tres personas, que en base a su experiencia en el ámbito turístico nos brindaron sus expectativas sobre esta nueva alternativa de ocio y de turismo, estas personalidades son el Señor Walter Urbano Medina Suárez en calidad de Presidente de la Comuna San Vicente, el Señor Jorge Francisco Tomalá Sánchez en función de Gerente (E) EMUTURISMO EP. y al Señor Édison Giovanni Borbor Rodríguez, quien es uno de los principales ciclistas profesionales que representa a la comunidad de San Vicente en las diferentes competencias ciclísticas a nivel provincial y nacional.

### 2.9.1. Presentación y análisis de los resultados de la entrevista aplicada a autoridades locales

**CUADRO Nº 9: Información autoridades locales**

Código y número de entrevista	Nombre y apellido del entrevistado	Edad	Nacionalidad	Institución que representa	Cargo
EPCSV001	Walter Medina	52	Ecuatoriano	Comuna San Vicente	Presidente
EGEEP002	Francisco Tómalá	28	Ecuatoriano	EMUTURISMO E.P.	Gerente (E)

Fuente: Autoridades Locales (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**Código:** EPCSV001 – EGEEP002 - **Cuestionario:**

#### 1) ¿Conoce usted sobre el desarrollo de la actividad turística en el cantón Santa Elena?

Muchos proyectos turísticos, en su gran mayoría, se los crea en los alrededores o cercanía de la ruta del Spondylus.

La Provincia de Santa Elena es potencial turístico y el desarrollo del turismo está en auge en todo el país.

**2) ¿Piensa usted que un producto turístico tipo ciclopaseo se pueda ofertar en la Comuna San Vicente?**

Sería de vital importancia ya que se ofertaría los atractivos turísticos que posee la comunidad.

Los ciclopaseos son nuevas opciones de actividades turísticas en desarrollo de la provincia y del país entero.

**3) ¿Piensa usted que la creación de ciclopaseos fomentaría el desarrollo turístico en la comuna San Vicente?**

Generaría nuevas fuentes de ingresos económicos a la comunidad y sería la apertura del turismo de deporte y aventura en la comuna.

**4) ¿La topografía de San Vicente es la adecuada para instaurar ciclovías?**

Una vía adecuada es la forma de ingresar a los atractivos turísticos o el sitio a visitar. Comenzando el proyecto de ciclopaseos turísticos en la comunidad, por medio de las autoridades se gestionarían mejoras en lo que respecta el mejoramiento de la topografía local.

**5) ¿Cree que los ciclopaseos turísticos van a tener acogida en la comunidad de San Vicente?**

Los primeros en acoger el proyecto de ciclopaseos turístico deben ser los habitantes de la comunidad y si tendrá acogida porque San Vicente cuenta con potencial para ofertar a turistas nacionales e internacionales.

**6) ¿Usted como autoridad, cómo ayudaría a la comunidad de San Vicente en el tema del diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo?**

Solicitaría a que la comunidad local participe de los ciclopaseos turísticos, otras autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena, Ministerio de Turismo se unificarían para aportar por medio de auspiciantes un porcentaje para trabajar en ciclopaseos turísticos. Colaborando y ayudando.

**7) ¿Por qué apoyaría el proyecto de los ciclopaseos turísticos en San Vicente?**

Con nuevas alternativas de distracción u ocio, la juventud realizaría actividades deportivas y no tendrá inconvenientes con vicios que afectan a la humanidad en general. Los ciclopaseos son una excelente idea de proyecto de investigación, y los turistas tendrán nuevas alternativas de distracción para ocupar su tiempo en su visita a la Comunidad.

**8) ¿Cree usted que San Vicente necesita guías turísticos para dar a conocer los atractivos turísticos que posee? ¿En qué aspecto ayudaría?**

En la Comunidad, existen jóvenes estudiantes o profesionales que deben capacitarse para ser guías turísticos nativos, ya que todos, en general, conocen los atractivos turísticos que existen en la comunidad y así ofrecer un excelente servicio al turista en su visita, se gestionarían cursos o capacitaciones permanentes para laborar en turismo.

**9) ¿Si hubiera ciclopaseos turísticos permanentes en la Comunidad de San Vicente, los utilizaría o ayudaría que otros utilicen esta alternativa?**

Muchos habitantes no tendrían problema en utilizar los ciclopaseos como alternativas de distracción, las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena, realizarían campañas de promoción y publicidad por medio de televisión, radio y prensa escrita para poder acaparar con más turistas que utilicen esta alternativa.

**10) ¿Usted cree que cambiará la actitud ecológica en los usuarios que participen de los ciclopaseos turísticos?**

En su gran mayoría, los turistas que realizan este tipo de actividades tienen mayor conciencia con el cuidado del medio ambiente, el objetivo de todas las personas es preservar los atractivos para que las futuras generaciones también puedan practicar deportes al aire libre sin contaminación.



**11) ¿Cuál es su perspectiva sobre los beneficios que se obtendrían de los ciclopaseos turísticos en la comunidad de San Vicente?**

Los principales beneficios que se obtendrán son los siguientes: reconocimiento intelectual del autor de la investigación sobre los ciclopaseos turísticos, conocer atractivos turísticos comunitarios, reconocimiento de la comunidad a nivel local y nacional, desarrollo sustentable de la comuna San Vicente, generación de fuentes de empleo, oportunidades de inversión local y el incremento en afluencia de turistas.

**2.9.2. Presentación y análisis de los resultados de la entrevista aplicada a ciclista profesional**

**CUADRO Nº 10: Información ciclista profesional**

<b>Código y número de entrevista</b>	<b>Nombre y apellido del entrevistado</b>	<b>Edad</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>Institución que representa</b>	<b>Cargo</b>
ECPSV001	Édison Borbor	28	Ecuatoriano	Comunidad de San Vicente	Ciclista

**Fuente:** Ciclista Profesional (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**Código: ECPSV001 - Cuestionario:**

**1. ¿Conoce usted sobre el desarrollo de proyectos turísticos en el Cantón Santa Elena? Mencione alguno que conozca.**

Dentro de la Provincia de Santa Elena, se están realizando importantes proyectos turísticos como, por ejemplo, en la capital provincial, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena está trabajando en el mirador turístico del cerro El Tablazo, el malecón de la comuna San Pablo, proyectos a lo largo de la ruta del Spondylus, sobre todo en el tema de seguridad.

**2. ¿Piensa usted que un producto turístico tipo ciclopaseo se pueda ofertar en la Comuna San Vicente? ¿Por qué?**

Sí es factible ofertar en la comunidad, ya que traería mejoras en todos los aspectos a los habitantes, en la vía exclusiva para bicicletas existe un entrono idóneo para poder practicar este deporte.

**3. ¿Piensa usted que la creación de ciclopaseos fomentaría el desarrollo turístico, económico y social en la comunidad? ¿Por qué?**

Al implementar el proyecto se tendría un cambio en la percepción del comunero y esto permitirá que muchos creen microempresas para poder mejorar el entorno familiar respecto a criterios económicos y sociales.

**4. ¿De qué forma le ha ayudado la implementación de ciclovías en la comunidad?**

Es importante la ciclovía ya que ha permitido entrenar en un ambiente seguro a todos los ciclistas de la comunidad en su preparación para importantes competencias ciclísticas a nivel provincial y nacional.

**5. ¿Cree que los ciclopaseos turísticos van a tener acogida en la comunidad de San Vicente por parte de turistas?**

Desde que se construyó la ciclovía muchos turistas que visitan la provincia y transitan por la autopista, traen consigo sus bicicletas y pedalean a lo largo de la vía con esos antecedentes los ciclopaseos turísticos tendrán mucha acogida por parte de la comunidad y de los turistas.

**6. ¿Usted como ciclista, cómo ayudaría a la comunidad de San Vicente en el tema del diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo? ¿De qué forma lo haría?**

Trabajar en conjunto con las autoridades locales, en organización y logística ya que todos los ciclistas de la comunidad conocen la ruta y todo lo que concierne en pedalear por la ciclovía y los inconvenientes que puedan ocurrir al visitar los atractivos turísticos.

**7. ¿Cree usted que San Vicente necesita guías turísticos para dar a conocer los atractivos turísticos que posee? ¿En qué aspecto ayudaría? ¿O estaría dispuesto a trabajar en conjunto con ellos?**

Es importante tener personal capacitada para poder brindar un excelente servicio al turista que nos visite, el trabajo en conjunto conlleva a tener menos errores es por eso la colaboración de guías locales y ciclistas de la comunidad.

**8. ¿Si hubiera ciclopaseos turísticos permanentes en la Comunidad de San Vicente, los utilizaría o ayudaría que otros utilicen esta alternativa?**

Los usaría como rutina de entrenamiento y transmitir a los demás ciclistas locales a que también las utilicen, se podría implementar ciclopaseos nocturnos ya que no tendríamos inconvenientes con el tráfico vehicular.

**9. ¿Usted cree que cambiará la actitud ecológica en los usuarios que participen de los ciclopaseos turísticos?**

Es uno de los problemas que se tiene, en la actualidad, pero con la realización de campañas se logrará que muchos tomen una mentalidad más conservadora con el medio ambiente.

**10. ¿Cuál es su perspectiva sobre los beneficios que se obtendrán de los ciclopaseos turísticos en la comunidad de San Vicente?**

El principal objetivo es el de fomentar el deporte a nivel provincial, que los turistas conozcan nuevas alternativas de ocio, se diviertan y que generen ingresos para la comunidad. Los ciclistas tendrían fuentes de empleo y mejores posibilidades de entrenamiento para poder conseguir logros para la comunidad de San Vicente.

**2.10. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FICHAS DE RESUMEN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS**

Mediante, este proceso se registraron, ordenadamente, factores biológicos, físicos y culturales, en conjunto de atractivos conforman la oferta turística de la provincia. Proporciona información sobre el desarrollo del turismo local, diversificando las áreas turísticas comunales, brindando información actualizada de atractivos, su calidad, facilidades de acceso y mejoras en el entorno, evaluando y valorando sus características. (Ver Anexos 3 y 4).

## **2.11. CONCLUSIÓN, INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS FINAL DE LOS RESULTADOS LOGRADOS EN LA TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECUPERADA EN CAMPO DE ACCIÓN.**

Presentada y analizada la información correspondiente a cada uno de los instrumentos de recolección de información, los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, mediante entrevistas a autoridades y profesionales involucradas con la actividad turística encuestas realizadas a turistas y habitantes de la comunidad de San Vicente se ha podido determinar las siguientes conclusiones:

El diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo, será de utilidad para la comunidad de San Vicente del cantón Santa Elena, con la finalidad de crear una nueva alternativa de turismo, en un ambiente idóneo y servir en el desarrollo de la comunidad. Asociando atractivos turísticos que tienen las comunidades de San Pablo, Cerro Alto, San Vicente y Baños de San Vicente.

Conocer el perfil de turista que visita la comunidad de San Vicente y verificar las características que debe poseer el nuevo producto turístico tipo ciclopaseo a ofertar, utilizar de manera moderada los recursos y sin afectar el entorno, proporcionando escenario idóneo para las actuales y futuras generaciones, realizando proyectos para incrementar la afluencia de turistas generando el desarrollo de la comunidad local.

Los principales medios informativos para obtener información de la comunidad y en especial del producto turístico tipo ciclopaseo, el 51% la obtuvieron por medio de familiares y amigos, un segmento de turistas les gusta conocer características de nuevos sitios para visitar por medio de Ynternet, pero también existen otros medios para obtener información que se detallan a continuación:

**CUADRO N° 11: Medios y estrategias**

Medios y estrategias para comercializar el producto turístico	Turistas %	Habitantes %	Servidores Turísticos %	Autoridades %
Yinternet	25%	13%	No Aplica	No Aplica
Televisión	8%	20%		
Familiares y amigos	51%	60%		
Videos - Afiches	3%	2%		
Prensa escrita	9%	3%		
Radio	3%	1%		
Otros:	1%	1%		

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

En esta investigación predomina el conocer gustos y preferencias de los potenciales usuarios de los ciclopaseos, como las actividades a realizar al visitar un sitio natural o manifestación cultural, junto con los servicios complementarios a ofertar y saber cuánto están predispuestos a cancelar por los servicios turísticos a prestar en los ciclopaseos turísticos, pero se conoce las principales a desarrollar cuando visitan la provincia y la comunidad de San Vicente como se explica en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 12: Actividades a desarrollar en el viaje**

Actividad Desarrollada	Turistas	Habitantes	Servidores	Autoridades
Sol y playa	58%	20%	70%	60%
Deportes en la arena	5%	--	5%	--
Deportes acuáticos	7%	--	6%	--
Deportes terrestres	8%	60%	5%	8%
Visita a lugares naturales	13%	10%	2%	20%
Visita a lugares culturales	3%	5%	1%	--
Otros:	6%	5%	1%	12%

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

**CUADRO N° 13: Actividades turísticas en San Vicente.**

Actividad Turística	Turistas	Habitantes	Servidores	Autoridades
Ciclismo	52%	65%	40%	70%
Recorrido por sitios históricos	13%	10%	30%	15%
Senderismo	14%	8%	15%	6%
Caminatas	17%	12%	10%	6%
Otros:	4%	5%	5%	3%

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

**CUADRO N° 14: Ofertar un producto turístico ciclopaseo**

<b>San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo</b>	<b>Turistas</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Servidores</b>	<b>Autoridades</b>
Si	90%	97%	100%	100%
No	5%	3%		
No responde	5%			

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 15: Forma de adquirir el producto turístico**

<b>Manera como se podría vender este producto</b>	<b>Turistas</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Servidores</b>	<b>Autoridades</b>
Directo	94%	NO APLICA	85%	55%
Intermediarios	3%		10%	30%
Especifique (depende de varios factores)	2%		5%	15%

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 16: Puesta en valor del producto ciclopaseo con fines turísticos**

<b>Puesta en valor producto turístico tipo ciclopaseo con fines turísticos contribuirán al desarrollo de la comunidad de San Vicente</b>	<b>Totalmente de Acuerdo</b>	<b>De Acuerdo</b>	<b>Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo</b>	<b>En Desacuerdo</b>	<b>Totalmente en Desacuerdo</b>
Turistas	90%		8%	2%	
Habitantes	95%		4%	1%	
Servidores	90%		5%	5%	
Autoridades	100%				

Fuente: Autoridades Turísticas (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

La comunidad de San Vicente cuenta con características que la hacen única, pero hay que asociarlas y así poder implementar un producto turístico completo, siempre mejorando la atención al cliente que utilice estos recursos, de esta forma el turista retornara en una próxima ocasión ya que ha cumplido con todas sus expectativas planteadas en sus viajes. Debe existir coordinación entre autoridades y comunidad local para no tener inconvenientes a futuro respecto a los ciclopaseos, es necesario implementar señalética, servicios complementarios y equipo logístico para poder comenzar la actividad turística en la comunidad

## **2.12. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de titulación se empleó la técnica estadística denominada Ji Cuadrada para la comprobación de la Hipótesis.

### **Hipótesis del Trabajo de Titulación**

**Hi:** El diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo contribuirá a la diversificación de su oferta turística actual de la comuna San Vicente en la Provincia de Santa Elena.

En la encuesta realizada bajo el instrumento del cuestionario se incluyeron interrogantes que permitieron conocer si el diseño de un producto turístico contribuiría a la diversificación de la oferta turística de la Comuna San Vicente, involucrando turistas, comunidad y autoridades locales, donde, además, se identificó dos variables: “DISEÑO” y “DIVERSIFICACIÓN”,

La variable “diseño” presenta dos indicadores: de tipos de actividades turísticas, y formas de emprendimiento. Por otro lado, la variable “diversificación” ilustró, también, dos indicadores: los que opinaron que el diseño de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo “SÍ” contribuirá a la diversificación de la oferta turística de San Vicente y los que sostuvieron que “NO”, conforme se tabula en el gráfico N° 33.

**CUADRO N° 17: Datos para comprobar hipótesis**

		Comunidad Local		
	Diseño de Producto turístico	Actividades turísticas	Formas de Emprendimiento	Tniof
1	Si contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual	31	9	40
2	No contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual	21	9	30
	<b>Tnioc</b>	<b>52</b>	<b>18</b>	<b>n = 70</b>

31 Habitantes que conformaron la muestra en la Comunidad de San Vicente consideraron que el diseño de un producto turístico sí contribuirá en la diversificación de la oferta turística, a partir de las actividades a desarrollar, mientras, 21 dijeron que no; del grupo que existirá formas de emprendimiento 9 de ellos manifestaron que sí es fundamental el diseño del nuevo producto ciclopaseo y 9 dieron una respuesta no favorable.

Lo próximo es calcular las frecuencias absolutas esperadas para cada celda, mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

**Donde:**

**CUADRO N° 18: Significado de la fórmula de frecuencias absolutas**

<b>nie =</b>	Frecuencia absoluta esperada
<b>Tniof =</b>	Total de las frecuencias absolutas en la fila
<b>Tnioc =</b>	Total de las frecuencias absolutas en la columna
<b>n =</b>	Tamaño muestral

**Desarrollo:**

$$nie = \frac{(40)(52)}{70} = 30$$

$$nie = \frac{(30)(52)}{70} = 22$$



$$nie = \frac{(40)(18)}{70} = 10$$

$$nie = \frac{(30)(18)}{70} = 8$$

La nueva tabla con las frecuencias esperadas (nie), queda de la siguiente manera:

**CUADRO N° 19: Nueva tabla con las frecuencias esperadas (nie)**

		Comunidad Local				
Diseño de Producto turístico		Actividades turísticas		Formas de Emprendimiento		Tniof
1	Si contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual	nio =	31	nio =	9	40
		nie =	30	nie =	10	
2	No contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual	nio =	21	nio =	9	30
		nie =	22	nie =	8	
<b>Tnioc</b>		<b>52</b>		<b>18</b>		<b>n = 70</b>

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplicó la fórmula de la Ji Cuadrada.

$$X^2 = \sum \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

**CUADRO N° 20: Significado de la Fórmula Ji Cuadrada**

<b>X<sup>2</sup></b> =	Ji cuadrada
<b>∑</b> =	Sumatoria
<b>nio</b> =	Frecuencias absolutas observada
<b>nie</b> =	Frecuencias absolutas esperada

Al continuar con el proceso de aplicación de esta técnica se procedió a restar la frecuencia absoluta observada de la esperada, elevando al cuadrado esta diferencia para luego dividir ese resultado entre la frecuencia esperada. Una vez que se determinó Ji cuadrada para cada celda, se sumaron sus valores, el resultado final fue el valor de Ji cuadrada calculada así:

**Desarrollo:**

$$X^2 = \frac{(31 - 30)^2}{30} = 1,46$$

$$X^2 = \frac{(21 - 22)^2}{22} = 0,20$$

$$X^2 = \frac{(9 - 10)^2}{10} = 0,40$$

$$X^2 = \frac{(9 - 8)^2}{8} = 1,13$$

**Luego:**

$$X^2 = 1,46 + 0,20 + 0,40 + 1,13$$

$$X^2 = 3,19$$

Determinado el valor de la chi cuadrada, se comparó con su valor teórico considerando que para investigaciones con variables sociales, existen dos niveles de confianza convenidos: 90% y 95%, los que coadyuvaron a la generalización de resultados con ciertas excepciones.

La comprobación del valor de Ji cuadrado calculada con su valor teórico, la realizamos mediante el cálculo del grado de libertad para cuadro 2 x 2 al 95% de confianza utilizando la siguiente fórmula.

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

**Donde:**

**CUADRO N° 21: Significado de la Fórmula Grados de Libertad**

<b>gl =</b>	Grados de libertad
<b>f =</b>	Filas
<b>c =</b>	Columnas del cuadro

**Entonces:**

$$gl = (2 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

Finalmente, se utilizó la tabla de valores críticos de Ji Cuadrada a niveles de confianza 90% y 95%, para ubicar el valor de la chi cuadrada teórica en el grado de libertad uno y nivel de confianza 90%. El valor encontrado es 2.706

### **2.12.1. Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis**

El resultado de chi cuadrada calculado fue igual a 3.19 siendo superior a la teórica  $gl = 1 =$  al 90% = 2.706 lo que significa que la  $H_1$  (hipótesis) es aplicable a la población estudiada, por lo tanto se acepta la hipótesis del trabajo de investigación.

Todo esto, lleva a la conclusión que la hipótesis planteada se acepta como verdadera y por ende, es cierto que “el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual de la comuna San Vicente en la Provincia de Santa Elena”.

La hipótesis que se logró probar que el proyecto turístico es necesario aplicar en las comunidades donde se estableció la ciclovía. Para dar a conocer atractivos turísticos comunales brindando un excelente servicio dirigido al turista.

En el siguiente capítulo, se conocerán todas las características y elementos del producto turístico tipo ciclopaseo, como la ruta de los paseos en la ciclovía y la sub ruta que complementa el recorrido total, la señalética a implementar en la ruta alterna. Los servicios complementarios que estarán al servicio del turista, el dotar equipo logístico necesario para los guías y visitantes que realicen los recorridos, las estrategias de promoción y publicidad a usar, el diseño de estatutos y un calendario ciclista comunal para terminar con programas de reforestación y mantenimiento de la ciclovía que es el principal medio de acceso para turistas y habitantes locales; esto en resumen sobre los temas que se tratarán a continuación.

## **CAPÍTULO III**

### **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO PARA LA COMUNA SAN VICENTE DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

En la provincia de Santa Elena, la única ciclovía existente es la que une a las comunidades de San Vicente y San Pablo, lo que conlleva a crear una actividad turística relacionada con la infraestructura creada por el Gobierno Central, administrando y determinando el adecuado funcionamiento de los recursos turísticos que posee la comunidad, buscando acaparar el mayor número de turistas que practiquen esta actividad recreativa. Es importante, incorporar estrategias de diversificación turística, verificando procedimientos que puedan generar la mayor acogida del segmento turístico a ofertar el nuevo producto turístico.

Toda investigación sobre el diseño de productos turísticos debe ser considerada como un trabajo artístico y original. Los principales objetivos que se busca con el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo son: rentabilidad económica, social, ambiental y la satisfacción de la demanda.

El procedimiento propuesto tiene por objetivo diseñar un nuevo producto turístico donde la autenticidad del mismo constituya una ventaja competitiva, considerando recursos históricos, culturales y naturales que se incorporen al nuevo producto turístico tipo ciclopaseo, sin perder la esencia de la visita del turista y lograr interrelación de todos los que intervienen en la prestación del producto turístico, constituyendo una herramienta de vinculación de actores. Al proporcionar oportunidad a las poblaciones urbanas y rurales de exponer sus situaciones y condiciones de vida.

## **3.2. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO**

### **3.2.1. Clasificación del producto turístico**

El trabajo de investigación muestra que en el país, cuenta con una línea de productos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional. El producto turístico ciclopaseo, está ligado en el de tipo turismo de deportes y aventura; de subtipo deporte terrestre. Utilizando la bicicleta como forma de practicar ciclismo para conocer nuevos atractivos turísticos que ofertan las comunidades de la Provincia de Santa Elena.

### **3.2.2. Definición del producto turístico**

El producto turístico tipo ciclopaseo es un proyecto original, novedoso el cual trata de usar un medio de transporte masivo (bicicleta), para conocer sitios naturales y manifestaciones culturales, que se encuentran a lo largo de la ruta principal y alterna que forma la ciclovía; ofertando servicios complementarios de alojamiento, restauración y distracción, los principales objetivos a cumplir son: la rentabilidad económica, social, ambiental y la satisfacción de la demanda.

## **3.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO**

### **3.3.1. Oferta**

#### **Principales Atractivos Turísticos de la Comunidad de San Vicente**

**Sitios naturales:** Un punto de referencia con el que cuenta la comunidad es el cerro Salinas que sirve como mirador turístico, también, cuenta con lagunas naturales como son la Albarrada y la Chiriquima. Y la ciclovía que une las comunidades de San Vicente con San Pablo, sitio escogido para la creación de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo.

**Manifestaciones culturales:** En la zona como en otras comunidades se presentan diversas costumbres de carácter religioso-cultural entre las cuales tenemos fiestas patronales como son de San Vicente, San Pablo y Virgen de Monserrate, días de Difuntos, Etc. Cada una de ellas se celebra, de acuerdo, a la tradición de los

antepasados. También, cuenta con hornos de barro de pan y un pozo somero de agua dulce.

#### **3.3.1.1. Servidores Turísticos**

**Servicio de Alimentos y bebidas:** El proyecto turístico tipo ciclopaseo comprende la unión de atractivos turísticos de cuatro comunidades, los sitios que pueden brindar este tipo de servicio son las cabañas localizadas a lo largo de la playa de San Pablo, se realizara convenios con algunos de los 40 establecimientos que existen en este sector ellos ofrecerán desayuno y almuerzo a los turistas.

También, se cuenta con el servicio de restauración del hotel California en la Comunidad de Baños de San Vicente, en este sentido se tiene cubierta la alimentación de los usuarios de los ciclopaseos. La comuna de San Vicente cuenta con tiendas en donde se puede conseguir cualquier tipo de alimentos que necesite el turista en su visita por la comunidad.

**Alojamiento:** En este sentido, tendríamos inconveniente ya que las comunidades involucradas en el proyecto turístico, recientemente, están instaurando establecimientos de alojamiento, en San Pablo cerca del puente se oferta el servicio de alquiler de habitaciones y en la comuna de Baños de San Vicente el servicio es prestado por el Hotel florida que cuenta con algunas plazas para que el turista pueda descansar en una comunidad caracterizada por ser tranquila y acogedora.

**Establecimientos complementarios:** La única actividad de entretenimiento que se prevé tener es la visita al Complejo Turístico “Telésforo Villacrés” de Baños Termales de San Vicente, aquí se puede disfrutar de masajes de lodo rico en minerales y aloe vera, sauna y otros servicios con los que cuenta este importante atractivo turístico de la Provincia de Santa Elena.

### 3.3.1.2. Recursos Turísticos

Inventario de Atractivos turísticos locales – Sitios Naturales.


**CUADRO Nº 22: Playa de San Pablo**

Nº 1	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Playa de San Pablo	
	CATEGORÍA:	Sitio Natural	
	TIPO:	Costas o litorales	
	SUBTIPO:	Playa	
	JERARQUÍA:	II	

Fuente: Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 23: Cerro Redondo**

Nº 2	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Bosque en Cerro Redondo	
	CATEGORÍA:	Sitio Natural	
	TIPO:	Bosque	
	SUBTIPO:	Bosque Seco Tropical	
	JERARQUÍA:	I	

Fuente: Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)


**CUADRO Nº 24: Pozo Somero en San Vicente**

Nº 3	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Pozo Somero en San Vicente	
	CATEGORÍA:	Sitio Natural	
	TIPO:	Ríos	
	SUBTIPO:	Manantial o fuente	
	JERARQUÍA:	I	

Fuente: Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)


**CUADRO Nº 25: Laguna El Encanto**

Nº 4	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Laguna El Encanto	
	CATEGORÍA:	Sitio Natural	
	TIPO:	Ambientes Lacustres	
	SUBTIPO:	Laguna	
	JERARQUÍA:	I	

Fuente: Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 26: Complejo Turístico Baños Termales de San Vicente**

Nº 5	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Complejo Turístico Baños Termales de San Vicente	
	CATEGORÍA:	Sitio Natural	
	TIPO:	Aguas Subterráneas	
	SUBTIPO:	Aguas Termales	
	JERARQUÍA:	II	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Inventario de Atractivos turísticos locales – Manifestaciones Culturales.

**CUADRO Nº 27: Pista Mar Abierto**

Nº 1	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Pista Mar Abierto	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Realizaciones artísticas contemporáneas	
	SUBTIPO:	Rodeos	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 28: Campo PACOA de PETROECUADOR**

Nº 2	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Campo PACOA de PETROECUADOR	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
	SUBTIPO:	Explotaciones industriales	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)



**CUADRO N° 29: Hacienda California**

N° 3	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Hacienda California	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Realizaciones artísticas contemporáneas	
	SUBTIPO:	Rodeos	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 30: Comuna San Vicente**

N° 4	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Comuna San Vicente	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Históricas	
	SUBTIPO:	Arquitectura - Arquitectura Civil	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 31: Iglesia de San Vicente**

N° 5	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Iglesia de San Vicente	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Históricas	
	SUBTIPO:	Arquitectura - Arquitectura Religiosa	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 32: Horno de barro de pan**

N° 6	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Horno de barro de pan	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Etnografía	
	SUBTIPO:	Arquitectura Vernácula	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 33: Festividades Comunes**

Nº 7	NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Festividades Comunes	
	CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	
	TIPO:	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	
	SUBTIPO:	Fiestas	
	JERARQUÍA:	I	

**Fuente:** Dirección Técnico Provincial del Ministerio de Turismo – Santa Elena (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

### 3.3.2. Demanda

Es la parte más importante dentro del estudio de mercado que se realizó en el diseño de los ciclopaseo, vamos a analizar al público objetivo (turistas), conocer sus características procurando descifrar si están dispuestos a adquirir el producto turístico. El tamaño del mercado que se escogió, fue el número de turistas que visitó el balneario de San Pablo en el feriado de fieles difuntos (17.000 personas).

La demanda estuvo relacionada en base a una muestra de 41 turistas, realizando el análisis del perfil del visitante en el estudio de campo realizado en las playas de la Comuna San Pablo, mediante la información tabulada por medio de encuestas a turistas. El perfil del turista que utiliza los Ciclopaseos turísticos en un porcentaje alto son hombres que usan la bicicleta como medio de transporte, distracción y esparcimiento, en un porcentaje menor mujeres que pedalean cuando visitan a un grupo de atractivos turísticos en sus desplazamientos.

El mercado emisor de visitantes en mayor porcentaje provienen de la ciudad de Guayaquil en feriado y los fines de semana, el turismo interno posee un crecimiento importante en la provincia, ya que disfrutan de excelentes vías de acceso, en especial por la ruta del spondylus, reactivando la economía turística local, en un porcentaje menor pero importante turistas provienen de la ciudad de Quito, capital del país que utilizan a diario las ciclovías las ciclovías existente en esta metrópolis, y que en el presente proyecto turístico serán utilizadas para visitar los sitios de interés o atractivos turísticos locales.

La edad idónea del visitante que usa los ciclopaseos están entre 19 a 25 años, ya que están preparados para pedalear cerca de 2 horas por los sitios turísticos que posee San Vicente y sus alrededores, siempre, acompañado por familiares o grupos de amigos que unifican su visita en la provincia, también la pueden utilizar niños, jóvenes y adultos.

Los turistas tienen como principal motivo de visita el de recreación y esparcimiento disfrutando de diversas alternativas que brindan las extensas playas de la península. Entre las principales actividades que practican los turistas es visitar sitios o atractivos naturales, efectuando deportes terrestres como ciclismo de preferencia

El gasto promedio de un visitante que realice esta actividad turística debe ser como mínimo \$50, el nivel de ingresos debe ser la de una persona que gane un aproximado el salario básico unificado que rige en el país.

Deben tener un grado de instrucción: primaria, secundaria, universitaria, etc. El estrato social: alto y medio. Con un estilo de vida lleno de actividades y pasatiempos, estas son las primordiales características de los usuarios de los ciclopaseos.

Este tipo de demanda evolucionara, constantemente, ya que todo turista busca alternativas diferentes que con el transcurso del tiempo varían, el segmento específico a escoger son las personas que consuman productos de deporte y aventura.

### **3.3.3. Análisis de competencia.**

La competencia que tiene los ciclopaseos en la comunidad de San Vicente, dentro de la Provincia de Santa Elena son los paseos en bicicletas en la Parroquia Ancón que tiene un circuito por los atractivos culturales que posee, como el barrio y el

cementerio inglés, los acantilados, etc. En la Parroquia de Atahualpa, recientemente, se realizaron recorridos desde la comunidad hasta la denominada playa de los chinos. La Prefectura está realizando nuevas autopistas como la de Baños de San Vicente y Chanduy estas construcciones tendrán ciclovías, que en el futuro podrán ser competencia o unificarse al producto turístico ciclopaseo.

La Provincia del Guayas, también, cuenta con la ciclovía Guayaquil – Progreso, que es usada los fines de semana para pedalear por parte de los habitantes de la urbe porteña. El Gobierno nacional realizó el proyecto eco aldea en la isla Santay para llegar a este nuevo atractivo turístico muchas personas alquilan bicicletas para realizar el recorrido hacia este sitio de interés en la ciudad de Guayaquil.

En la Provincia de Manabí, en la ciudad de Manta existe una ciclovía que une la ciudad con el Puerto de Aguas profundas, la utilizan para realizar recorridos a lo largo de la Playa El murciélago, este servicio la realizan turistas que llegan de los cruceros de diferentes partes del mundo.

#### **3.3.4. Tendencias turísticas**

La línea de productos en donde se ubican los ciclopaseos es la de Deportes y Aventura. Turismo de Deportes – Aventura en las regiones del mundo donde mayor porcentaje usan las bicicletas son, en orden de importancia: Asia, el este de Europa y Oceanía. Los países con superiores proporciones son: Holanda, Dinamarca, Alemania, Suiza, Suecia, Austria, Inglaterra, Francia, Italia e España en orden ascendente. En Sudamérica, la tendencia por la implementación de ciclovías se ha desarrollado en Argentina (Rosario y Buenos Aires), Colombia, Chile, Ecuador, Venezuela y en Norteamérica en México.

Rosario es la primera ciudad en Argentina en implementar un circuito recreativo permanente, libre de autos y motos. Este proyecto forma parte de la Red de Ciclovías Recreativas Unidas de las Américas. En Buenos Aires se implementó un plan de reorganización de tránsito y transporte de la ciudad.

Colombia en su capital Bogotá, se introducen las ciclovías a partir del año de 1975, consistió en cerrar temporalmente carriles de las principales avenidas de la ciudad, proporcionando espacios recreativos y deportivos de aproximadamente 100 Km que se realizan los domingos y días festivos. Otras ciudades como; Cúcuta, Popayán y Medellín existen carriles bidireccionales exclusivos para bicicletas de 2 metros de anchura, para seguridad de ciclistas y peatones, en los recorridos se cuentan con personal de apoyo del Instituto de Deportes y Recreación de estas importantes ciudades colombianas.

En Chile, las ciclovía son pocas y tienen mala difusión para su utilización. Las vías son segregadas y señalizadas cerca de la calzada. A partir del 2005 en Gran Concepción existen ciclovías que unen las principales arterias y sectores de ciudades como Concepción, Hualpén, Talcahuano, Coronel, Chiguayante y San Pedro de la Paz, se han dispuesto de ciclo recreovía actividad que la realizan los fines de semanas.

En Venezuela en el 2004 se implementó sus primeros 14 Km de ciclovía en el municipio caraqueño de Chacao, con el fin de mejorar las condiciones sociales, ambientales y económicas de los habitantes locales.

En la Ciudad de México se han construido tres circuitos de ciclovía en Cuernavaca, en las instalaciones del Bosque de Chapultepec y Azcapotzalco. En Guadalajara se implementó la exitosa idea de la ciclovía para que los turistas conozcan la flora y fauna propia de la región. En el estado de México existen cuatro ciclovías que brindan el servicio de distracción y son:

- Ciclovía de Valle de Bravo
- Ciclovía del Circuito Metropolitano Exterior
- Ciclovía del Valle de Toluca
- Ciclovía Ecatepec - Netzahualcóyotl

En **Ecuador** se ha desarrollado diferentes iniciativas para aumentar el uso de la bicicleta. La ciudad de Quito es la que posee la mayor red de ciclovías a nivel nacional. Pero, otras importantes ciudades como Cuenca y Guayaquil se han unido en el desarrollo de este tipo de iniciativas. El Ministerio de Transporte y Obras Publicas diseño a partir del año 2012 el Plan Nacional de ciclovías con ayuda de los municipios de Babahoyo, Ibarra, Lago Agrio, Manta, Pedernales, Quevedo y Riobamba.

Los ciclopaseos en Quito, es una iniciativa organizada por Ciclopolis organización para promover el ciclismo urbano. La ruta es de 30 Km que va desde el Norte al Sur de la ciudad capital. El proyecto se ejecutó con la cooperación del Gobierno Metropolitano de Quito para visitar lugares como el parque La Carolina, parque del Ejido, el Centro histórico de Quito, la avenida Amazonas y el Panecillo, estos recorridos empezaron en el 2005 cada 15 días y en el 2009 se convirtió en un evento semanal.

En la Provincia de Santa Elena se está trabajando en la implementación de ciclovías en las principales autopistas, pero la primera que tuvo vías exclusivas para ciclistas es la que une las comunidades de San Vicente y San Pablo sitio escogido para realizar los ciclopaseos turísticos. A partir de las nuevas construcciones viales como la autopista de ingreso a Baños de San Vicente y hacia el puerto pesquero de Chanduy también contarán con este tipo de vialidad y se podrán conocer los atractivos turístico que poseen estas comunidades pedaleando en una bicicleta.

### **3.4. OBJETIVOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO CICLOPASEO**

#### **3.4.1. Objetivo General**

Diseñar un producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, como estrategia de diversificación de su oferta turística actual determinando capacidades y potencialidades de la población en el ámbito del turismo.

### **3.4.2. Objetivos Específicos**

- 1) Posicionar el producto turístico tipo ciclopaseo como nueva alternativa de distracción en la Provincia de Santa Elena
- 2) Establecer una ruta turística principal y alterna, asociando atractivos turísticos de las comunidades San Pablo, Cerro Alto, San Vicente y Baños de San Vicente.
- 3) Diseñar programas de promoción y publicidad, mediante el diseño de una marca turística propia.

## **3.5. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **3.5.1. Justificación**

El presente diseño de producto turístico constituye la primera actividad turística que oferte la comunidad, ya que posee una vía exclusiva y alterna para bicicletas, completamente, señalizada, permitiendo el uso de diversidad de turistas que se transiten por la localidad.

La importancia radica en proporcionar a la Comuna San Vicente, una nueva alternativa de turismo diferente a la que se oferta a nivel local, siendo el turismo uno de los principales sectores generadores de ingresos en el país, al aplicar este nuevo enfoque de la actividad turística en la provincia de Santa Elena se hace necesaria la participación local, al mismo tiempo integrar a las organizaciones involucradas en el ámbito turístico para que juntos puedan proyectar gestiones a desarrollar que tiendan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes con miras a convertir a San Vicente en un destino turístico competitivo.

### **3.5.2. Filosofía**

La filosofía, en la cual, se inspira el proyecto de tesis es motivar la actividad turística mediante la creación de ciclopaseos turísticos encaminándonos hacia nuevas alternativas de turismo sostenible para que la comunidad de San Vicente

pueda ofertar atractivos naturales y culturales ofreciendo un servicio de calidad al turista. Se fundamenta en la creación de nuevos productos turísticos, preservando la identidad cultural de la comunidad, en base al avance tecnológico y económico. Su ideal se sustenta en la integración turista – comunidad local como principios de sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos o atractivos turísticos.

### **3.5.3. Misión**

Fomentar la cultura ciclística con responsabilidad y compromiso en espacios exclusivos, integrando un ambiente donde la comunidad local y turistas puedan participar del producto turístico tipo ciclopaseo, desarrollando el más alto potencial de productividad y creatividad en beneficio del turismo de la Comuna San Vicente.

### **3.5.4. Visión**

Convertir la actividad turística tipo ciclopaseo en un motor de desarrollo turístico comunitario en base a conocimientos y estudios científicos lo que permitirá la diversificación de la oferta turística en la Comuna San Vicente, asegurando el incremento de la demanda y la llegada de turistas nacionales y extranjeros.

### **3.5.5. Políticas**

El producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, en la diversificación de la actividad turística promueve el cumplimiento de políticas generales en los siguientes ámbitos:

- 1) Fomentar la actividad turística en la comunidad y la calidad del servicio prestado.
- 2) Impulsar el crecimiento organizado del nuevo producto turístico tipo ciclopaseo.
- 3) Promover la unión de esfuerzos entre la comunidad de San Vicente y las autoridades de turismo locales, aprovechando los recursos turísticos a ofertar.



- 4) Fomentar la incorporación de infraestructura ciclista (ciclovías) en el desarrollo del turismo sostenible.
- 5) Impulsar la implementación de señalización, servicios complementarios y equipos logísticos en los ciclopaseos turísticos.
- 6) Promover el desarrollo económico comunal.

### **3.6. CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO EN LA COMUNA DE SAN VICENTE**

El presente diseño de un nuevo producto es la solución del problema del poco énfasis que posee el turismo en la comuna de San Vicente. Considerando estrategias de diversificación en base a la oferta que posee la comunidad en la actualidad a partir de los siguientes criterios:

#### **Criterio Físico Ambiental:**

La comunidad de San Vicente cuenta con suficiente espacio físico para realizar proyectos, como el de los ciclopaseos ya que la ciclovía tiene un recorrido de 12 Km complementado con los 6 Km de ruta alterna hacia la comunidad de Baños de San Vicente que cuenta con características propias para brindar un excelente servicio al turista.

La autopista de cuatro carriles que une las comunidades de San Vicente y San Pablo, se diseñó con el objetivo de disminuir el tiempo de traslado de automotores que usan la vía Guayaquil – Salinas que une los dos caminos hacia la ruta del Spondylus.

En Asamblea General de socios, las personas que conforman la comuna San Vicente, se identificaron posibles impactos físicos ambientales en la implementación del proyecto turístico, tratando posibles soluciones que mitiguen estos problemas. Preservar las características de la ciclovía y no contaminar con

desechos sólidos que produce la comunidad y los mismos visitantes, para esto, se cuida el medio ambiente con la implementación de depósitos de basura en sitios estratégico de la vía.

### **Criterio Económico:**

Al realizar el análisis del proyecto planteado se han considerado ciertas alternativas.

- El proyecto deberá incluir en su presupuesto la capacitación al personal de trabajo que deberá pertenecer a la comunidad para que exista beneficio para los habitantes de la comuna de San Vicente (temáticas de capacitación guianza, atención al cliente e inglés).
- Un porcentaje de inversión y ganancias por parte de empresas turísticas del sector será para mejorar, los atractivos potenciales turísticos que posee la comunidad a lo largo de la ciclovía. (Horno de pan – Pozo somero de agua dulce).
- Crear fuentes de trabajo para muchos habitantes de la comuna San Vicente, mejorando el estilo de vida de las personas involucradas en el desarrollo turístico del sector.

### **Criterio Socio cultural:**

- Mantener la cultura local y que ésta no sea manipulada por otros individuos que visite la comuna.
- Respetar las políticas de la comunidad porque es importante tener en cuenta las opiniones de los diferentes comuneros ya que ellos son los pioneros en el desarrollo de su comunidad. Debe existir una buena relación entre la comunidad y la empresa que apoyen en el diseño del proyecto turístico.

- En el sector donde se desarrolle el proyecto se dará todas las facilidades para que las personas interactúen con los turistas siempre manteniendo sus costumbres y tradiciones.

Todos los criterios descritos son de vital importancia para el desarrollo e implementación del nuevo producto turístico tipo ciclopaseo en la comunidad de San Vicente, ya que sin coordinación mutua no se llegaría a las metas previamente establecidas en la investigación como fomentar la actividad turística como fuente de ingresos para los habitantes y el cabildo comunal al generar proyectos en beneficio de la comuna, cuidando el entorno y los medios que se utiliza para el incremento del flujo de turistas que provienen de diversas partes del país.

La actividad ciclopaseos son nuevas opciones de turismo que se está ofertando en el país, la magnitud de este fenómeno está constantemente creciendo por que muchos turistas que provienen de grandes ciudades buscan formas de realizar actividades que sean novedosas y no contaminar al medio ambiente, con la apertura de la nueva vía se puede observar grupos de amigos, en especial los fines de semana, personas que realizan este tipo de alternativa como una actividad deportiva, se tendrá apertura para diferentes tipologías de turistas de diversas edades, niños hasta adultos que puedan realizar la actividad turística.

El fin común de la investigación consiste en mejorar en sentido económico, sociocultural y medioambiental de la comunidad de forma eficiente y eficaz, el éxito o fracaso de la propuesta depende en gran medida de la acogida de los habitantes de la comunidad y los turistas que ingresen en la provincia.

### **3.7. DIAGNÓSTICO FODA**

#### **Factores internos**

##### **Fortalezas:**

- ★ Por medio del inventario turístico de las comunidades se identificaron recursos con potencial turístico.
- ★ Estudio de mercado para identificar las nuevas tendencias de turismo.

- ★ Comuneros líderes en crear alternativas de empleo. (Grupo de ciclistas profesionales – guías ciclísticos)
- ★ Ciclovía exclusiva para implementar ciclopaseos con el respaldo de un sendero que une otros atractivos turísticos.(Ubicación geográfica)
- ★ Cerro Salinas y Cementerio pueden ser utilizados como mirador turístico
- ★ Vías de acceso a la comunidad en excelentes condiciones.

#### **Debilidades:**

- Poca planificación de proyectos a largo plazo.
- Mínima difusión del potencial turístico de la comunidad.
- Reducida cultura administrativa y resistencia a cambios en el futuro.
- Limitaciones en educación ambiental referente a la conservación de recursos turísticos.
- Carecimiento de alcantarillado y tratamiento de aguas servidas.
- Poca experiencia en el mercado turístico

#### **Factores Externos**

##### **Oportunidades:**

- ★ Créditos con socios estratégicos para financiar proyectos.
- ★ Crecimiento de nuevos segmentos de mercado.
- ★ Mayor demanda turística en la Provincia.
- ★ Asociación ciclovía con diversos atractivos turísticos.
- ★ Estrategias de turismo a implementar en el proyecto.
- ★ Variedad de atractivos turísticos para visitar.

##### **Amenazas:**

- Leyes mal usadas en protección del medio ambiente
- Especulación de precios de productos y servicios.
- Problema de invasión de tierras
- Contaminación ambiental Granja Porcina Fernández, Compañía Gas Guayas y botadero municipal de desechos sólidos.
- Competencia con otros productos turísticos provinciales
- La economía cambiante del país.

### 3.7.1. Matriz de Estrategia FODA

<p style="text-align: center;"><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b> Inventario de atractivos turísticos.  <b>F2.</b> Estudio de mercado – nuevas tendencias.  <b>F3.</b> Ciclovía exclusiva – ubicación geográfica.</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1.</b> Mínima difusión potencial turístico.  <b>D2.</b> Limitaciones en conservación de recursos.  <b>D3.</b> Falta de alcantarillado y tratamiento de aguas servidas.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1.</b> Créditos socios estratégicos para financiar proyectos.  <b>O2.</b> Mayor demanda turística en la provincia.  <b>O3.</b> Crecimiento de nuevos segmentos de mercado.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA F/O</b></p> <p><b>F1/O1.</b> Actualizar el inventario de atractivos turísticos con aporte de socios estratégicos.  <b>F2/O2.</b> Nuevas opciones de turismo en base a actuales tendencias incremento de demanda  <b>F3/O3.</b> Utilización de ciclovías por parte de turistas que disfrutan nuevas alternativas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA D/O</b></p> <p><b>D1/O1.</b> Publicidad del potencial turístico a través del proyecto.  <b>D2/O2.</b> Realizar estrategias de promoción y publicidad para los atractivos turísticos.  <b>D3/O3.</b> Incremento de visitantes – falencia de servicios básicos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> Especulación de precios (producto y servicios)  <b>A2.</b> Competencia con otros productos turísticos.  <b>A3.</b> Contaminación ambiental Granja Porcina Fernández, Compañía Gas Guayas y Botadero Municipal de desechos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA F/A</b></p> <p><b>F1/A1.</b> Lugares a visitar poseen diferentes precios – regular los mismos.  <b>F2/A2.</b> Competencia de productos a raíz de nuevas tendencias.  <b>F3/A3.</b> La cercanía de estas organizaciones causa contaminación, trabajar en conjunto para reducir la emisión de desechos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA D/A</b></p> <p><b>D1/A1.</b> Por medio de la publicidad los usuarios conocerán precios reales  <b>D2/A2.</b> Al tener varios productos se pueden saturar los mismos, crear lineamientos conservar recursos.  <b>D3/A3.</b> Tratar los residuos que emanan las empresas cercanas a la comunidad.</p>

### **3.7.2. Análisis final diagnóstico FODA**

Se debe tener un inventario de atractivos turísticos actualizado ya que así los turistas conocerán los recursos con potencial de cada comunidad. Unir atractivos planificando proyectos que beneficien a los habitantes locales a corto y largo plazo.

Los nuevos mercados necesitan conocer las características de los sitios de interés mediante medios publicitarios

Comuneros líderes y están de acuerdo en trabajar en proyectos que generen oportunidades de crecimiento. La ciclovía se encuentra ubicada en un sector estratégico dentro de la provincia, una autopista que sirve de ingresos para turistas de todas partes del país, las vías se encuentran en óptimas condiciones y estas asocian atractivos turísticos de comunidades cercanas.

Proyecto nuevo como el mirador turístico del cerro Salinas, conllevará a que personas visiten la comunidad, y se debe mejorar en servicios básicos. A partir de propuestas modernas generara experiencia al brindar prestaciones turísticas.

Muchas entidades públicas y privadas, generan créditos financiando proyectos turísticos. La demanda de turistas ha incrementado considerablemente en la provincia de Santa Elena, personas que buscan nuevas alternativas de ocio.

En temporada alta los servidores turísticos especulan los precios de los productos y servicios que se prestan, los ciclopaseos serán ofertados a través de itinerarios y cada uno tendrá un valor específico beneficiando al turista.

Un problema que tiene la comunidad se debe a la invasión de terrenos ancestrales esto puede causar enfrentamientos internos afectando cualquier actividad que se pretenda desarrollar. Cerca de la comunidad existen empresas que contaminan el

entorno como la Granja Porcina Fernández y Gas Guayas, se socializará con los representantes de estas organizaciones el proyecto a implementar y lograr acuerdos mutuos en beneficio de la comunidad local.

La economía en el país varia con regularidad, hay tener en cuenta planes de contingencia para contrarrestar cualquier inconveniente que pueda ocurrir el desarrollo de los ciclopaseos turísticos en la comuna San Vicente.

### **3.8. ANÁLISIS PETS**

#### **Factor Político**

La Comuna de San Vicente es dirigida por los siguientes organismos administrativos: La Asamblea General Ordinaria, el Cabildo Comunal y las Comisiones Especiales, quienes poseen funciones específicas para poder trabajar en beneficio de la comunidad en diferentes aspectos que se requiera su intervención. Existiendo estabilidad política dentro de la comunidad factor importante para no tener inconvenientes de carácter legal en el desarrollo de la investigación.

La estabilidad política pilar fundamental de la democracia plena, factor primordial de una comunidad estable que sirve para transmitir una imagen adecuada dentro de una sociedad. Si no existiera podría ser perjudicial, ya que no tendría condiciones para poder invertir en proyectos que beneficien a la comunidad.

A partir de las nuevas elecciones, se escogió nuevas autoridades que trabajaran por un año en base a proyectos previamente establecidos, estas personas están trabajando en un aspecto fundamental el cual es dotar de alcantarillado a la comunidad pero se necesita realizar un estudio previo para medir la factibilidad de proyecto a implementar. Sin dejar a un lado otras opciones de planes como el fomento de la actividad turística en la comunidad, a partir de ciclopaseos turísticos.

## **Factor Económico**

La Comunidad de San Vicente no tiene una actividad primordial que genere ingresos para los habitantes. Pero se está trabajando en nuevas opciones como el turismo, la agricultura, la ganadería, etc.

La mayoría de los habitantes de la comunidad se dedican a labores de construcción, de las cuales obtienen ingresos para poder mantener económicamente a su familia.

La Comuna obtiene ingresos por medio de la venta de relleno o piedras en las canteras del Cerro Salinas y por el alquiler de terrenos para las antenas de telecomunicaciones de las empresas Claro y Movistar. Se tienen planificado trabajar en la agricultura, en el cultivo de productos de ciclo corto como melón, sandía, tomate, etc. Actividad a implementarse en épocas de invierno, todas estas gestiones se realizarán con la ayuda del gobierno actual.

Muchos habitantes se dedican a la cría de vacas, cerdos, chivos, pollos, etc. Que sirven como ingresos para muchas familias de la comunidad. Un grupo de personas trabaja en la ebanistería construyendo muebles, artesanías, etc. Siendo una alternativa rentable para los individuos que se dedican a esta actividad.

## **Factor Tecnológico**

San Vicente por ser base de dos de las empresas de telecomunicaciones del país se podría trabajar en conjunto con el Cabildo Comunal para brindar el servicio de internet para la comunidad en general, ya que la tecnología debe estar al alcance de todas las personas en el mundo.

Las autoridades esperan implementar en el futuro un infocentro comunitario por medio del gobierno central, para que todos los habitantes de la comuna tengan



acceso a internet gratuito, siendo de gran ventaja para las personas de escasos recursos que no tengan acceso a este servicio, siendo los beneficiados directos los jóvenes estudiantes de la comunidad, el infocentro estará ubicado en la sede de la Casa Comunal de San Vicente.

Con el desarrollo de los nuevos proyectos el cabildo comunal diseñará una página en Yinternet para publicitar y promocionar los productos y servicios que se oferte y poder atraer turistas nacionales e internacionales.

### **Factor Sociocultural**

La Comuna San Vicente cuenta con 13 calles y una avenida principal, previamente, establecidas y asignadas por el cabildo comunal, las cuales se describen por señalética implementada en toda la comunidad y son las siguientes:

**CUADRO N° 34: Nombres de calles y avenida de la Comuna San Vicente.**

<b>Calles y Avenida de San Vicente.</b>	
<b>1) Av. San Vicente</b>	<b>8) 18 de Agosto</b>
<b>2) 17 de Enero</b>	<b>9) Teodoro Reyes</b>
<b>3) 3 de Marzo</b>	<b>10) Elías Reyes</b>
<b>4) 7 de Mayo</b>	<b>11) Vicente Rocafuerte</b>
<b>5) 24 de Mayo</b>	<b>12) Corinthians</b>
<b>6) 17 de Julio</b>	<b>13) Anselmo Quirumbay</b>
<b>7) 10 de Agosto</b>	<b>14) Dionisio Gonzabay</b>

**Fuente:** Comuna San Vicente, (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Un estudio realizado por el cabildo comunal de San Vicente, indicó que el 80% de las viviendas son de construcción de hormigón armado, el 18 % restante es de construcción mixta de madera – cemento y el 0,2 % de madera o caña. Las construcciones habitacionales cuentan con el servicio de agua potable por tuberías en un 90%, energía eléctrica y eliminación de aguas servidas por medio de pozos sépticos o ciegos en un 100%.

El servicio de recolección de basura, es realizada por un camión del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena, los días martes, jueves y sábados. Con el servicio telefónico fijo es adquirido por el 0,3% de la comunidad y en un 0,2% posee el servicio de Yinternet en sus hogares.

En la comuna la tasa de alfabetización de habitantes mayores de 15 años, comprende el 95%, la tasa de asistencia escolar primaria es de 90%, la tasa de asistencia escolar secundaria es del 90% y asistencia escolar universitaria en un 5% ya que muchos jóvenes no cuentan con los recursos necesarios para poder estudiar.

San Vicente cuenta con la Escuela Fiscal Mixta №2 Dr. Herman B Parker, con una sala de cómputo con profesores, debidamente, preparados y un Centro de Formación Infantil C.D.I. Fantasías Infantiles # 101. El Cabildo Comunal necesita mejorar la infraestructura física de la escuela y del centro de formación infantil, permitiendo impartir conocimientos en base al avance científico y tecnológico, mejorando la capacitación y destrezas de los estudiantes.

La Comunidad cuenta con el Dispensario San Vicente 4 implementado por el Seguro Social Campesino, en el cual acuden a diario un total de 50 personas a realizar diferentes actividades con la coordinación del equipo de salud, y a la vez recibir atención médica, odontológica, enfermería y procesos de trámites administrativos, cuyos espacios de cada área son muy reducidos que no permiten una atención al usuario en condiciones óptimas.

Por tal razón, se hace urgente y necesario disponer de espacio físico adecuado, ampliando su infraestructura, adquiriendo equipos médicos para brindar una atención oportuna de calidad y calidez.

### **3.9. ESTRUCTURA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.**

Ciclopaseos son nuevas opciones de ocio que se ofertan actualmente en el país, la magnitud de este fenómeno está constantemente creciendo, muchos turistas que provienen de diferentes ciudades buscan formas de realizar actividades deportivas novedosas y que no contaminen al ecosistema, con la apertura de la cicloavía se pueden observar ciclistas, los fines de semana ejecutando este tipo de práctica atlética, teniendo apertura para diferentes personas de diferentes edades que puedan pedalear por una vía que está rodeada por atractivos turísticos

Los destinos dependen de los atractivos turísticos y de las alternativas que se ofertan a los turistas o visitantes que buscan actividades de ocio y diversión. La creación de nuevos productos turísticos es una de las opciones que se tiene para que una comunidad genere alternativas de turismo dentro de un sector que cuenta con atractivos turístico potenciales y reconocidos a nivel local, nacional e internacional.

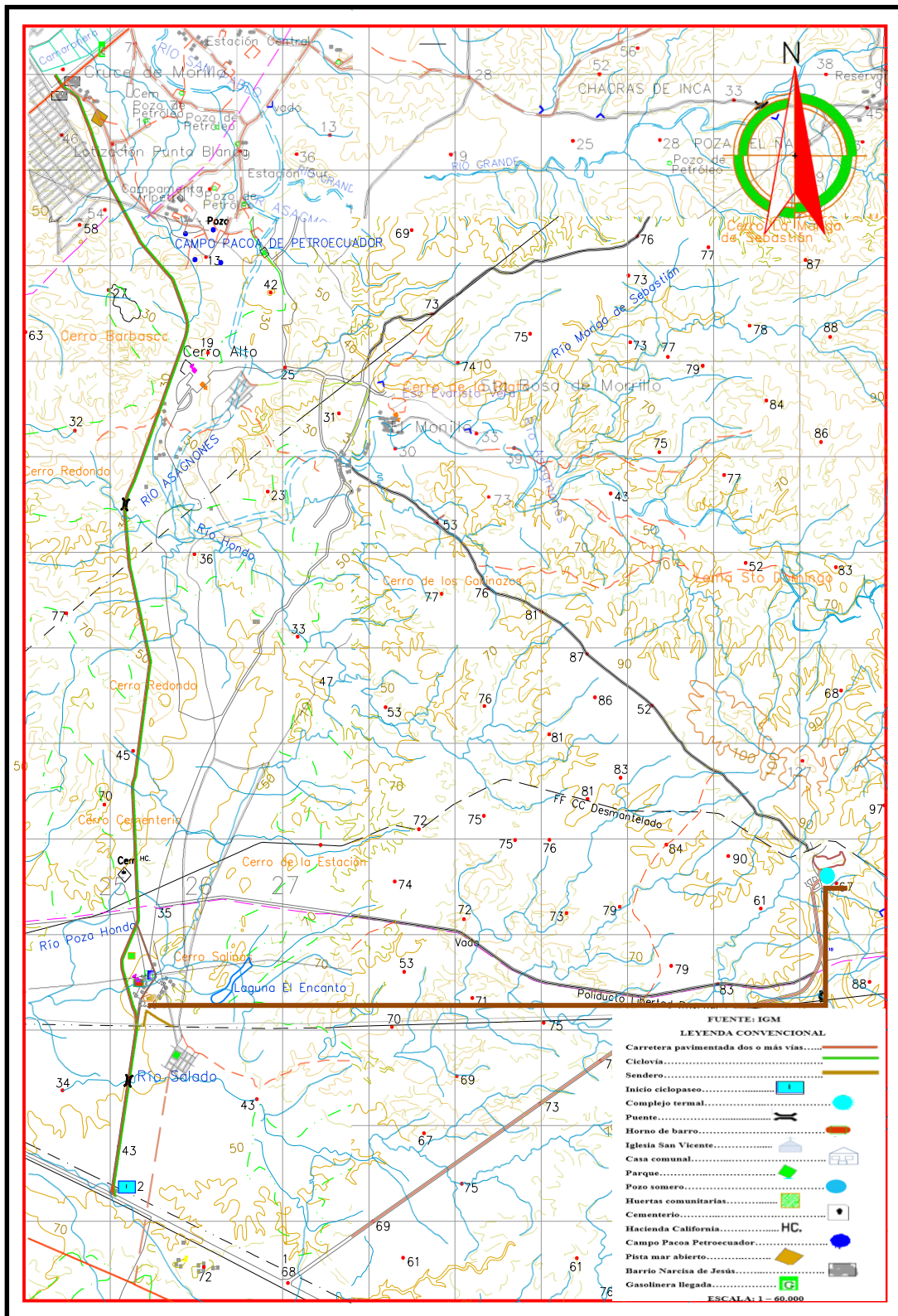
Son paseos realizados en bicicleta por la cicloavía que tiene la autopista San Vicente – San Pablo conociendo los sitios de interés turístico de cada comunidad.

Al ofertar servicios de guianza especializada por los atractivos turísticos a visitar, a esta vía le unimos un sendero que comienza en la Comunidad de San Vicente y llega hasta el Complejo Turístico de Baños Termales de San Vicente “Telésforo Villacrés” donde se utiliza las piscinas de aguas naturales termales, con servicios complementarios de sauna y masajes. También, se incluye la alimentación e hidratación del turista que utilice los ciclopaseos

#### **Componentes del producto turístico**

##### **1. Ruta ciclopaseos turísticos**

**FIGURA Nº 1: Ruta atractivos turísticos cicloviá**



Fuente: Plano Altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena IGM, (2014)  
 Elaborado por: Suárez, F (2014)

**Objetivo.-** Establecer la ruta donde se ofertan los ciclopaseos turísticos para turistas como alternativa de distracción en la Comuna San Vicente.

**Descripción de la ruta:** sitios de interés turístico a visitar el los ciclopaseos

**FIGURA Nº 2: Playa de San Pablo**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El punto de encuentro de turista y guías ciclistas son las cabañas restaurant de la comuna San Pablo. Aquí se desayuna muy temprano, para luego descansar en la arena y estirar los músculos, se informa sobre la ruta a pedalear y los lugares a visitar, haciendo la entrega de las bicicletas y la protección necesaria a usar (cascos, rodilleras y coderas). Y nos encaminamos al inicio de la ciclovía.

**FIGURA Nº 3: Gasolinera entrada Comunidad de San Pablo**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El sitio ideal para realizar la última revisión de la bicicleta, que las llantas tengan el aire óptimo y así comenzar los ciclopaseos turísticos en el estacionamiento a un lado de la gasolinera momento ideal para mencionar las últimas recomendaciones, este sitio será ideal para que los turistas se hidraten al inicio de pedalear y también, puedan utilizar los servicios que ofrece el establecimiento. (Baños Públicos y Minimarket)



**FIGURA N° 4: Barrio Narcisa de Jesús Comuna San Pablo –Inicio de la ciclovia**



Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

En el barrio “Narcisa de Jesús” comienza la ciclovia turística en la comunidad de San Pablo. En este sitio, se debe tener cuidado con el flujo de vehículos que transitan por el lugar para prevenir accidentes.

**FIGURA N° 5: Pista Mar Abierto**



Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Al ingreso de la comunidad de San Pablo por el barrio Narcisa de Jesús, se encuentra una pista privada donde existe criaderos de ganado caballar; se establecerán convenios con el gerente de la pista para realizar cabalgatas en el interior del establecimiento.

**FIGURA Nº 6: Campo PACOA de PETROECUADOR**



Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Casi al comenzar la ciclovía cerca de la comunidad de San Pablo se encuentra el campo PACOA de Petroecuador, con el transcurso del tiempo se podrían realizar recorridos con los turistas y que personal del campo explique el funcionamiento de la empresa en función a los derivados que conducen hacia diversas refinerías del país.

**FIGURA Nº 7: Ciclovía en la comunidad de Cerro Alto**



Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

En la comunidad de Cerro Alto estará localizado el Centro de hidratación turística para los ciclistas, estacionamiento y baño portátil que son servicios complementarios a usar, es una comunidad de paso, ya que no posee muchos lugares para visitar en el transcurso de los ciclopaseos.

**FIGURA N° 8: Puente sobre río Asagnones en la comunidad de Cerro Alto**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Al salir de la comunidad de Cerro Alto se ubica el puente Asagnones, la gran mayoría de los días sin caudal de agua a excepción de los meses de invierno.

**FIGURA N° 9: Cerro Redondo**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Es un área extensa de bosque seco tropical, lugar ideal para el avistamiento de aves pero en un sector del mismo se ha convertido en cantera de venta de piedra utilizada para relleno. Se debe cuidar el ecosistema y preservar las aves para que los turistas tengan motivos de utilizar los ciclopaseos.



**FIGURA N° 10: Hacienda California**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Al seguir la ciclovía, se escala cerro “cementerio” donde está ubicada la hacienda “California” donde hay ganado braman, también, existen cultivos de hortalizas de ciclo corto.

**FIGURA N° 11: Cementerio general y poliducto subterráneo**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En el transcurso de los ciclopaseos se debe pasar por el cementerio general de la comunidad de San Vicente y algunos metros delante se encuentra el poliducto subterráneo La Libertad – Pascuales, siguiendo un carretero veranero se llegara a la comunidad de Baños de San Vicente hasta el Complejo de Aguas Termales, este sendero es parte de la ruta alterna a ofertar.

**FIGURA N° 12: Huertas de comuneros en San Vicente**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Recorrer cultivos o huertas de comuneros que existen a lo largo de la ciclovía sitios idóneos para el cultivo de diversidad de frutos, hortalizas, legumbres, etc. Se podría establecer en el futuro, huertos comunitarios donde la comunidad pueda interactuar, directamente, con los turistas.

**FIGURA N° 13: Pozo somero en San Vicente**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El reconocimiento del último pozo somero de la comunidad de San Vicente, sitio en el cual los habitantes extraían agua dulce para el uso diario de las familias en el pasado, también servía como bebedero para el ganado vacuno y caballar, hasta el día en que se instaló el agua potable por guías domiciliarias es el comienzo de la visita a sitios de interés en la comunidad.

**FIGURA Nº 14: Parque central de San Vicente**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El paso por el parque central de la Comunidad de San Vicente donde existen juegos infantiles para el uso de los usuarios de los ciclopaseos.

**FIGURA Nº 15: Iglesia e imágenes religiosas de San Vicente**

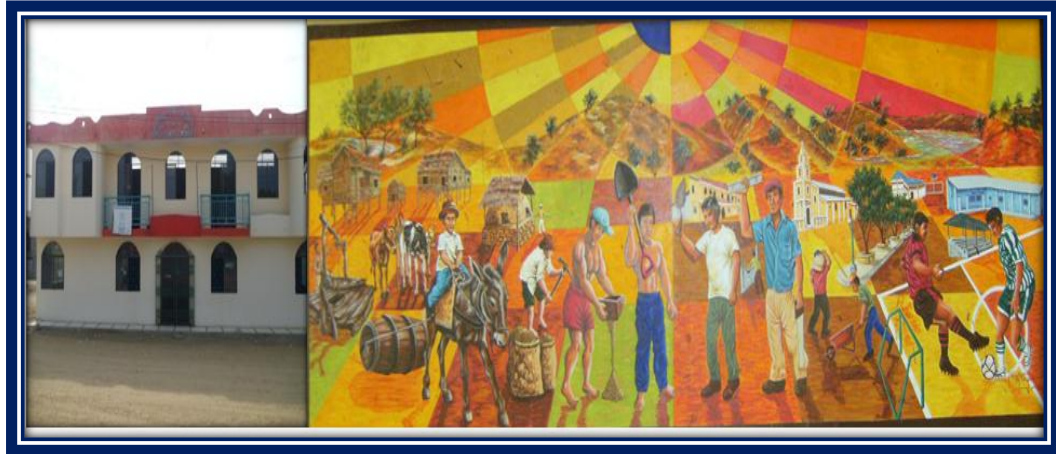


**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Visita a la Iglesia “Viva Jesús” de la Comunidad de San Vicente, donde se celebra la sagrada Eucaristía en conmemoración de las tres festividades religiosas a lo largo del año, en el mes de Abril las Festividades de San Vicente Ferrer, en el mes de Julio Festividades del Apóstol San Pablo y en el mes de Noviembre las Festividades de la Santísima Virgen de Monserrate.

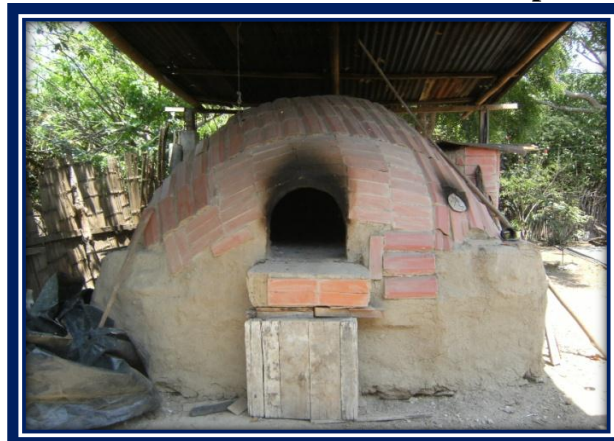
**FIGURA N° 16: Comuna San Vicente y cuadro representativo de la comunidad**



Fuente: Suárez, F (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

Reconocimiento de la Sede de la Casa Comunal de San Vicente donde se describirá el cuadro que se encuentra en el interior de la misma, en el cual se describe en imágenes la historia de la Comunidad, en este lugar estará ubicado el Centro de control y mando de los ciclopaseos turísticos.

**FIGURA N° 17: Horno de barro de pan**



Fuente: Suárez, F (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

Visita al horno de barro de pan en el ingreso de la Comunidad en el hogar del Señor Pablo Bravo, el horno es utilizado entre los días 30, 31 de Octubre y 1 de Noviembre en la elaboración de panes para conmemoración de los fieles difuntos los primeros días del mes de Noviembre.



**FIGURA N° 18: Ciclovía al ingreso de la Comuna San Vicente**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Ciclovía turística al ingreso de la comunidad de San Vicente.

**FIGURA N° 19: Puente sobre rio El Salado en la comunidad de San Vicente**

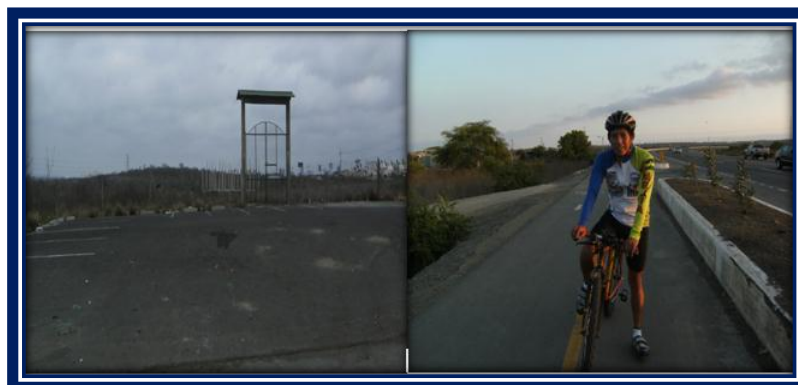


**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Paso obligado para los ciclistas pedalear por el puente sobre el rio El Salado sobre la autopista San Vicente – San Pablo.

**FIGURA N° 20: Fin ciclovía**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

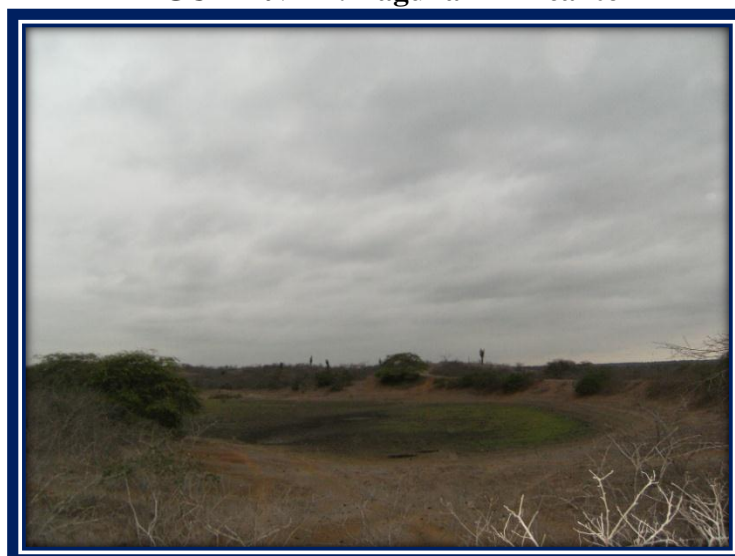
Entrada hacia la comunidad de San Vicente lugar idóneo para finalizar los ciclopaseos turísticos se llegó a la intersección de la autopista Guayaquil – Salinas. La ciclovía tiene una distancia de 12,5 Km es una parte del recorrido de los ciclopaseos, a continuación, se detalla los sitios de interés que posee la sub ruta.

### **Sub ruta o ruta alterna ciclopaseos turístico a través del sendero que une la comunidades de San Vicente con Baños de San Vicente**

La extensión de la sub ruta es de 6, 5 Km y el total recorrido entre las dos rutas es de 19 Km. Al llegar a la comunidad de San Vicente, los usuarios de los ciclopaseos se hidrataran para luego seguir con el recorrido, mientras, los guías se encargaran de revisar las bicicletas para proseguir con el recorrido.

Algunas personas estarán cansadas, después de pedalear por una hora, aproximadamente, ellos consumieron la primera parte del recorrido y si ya no tienen fuerzas se les trasladará hacia el complejo de aguas termales en Baños de San Vicente.

**FIGURA N° 21: Laguna El Encanto**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Al seguir con el recorrido de los ciclopaseos turístico, se seguirá hacia la laguna “El Encanto”, sitio que en invierno es ideal para nadar y compartir momentos de sana diversión, este atractivo sirve como reservorio de agua para el consumo del ganado de la comunidad, también, se pueden observar diversidad de aves que buscan un lugar idóneo para anidar.

**FIGURA Nº 22: Complejo Turístico “Telésforo Villacrés”**



**Fuente:** Suárez, F (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Se encuentra ubicado en el km. 119 de la vía a Guayaquil – Salinas, doblando hacia la derecha para avanzar por una vía secundaria, aproximadamente, a 5 km., posee una antigua tradición histórica por las bondades de sus aguas termales medicinales así como su entorno ecológico.

El lodo producido por el volcán posee una temperatura que oscila entre 32 y 42 grados centígrados, su cráter volcánico de fango contienen minerales naturales como sodio, cálcicas, magnesianas, hierro, aluminio, sílice, se lo utiliza como tratamiento terapéutico; además, se realizan masajes con barro volcánico, sauna, duchar y zonas de recreación y esparcimiento.

Este es el destino final en el recorrido de los ciclopaseos turísticos, el turista después de pedalear 4 horas llegará al exclusivo atractivo turístico que ofrece la península de Santa Elena, ya sin fuerzas en las piernas se ofertará un masaje completo con sábila y áloe, y podrá descansar en las piscinas termales que oferta el complejo turístico.

### **Itinerario para la ruta del ciclopaseo turístico.**

#### **Planificación.**

**Ruta:** Comuna San Pablo – Comuna Cerro Alto- Comuna San Vicente y Comuna Baños de San Vicente.

**Vía:** En buen estado

**Duración:** 1 día

**Personal:** Contarán con 2 guías ciclísticos de la comunidad de San Vicente, capaces de atender las necesidades de un grupo de 20 personas

#### **ITINERARIO**

**08:00 a.m.:** Desayuno en la Comunidad de San Pablo.

**08:30 a.m.:** Salida en el inicio de la ciclovía al ingreso de la Comuna San Pablo – Barrio Narcisa de Jesús.

**08:35 a.m.:** Observación del ganado caballar en la Pista Mar Abierto

**08:45 a.m.:** Recorrido por el Campo PACOA de PETROECUADOR.

**09:05 a.m.:** Hidratarse en la Comuna Cerro Alto.

**09:20 a.m.:** Paso sobre el puente del río Asagnones.

**09:30 a.m.:** Recorrido por Cerro Redondo (reconocimiento de flora y fauna existente en la zona).



**09:45 a.m.:** Recorrido por la Hacienda California

**10:00 a.m.:** Paso por cerro cementerio, cerca del camposanto de la comunidad y Poliducto Subterráneo La Libertad – Pascuales.

**10:05 a.m.:** Recorrido por huertas comunales en San Vicente.

**10:20 a.m.:** Visita al pozo somero al ingresar a San Vicente.

**10:30 a.m.:** Ingreso al parque central de San Vicente.

**10:40 a.m.:** Reconocimiento a la iglesia” Viva Jesús”.

**10:50 a.m.:** Paseo por la sede de la Casa Comunal de San Vicente.

**11:00 a.m.:** Traslado rumbo al horno de barro de pan.

**11:15 a.m.:** Final de la ciclovía.

Los turistas que estén en condiciones de seguir, se trasladaran por un sendero siguiendo el recorrido de los ciclopaseos turísticos. Para los visitantes que estén cansados se habrá terminado el recorrido.

### **SENDERO ALTERNO PARA CICLOPASEOS.**

**11:30 p.m.:** Partida desde el sector de la Y en San Vicente hacia el complejo termal de Baños de San Vicente.

**11:45 p.m.:** Traslado hacia la Laguna El Encanto observación de aves

**12:30 p.m.:** Llegada al complejo turístico “Telésforo Villacrés “, en Baños Termales de San Vicente. (Almuerzo y uso de los servicios del complejo).

### **OBSERVACIONES:**

- Por ser los recorridos un poco extensos se recomienda alquilar bicicletas para realizar estas actividades. Valor Alquiler Bicicletas \$ 10,00 (Todo el recorrido)
- La pernoctación se la realiza en Hotel Florida (si el turista desea) y tendrá un valor que se acordará en el establecimiento hotelero (\$ 10,00 por persona – 1 día).
- Los implementos básicos y necesarios para emprender el recorrido del ciclopaseo turístico de aventura en la comunidad son:
  - Ropa Ligera
  - Zapatos ligeros
  - Cascos y protectores
  - Chompas impermeables (invierno)
  - Binoculares
  - Cámara fotográfica (opcional)
  - Cámara filmadora (opcional)
  - Agua
  - Botiquín de primeros auxilios
  - Repelente
  - Traje de baño
  - Fundas para la basura

### **SERVICIOS INCLUIDOS:**

- Pago de 2 Guías - \$ 100,00 (5 dólares por persona).
- Alimentación - \$ 10,00 desayunos y almuerzos.
- Transporte \$ 3,00 por persona (turistas que lleguen a San Vicente y no tengan fuerza para pedalear se trasladan al Complejo Termal en Baños de San Vicente).

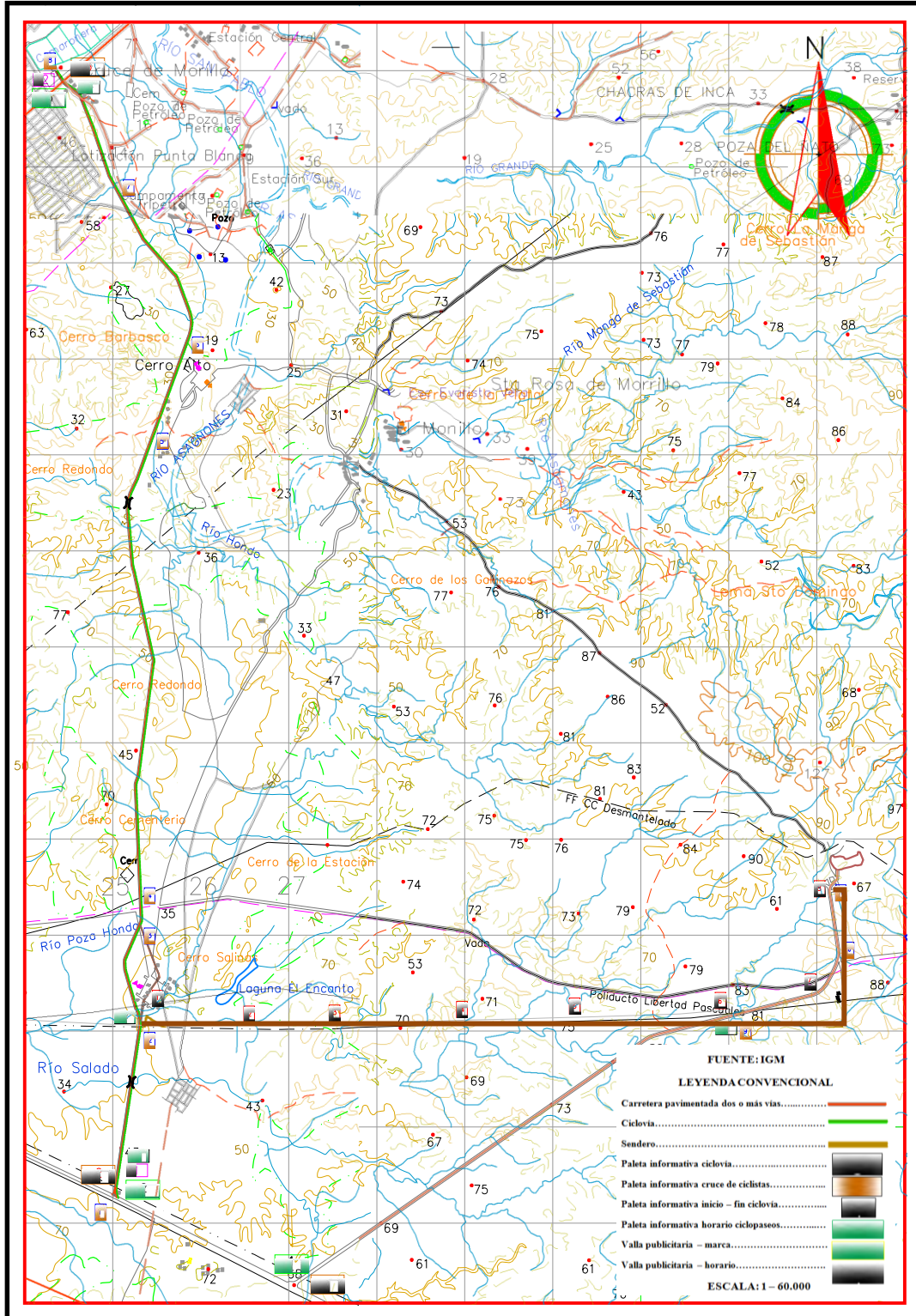
**VALOR POR PERSONA: US\$ 38,00 – RECORRIDO COMPLETO**

**VALOR POR PERSONA: US\$ 25,00 – MITAD DEL RECORRIDO**

**NOTA:** Las Actividades son variables por factor tiempo.

## 2. Implementación de señalética en ciclovia alterna.

**FIGURA Nº 23: Ruta alterna - señalética.**

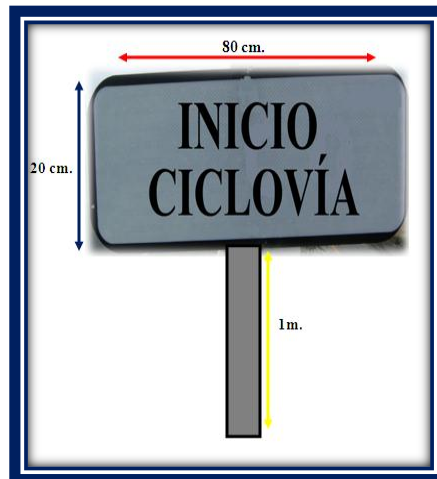


Fuente: Plano Altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena IGM, (2014)  
 Elaborado por: Suárez, F (2014)

**Objetivo.-** Implementar señalética en la ruta alterna para seguridad integral del turista en el desarrollo de los ciclopaseos.

**Descripción:**

**FIGURA N° 24: Paleta informativa inicio ciclovia**



Fuente: Grupo K (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 35: Coordenada paleta informativa inicio ciclovia**

Paleta informativa inicio ciclovia			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	25059	E
	97	75275	N

Fuente: Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

**FIGURA N° 25: Paleta informativa fin ciclovia**



Fuente: Grupo K (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 36: Coordenada paleta informativa fin ciclovía**

Paleta informativa fin ciclovía			
Coordenadas UTM			
Nº 2	17M05	24356	E
	97	61994	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Paleta informativa doble / cara tendrá el precio de \$180,90 fabricada por Grupo K.

**FIGURA Nº 26: Paleta informativa ciclovía**



**Fuente:** Grupo K (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 37: Coordenadas paletas informativas ciclovía**

Paletas informativas ciclovía			
Coordenadas UTM			
Nº 1	17M05	25358	E
	97	52306	N
Nº 2	17M05	26525	E
	97	52077	N
Nº 3	17M05	27519	E
	97	52098	N
Nº 4	17M05	28962	E
	97	52116	N
Nº 5	17M05	30045	E
	97	52150	N
Nº 6	17M05	32210	E
	97	52228	N
Nº 7	17M05	33112	E
	97	52405	N
Nº 8	17M05	33163	E
	97	53520	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Paleta Informativa Ciclovía doble / cara fabricada por Grupo K.

**FIGURA Nº 27: Paleta informativa cruce de ciclistas**



Fuente: AMOFI (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 38: Coordenadas paletas informativas cruce de ciclistas**

Paletas informativas cruce de ciclistas							
Coordenadas UTM							
Nº 1	17M05	25015	E	Nº 7	17M05	25060	E
	97	50276	N		97	60755	N
Nº 2	17M05	25322	E	Nº 8	17M05	24376	E
	97	52060	N		97	61991	N
Nº 3	17M05	25314	E	Nº 9	17M05	32125	E
	97	53096	N		97	52197	N
Nº 4	17M05	25334	E	Nº 10	17M05	33277	E
	97	53265	N		97	52703	N
Nº 5	17M05	25536	E	Nº 11	17M05	33161	E
	97	58369	N		97	53517	N
Nº 6	17M05	25898	E				
	97	59309	N				

Fuente: Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

Paleta informativa cruce de ciclistas doble / cara fabricada por AMOFI.

**FIGURA Nº 28: Paleta informativa horarios ciclopaseos turísticos**



Fuente: PUBLI PRINT (2014)  
 Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 39: Coordenadas paletas informativas horarios ciclopaseos**

Paletas informativas horarios ciclopaseos			
Coordenadas UTM			
Nº 1	17M05	25082	E
	97	50477	N
Nº 2	17M05	25279	E
	97	52086	N
Nº 3	17M05	24451	E
	97	61911	N
Nº 4	17M05	32193	E
	97	52163	N

Fuente: Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)  
 Elaborado por: Suárez, F (2014)

Paleta Informativa horarios Ciclopaseos doble / cara fabricada por PUBLI PRINT.

**Especificación presupuestaria implementación de señalética en ciclovía alterna.**

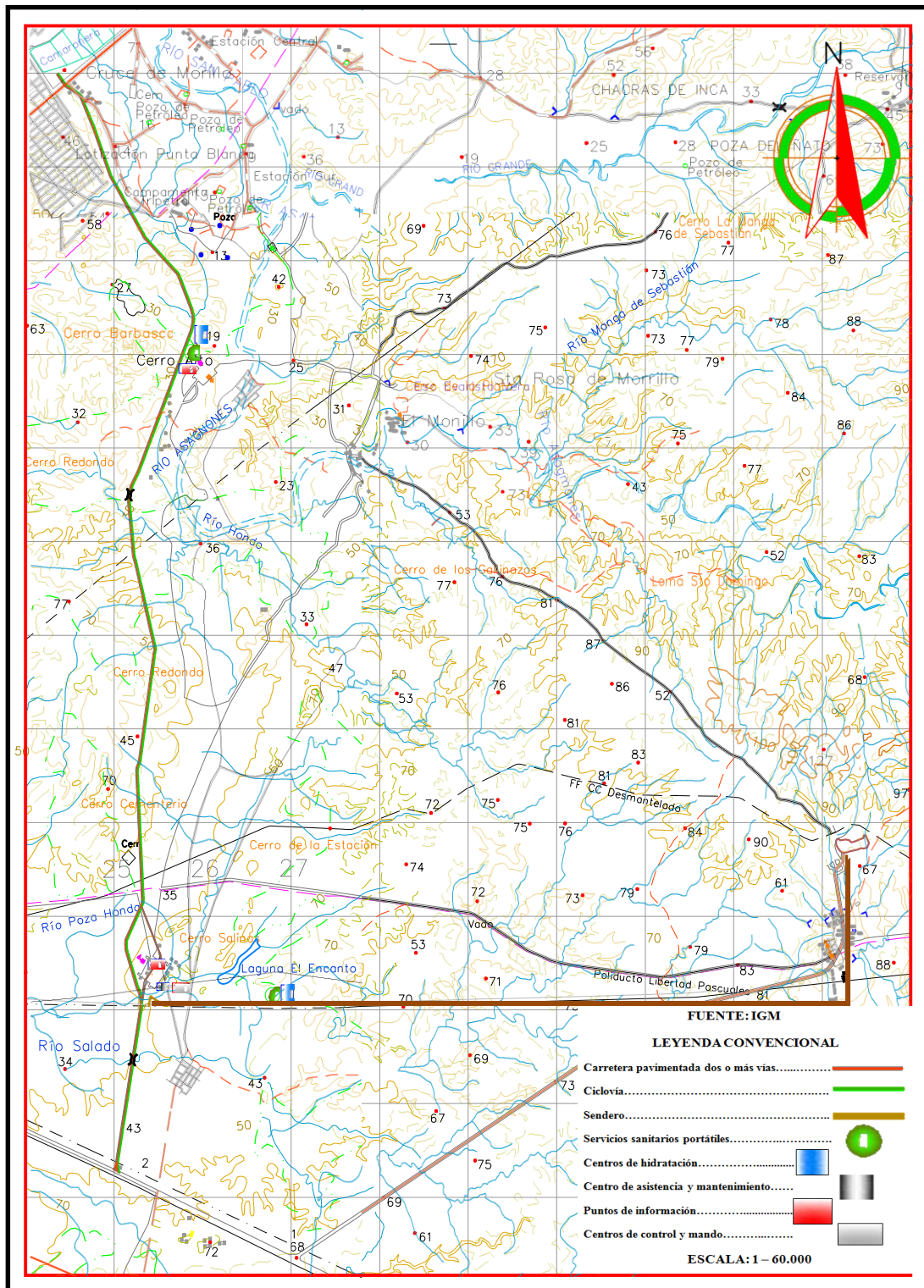
<b>2.- Implementación de señalética ciclovía alterna</b>					
<b>Eje Estratégico</b>	<b>Ente Precursor / Socio Estratégico</b>	<b>Monto de Inversión Valor Unitario</b>	<b>Monto Total</b>	<b>Instrumento de financiamiento</b>	<b>Plazo y prioridad</b>
Paletas Informativas inicio – fin (2) d/c	CFN (Corporación financiera nacional)	180,00	360,00	Préstamo directo a la Organización	Corto – Mediano – Largo Plazo  Primera Prioridad
Paletas Informativas cruces de ciclistas (11) d/c		281,80	3.099,80		
Paletas Informativas horarios ciclopaseos (4) d/c		637,46	2.549,84		
Paletas Informativas ciclovía (8) d/c		281,80	2.254,40		
<b>Valor Total</b>			<b>8.264,04</b>		

La funcionalidad de la señalética en la ruta alterna, es de gran importancia para que el turista no tenga problemas con el direccionamiento hacia los atractivos turísticos comunales, ya que se podrían extraviar por senderos que no se dirigen al complejo de aguas termales de Baños de San Vicente. Los recursos usados serán conservados por parte de los habitantes de la comunidad ya que les interesa trabajar en la actividad turística y serán los beneficiados directos en el desarrollo del proyecto



### 3. Implementación de servicios complementarios

**FIGURA N° 29: Ruta para implementación de servicios complementarios**



Fuente: Plano Altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena IGM, (2014)  
 Elaborado por: Suárez, F (2014)

**Objetivo.-** Proporcionar servicios complementarios en la ciclovía para cumplir con las expectativas del turista respecto a los ciclopaseos turísticos.

**Descripción:**

**FIGURA N° 30: Servicios sanitarios portátiles.**



**Fuente:** POLISERVITEC S.A. (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 40: Coordenadas servicios sanitarios portátiles**

Servicios sanitarios portátiles			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	25817	E
	97	59030	N
N° 2	17M05	26797	E
	97	52103	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los servicios sanitarios portátiles funcionarán en las comunidades de Cerro Alto y San Vicente, funcionarán cuando existan ciclopaseos, personal que labore en el proyecto serán los encargados de administrar los recursos que genere este servicio.

**FIGURA Nº 31: Centro de Hidratación**



**Fuente:** Cabildo Comunal San Vicente (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 41: Coordenadas centros de hidratación**

Centros de hidratación			
Coordenadas UTM			
Nº 1	17M05	25859	E
	97	59154	N
Nº 2	17M05	26687	E
	97	52098	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los Centros de hidratación trabajarán durante el desarrollo de los ciclopaseos turísticos, brindando líquidos a los turistas para que puedan pedalear por la cicloavía, el agua es proporcionada por la empresa Contiagua que funciona en la provincia, este servicio está incluido en el paquete que se oferta al turista.

**FIGURA Nº 32: Centro de Asistencia y mantenimiento**



**Fuente:** Centro de asistencia de Ciclopolis en Quito, (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 42: Coordenadas centro de asistencia y mantenimiento**

Centro de asistencia y mantenimiento			
Coordenadas UTM			
Nº 1	17M05	25482	E
	97	52235	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El Centro de asistencia es dirigido por los guías ciclistas de la comunidad ya que ellos trabajan, a menudo, arreglando bicicletas, cualquier inconveniente que se tenga serán resueltos por los ciclistas, se dispondrá de todos los repuestos necesarios y así no tener problemas de esta índole, funcionará todos los días ya que los habitantes de San Vicente tendrán el servicio para poder arreglar sus propias bicicletas, los ingresos serán destinados en beneficio de los ciclopaseos.



**FIGURA N° 33: Puntos de información turístico.**



**Fuente:** Punto de información turístico ciclovia recreativa Guadalajara - México (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 43: Coordenadas punto de información**

Puntos de información			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	25472	E
	97	52490	N
N° 2	17M05	25780	E
	97	58952	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

En los puntos de información turística se entrega información por medio de trípticos, hojas volantes indicando los días que se realizan los ciclopaseos, los atractivos turísticos a visitar, estarán dirigidos por señoritas que trabajan en la implementación de los ciclopaseos turísticos.

**FIGURA N° 34: Estacionamiento para bicicletas.**



**Fuente:** Estacionamiento bicicletas del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 44: Coordenadas estacionamiento para bicicletas.**

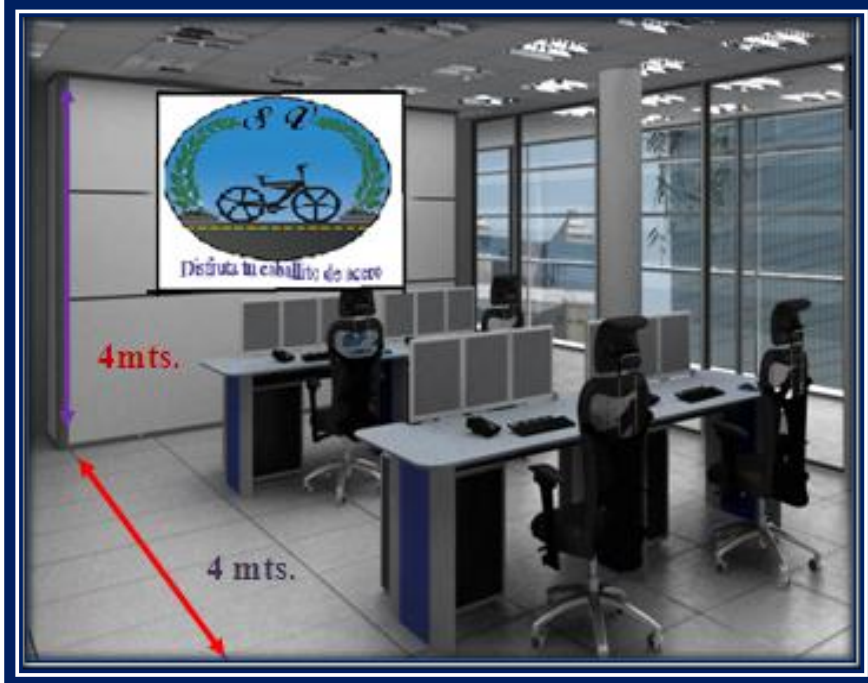
Estacionamientos portátiles			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	25082	E
	97	75212	N
N° 2	17M05	24342	E
	97	61883	N
N° 3	17M05	255371	E
	97	52226	N
N° 4	17M05	25080	E
	97	60962	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Los estacionamientos portátiles están establecidos en el inicio y final de la ciclovía, además, de la comunidad de San Vicente y Baños de San Vicente, en el futuro serán permanentes para el uso de las comunidades, en general.

**FIGURA N° 35: Centro de Control y Mando del Ciclopaseo Turístico ubicado en la planta alta sede de la Casa Comunal de San Vicente**



**Fuente:** Centro de control y mando Ciclopolis, Casa Comunal San Vicente (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 45: Coordenadas centro de control y mando**

Centro de control y mando			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	25521	E
	97	52209	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El Centro de control y mando ya cuenta con una sede ubicada en los altos de la Comuna de San Vicente con oficinas con las dimensiones que se aprecia en la figura superior, solamente, se gastará en el mantenimiento de las oficinas, gastos por un valor de 1.500 dólares.

Para adecuar el Centro, se comprará suministros de oficina que se detallará a continuación:

**CUADRO Nº 46: Suministros de oficina para el Centro de control y mando.**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA CENTRO DE CONTROL Y MANDO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Pendrives	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Computadores	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresoras Tinta Continua	2	\$ 120,00	\$ 120,00
Resmas Hojas Papel A4	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Tinta para impresora	4 botellitas	\$ 5,00	\$ 20,00
CD's	6	\$ 0,65	\$ 3,90
Tableros para encuestas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Esferográficos	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Resaltadores	2	\$ 0,60	\$ 1,20
<b>GASTOS GENERALES</b>			
Servicio de internet	-	\$ 50,00	\$ 50,00
Fotocopias	-	\$ 25,00	\$ 25,00
Empastados	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Anillados	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Movilización	-	\$ 25,00	\$ 25,00
Refrigerios y Almuerzos	-	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO SUMINISTROS DE OFICINA</b>			<b>\$1.158.70</b>

Fuente: Cabildo Comunal San Vicente (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

El total de los gastos en mantenimiento y adecuación del Centro de control y mando sumaron 2.658,70 dólares. Por el momento, no se tiene previsto construir un edificio propio, todo dependerá de la aceptación que tenga el producto turístico tipo ciclopaseo.



**FIGURA N° 36: Vehículo de carga y transporte de bicicletas**



**Fuente:** Camión Delta de MAVESA, (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

El traslado de las bicicletas cuando terminen los ciclopaseos turísticos, se realizara usando el camión Delta de MAVESA, conducido por un chofer profesional de la comunidad, para poder cancelar la adquisición del camión, cuando no se realicen ciclopaseos tendrá que realizar fletes con los cuales se tendrán ingresos adicionales para poder cancelar el financiamiento del proyecto.

Todos los servicios complementarios, trabajan en conjunto en beneficio del producto turístico y la comunidad, en general, los encargados de ayudar los requerimientos que tengan los turistas. El personal que brinde estos servicios estarán capacitados en la solución de inconvenientes que se presenten en el desarrollo de la propuesta de proyecto, también, serán los encargados de promocionar las visitas a los diferentes atractivos turísticos que tengan las comunidades donde se aplique los paseos turísticos.

### Especificación presupuestaria implementación de servicios complementarios.

3.- Implementación de servicios complementarios					
Eje Estratégico	Ente Precursor / Socio Estratégico	Monto de Inversión Valor Unitario	Monto Total	Instrumento de financiamiento	Plazo y prioridad
Servicios Sanitarios Portátiles (2)		\$ 1.800,00	\$ 3.600,00		
Centros de hidratación (2)		\$ 1.500,00	\$ 3.000,00		
Centros de asistencia y mantenimiento (1)		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00		
Puntos de información turísticos (2)	CFN (Corporación financiera nacional)	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	Préstamo Directo a la Organización	Corto – Mediano – Largo Plazo
Estacionamientos portátiles para bicicletas (4)		\$ 1.000,00	\$ 4.000,00		Primera Prioridad
Centros de control y mando (1)		\$ 2.658,70	\$ 2.658,70		
Vehículo de carga y transporte de bicicletas (1)		\$ 24.000,00	\$ 24.000,00		
<b>Valor Total</b>			<b>\$ 42.258,70</b>		

#### 4. Dotación de equipo logístico para los guías turísticos.

**Objetivo.-** Distinguirse de otras alternativas de turismo con la utilización de vestimenta adecuada para los guías turísticos.

#### Descripción:

- Dotación de bicicletas profesionales, montañeras y tricicletas para los ciclopaseos.

**FIGURA N° 37: Bicicletas montaÑeras a utilizar en los ciclopaseos**



**Fuente:** City Bike (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**FIGURA N° 38: Tricicletas a utilizar en los ciclopaseos**



**Fuente:** City Bike (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

Se asignarán bicicletas profesionales para los guías ciclísticos y bicicletas montaÑeras para el uso de los turistas, la empresa que proveerá de este equipo será City Bike quienes ofertan bicicletas hechas en el paÍs incentivando el cambio de la matriz productiva, usado productos y servicios que puede ofertar el paÍs.

Para las personas que no utilicen las bicicletas, se les facilitarán las tricicletas para que puedan realizar el recorrido, son de gran estabilidad por tener tres ruedas, facil de manejar, muy utilizadas en recorridos en el parque Samanes en la ciudad de Guayaquil.

- Entrega de uniformes para los guías ciclísticos

**FIGURA N° 39: Uniformes para guías de los ciclopaseos turísticos**



Fuente: City Bike (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

City Bike es una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil, que se encarga de ayudar al ciclista en la adquisición de bicicletas, ropa adecuada para pedalear y demás implementos para realizar ciclismo como deporte de aventura, brindando un servicio técnico garantizado en el ciclismo a nivel nacional. Esta organización tiene una sucursal en el Centro de Santa Elena donde los ciclistas realizan todo tipo de mejoras a sus bicicletas, también son distribuidores autorizados de repuestos para todo tipo de marca de bicis, los uniformes llevarán la marca del producto a ofertar.

- Proveer cascos y protectores a los usuarios de los ciclopaseos.

**FIGURA N° 40: Cascos para usuarios de los ciclopaseos**



Fuente: City Bike (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**FIGURA N° 41: Protectores (rodilleras y coderas)**



Fuente: City Bike (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Todos los usuarios de los ciclopaseos turísticos deberán de llevar cascos y protectores a lo largo del recorrido, preservando la integridad del turista.

**Especificación presupuestaria dotación de equipo logístico.**

<b>4.- Dotación de equipo logístico</b>					
<b>Eje estratégico</b>	<b>Ente precursor / socio estratégico</b>	<b>Monto de inversión Valor unitario</b>	<b>Monto total</b>	<b>Instrumento de financiamiento</b>	<b>Plazo y prioridad</b>
Dotación bicicletas profesionales (4)	CFN (Corporación financiera nacional)	\$ 800,00	\$ 3.200,00	Préstamo directo a la organización	Corto – mediano – largo plazo
Dotación de bicicletas montañeras (20)		\$ 70,00	\$ 1.400,00		
Dotación de tricicloetas (6)		\$ 200,00	\$ 1.200,00		
Uniformes guías (10)		\$ 50,00	\$ 500,00		
Adquisición de cascos (30)		\$ 35,53	\$ 1.065,90		Primera prioridad
Adquisición de rodilleras y coderas (30 pares)		\$ 34,43	\$ 1.032,90		
Compra de repuestos, etc.		---	\$ 800,00		
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>\$ 9.198,80</b>

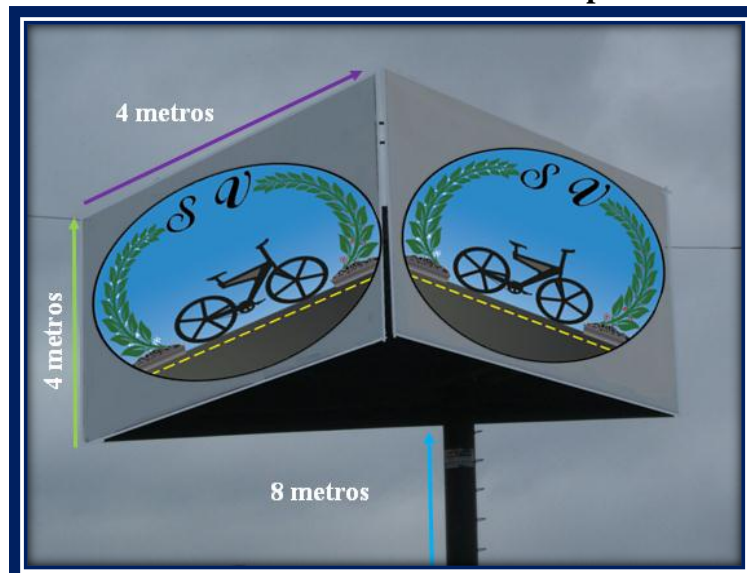
## 5. Estrategias de Promoción y Publicidad

**Objetivo.-** Usar medios informativos para dar a conocer las actividades realizadas en el desarrollo de los ciclopaseos turísticos.

**Descripción:**

- ❖ Vallas publicitarias marca y horarios de los ciclopaseos turísticos

**FIGURA N° 42: Valla Publicitaria marca ciclopaseos turísticos**



**Fuente:** Vallas VISION (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**CUADRO N° 47: Coordenadas vallas publicitarias - marca**

Vallas publicitarias – marca			
Coordenadas UTM			
N° 1	17M05	26991	E
	97	49419	N
N° 2	17M05	25102	E
	97	50300	N
N° 3	17M05	24330	E
	97	61909	N

**Fuente:** Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

**Elaborado por:** Suárez, F (2014)



**FIGURA Nº 43: Valla publicitaria horarios ciclopaseos turísticos**



Fuente: PUBLI PRINT (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

**CUADRO Nº 48: Coordenadas vallas publicitarias horarios**

Vallas publicitarias – horarios			
Coordenadas UTM			
Nº 1	17M05	27122	E
	97	49340	N
Nº 2	17M05	24981	E
	97	50342	N
Nº 3	17M05	24404	E
	97	62005	N

Fuente: Plano altimétrico, Hidrográfico y Político de la Provincia de Santa Elena (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Las Vallas publicitarias son el principal medio de comunicación para dar a conocer información sobre el nuevo producto turístico tipo ciclopaseos.

**Especificación presupuestaria estrategias de promoción y publicidad.**

<b>5.- Estrategias de promoción y publicidad</b>					
<b>Eje estratégico</b>	<b>Ente precursor / socio estratégico</b>	<b>Monto de inversión Valor Unitario</b>	<b>Monto Total</b>	<b>Instrumento de financiamiento</b>	<b>Plazo y prioridad</b>
Vallas publicitarias logo – eslogan (3) d / c	CFN (Corporación financiera nacional)	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00	Préstamo directo con la organización.	Corto – mediano – largo plazo
Vallas publicitarias horario ciclopaseos turísticos (3) d/c		\$ 1.200,00	\$ 3.600,00		
2.000 hojas volantes		\$ 0,15	\$ 300,00		Primera prioridad
2.000 trípticos		\$ 0,20	\$ 400,00		
3.000 hojas imagen corporativa		\$ 0,15	450,00		
1.000 carpetas		\$ 0,40	\$ 400,00		
1.000 tarjetas de presentación		\$ 0,25	\$ 250,00		
<b>Valor Total</b>					<b>\$ 13.750,00</b>

6. Diseño de estatutos para el Club de ciclistas y creación del calendario ciclístico.

**Objetivo.-** Marcar parámetros para funcionamiento del club de ciclismo en la comunidad para tener alternativas deportivas, escoger fechas importantes para crear el calendario ciclístico y así dar a conocer el nuevo producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente.

**Descripción:**

Realizar una asamblea general en los predios de la Casa Comunal, con autoridades locales, socios comuneros y ciclistas de la comunidad, dándoles a conocer leyes, reglamentos, etc.



Para así comenzar a elaborar los estatutos que regirán en el club de ciclistas de la comunidad. En esta asamblea, también, se presentarán alternativas sobre el diseño del calendario local de competencias ciclísticas.

Dos competencias anuales para el mes de febrero o marzo la primera, una semana antes del feriado de carnaval, servirá para dar la bienvenida a la nueva temporada de vacaciones en la costa ecuatoriana.

La segunda en el mes de julio o agosto, preparando a muchos ciclistas para la vuelta a la provincia. Dar a conocer las normas, políticas y requisitos que necesitan los ciclistas para poder competir. Gestionar los premios económicos y materiales para los ganadores y participante de la competencia ciclística.

#### **Especificación presupuestaria estatutos y calendario ciclístico.**

<b>6.- Estatutos y calendario ciclístico</b>					
<b>Eje estratégico</b>	<b>Ente precursor / socio estratégico</b>	<b>Monto de inversión</b>	<b>Monto total</b>	<b>Instrumento de financiamiento</b>	<b>Plazo y prioridad</b>
Trofeos para los ganadores de la competencia ciclística (20)	CFN (Corporación financiera nacional)	\$ 50,00	\$ 1.000,00	Préstamo directo con la organización.	Corto – mediano – largo plazo
Incentivos económicos					
Primer puesto		\$ 250,00	\$ 250,00		
Segundo puesto		\$ 150,00	\$ 150,00		
Tercer puesto		\$ 100,00	\$ 100,00		
<b>Valor Total</b>			<b>\$ 1.500,00</b>		Primera prioridad

**FIGURA Nº 44: Ciclista Profesional de la Comuna San Vicente**



**Fuente:** Ciclista Profesional (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

**FIGURA Nº 45: Premios ganadores Competencia Ciclística San Vicente.**



**Fuente:** Ciclista Profesional (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

## 7. Programas de reforestación, mantenimiento y limpieza de la ciclovía.

**Objetivo.-** Dotar un entorno saludable para realizar ciclopaseos en beneficio de los turistas, cumpliendo con las expectativas generadas en el viaje.

### Descripción:

Programas de reforestación en el parterre de la ciclovía con nuevos arbustos de laurel de flores blancas y rojas. Además, un plan de limpieza de la ciclovía con la ayuda de comuneros de San Vicente.

### Especificación presupuestaria, programas de reforestación, mantenimiento y limpieza.

7.- Programas de reforestación, mantenimiento y limpieza					
Eje estratégico	Ente precursor / socio estratégico	Monto de inversión Valor Unitario	Monto total	Instrumento de financiamiento	Plazo y prioridad
Compra de arbustos	CFN (Corporación financiera nacional)			Préstamo directo a la institución	Corto – mediano – largo plazo
Laurel Flores Rojas (1.000)		\$ 0,80	\$ 800,00		
Laurel Flores Blancas (1.000)		\$ 0,80	\$ 800,00		
Implementos de limpieza para la Ciclovía					Primera prioridad
Compra de escobas (50)		\$ 2,50	\$ 125,00		
Compra de palas (25)		\$ 20,00	\$ 500,00		
Compra de sacos (1.000)		\$ 0,10	\$ 100,00		
<b>Valor Total</b>			<b>\$ 2.325,00</b>		

**FIGURA N° 46: Programa de reforestación parterre que divide la autopista con la ciclovía**



**Fuente:** Ciclovía San Vicente – San Pablo (2014)  
**Elaborado por:** Suárez, F (2014)

### **3.10. PRESUPUESTO FINAL DE LOS COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO.**

<b>Presupuesto final de componentes del producto turístico</b>	
Implementación de señalética ciclovía alterna	\$ 8.264,04
Implementación de servicios complementarios	\$ 42.258,70
Dotación de equipo logístico	\$ 9.198,80
Estrategias de promoción y publicidad	\$ 13.750,00
Estatutos y calendario ciclístico	\$ 1.500,00
Programas de reforestación, mantenimiento y limpieza.	\$ 2.325,00
<b>Total presupuesto final</b>	<b>\$ 77.296,54</b>

### **3.11. PLAN DE ACCIÓN.**

La elaboración del plan de acción ayudará con mayor claridad a definir lo que se desea lograr con respecto al diseño de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo para la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, cómo y cuándo se realizará dicho proyecto y quienes serán los responsables de la ejecución del mismo.

**CUADRO Nº 41: Plan de Acción.**

<b>Problema principal:</b> La manera de que el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente, del cantón Santa Elena, servirá como estrategia de diversificación para la oferta turística actual, lo cual nos permite un direccionamiento continuo y a su vez el desarrollo sostenible de la Comuna San Vicente, dando como resultado la poca información de los atractivos turísticos locales.				
<b>Fin de la propuesta:</b> Motivar los ciclopaseos turísticos, por espacios exclusivos, haciendo uso de los servicios complementarios, recorriendo la ruta ciclística y brindar un servicio de calidad.			<b>Indicadores:</b>	
<b>Propósito de la propuesta:</b> Diseñar un producto turístico tipo ciclopaseo en la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, como estrategia de diversificación de su oferta turística actual determinando capacidades y potencialidades de la población en el ámbito del turismo.			Mejores niveles de vida de los habitantes locales Nivel de gestión de Autoridades Turísticas	
<b>Responsable del proyecto:</b> Franklin Damián Suárez Laínez				
Objetivos	Indicadores	Estrategias	Responsables	Actividades
Posicionar el producto turístico tipo ciclopaseo como nueva alternativa de distracción en la Provincia de Santa Elena	Nuevas actividades turísticas.	Establecimiento de pensamiento estratégico (visión, misión, filosofía, políticas,....etc.).	Autoridades Locales Ciclistas Locales Turistas Comunidad de San Vicente	Socializar el nuevo producto turístico ciclopaseo a todos los actores del proyecto.

<p>Establecer una ruta turística principal y alterna, asociando atractivos turísticos de las comunidades San Pablo, Cerro Alto, San Vicente y Baños de San Vicente.</p>	<p>Elegir la ruta principal y alterna de los ciclopaseos turísticos</p>	<p>Implementación de señalética ciclovía alterna</p> <p>Implementación de servicios complementarios</p> <p>Dotación de equipo logístico</p> <p>Estatutos y calendario ciclístico</p> <p>Programas de reforestación, mantenimiento y limpieza</p>	<p>Autoridades Locales</p> <p>Ciclistas Locales</p>	<p>Oficiar la implementación y aplicación inmediata del Proyecto Turístico.</p>
<p>Diseñar programas de promoción y publicidad, mediante el diseño de una marca turística propia.</p>	<p>Estrategias de promoción y publicidad</p> <p>Matriz de monitoreo y seguimiento para evaluación de actividades vinculadas con los proyectos sociales</p>	<p>Aplicación de estrategias de promoción y publicidad.</p> <p>Monitoreo y seguimientos a las actividades vinculadas con proyectos turísticos</p>	<p>Autoridades Locales</p> <p>Ciclistas Locales</p>	<p>Ejecución</p> <p>Realizar monitoreo y seguimiento de ejecución del diseño propuesto</p>

Elaborado por: Suárez Franklin

### 3.12. FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS QUE LABOREN EN LOS CICLOPASEOS TURÍSTICOS

#### Gerente Administrativo:

<b>Producto turístico ciclopaseo en San Vicente</b>
<b>Título del puesto:</b> Gerente Administrativo
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Dirección y control de actividades administrativas, turísticas y legales
<b>Tareas inherentes al cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dirigir y controlar la operación de los productos turísticos.</li> <li>➤ Cuidar el trato a los turistas por parte del personal.</li> <li>➤ Elaborar planes y programas para el desarrollo turístico de la comunidad.</li> <li>➤ Preparar planes operativos anuales.</li> <li>➤ Diseñar, elaborar y comercializar nuevas alternativas de turismo.</li> <li>➤ Tomar decisiones de carácter administrativo y económico.</li> <li>➤ Visitar y actualizar el inventario de atractivos turísticos comunales</li> <li>➤ Mantener relaciones publicas con instituciones turísticas</li> </ul>
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Título Superior en administración o turismo</li> <li>✚ Experiencia en actividades similares</li> <li>✚ Habilidad en gestión local.</li> </ul>
<b>Dependencia:</b> Cabildo comunal de San Vicente.

#### Promotor en ventas de productos turísticos

<b>Producto turístico ciclopaseo en San Vicente</b>
<b>Título del puesto:</b> promotoras en ventas de productos turísticos
<b>Naturaleza del trabajo:</b> brindar información oportuna y eficaz al turista.
<b>Tareas inherentes al cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Presentar imágenes sobre el producto turístico</li> <li>➤ Brindar información a turistas</li> <li>➤ Promocionar recursos y productos turísticos comunales</li> <li>➤ Controlar el stock de material promocional</li> <li>➤ Comercializar el producto turístico</li> <li>➤ Elaborar base de datos de clientes</li> <li>➤ Receptar denuncias e inquietudes de turistas</li> <li>➤ Visitar el inventario de atractivos turísticos comunales y verificar su estado</li> </ul>
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Título superior o estudios en administración y turismo</li> <li>✚ Capacidad de relaciones humanas</li> <li>✚ Excelente relaciones publicas</li> <li>✚ Conocimiento del idioma inglés.</li> </ul>
<b>Dependencia:</b> Cabildo comunal de San Vicente.

## Secretaria:

<b>Producto turístico ciclopaseo en San Vicente</b>
<b>Título del puesto:</b> Secretaria
<b>Naturaleza del trabajo:</b> ejecución de labores en Centro de control y mando
<b>Tareas inherentes al cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Llevar el control de documentación y archivos de los ciclopaseos.</li><li>➤ Control de suministros de oficina</li><li>➤ Mantener canales de comunicación con organizaciones y empresas del sector.</li><li>➤ Tener excelentes relaciones personales con los turistas que nos visiten.</li><li>➤ Diseñar, elaborar y comercializar nuevas alternativas de turismo.</li><li>➤ Suscribir documentación, de acuerdo, a las leyes.</li></ul>
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Título en secretariado bilingüe</li><li>✚ Experiencia mínima de un año en actividades similares</li><li>✚ Manejo de herramientas de Microsoft</li><li>✚ Excelente relaciones publicas</li></ul>
<b>Dependencia:</b> Cabildo comunal de San Vicente.

## Guía:

<b>Producto turístico ciclopaseo en San Vicente</b>
<b>Título del puesto:</b> Guía
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Brindar a turistas y visitantes el servicio de guianza
<b>Tareas inherentes al cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Realizar guianza de grupos</li><li>➤ Cuidar el comportamiento del grupo en los recorridos</li><li>➤ Conocer los atractivos turísticos comunales</li><li>➤ Promocionar los recursos y el producto turístico de la comuna</li><li>➤ Resistencia al pedalear grandes distancias</li><li>➤ Conocer los componentes de una bicicleta, mantenimiento de las mismas.</li><li>➤ Preparado para realizar primeros auxilios si es necesario</li></ul>
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Licencia de guía</li><li>✚ Conocimiento del idioma inglés</li><li>✚ Noción en técnicas de guianza y manejo de grupos</li><li>✚ Percepción de la flora y la fauna de la zona</li><li>✚ Sentido de responsabilidad y honradez</li></ul>
<b>Dependencia:</b> Cabildo comunal de San Vicente.



### Chofer Profesional:

<b>Producto turístico ciclopaseo en San Vicente</b>
<b>Título del puesto:</b> Chofer profesional
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Traslado de bicicletas a comunidades para los ciclopaseos
<b>Tareas inherentes al cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Traslado de bicicletas</li><li>➤ Brindar información a turistas</li><li>➤ Promocionar el producto turístico</li></ul>
<b>Requisitos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Chofer profesional con licencia e o d</li><li>✚ Conocer rutas alternas de la Provincia</li><li>✚ Con experiencia en el manejo de camiones</li><li>✚ Absoluta honradez, disponibilidad de tiempo</li></ul>
<b>Dependencia:</b> Cabildo comunal de San Vicente.

Los roles y responsabilidades en la ejecución – operación de los ciclopaseos turísticos recae en todos los trabajadores involucrados en el proyecto, el gerente administrativo es el representante de la empresa y su oficina está en la sede del centro de control y mando, las promotoras en ventas de productos turísticos trabajan en los puntos de información y ayudarán en el Centro de hidratación (4 personas).

La secretaria ejercerá su labor en el Centro de control y mando, los 10 guías ciclísticos se moverán por toda la ciclovía ejerciendo los paseos turísticos y cada semana se rotarán y ejercerán sus funciones en el Centro de asistencia y mantenimiento y el chofer conducirá el camión llevando consigo las bicicletas a cualquier punto de la ciclovía turística.

### 3.13. MARCA O IMAGEN VISUAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO EN LA COMUNA SAN VICENTE.

ILUSTRACIÓN Nº 27: Marca



Fuente: Suárez, F (2014)  
Elaborado por: Suárez, F (2014)

#### Descripción de la marca o imagen visual.

#### Logotipo:

- ✚ **S V:** Siglas que significan San Vicente comunidad donde se establecerá el nuevo producto turístico tipo ciclopaseo.

El tipo de letra usado en el logotipo es Andrea, para que su estilo se pueda unificar con los arbustos en un entorno natural

El color usado es el negro para que resalte en el fondo de la imagen.

#### Isotipo:

- ✚ **Arbusto de laurel flores blancas y rojas:** A lo largo de la ciclovía en el parterre que divide la autopista con la vía exclusiva para bicicletas, se ha sembrado este tipo de plantas para generar oxígeno y brindar un entorno natural al turista.

- ✚ **Parterre:** Sirve como división y seguridad entre la ciclovía y la autopista, lugar idóneo para sembrar arbustos y colocar señalética en beneficio del ciclista y choferes profesionales en utilizan la ruta en sus viajes.
  
- ✚ **Bicicleta:** Principal medio de distracción y trabajo que se utilizará al ofertar el producto turístico tipo ciclopaseo.
  
- ✚ **Ciclovía:** Vía exclusiva para bicicletas sitio donde turistas disfrutan de al pedalear y al conocer atractivos turístico que tienen las comunidades de San Vicente, Cerro Alto y San Pablo.
  
- ✚ Los colores usados fueron el verde para los arbustos, rojo y blanco para las flores, negro para la bicicleta. Plomo y negro para el parterre, negro para la ciclovía con rayas amarillas que significa la señalización de la vía y el fondo es celeste por el cielo que se visualiza cuando circula por la ciclovía.

#### **Descripción del eslogan:**

- ✚ **Disfruta tu caballito de acero:** Así es conocida la bicicleta por las personas que la utilizan a diario y el objetivo es divertirse al desplazarse por la ciclovía conociendo nuevos lugares, interactuando con las personas mejorando su capacidad intelectual y física.

Las principales estrategias de posicionamiento es la segmentación del mercado orientado a turistas que les guste practicar deportes y aventura, la marca será promocionada mediante estrategias publicitarias como vallas publicitarias que se encargaran de dar a conocer los servicios que se oferta mediante los ciclopaseos turísticos en la comunidad de San Vicente.

### 3.14. CRONOGRAMA

**CUADRO Nº 50: Cronograma de acciones a realizar en proyecto ciclopaseos.**

Nº	AÑO	2.014				2.015																																							
	MES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Inventario de atractivos turísticos																																												
2	Diseño ruta ciclopaseos																																												
3	Elaboración de señalética ciclovia																																												
4	Elaboración servicios complementarios																																												
5	Dotación de equipo logístico																																												
6	Estrategias de promoción y publicidad																																												
7	Diseño de estatutos y calendario ciclistico																																												
8	Programas de reforestación, mantenimiento y limpieza																																												
9	Posicionamiento marca																																												
10	Reuniones de planificación socios estratégicos																																												
11	Puesta en marcha ciclopaseos																																												

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

### 3.15. ANÁLISIS ECONÓMICO, FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

**CUADRO Nº 51: Beneficios esperados**

Año	Turistas	Gasto promedio de los turistas	Total de gastos
2015	3.800	\$ 40	\$ 152.000,00
2016	3.900	\$ 40	\$ 156.000,00
2017	4.000	\$ 40	\$ 160.000,00
2018	4.100	\$ 40	\$ 164.000,00
2019	4.200	\$ 40	\$ 168.000,00

Fuente: Proyecciones complejo termal Baños de San Vicente (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

El cuadro de beneficios esperados, muestra la sumatoria de proyecciones de ingreso de turistas entre el balneario de San Pablo y el Complejo Termal de Baños de San Vicente, en el periodo de recuperación de la inversión del proyecto, así como el gasto promedio de turistas diarios y el total de gastos acumulados

**CUADRO Nº 52: Formas de financiamiento**

FINANCIAMIENTO	%	Saldo
Aporte propio	10%	\$ 7.296,54
Aporte Ajeno	90%	\$ 70.000,00
<b>Total</b>		<b>\$ 77.296,54</b>

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

Para el análisis y control financiero del proyecto diseño de un nuevo producto turístico en la comuna San Vicente, se debe tener el instrumento adecuado para evaluar los cambios que se producen en el capital de trabajo, se debe realizar informes como:

- ★ Estado de Pérdidas y ganancias proyectadas.
- ★ Flujo de Caja Proyectado.

#### **Estado de pérdidas y ganancias proyectadas**

Informe económico financiero que mostrará en forma ordenada los ingresos proyectados en el diseño del producto turístico, con el objetivo de obtener utilidad neta durante el proceso de los ciclopaseos turísticos.

**CUADRO Nº 53: Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>						
<b>RUBROS /</b>	<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos por ventas		\$ 310.260,56	\$ 311.140,90	\$ 312.121,84	\$ 314.320,18	\$ 330.125,45
Costo del servicio		\$ 185.620,00	\$ 185.980,50	\$ 187.941,56	\$ 188.325,43	\$ 190.420,54
Gastos Administrativos		\$ 120.080,45	\$ 120.521,24	\$ 121.564,13	\$ 122.589,85	\$ 123.456,14
Costos de operación		\$ 8.550,10	\$ 8.150,10	\$ 7.945,12	\$ 6.265,12	\$ 6.012,78
Impuesto a la renta (25%)		\$ 2.500,60	\$ 2.427,03	\$ 2.389,00	\$ 2.265,45	\$ 2.020,26
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 6.049,50</b>	<b>\$ 5.723,07</b>	<b>\$ 5.556,12</b>	<b>\$ 3.999,67</b>	<b>\$ 3.992,52</b>

**CUADRO Nº 54: Flujo de caja económico proyectado**

<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO PROYECTADO</b>							
<b>RUBROS /</b>	<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Utilidad Neta			\$ 6.049,50	\$ 5.723,07	\$ 5.556,12	\$ 3.999,67	\$ 3.992,52
Depreciación			\$ 20.500,50	\$ 20.500,50	\$ 20.500,50	\$ 20.500,50	\$ 20.500,50
Amortización			\$ 8.450,00	\$ 11.776,43	\$ 14.943,38	\$ 19.499,83	\$ 21.506,98
Inversión Inicial		\$ 77.296,54	0	0	0	0	0
<b>FLUJO NETO</b>		<b>\$ 77.296,54</b>	<b>\$ 35.000,00</b>	<b>\$ 38.000,00</b>	<b>\$ 41.000,00</b>	<b>\$ 44.000,00</b>	<b>\$ 46.000,00</b>

## **Flujo de caja proyectado**

Este tipo de informe permite la cuantificación de los flujos netos de los fondos del proyecto turístico, después de calcular el impuesto, su finalidad es reflejar los beneficios generados y los costos que existen en la planificación de las propuestas.

## **Evaluación del proyecto**

El objetivo de la evaluación es identificar los criterios para la toma de decisiones referentes a la ejecución del proyecto turístico. Se evaluará desde una perspectiva económica y financiera determinando la factibilidad del mismo.

Se analizarán los flujos netos económicos, debiendo tomar en cuenta la tasa de rendimiento esperada. Para que el proyecto turístico se atractivo y rentable, el entorno de la inversión debe ser mayor que la inversión establecida, usando como instrumentos de medición.

✚ Valor Actual Neto: VAN

✚ Tasa Interna de Retorno: TIR

## **VALOR ACTUAL NETO y TASA INTERNA DE RETORNO**

**VAN:** Método de evaluación para medir el valor presente, Neto del proyecto turístico por medio de la actualización de los beneficios o flujos netos y costos, la actualización es proporcionada por el costo de capital del proyecto.

### **VANE:**

Se determina esta tasa a partir del flujo de caja económico

### **Formula:**

$$\text{VANE} = \text{IT} - \text{FNA}$$

### **Dónde:**

IT: Inversión total

FNA: Flujos netos actualizados

**CUADRO Nº 55: Valor actual neto (VAN)**

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>					
<b>PROYECTO AÑOS</b>	<b>FLUJO</b>	<b>F.V.A INTERÉS</b>	<b>VAFE</b>	<b>F.V.A. INTERÉS</b>	<b>VAFE</b>
		<b>0,05</b>		<b>0,403</b>	
0	\$ -77.296,54	1	\$ -77.296,54	1,00	\$ -77.296,54
1	\$ 35.000,00	0,95	\$ 33.250,00	0,71	\$ 23.607,50
2	\$ 38.000,00	0,90	\$ 34.200,00	0,51	\$ 17.442,00
3	\$ 41.000,00	0,85	\$ 34.850,00	0,36	\$ 12.546,00
4	\$ 44.000,00	0,80	\$ 35.200,00	0,26	\$ 9.152,00
5	\$ 46.000,00	0,75	\$ 34.500,00	0,18	\$ 6.210,00
		<b>VAN</b>	<b>\$ 95.903,46</b>		<b>\$ 47,68</b>

<b>BENEFICIO COSTO</b>	<b>1,26</b>
------------------------	-------------

Fuente: Suárez, F (2014)

Elaborado por: Suárez, F (2014)

- Si el VAN es cero, la inversión es indiferente, el inversionista gana lo que deseaba obtener.
  
- Si el VAN es mayor que cero, la inversión es aceptable, y muestra cuanto más gana, por sobre lo que quería ganar, esto fue el resultado del diseño de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo en la comunidad de San Vicente.
  
- Si el VAN es menor que cero, la inversión debe rechazarse, no indica pérdida pero no es lo que el inversionista desearía ganar.

**TIR:** Método que introduce el valor del dinero en el tiempo, su tasa de descuento iguala al valor actual de los beneficios y al valor actual de los costos previstos.

- a) **TIRE:** Se obtiene a partir del flujo de caja económico.
- b) **TIRF:** Se obtiene a partir del flujo de caja financiero



### TASA INTERNA DE RENTABILIDAD (TIR)

$$\text{TIR} = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2}$$

$$\text{TIR} = 0,1 + 0,35 \frac{95.903,46}{96.075,44}$$

$$\text{TIR} = 0,403 \quad 0,99821$$

$$\text{TIR} = 0,40228$$

$$\text{TIR} = 40,23\%$$

- Si el TIR >, el proyecto debe ser aceptado ya que la inversión ganará más que el costo del financiamiento. Esto es lo que sucedió con el proyecto turístico ciclopaseos.
- Si el TIR =, es indiferente aceptar o no el proyecto.
- Si el TIR <, el proyecto no se debe aceptar, ganara menos que los costos usados en el financiamiento del proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión es de 5 años, tiempo previsto para esta causa, entonces, después de haber realizado el análisis económico del proyecto se garantizan que los recursos invertidos serán recuperables en el tiempo establecido y el proyecto turístico es viable en su ejecución.

## **3.16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES**

### **3.16.1. Conclusiones Finales**

Al culminar el presente trabajo de graduación, se puede concluir que se cumplieron todos los objetivos planteados en la propuesta de tesis aprobada.

De igual manera se concluye que la hipótesis planteada es válida y se comprobó en base a los datos obtenidos del estudio, el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo contribuirá a la diversificación de la oferta turística actual de la comuna San Vicente en la Provincia de Santa Elena.

El diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo para la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena contempla un proceso que engloba: filosofía, misión, visión, políticas, objetivos, criterios, oferta de atractivos turísticos, diseño de marca e implementación de estrategias.

A partir del diseño de ciclopaseos turísticos, se logrará resultados substanciales en cooperación institucional, ya que se asocian convenios entre el Cabildo Comunal de San Vicente y la Empresa Municipal de Turismo, quienes en conjunto trabajan para el desarrollo de las comunidades en el ámbito turístico a nivel local.

El principal mercado objetivo para ofertar el nuevo producto turístico tipo ciclopaseo es captar el mercado interno se propone ofertar el producto en las principales ciudades emisoras de turistas como son: Guayaquil, Quito, Cuenca, teniendo mayor énfasis con los turistas que provienen del puerto principal, ya que son el trascendental mercado objetivo del país y son los flujos mayores de ingresos a la Provincia de Santa Elena.

La venta será directa con los turistas, también, con la presentación del nuevo producto turístico en las principales ciudades emisoras de turistas; y posiblemente,

la venta a través de intermediarios realizando acuerdos comerciales con agencias de viajes locales.

El presupuesto del diseño del nuevo producto turístico es operativo y factible, considerando las prioridades de la comunidad, mediante los siguientes rubros: diseño ruta ciclopaseos turísticos, señalética en la ciclovía alterna, estrategias de promoción y publicidad, implementación de servicios complementarios y equipo logístico, reforestación mantenimiento y limpieza de la ciclovía, diseño de estatutos para el Club de ciclismo y esquema del calendario de competencias ciclísticas.

La Corporación Financiera Nacional es el principal gestor del financiamiento de las actividades propuestas en la investigación.

La marca del producto turístico tipo ciclopaseo hace referencia a los componentes importantes que representan a la comunidad de San Vicente, siendo el principal símbolo la bicicleta, mostrando las alternativas de turismo de aventura, motivando a la visita de los atractivos naturales y culturales relevantes con el mensaje “Disfruta tu caballito de acero”.

El potencial turístico de la Comuna San Vicente es muy amplio y se debe aprovechar a favor del desarrollo sustentable de la comunidad y conservar los atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales que se oferta al turista, descubriendo nuevos paisajes al pedalear con diversas actividades a desarrollar por parte de familias o visitantes; aplicado a turistas nacionales y extranjeros, haciendo turismo comunitario con la ayuda de los habitantes locales.

Terminado el diseño de un nuevo producto turístico tipo ciclopaseo para la Comuna San Vicente del Cantón Santa Elena, se optimiza el uso de los recursos turísticos, en base a los atractivos naturales y manifestaciones culturales de la localidad y contribuir, significativamente, en el desarrollo turístico integral de la comunidad.

### **3.16.2. Recomendaciones Finales**

1. Ejecutar el diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la localidad conforme la investigación para obtener resultados óptimos en beneficio de la comunidad
2. Socializar la nueva opción de turismo comunidad local, autoridades profesionales y turistas, con la finalidad de involucrar a todos en el desarrollo de los ciclopaseos turísticos.
3. Crear una marca turística de la Comuna para incentivar el flujo de turistas y visitantes., posicionando la localidad en el mercado turístico.
4. Capacitar y formar el talento humano local en temas turísticos y ambientales, en el diseño del producto turístico ciclopaseo, siendo ellos los gestores del desarrollo de la comunidad local.
5. Ofertar los atractivos turísticos propuestos en la ruta ciclística captando un mercado real utilizando estrategias de promoción y publicidad para posicionar el producto en consumidores actuales y potenciales.
6. Gestionar a instituciones públicas y privadas de la provincia para el financiamiento, asistencia técnica y recursos necesarios para cumplir con las acciones propuestas en la investigación.
7. Evaluar, periódicamente, el desempeño del proyecto por medio de un análisis económico y financiero.
8. Conseguir que la presente investigación impulse la generación de múltiples estudios y acciones que aporten en la planificación de la actividad turística en la comunidad de San Vicente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Dispensario San Vicente 4 . (2012). *Proyecto del Seguro Social Campesino Santa Elena*.
- Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo - Conceptualización y Organización*. México: Trillas.
- Andrade, S. (2003). *Diccionario de Economía*. Madrid: Cultural.
- Biblioteca Municipal Vicente Rocafuerte. (2000). *Historia de las Comuna de Santa Elena* . Santa Elena: I.M.S.E.
- Bull, A. (1999). *La Actividad Turística en España*. Madrid: Alianza Editorial.
- Burbano. (2008). *Introducción a la Industria Turística*. Medellín: El Clarín.
- Cabildo Comunal de San Vicente. (2002). *Historia de San Vicente*.
- Canell, K. (2002). *Técnicas de investigación*. Madrid: Editorial Fortino.
- Cardenas. (2000). *Sistema turístico*. México: Trillas.
- Cardenas. (2000). *Turismo y medioambiente*. Madrid: Editorial Ramon Areces.
- Centro de investigaciones Quito. (2003). *Ciclovías en la Capital*. Quito.
- Chías, J. (2005). *El negocio de la felicidad, desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid: Prentice Hall - Pearson Educación.
- Ciclopolis. (19 de mayo de 2009). *Guía de diseños de ciclovías.*, de Ciclovías en el Ecuador.
- CIUDAD, C. d. (2003). *Ciclovías en Quito*. Quito: Quitus.
- Clemente, G. (2007). *Investigación Científica*. La Libertad - Ecuador: Servicio de Publicaciones de la Universidad Península de Santa Elena.
- Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito del Ecuador. (2011). *Manual de Señalización*. Quito - Ecuador.
- Díaz, E. (2002). *Planificación Turística: Un Enfoque Metodológico*. La Laguna: Servicio de Publicaciones de La Universidad de La Laguna.
- Figuroa, R. (Viernes 23 de Diciembre de 2011). *Evaluación Turística.*, de Concepto Producto Turístico.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2002). *Mercadotecnia*. Mexico: Trillas.
- Gonzáles, J. (2010). *Conceptualización del Producto Turístico*. Cuba: Holguín.

- González, J. (2000). *Valores y estilos de vida en el análisis de la demanda turística*. Madrid: Trbuna Jorge Vila Fradela - FITUR - 2000.
- Grönroos, C. (2004). *Defining Product in Tourism*. European: Journal of tourism.
- Gunn, C. (2008). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Guzman, J. (2000). *Economía Turística*. Madrid -España: Editorial Andaluz.
- Machado Chaviano, E. L. (2002). *Marketing Estratégico para Empresas Turísticas*. Madrid - España: Editorial Díaz de Santos.
- Mankiw, G. (2006). *Principios de Economía*. Medellín: Colombus.
- Mannell & Bradley. (2006). *Implicación en el Sistema Turístico*. New York: Mc Graw-Hill.
- Manual de Ciclovías Recreativas - Guadalajara - México. (12 de Agosto de 2011). *Ciclovías Recreativas*, Manual Turístico.
- Mestas, J. A. (2005). *Diccionario Escolar*. Madrid: Ediciones Escolares S.L. - Maya Ediciones.
- Middleton. (2005). *El Producto Turístico*. Madrid: Spain Tourism.
- Middleton, V. (2005). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth - Heinemann Profesional Publishing.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2011). *Reglamento Interno Comunal*. Santa Elena: Dirección Provincial Agropecuaria de Santa Elena.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador. (22 de Noviembre de 2012).
- Plan Nacional de Ciclovías - Rutas de la Costa. *Ruta San Vicente - San Pablo*, pág. 1.
- Nicolau, J. (2006). *El Producto Turístico*. Barcelona: Ediciones Granica S.A.
- Organización Alerta Verde. (2007). *Ciclopaseos Turísticos en la Capital*. Quito - Ecuador.
- Organización Nacional Financiera - S.N.C. (12 de Junio de 2011). *Las Estrategías*, de Instituto Pyme: [http://Las estrategias \\_ Herramientas PYME.htm](http://Las%20estrategias%20_Herramientas%20PYME.htm)
- Paredes, J. (06 de Junio de 2011). *Comparación de la oferta turística.*, de Oferta turística.

- Paredes, W., & Nataly, P. d. (2011). *Investigación Acción*. México: Editorial Rijabal.
- Pons. (2000). *Productos Turísticos*. Mexico: Trillas.
- Pons, P. (2003). *Being-on-holiday. Tourist develling - Bodies and Place. Traduction* . Madrid: Tourist Studiést .
- Rojas Elbirt, V. (2006). *Principios y componentes de marketing*. Barcelona - España: Editorial UOC.
- Ronda, G. (10 de Marzo de 2002). *Estrategia y dirección estratégica.*, de Definición de estrategia.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Sancho, A. (2007). *Conceptualización General del Turismo*.
- Smith, V. (2000). *Host & Guest, anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tinajero, A. (2012). *Ciclopaesos & Eventos*. Bogotá - Colombia.
- Torres, B. (2010). *Metodología de la investigación*. Madrid - España: Editorial Arteta.
- Vásquez, L. (12 de Junio de 2011). *Monografías.com.*, de Estrategias de mercadotecnia.
- Velasco. (2000). *Introducción al Turismo*. Palma de Mallorca: Moll.
- Yeries, M. W. (2000). *Gestión de Proyectos con Potencial Turístico*. Madrid: Pirámide.

## INTERNET

<http://www.viveecuador.com>.

<http://cicloviasecuador.gob.ec/masnoticias/13-acta-de-compromiso-plan-nacional-de-ciclovias.html>

<http://20Presentacion%20%20concepto%20de%20producto%20turistico.htm>

<http://www.ciclovíasrecreativas.org/ciclovías-recreativas-guadalajara-mexico.html>

<http://www.diccionario/turismo/>

[http://principioseconomico\\_oferta-concepto](http://principioseconomico_oferta-concepto).

<http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>

<http://comparación-de-la-oferta-turística-entre-Cancún-y-oferta-turística-definición.html>.

[http://Las estrategias \\_ herramientas PYME.htm](http://Las estrategias _ herramientas PYME.htm)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategia>

[http://www.estrtegia\\_y\\_direccion -estrtegia.com](http://www.estrtegia_y_direccion -estrtegia.com)

[http://www.estartegia\\_y\\_direccion -estrategica-en-el-turismo.html](http://www.estartegia_y_direccion -estrategica-en-el-turismo.html)

<http://Estrategias de mercadotecnia - Monografias.com.htm>

<http://www.ifedesconsultores.com/articulo-detalle.php?id=15>

<http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>

<http://www.definicionabc.com/general/estrategia.php#ixzz2h60SkJIm>

<http://www.ciclovíasrecreativas.org>

<http://ciclopolis.ec>

<http://www.viveecuador.com>.

[http://www.viajandox.com/santa\\_elena/banos-san-vicente-santa-elena.htm](http://www.viajandox.com/santa_elena/banos-san-vicente-santa-elena.htm)



# ANEXOS

**ANEXO N° 1: Operacionalización de la Variable Independiente - Diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo, 2015**

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumentos
<p>Se entiende a: Las diferentes, potenciales, factibles, pertinentes y nuevas formas de hacer turismo que podrían implementarse y desarrollarse en la Comuna San Vicente, en base a sus particulares características de entorno y a las facilidades que presta o podría prestar dicha localidad; en correspondencia a los diferentes perfiles y tipos de turistas que visitan la provincia de Santa Elena, y que en la actualidad no existen ni se ofertan. Permitiendo y facilitando así nuevas y diversas formas de emprendimiento e interacción social entre la comunidad local y el flujo de turistas que estén interesados en realizar dichas actividades turísticas"</p>	<p>Nuevas, diferentes, potenciales, factibles y pertinentes formas de hacer turismo en San Vicente.</p> <p>Factibilidad de generar y facilitar nuevas y diversas formas de emprendimiento e interacción social entre la comunidad local y el flujo de turistas reales y potenciales</p> <p>Demanda turística de nuevas ofertas.</p>	<p>- Tipos de Actividades Turísticas</p> <p>- Formas de Emprendimiento</p> <p>- Interacción Comunidad local - turistas</p> <p>- Demanda Turística</p>	<p>¿Cuáles son las épocas de mayor flujo de turistas que transitan por la comunidad?</p> <p>¿Cuál es la relación producto turístico ciclopaseo y desarrollo turístico?</p> <p>¿La Comunidad tendrá inconvenientes al ofertar el nuevo producto turístico?</p> <p>¿Qué tipo de demanda turística buscan en la Provincia?</p> <p>¿Cuáles son los Canales de distribución que utilizan para dar a conocer la demanda?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

**ANEXO N° 2: Operacionalización de la Variable Dependiente - Estrategia de diversificación de la oferta turística actual de la Comuna San Vicente**

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumentos
<p>Producto turístico es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista al visitar un atractivo turístico, está compuesto en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.</p> <p>Ciclo paseos es la acción de circulación de bicicletas por las calles de una ciudad o el uso de una vía exclusiva para realizar este tipo de actividades, no solamente son espacios de recreación sino de construcción de ciudadanía, de rescate y de enseñar a la población que no solamente existen espacios para vivir, sino también para compartir.</p>	<p>El Producto Turístico debe ser bien elaborado y promocionado</p> <p>Espacios de recreación para la ciudadanía, rescate de la población con espacios para compartir</p> <p>La práctica del deporte para evitar el sedentarismo en la comunidad</p> <p>La comunidad local conocerá las perspectivas de los turistas</p>	<p>- Promoción Turística</p> <p>- Espacios Recreacionales</p> <p>- Tipos de deportes</p> <p>- Preferencias de turistas</p>	<p>¿Qué incidencia tienen los medios de comunicación en los turistas?</p> <p>¿Los espacios de recreación son accesibles para la comunidad?</p> <p>¿Las autoridades turísticas están involucradas en el desarrollo de la Actividad Turística?</p> <p>¿La comunidad podrá atender las necesidades de los turistas?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

**ANEXO № 3: Inventario de Atractivos turísticos – Sitios Naturales.**

		NOMBRE DEL EVALUADOR: Franklin Suarez L.				PROVINCIA: Santa Elena				FECHA: Enero - 2014							
№	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD				APOYO				SIGNIFICADO				TOTAL PUNTOS Max. 100	JER.		
		VALOR INTRIN.	VALOR EXTRIN.	ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	CALIDAD PUNTOS Max. 50	ACCESO	SERV.	ASO. CON OTROS ATRAC.	APOYO PUNTOS Max. 25	LOCAL	PROV.	NAC.			INTER.	SIGNIFICADO PUNTOS Max. 25
		Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor			Valor	Valor
		Máx. 15	Máx. 15	Máx. 10	Máx. 10	Máx. 10	Máx. 10	Máx. 10	Máx. 5	Máx. 25	Máx. 2	Máx. 4	Máx. 7			Máx. 12	Máx. 25
		SITIOS NATURALES															
1	Playa de San Pablo	4	4	3	4	15	3	4	1	8	2	1	1	1	5	51	II
2	Bosque en Cerro Redondo	1	1	2	1	5	1	1	1	3	1	1	0	0	2	18	I
3	Pozo Somero en San Vicente	1	1	2	1	5	1	1	1	3	1	0	0	0	1	17	I
4	Laguna El Encanto	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	0	0	0	1	15	I
5	Complejo Turístico Baños Termales de San Vicente	4	4	2	4	14	2	4	1	7	2	1	1	1	5	47	II

Los rangos son:

1 a 25	puntos:	Jerarquía I
26 a 50	puntos:	Jerarquía II
51 a 75	puntos:	Jerarquía III
76 a 100	puntos:	Jerarquía IV

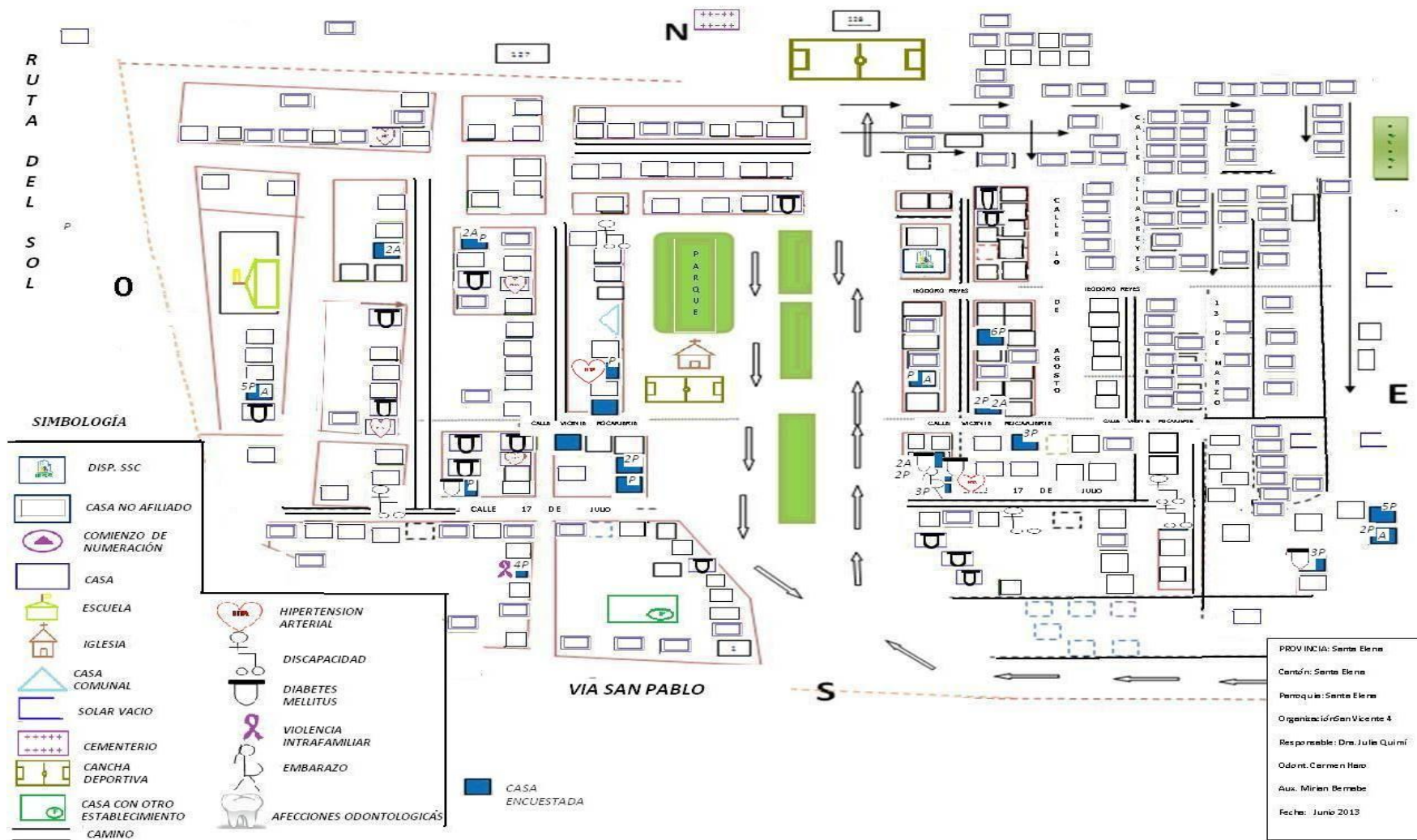
**ANEXO Nº 4: Inventario de Atractivos turísticos – Manifestaciones Culturales.**

NOMBRE DEL EVALUADOR: Franklin Suarez L.		PROVINCIA: Santa Elena				FECHA: Enero - 2014												
Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD				APOYO				SIGNIFICADO				TOTAL PUNTOS Max. 100	JER.			
		VALOR INTRIN.	VALOR EXTRIN.	ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	CALIDAD PUNTOS Max.	ACCESO	SERV.	ASO. CON OTROS ATRAC.	APOYO PUNTOS Max.	LOCAL	PROV.	NAC.			INTER.	SIGNIFICADO PUNTOS Max.	
		Valor	Valor	Valor	Valor	Max.	Valor	Valor Máx.	Valor	Max.	Valor	Valor	Valor Máx.			Valor Máx.	Max.	Max.
		Máx. 15	Máx. 15	Máx. 10	Máx. 10	50	Máx. 10	10	Máx. 5	25	Máx. 2	Máx. 4	7			12	25	100
		Manifestaciones Culturales																
1	Pista Mar Abierto	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	
2	Campo PACOA de PETROECUADOR.	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	1	0	0	2	18	I	
3	Hacienda California	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	
4	Comuna San Vicente	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	
5	Iglesia de San Vicente	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	
6	Horno de barro de pan	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	
7	Festividades Comunales	1	1	1	1	4	2	1	1	4	1	0	0	0	1	17	I	

Los rangos son:

1 a 25	puntos:	Jerarquía I
26 a 50	puntos:	Jerarquía II
51 a 75	puntos:	Jerarquía III
76 a 100	puntos:	Jerarquía IV

# ANEXO N° 5: Imagen de la Comuna San Vicente



**ANEXO N° 6: Modelo de Entrevista Autoridades Locales**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A AUTORIDADES LOCALES**

**Objetivo de la Entrevista:** El objetivo de la presente entrevista es recopilar información para estructurar un trabajo de investigación, referente al diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo.

**Cuestionario:**

**1. ¿Conoce, usted, sobre el desarrollo de la actividad turística en el cantón Santa Elena?**

.....

**2. ¿Piensa usted que un producto turístico tipo ciclopaseo se pueda ofertar en la Comuna San Vicente?**

.....

**3. ¿Piensa, usted, que la creación de ciclopaseos fomentaría el desarrollo turístico en la comuna San Vicente?**

.....

**4. ¿La topografía de San Vicente es la adecuada para instaurar ciclovías?**

.....

**5. ¿Cree que los ciclopaseos turísticos van a tener acogida en la comunidad de San Vicente?**

.....

**6. ¿Usted, como autoridad, cómo ayudaría a la comunidad de San Vicente en el tema del diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo?**

.....

**7. ¿Por qué apoyaría el proyecto de los ciclopaseos turísticos en San Vicente?**

.....

**8. ¿Cree, usted, que San Vicente necesita guías turísticos para dar a conocer los atractivos turísticos que posee? ¿En qué aspecto ayudaría?**

.....

**9. ¿Si hubiera ciclopaseos turísticos permanentes en la Comunidad de San Vicente, los utilizaría o ayudaría que otros utilicen esta alternativa?**

.....

**10. ¿Usted, cree que cambiará la actitud ecológica en los usuarios que participen de los ciclopaseos?**

.....

**11. ¿Cuál es su perspectiva sobre los beneficios que se obtendrían de los ciclopaseos turísticos en la comunidad de San Vicente?**

.....

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.***

**Nombre del Entrevistado:.....**

**Nombre del Entrevistador:.....**

**Fecha de Recepción:.....**



**ANEXO N° 7: Modelo de Entrevista Ciclista Profesional**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO**

**TURÍSTICO**

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL CICLISTA PROFESIONAL DE LA COMUNA  
SAN VICENTE.**

**Objetivo de la Entrevista:** El objetivo de la presente entrevista es recopilar información para estructurar un trabajo de investigación, referente al diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo en la Comunidad de San Vicente.

**Cuestionario:**

1. **¿Conoce, usted, sobre el desarrollo de proyectos turísticos en el Cantón Santa Elena? Mencione alguno que conozca.**

.....

2. **¿Piensa, usted, que un producto turístico, tipo ciclopaseo, se pueda ofertar en la Comuna San Vicente? ¿Por qué?**

.....

3. **¿Piensa usted que la creación de ciclopaseos fomentaría el desarrollo turístico, económico y social en la comunidad? ¿Por qué?**

.....

4. **¿De qué forma le ha ayudado la implementación de ciclovías en la comunidad?**

.....

5. **¿Cree que los ciclopaseos turísticos van a tener acogida en la comunidad de San Vicente por parte de turistas?**

.....

6. **¿Usted como ciclista, cómo ayudaría a la comunidad de San Vicente en el tema del diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo? ¿De qué forma lo haría?**

.....

7. **¿Cree usted que San Vicente necesita guías turísticos para dar a conocer los atractivos turísticos que posee? ¿En qué aspecto ayudaría? ¿O estaría dispuesto a trabajar en conjunto con ellos?**

.....

8. **¿Si hubiera ciclopaseos turísticos permanentes en la Comunidad de San Vicente, los utilizaría o ayudaría que otros utilicen esta alternativa?**

.....

9. **¿Usted cree que cambiará la actitud ecológica en los usuarios que participen de los ciclopaseos turísticos?**

.....

10. **¿Cuál es su perspectiva sobre los beneficios que se obtendrían de los ciclopaseos turísticos en la comunidad de San Vicente?**

.....

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.*

**Nombre del Entrevistado:**.....

**Nombre del Entrevistador:**.....

**Fecha de Recepción:**.....

## ANEXO N° 8: Modelo de Encuesta para Turistas



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE DEL SECTOR TURÍSTICO**  
**ENCUESTAS A VISITANTES DE LA COMUNIDAD**

**Estimado turista:** La Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena se encuentra ejecutando el levantamiento de información en el sector turístico, dentro de esta actividad se contempla el establecimiento del perfil del usuario, del nuevo producto turístico, tipo ciclopaseo, en la comunidad de San Vicente. Mucho agradeceremos la colaboración que le brinde al delegado de nuestra institución.

1.- DATOS GENERALES	
<b>SEXO:</b>	
Masculino	
Femenino	
<b>Lugar de Procedencia:</b>	

2.- EDAD	
15-18 años	
19-25 años	
26-30 años	
31-45 años	
45-60 años	
Más de 60 años	

3.- USTED VIAJA	
Solo	
Familia	
Amigos	
¿Cuántas personas?	

4.- Usted obtuvo información de la comunidad a través de:		
Internet	Televisión	Familiares y amigos
Videos – Afiches	Prensa escrita	Radio
Otros (especifique)		

5.- MOTIVO DE LA VISITA	
Recreación o esparcimiento	
Visita a familiares/amigos	
Gastronomía	
Negocios/motivos profesionales	
Salud	
Religión	
Compras	
Conferencias/congresos	
Otros	

6.- ACTIVIDAD DESARROLLADA	
Sol y playa	
Deportes en la arena	
Deportes acuáticos	
Deportes terrestres	
Visita a lugares naturales	
Visita a lugares culturales	
Otros (especifique)	

7.- El gasto promedio diario de su permanencia en la comunidad oscila entre:		
Menos de \$ 5	\$5 – \$15	\$16 – \$30
\$31 – \$40	\$41 – \$50	Más de \$50

8.- PERMANENCIA EN EL LUGAR	
Solo en el día	
Va a pernoctar (1 noche)	
2 – 3 noches	
Más de 3 noches	

9.- EL ACTUAL VIAJE FUE PREPARADO POR:	
Solo por Usted	
Por sus familiares	
Por una operadora turística	



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
 ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
 LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE DEL SECTOR TURÍSTICO  
 ENCUESTAS A VISITANTES DE LA COMUNIDAD**

10.- SAN VICENTE ES RECONOCIDA COMO UNA COMUNIDAD	
Ancestral	
Histórica	
Comercial	
Turística	
Otro (especifique)	

11.- LA COMUNIDAD DE SAN VICENTE DEBERÍA TENER UNA ACTIVIDAD TIPO CICLO PASEO	SI	NO

12.- QUÉ TIPOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PODRÍA OFERTAR SAN VICENTE	
Sitios Naturales	
Manifestaciones Culturales	

13.- ACTIVIDADES TURÍSTICAS A UTILIZAR EN LA COMUNIDAD SAN VICENTE	
Ciclismo	
Senderismo	
Recorrido por sitios históricos	
Caminatas	
Otro (especifique)	

14.- CON QUÉ FRECUENCIA PIENSA USTED QUE SE DEBERÍAN REALIZAR LOS CICLOPASEOS	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Anual	
Nunca	

15.- AL REALIZAR SUS VIAJES PREFERE	
Realizar actividades por cuenta propia	
Realizar actividades acompañado de un guía	
No tiene preferencias	
Otros (Especifique)	

**EVALÚE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DEL 1 (MALO) AL 5 (EXCELENTE)  
 INDIQUE LA RESPUESTA CON UNA "X"**

Según, los parámetros establecidos, a su criterio las expectativas sobre la comunidad en lo que respecta a experiencias vividas fueron cumplidas.				
1 (M)	2 (Reg.)	3 (B)	4 (MB)	5 (EXC)

A partir del siguiente enunciado, piensa Usted que la información recibida sobre atractivos o actividades turísticas son lo suficiente para poder acceder a la comunidad de San Vicente.				
1 (M)	2 (Reg.)	3 (B)	4 (MB)	5 (EXC)

¿Cuál fue su percepción sobre la variedad de alternativas turísticas que oferta, actualmente, la comuna?				
1 (M)	2 (Reg.)	3 (B)	4 (MB)	5 (EXC)

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

Encuesta #: \_\_\_\_\_ Comunidad: \_\_\_\_\_

Responsable: \_\_\_\_\_ Fecha y hora: \_\_\_\_\_

## ANEXO N° 9: Modelo de Encuesta para Habitantes de la Comunidad



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE DEL SECTOR TURÍSTICO**  
**ENCUESTAS A HABITANTES DE LA COMUNIDAD**

**Estimado comunero:** La Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena se encuentra ejecutando el levantamiento de información en el sector turístico, dentro de esta actividad se contempla el establecimiento del perfil del usuario del nuevo producto turístico tipo ciclopaseo, en la comunidad de San Vicente. Mucho agradeceremos la colaboración que le brinde al delegado de nuestra institución.

<b>1.- DATOS GENERALES</b>	
<b>SEXO:</b>	
Masculino	
Femenino	

<b>2.- EDAD</b>	
15-18 años	
19-25 años	
26-30 años	
31-45 años	
45-60 años	
Más de 60 años	

<b>3.- ESTADO CIVIL</b>	
Soltero (a)	
Casado (a)	
Divorciado (a)	
Viudo (a)	
Separado (a)	

<b>4.- USTED VIVE</b>	
Solo	
Familia	
<b>¿Cuántas personas?</b>	

<b>5.- NIVEL DE ESTUDIOS</b>	
Sin estudios	
Estudios primarios	
Estudios Secundarios	
Estudios universitarios	
Estudios de cuarto nivel	

<b>6.- OCUPACIÓN PRINCIPAL</b>	
Empleado	
Empresario	
Profesional liberal	
Labores domesticas	
Estudiante	
Retirado / Jubilado	
Sin Empleo	

<b>7.- RENTA FAMILIAR MENSUAL</b>				
Menos de \$ 100	\$101 – 300	\$301 – \$600	\$601 – \$900	Más de \$1.000

<b>8.- ¿QUÉ TIPOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PODRÍA OFERTAR LA COMUNIDAD?</b>	
Sitios Naturales	
Manifestaciones Culturales	
Costumbres Típicas (festividades)	
Monumentos – Atracciones Culturales	
Actividades deportivas o de Aventura	

<b>9.- ¿CREE USTED QUE LA COMUNIDAD DE SAN VICENTE DEBERÍA TENER UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA TIPO CICLO PASEO?</b>	SI	NO

<b>10.- BENEFICIOS QUE GENERARÍA EL PRODUCTO TURÍSTICO TIPO CICLOPASEO.</b>	
Oportunidades de empleo	
Posibilidad de nuevas iniciativas empresariales	
Mejoramiento de infraestructuras existentes	
Existencia de oferta comercial y de ocio	
Ingresos económicos a la comunidad	

<b>11.- EN SAN VICENTE:</b>	
La gente es amistosa y te hace sentir como en casa	
Es un lugar tranquilo adecuado para descansar	
El personal proporciona sensaciones positivas	
Ofrece entornos para practicar deportes al aire libre	
Tiene atracciones turísticas para visitar en su entorno	



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
**LEVANTAMIENTO DE LÍNEA BASE DEL SECTOR TURÍSTICO**  
**ENCUESTAS A HABITANTES DE LA COMUNIDAD**

EVALÚE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DEL 1 (Muy en desacuerdo) AL 5 (Muy de acuerdo)  
INDIQUE LA RESPUESTA CON UNA "X"

Según, los parámetros establecidos, cree usted que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseos generaría oportunidades de negocios para la comunidad y en la creación de pequeñas empresas turísticas				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

A partir del siguiente enunciado, cree usted que la actividad turística puede contribuir a que la comunidad pueda financiar actividades recreativas, culturales y lúdicas de la que los residentes nos beneficiemos.				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

¿Cree usted que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseo tendríamos problemas de tráfico vehicular y motorizado en la ciclovía?				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

Si se implementan actividades turísticas en la comunidad esto causaría pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad cultural.				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

¿Piensa usted que al implementar la actividad turística tipo ciclopaseo contribuirá en el incremento de la delincuencia y la inseguridad ciudadana?				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

¿Debe existir regulación y control sobre la actividad turística tipo ciclopaseo por parte del Cabildo Comunal, ya que la actividad turística afecta a todos en conjunto?				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

¿Al establecer la actividad turística tipo ciclopaseo se debería implementar eventos de renombre (casas abiertas, exposiciones, etc.), para llamar la atención turistas nacionales e internacionales?				
1 (Muy en desacuerdo)	2 (En desacuerdo)	3 (Indiferente)	4 (De acuerdo)	5 (Muy de acuerdo)

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

Encuesta #: \_\_\_\_\_ Comunidad: \_\_\_\_\_

Responsable: \_\_\_\_\_ Fecha y hora: \_\_\_\_\_

**ANEXO N° 10: Tablas de encuestas a visitantes de la comunidad.**

**TABLA N° 1: – Sexo**

<b>Sexo</b>	Masculino	Femenino	Total
	56	40	<b>96</b>

**TABLA N° 2: - Procedencia de turistas**

<b>Lugar de Procedencia:</b>	
Quito	8
Guayaquil	51
Santa Elena	10
La Libertad	3
Salinas	5
Manta	4
Machala	2
Ambato	2
Los Ríos	1
Santo Domingo	1
Nobol	1
Loja	1
Duran	1
Riobamba	1
Babahoyo	1
Perú	2
Estados Unidos	1
Canadá	1
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA N° 3: - Edad turistas**

15 - 18 años	8
19 - 25 años	39
26 - 30 años	32
31 - 45 años	10
46 - 60 años	6
Más de 60 años	1
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA Nº 4: - Usted Viaja**

Solo	12
Familia	60
Amigos	26
<b>Total</b>	<b>98</b>

**TABLA Nº 5: - Grupo de turistas**

<b>¿Cuántas personas?</b>	<b>Tabulación</b>
1 persona	10
2 personas	7
3 personas	28
4 personas	14
5 personas	12
6 personas	6
7 personas	8
8 personas	5
9 personas	2
10 personas	3
11 personas	1
12 personas	1
<b>Total</b>	<b>97</b>

**TABLA Nº 6: - Medios de obtención de información**

Internet	18
Televisión	8
Familiares y amigos	54
Videos – Afiches	3
Prensa escrita	7
Radio	4
Otros	2
<b>Total</b>	<b>96</b>



**TABLA N° 7: - Motivo de la visita**

Recreación o esparcimiento	74
Visita a familiares/amigos	15
Gastronomía	5
Negocios/motivos profesionales	3
Salud	1
Religión	1
Compras	4
Conferencias/congresos	1
Otros	0
<b>Total</b>	<b>104</b>

**TABLA N° 8: - Actividad desarrollada**

Sol y Playa.	70
Deportes en la Arena	8
Deportes Acuáticos	10
Deportes terrestres	13
Visita a Lugares Naturales	22
Visita a Lugares Culturales	3
Otros :	9
<b>Total</b>	<b>135</b>

**TABLA N° 9: - Gasto promedio diario**

Menos de \$ 5	2
\$ 5 - \$ 15	10
\$ 16 - \$ 30	12
\$ 31 - \$ 40	4
\$ 41 - \$ 50	18
Más de \$ 50	50
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA N° 10: - Permanencia en el lugar**

Solo en el día	66
Va a pernoctar (1 noche)	16
2 - 3 noches	5
Más de 3 noches	9
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA N° 11: - Viaje preparado por**

Solo por Usted	76
Por sus Familiares	20
Por una operadora turística	1
Otros	0
<b>Total</b>	<b>97</b>

**TABLA N° 12: - San Vicente es una comunidad**

Ancestral	62
Histórica	21
Comercial	2
Turística	10
Otro : No conocen	2
<b>Total</b>	<b>97</b>

**TABLA N° 13: - La comunidad debería tener una actividad tipo ciclopaseo**

SI	90
NO	6
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA N° 14: - Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente**

Sitios Naturales	100
Manifestaciones Culturales	12
<b>Total</b>	<b>112</b>

**TABLA N° 15: - Actividades turísticas en San Vicente**

Ciclismo	101
Senderismo	16
Recorrido por sitios históricos	14
Caminatas	24
Otros: Turismo Comunitario	2
<b>Total</b>	<b>157</b>

**TABLA Nº 16: - Frecuencia de los ciclopaseos turísticos**

Semanal.	26
Quincenal	46
Mensual	16
Anual	2
Nunca	6
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA Nº 17: - En sus viajes prefiere**

Realizar actividades por cuenta propia	60
Realizar actividades acompañado por un guía	6
No tiene preferencias	30
Otros : Grupo de amigos	1
<b>Total</b>	<b>97</b>

**TABLA Nº 18: - Experiencias vividas fueron cumplidas**

Malo	10
Regular	4
Bueno	50
Muy Bueno	30
Excelente	2
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA Nº 19: - Información recibida sobre atractivos o actividades turísticas en San Vicente**

Malo	10
Regular	23
Bueno	53
Muy Bueno	8
Excelente	2
<b>Total</b>	<b>96</b>

**TABLA N° 20: - Percepción sobre la variedad de alternativas turísticas en San Vicente**

Malo	8
Regular	18
Bueno	58
Muy Bueno	10
Excelente	2
<b>Total</b>	<b>96</b>

**ANEXO N° 11: Tablas de encuestas a habitantes de la comunidad.**

**TABLA N° 21: - Sexo**

<b>Sexo</b>	Masculino	Femenino	Total
	30	40	<b>70</b>

**TABLA N° 22: - Edad comunidad**

15 - 18 años	9
19 - 25 años	15
26 - 30 años	25
31 - 45 años	11
46 - 60 años	6
Más de 60 años	4
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA N° 23: - Estado civil**

Soltero (a)	12
Casado (a)	50
Divorciado (a)	2
Viudo (a)	5
Separado (a)	1
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA N° 24: - Habita**

Solo	5
Familia	65
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 25: - Cuántas personas**

<b>¿Cuántas personas?</b>	<b>Tabulación</b>
1 persona	5
2 personas	8
3 personas	10
4 personas	20
5 personas	7
6 personas	6
7 personas	5
8 personas	3
9 personas	2
10 personas	2
11 personas	1
12 personas	1
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 26: - Nivel de estudios**

Sin Estudios	0
Estudios Primarios	30
Estudios Secundarios	35
Estudios Universitarios	5
Estudios de cuarto nivel	0
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 27: - Ocupación principal**

Empleado	16
Empresario	4
Profesional liberal	1
Labores domesticas	31
Estudiante	10
Retirado / Jubilado	6
Sin Empleo	2
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 28: - Renta mensual**

Menos de \$ 100	1
\$ 101 - \$ 300	10
\$ 301 - \$ 600	42
\$ 601 - \$ 900	14
Más de \$ 1.000	3
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 29: - Atractivos turísticos a ofertar en San Vicente**

Sitios naturales	20
Manifestaciones culturales	1
Costumbres típicas (festividades)	40
Monumentos - atracciones culturales	2
Actividades deportivas o de aventura	7
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 30: - San Vicente debería tener una actividad tipo ciclopaseo**

SI	68
NO	2
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 31: - Beneficios del producto turístico tipo ciclopaseo**

Oportunidades de empleo	44
Posibilidad de nuevas alternativas empresariales	7
Mejoramiento de infraestructuras existentes	4
Existencia de oferta comercial y de ocio	3
Ingresos económicos a la comunidad	12
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 32: - En San Vicente**

La gente es amistosa y te hace sentir como en casa	40
Es un lugar tranquilo adecuado para descansar	7
El personal proporciona sensaciones positivas	1
Ofrece entornos para practicar deportes al aire libre	20
Tiene atracciones turísticas para visitar en su entorno	2
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 33: - Generación de oportunidades de negocio para la comunidad de San Vicente**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	4
Indiferente	2
De acuerdo	40
Muy de acuerdo	22
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 34: - El turismo ha contribuido en el mejoramiento de las comunidades**

Muy en desacuerdo	3
En desacuerdo	12
Indiferente	7
De acuerdo	35
Muy de acuerdo	13
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 35: - Contribución del turismo a financiar actividades recreativas en beneficio de la comunidad**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	3
Indiferente	5
De acuerdo	40
Muy de acuerdo	20
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 36: - Problemas de tráfico vehicular y motorizado en la ciclovía**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	16
Indiferente	5
De acuerdo	30
Muy de acuerdo	17
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 37: - Perdida de costumbres y de identidad cultural**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	40
Indiferente	4
De acuerdo	19
Muy de acuerdo	5
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 38: - Incremento de la delincuencia y la inseguridad**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	38
Indiferente	1
De acuerdo	26
Muy de acuerdo	3
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 39: - Regulación y control del Cabildo Comunal de San Vicente**

Muy en desacuerdo	1
En desacuerdo	24
Indiferente	7
De acuerdo	32
Muy de acuerdo	6
<b>Total</b>	<b>70</b>

**TABLA Nº 40: - Implementar eventos de renombre**

Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	1
Indiferente	5
De acuerdo	51
Muy de acuerdo	11
<b>Total</b>	<b>70</b>



**ANEXO N° 12: Aplicación de Entrevista a Walter Medina Presidente de la Comuna San Vicente.**



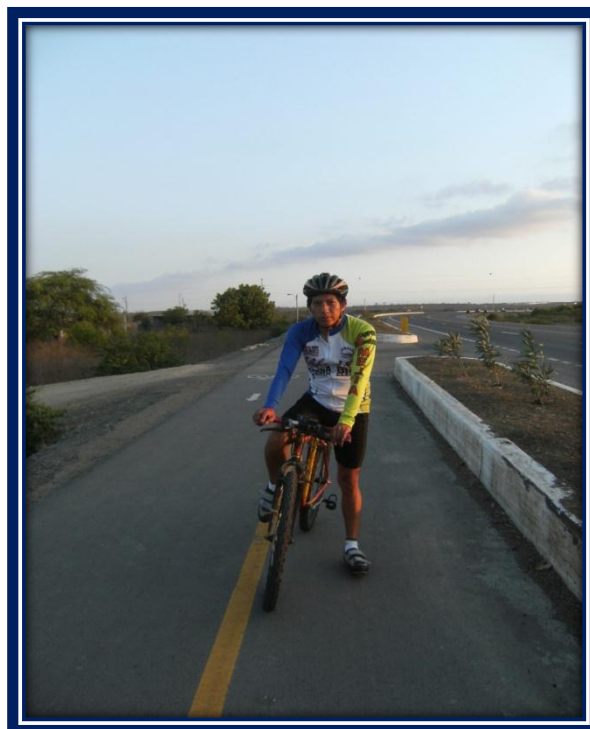
**ANEXO N° 13: Aplicación de Entrevista a Francisco Tomalá Gerente (E) EMUTURISMO E.P.**



**ANEXO N° 14: Aplicación de Entrevista a Giovanni Borbor Ciclista Profesional de la Comunidad de San Vicente.**



**ANEXO N° 15: Ciclista Profesional de la Comunidad de San Vicente.**



**ANEXO N° 16: Aplicación de Encuesta a Manuel Láinez habitante de la Comunidad de San Vicente.**



**ANEXO N° 17: Imagen de la Valla Publicitaria en la Autopista Guayaquil – Salinas al ingreso de la Comuna San Vicente.**



**ANEXO N° 18: Imagen de la Casa Comunal de San Vicente**



**ANEXO N° 19: Imagen del Dispensario del Seguro Social Campesino San Vicente 4**



**ANEXO N° 20: Imagen de la Iglesia de la Comunidad de San Vicente**





**ANEXO N° 21: Imagen del parque central de la Comuna San Vicente**



**ANEXO N° 22: Imagen de la Escuela Fiscal Mixta Dr. Herman B Parker**



**ANEXO N° 23: Imagen del Centro de Formación Infantil C.D.I. Fantasías Infantiles # 101**



**ANEXO N° 24: Imagen de las gradas de la cancha de fútbol de la Comuna San Vicente**



**ANEXO N° 25: Imagen de la cancha de uso múltiple de la comunidad de San Vicente**



**ANEXO N° 26: Arbusto de laurel flores rojas para reforestación**



**ANEXO Nº 27: Arbusto de laurel flores rojas y blancas para reforestación**



**ANEXO Nº 28: Medición de Ciclovía en la Comunidad de San Vicente**



**ANEXO Nº 29: Dimensiones Ciclovía en la Comunidad de San Vicente**



**ANEXO Nº 30: Dimensiones Ciclovía Turística.**





**ANEXO № 31: Dimensiones ciclovía sobre el puente El Salado en San Vicente**



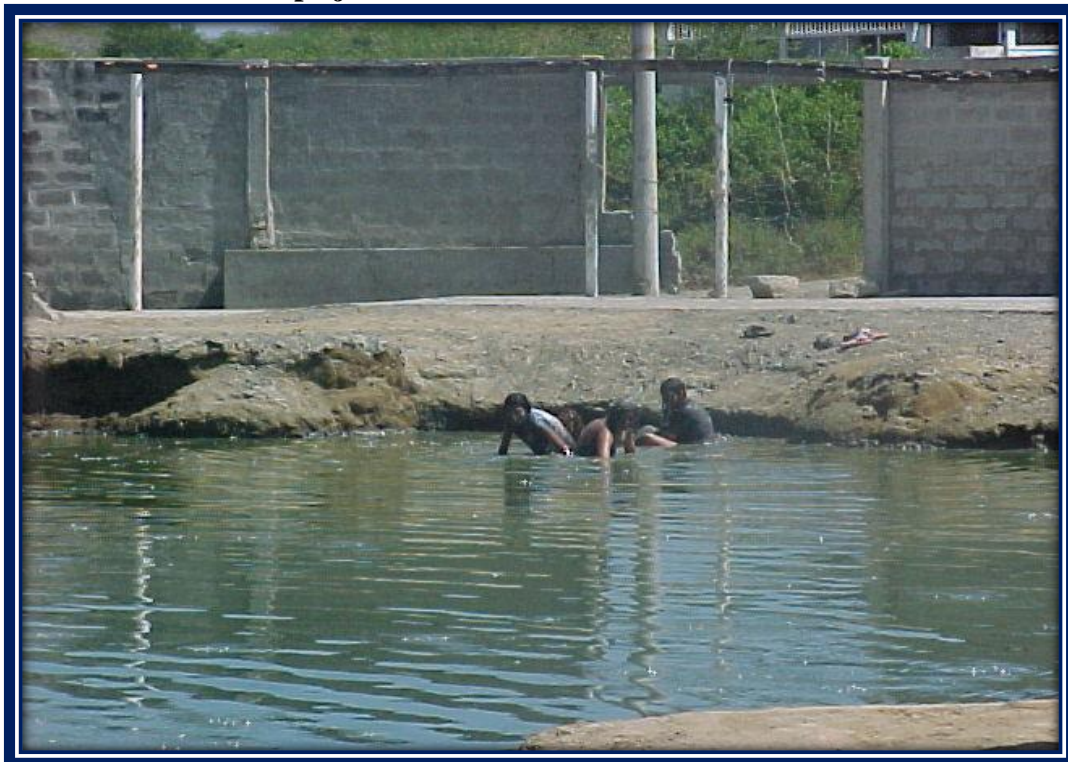
**ANEXO № 32: Comuna San Vicente**



**ANEXO Nº 33: Ciclovía turística ingreso a la Comuna San Vicente**

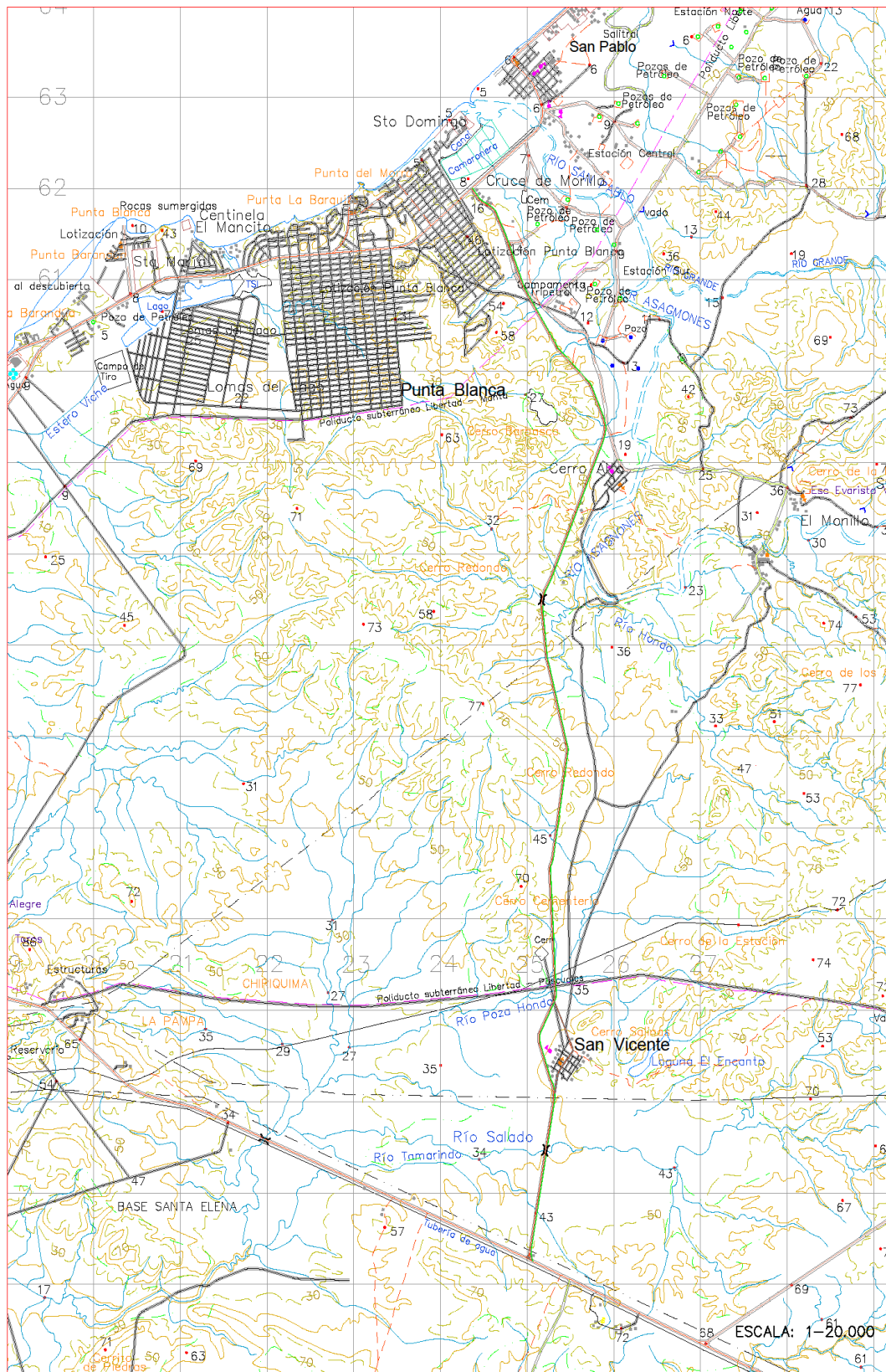


**ANEXO Nº 34: Complejo Turístico “Telésforo Villacrés”**





### ANEXO Nº 35: Ciclovía San Vicente – San Pablo.



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Atractivos turísticos:** Componentes explícitos que motivan, solos o en composición con otros, el traslado turístico hacia una comunidad, es la base productiva del turismo iniciándose el desarrollo del producto turístico.

**Ciclista:** Persona o individuo que anda o utiliza la bicicleta como medio de transporte o por diversión.

**Ciclopaseos Turísticos:** Acción de circulación de bicicletas por las principales avenidas de una ciudad usando una vía exclusiva para este tipo de actividades, son espacios de recreación y sirven para conocer los atractivos turísticos de una comunidad.

**Ciclovías:** Son vías exclusivas para ciclistas, separadas del tráfico vehicular mediante un parterre, que delimitan la zona. Pueden ser unidireccionales como bidireccionales.

**Competencia ciclística:** Deporte en la que utilizan distintos tipos de bicicletas. Existen varias modalidades o disciplinas de competiciones como ciclismo de ruta, ciclismo en carretera, ciclismo en pista, ciclismo de montaña, etc.

**Demanda turística:** Cantidad de bienes o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por los turistas. Número real o previsto de turistas en un destino o producto turístico.

**Equipo logístico:** Son los implementos necesarios para realizar actividades de ocio o aventura como en el ciclismo: cascos, rodilleras, coderas, etc.

**Estrategias de diversificación:** Buscan desarrollar nuevos productos y mercados con el objetivo de satisfacer necesidades de turistas. Las organizaciones la utilizan para generar crecimiento continuo a partir de nuevas tecnologías

**Infraestructura:** Son aquellos componentes físicos necesarios para la actividad turística, pueden ser públicos o privados. Ej. Autopistas, puertos, etc.

**Oferta turística:** Conjunto de bienes y servicios, recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados y consumidos por los turistas.

**Producto turístico:** Aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

**Recursos turísticos:** Se basan en los atractivos que cuenta un determinado destino, puede ser natural, histórico, cultural, etc. Es la motivación principal de visita.

**Servicios complementarios:** Son aquellos dirigidos a satisfacer necesidades de los turistas a cambio de prestaciones económicas, por motivos de viaje y en visita a lugares o sitios turísticos.

**Sistema Turístico:** Resultado del uso del tiempo libre y la infraestructura turística necesaria, desarrollando actividades para satisfacer necesidades del turista, aumentando los servicios turísticos, brindando confort y nuevas opciones a los visitantes.

**Turismo de aventura:** Practicado en ambientes naturales y requiere que el turista realice cierto grado de esfuerzo físico y superar niveles de dificultad para obtener experiencia.