



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Agrarias
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas
Agropecuarias y Agronegocios

**DISEÑO DEL PLAN DE CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE
AGROTURISMO “LA RUTA DEL BAMBÚ” PARA LA
ASOCIACIÓN “LA NOBLE GUADÚA”, COMUNA OLÓN,
PARROQUIA MANGLARALTO, SANTA
ELENA AÑO 2018.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS Y
AGRONEGIOS**

Autor: Joyce Gabriela Yagual Panchana.

La Libertad, 2018



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Agrarias

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas

Agropecuarias y Agronegocios

**DISEÑO DEL PLAN DE CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE
AGROTURISMO “LA RUTA DEL BAMBÚ” PARA LA
ASOCIACIÓN “LA NOBLE GUADÚA”, COMUNA OLÓN,
PARROQUIA MANGLARALTO, SANTA ELENA AÑO
2018.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS Y
AGRONEGIOS**

Autor: Joyce Gabriela Yagual Panchana.

Tutor: Ing. Ana Reyes Perero, Mgt.

La Libertad, 2018

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Néstor Orrala Borbor, Ph. D.

DECANO DE LA FACULTAD

Ing. Andrés Drouett Candell, M.Sc.

DIRECTOR DE CARRERA

Ing. Juan Valladolid Ontaneda, M.Sc.

PROFESOR DEL ÁREA

Ing. Ana Reyes Perero, Mgt.

PROFESOR TUTOR

Abg. Víctor Coronel Ortiz MGt

SECRETARIA/O GENERAL

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por ser mi guía y sustento a lo largo de mi carrera, a mi madre Nancy Panchana quien en vida me brindó su apoyo incondicional, a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente, a mis profesores por compartirme sus conocimientos, a mi tutora Ing. Ana Reyes Perero por el apoyo y paciencia. A la Asociación Noble Guadúa por el aval de permitirme realizar la presente investigación. A Ronaldo Guaycha quien desinteresadamente aportó gran apoyo en el cumplimiento de este logro, a mi padre y hermanos que me brindaron ánimo para no rendirme, a mi hermana, amiga y compañera de aula Dina Yagual por ser mi ayuda incondicional en toda la carrera y a todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte de esta etapa.

Joyce Yagual Panchana

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a Dios por ser la esencia de mi vida e inspiración, brindándome fortaleza y sabiduría en el desarrollo de este proyecto.

A la memoria de mi querida madre Nancy Panchana, por ser una guerrera de fe que me animó a emprender mi carrera profesional y me enseñó a no declinar ante las adversidades, a quien a pesar de su ausencia sigo admirando por su esfuerzo y dedicación de trabajo, y sin lugar a duda este logro se lo debo a ella por su apoyo incondicional.

Joyce Yagual Panchana

**“EL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO DE GRADUACIÓN ES DE
MI RESPONSABILIDAD; EL PATRIMONIO INTELECTUAL DEL MISMO
PERTENECE A LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA”**

RESUMEN

La búsqueda de ingresos económicos en las comunidades rurales, provoca que estas localidades generen alternativas de negocios, aprovechando los recursos con que cuenta. La presente investigación tiene como objetivo proponer el diseño de un plan de creación y promoción de un producto agroturístico denominado “La ruta del bambú” para la Asociación Noble Guadúa de la comuna Olón, ubicada en la franja de la Cordillera Chongón Colonche, el lugar posee abundante biodiversidad de flora y fauna, entre ellos la caña guadua que se constituye en un producto con identidad territorial por su origen endémico. A través de las fincas asentadas en esta localidad se pretende realizar agroturismo, proyectándolas como un destino ecológico en la región. La investigación se realizó mediante levantamiento de información descriptiva y de observación, los instrumentos utilizados fueron la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia Manglaralto, y entrevista a las autoridades competentes del desarrollo turístico de la parroquia. La información obtenida permitió analizar el nivel de aceptación del producto agroturístico. En el diseño se establece un recorrido por las fincas implementadas con la infraestructura adecuada para la práctica turística, mostrando atractivos turísticos como plantaciones de guaduales, fuentes de aguas volcánicas que se encuentran en el lugar. El proyecto cuenta con estrategias promocionales para la difusión y publicidad que serán las adecuadas para lograr el interés de la población. El agroturismo, es una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Olon, diversificando la actual oferta y ampliando nuevos mercados que van en beneficio de la comunidad y del ambiente.

ABSTRACT

The searching of economic income in rural communities, causes these localities generate business alternatives, taking advantage of the resources they have. The objective of this research is propose the desing of a plan for the creation and promotion of an Agro-tourism product called “The Bamboo Route” for the Noble Guadua Association of the Olon commune, located in the Mountain range Chongon Colonche, , the place has abundant biodiversity of flora and fauna, among them Bambu cane that constitutes in a product with territorial identity due its endemic origin. Through the farms settled in this town, it is intended to perform agrotourism, projecting them as a ecological destination. The investigation was carried out through collection of information descriptive and of observation, the element used were a survey applied to national and foreing tourist who visit Manglaralto parish and the interviewing to the competent authorities of the tourist development of the parish. The information allowed to analyze the level of acceptance of the agro-tourism product. The design establishes a tour of the farm implemented with the appropriate infrastructure for tourism, showing tourist attractions such as bamboo plantations, volcanic water sources found in the place. The project has promotional strategies for dissemination and advertising that will be appropriate to achieve the interest of the population. Agrotourism is an alternative of sustainable development for the Olon commune, diversifying the current offer and expanding new markets that are for the benefit of the community and the environment.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	3
1.1.- Generalidades de la caña guadúa.....	3
1.1.1.- Clasificación taxonómica de la caña guadúa	3
1.1.2.- Beneficios de la caña guadua.....	4
1.1.3.- Descripción de los guaduales.....	4
1.1.4.- Importancia de los guaduales.....	4
1.1.5.- Particularidades del cultivo de caña guadúa	5
1.2.- Definición de Agroturismo.....	6
1.2.1.- Organización de la ruta de agroturismo.	6
1.2.2.- Diversificación de rutas	7
1.2.3.- Componentes de una ruta turística.....	7
1.3.-Conceptualización del producto turístico	8
1.3.1.- Características diferenciales de los productos turísticos.....	8
1.3.2.- Marketing turístico.....	8
1.3.3.- La dirección de marketing en organizaciones turísticas	9
1.3.4.- Importancia de la promoción en el marketing turístico.	9
1.3.5.- Estudio de mercado en el marketing turístico.....	9
1.3.6.- Definición de promoción	10
1.3.7.- Características de la combinación promocional	10
1.3.8.- Finalidad de la promoción	11
1.4.- La era del marketing digital.....	11
1.4.1.- Categorías de redes sociales	11
1.4.2.- La integración de las redes sociales.....	12
1.5.- Estrategias de ventas.....	13
1.5.1.-Ventas directas.....	13
1.5.2.- Ventas indirectas.....	13
CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS	14
2.1.- Estructura de la Corporación	14
2.2.- Ubicación geográfica del estudio	15
2.3.- Metodología de la investigación.....	15
2.3.1.- Tipos de investigación	15

2.3.2.- Técnicas de investigación	16
2.4.- Población y muestra	17
2.5.- Procesamiento y análisis de la información	19
CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
3.1.- Diagnóstico para la implementación de un producto agroturístico para la Asociación Noble Guadúa.....	20
3.1.1.- Datos generales del turista encuestado	20
3.1.2.- Datos de aceptación del producto turístico	25
3.1.3.- Análisis de resultados de entrevistas aplicadas a las autoridades que están relacionada con el desarrollo de la actividad turística en la zona.	33
3.1.4.- Diagnóstico de las fincas agroecológicas	37
3.1.4.- Matriz FODA	40
3.2.- Diseño de la propuesta agroturística para la Asociación “La Noble Guadúa” en la comuna Olón.	42
3.2.1.- Presentación del proyecto	42
3.2.2.- Ubicación geográfica del proyecto	43
3.2.3.- Objetivo del producto agroturístico “La ruta del bambú”	43
3.2.4.- Políticas del plan de creación.....	44
3.2.5.- Segmentación de mercado.....	44
3.2.6.- Competencia agroturística.	45
3.2.7.- Mercado objetivo	45
3.2.8.- Diseño de la ruta agroturística	46
3.2.9.- Esquema del recorrido Ruta del bambú.....	66
3.2.10.- Itinerario del recorrido de “La ruta del bambú”	67
3.2.11.- Recomendaciones generales de la ruta	67
3.2.12.- Beneficio de la ruta	70
3.2.13.- Beneficiarios de la ruta	71
3.3.- Estrategias de promoción y publicidad de la ruta agroturística.....	72
3.3.1.- Estrategias de marketing.....	72
3.3.2.- Características y significado de los componentes de la marca	73
3.3.3.- Estrategias de publicidad.	74
3.3.4.- Estrategias de ventas.	78
3.3.5.- Estrategias de precios.....	78

3.4.- Costos de implementación de la ruta agroturística.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
Conclusiones.....	86
Recomendaciones	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Taxonomía de la caña (<i>Guadua angustifolia K</i>).....	4
Tabla 2. Información de la corporación Noble Guadúa.....	14
Tabla 3. Cifras de turistas nacionales y extranjeros.....	17
Tabla 4. Datos de la muestra para turistas nacionales y extranjeros.....	18
Tabla 5. Autoridades y representantes entrevistados.....	19
Tabla 7. Descripción de finca Ríos.....	37
Tabla 8. Descripción de finca San Miguel.....	38
Tabla 9. Descripción de finca San Miguel 2.....	39
Tabla 6. Análisis FODA.....	40
Tabla 10. Itinerario de la ruta del bambú.....	67
Tabla 11. Significado de componentes de la marca.....	73
Tabla 12. Tarifas de precio.....	79
Tabla 13. Presupuesto estimado de inversión.....	82
Tabla 14. Costos de promoción y publicidad.....	83
Tabla 15. Proyección a 5 años de gastos de promoción y publicidad.....	83
Tabla 16. Estructura de costos del producto por persona.....	84
Tabla 17. Venta anual del 1er año.....	84
Tabla 18. Ventas estimadas a 5 años.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características diferenciales de los productos turísticos	8
Figura 2. Composición de la mezcla o combinación promocional.....	10
Figura 3. Género	20
Figura 4. Edad de turistas	21
Figura 5. Lugar de procedencia de turistas	22
Figura 6. Frecuencias de visita al cantón Santa Elena.....	23
Figura 7. Motivo de visita.....	23
Figura 8. Con quienes viajan los turistas.	24
Figura 9. Tipo de turismo que realizan los turistas.....	25
Figura 10. Conoce la comuna Olón	26
Figura 11. Práctica de actividades agroturísticas.....	26
Figura 12. Conocimiento de oferta agroturística de Olón	27
Figura 13. Atracción de práctica en las fincas de la comuna Olón.....	28
Figura 14. Conocimiento de la identidad territorial de la caña guadúa.	29
Figura 15. Interés de visita de plantaciones a guaduales y práctica de agroturismo .	30
Figura 16. Grado de satisfacción de participación de la Ruta del bambú.....	30
Figura 17. Atractivos para la estructuración de “La Ruta del bambú”	31
Figura 18. Estimación de precio que los turistas están dispuestos a pagar.....	32
Figura 19. Ubicación de Ruta del bambú	43
Figura 20. Taller La Noble Guadúa	47
Figura 21. Artesanías elaboradas de caña guadúa	47
Figura 22. Vía de acceso que nos conecta a la finca San Miguel.....	48
Figura 23 . Túnel de bambú.....	49
Figura 24. Casa elaborada de caña guadúa	49
Figura 25. Letrero ecológico de bienvenida	50
Figura 26. Señaléticas de información.....	51
Figura 27. Paisaje de finca San Miguel	52
Figura 28. Plantaciones de caña guadúa superficie baja.....	53
Figura 29. Plantaciones de bambú chino	54
Figura 30. Plantación de caña guadúa superficie alta.....	54
Figura 31. Sendero que conduce a las fuentes de agua volcánicas.....	55
Figura 32. Fuente de agua sulfatada con caída tipo cascada	55

Figura 33. Modelo de sendero	56
Figura 34. Modelos de puentes para rios y escalinata	57
Figura 35. Modelos de cabañas	58
Figura 36. Modelos de enrocado para cascadas.....	59
Figura 37. Señalética de información	59
Figura 38. Casa de campo y áreas de cabaña de finca San Miguel 2	60
Figura 39. Bosque natural de la finca San Miguel 2.....	61
Figura 40. Instalación de piscina de agua natural.....	61
Figura 41. Flora endémica del bosque natural.....	62
Figura 42. Instalación de una casa rústica	62
Figura 43. Señalética informativa.....	63
Figura 44. Modelo de sendero y puente.....	64
Figura 45. Modelo de piscinas naturales	65
Figura 46. Esquema del recorrido “La ruta del bambú”	66
Figura 47. Señalética para plantaciones y ubicación de áreas	69
Figura 48. Punto ecológico de desechos y señalética informativa de finca.....	70
Figura 49. Diseño de icono turístico “La ruta del bambú”	72
Figura 50. Modelo de hoja volante	76
Figura 51. Modelos y colores camisetas.....	80
Figura 52. Colores de gorras disponibles	81

INDICE DE ANEXOS

Formato 1A. Modelo de entrevista a autoridades
Formato 2A. Modelo de encuesta a turistas
Figura 1A. Conversatorio con dirigentes de corporación Noble Guadúa
Figura 2A. Instalaciones de la Asociación Noble Guadúa
Figura 3A. Proporción de información de socios de la Noble Guadúa
Figura 4A. Encuesta a turista argentino
Figura 5A. Encuesta a turista
Figura 6A. Encuesta a turista argentino
Figura 7A. Encuesta de turista sueco

INTRODUCCIÓN

La producción agrícola de guaduales es una actividad que se desarrolla en la provincia de Santa Elena en medianas extensiones, constituye la materia prima para la elaboración de muebles rústicos, artesanías y construcción de viviendas.

“La Noble Guadúa”, es una corporación dedicada a la producción y comercialización de artesanías y bienes muebles de caña guadua de excelente calidad, elaborados a gustos y preferencias del cliente, con aspecto ecológico, puesto que la caña guadua es tratada y sometida a un proceso de inmunización, que le otorga alta durabilidad a los mobiliarios que ofertan, siendo está una ventaja competitiva, por lo que se obtiene en menor tiempo que la madera. Su principal objetivo es la comercialización de artesanías, pero refleja un mediano nivel de ventas, debido a que el manejo de las estrategias de publicidad y promoción no ha sido el adecuado.

En la búsqueda de nuevas estrategias de promoción se ha considerado el recurso natural con el que cuenta esta asociación, para surgir en el ámbito agroturístico, de ahí la importancia de diseñar un plan de creación y promoción de agroturismo para la asociación “La Noble Guadúa”, y se identifica como “RUTA DEL BAMBÚ” que se constituye como una alternativa de turismo ecológico, el cual se compone de un paquete agroturístico, consiste en un recorrido desde la planta de proceso hasta las fincas con sembríos de guaduales, y visita a otros atractivos naturales, con el propósito de diversificar la oferta turística y despertar el interés del cliente meta con esta alternativa.

El agroturismo en el lugar da la oportunidad de generar plazas de empleo e ingresos de las familias participantes, en el estudio se determinó que las estrategias promocionales actualmente aplicadas para el turismo no cumplen los requerimientos de los asociados ni las expectativas en los turistas.

Con la implementación de un paquete agroturístico se pretende expandir las alternativas de negocios dentro de la Asociación Noble Guadúa, la creación y promoción del producto agroturístico “LA RUTA DEL BAMBÚ va mejorar la situación económica de las familias participantes en agroturismo, como la satisfacción de los turistas con los atractivos que el proyecto puede proveerles.

Problema Científico:

¿La falta de una ruta de espacios adecuados para practicar agroturismo, no permite desarrollar la actividad en la comuna Olón?

Objetivo General:

Diseñar un plan de creación y promoción de agroturismo “La ruta del bambú” como estrategia de diversificación de productos de la “Asociación Noble Guadúa” para mejorar la situación socio-económica de los cañicultores y de la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico para determinar la aceptación a la propuesta de un producto agroturístico en la comuna Olón.
- Establecer una propuesta agroturística en fincas con guaduales, para potencializar el turismo en la comunidad de Olón.
- Elaborar estrategias de promoción y publicidad del producto agroturístico, para difundir la oferta turística de los guaduales como una alternativa de recreación y esparcimiento.
- Establecer costos de infraestructura instalada y del diseño promocional agroturístico “La Ruta del Bambú” de la Asociación Noble Guadúa.

Hipótesis:

El diseño de un plan de creación y promoción de agroturismo genera alternativas turísticas y económicas a la Asociación Noble Guadúa y a la comunidad de Olón.

CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1.- Generalidades de la caña guadúa

Làrraga *et al.* (2011), la guadúa es el género de bambú más importante de América latina, endémico del continente y formado por 30 especies. La *Guadua angustifolia*, nativa de Colombia alcanza una altura entre los 17 y 23 m, con un diámetro del tallo de 10 a 14 cm y tarda cuatro a seis meses su desarrollo para alcanzar la altura definitiva.

Pinto (2014), manifiesta que en Ecuador, el cultivo del bambú nativo (*Guadua angustifolia* K.), llamada también caña guadúa o caña brava, es una gramínea que se adapta a ciertas características geográficas, climáticas y de suelos, que permiten su desarrollo, brotando en zonas tropicales y subtropicales especialmente en las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas y en pequeñas áreas del Oriente. Según las condiciones ecológicas y el manejo de silvicultura que se dé a la plántula iniciadora del ciclo vegetativo, el bambú entra a la fase de cosecha dentro de un periodo de cuatro a seis años, dependiendo del uso para el que la obtenga.

Según Londoño mencionado por Del Pezo (2018), Ecuador, posee una inmensa diversidad de bambús. Tiene seis géneros, y 42 especies identificadas, de las cuales 11 son endémicas y 15 especies que aún faltan por identificar y describir.

1.1.1.- Clasificación taxonómica de la caña guadúa

Según Gahona mencionado por Del Pezo (2018), menciona que la especie conocida como guadua en Colombia, caña guadua o caña brava en Ecuador, jua-jua o puru-puru en Venezuela, pacca o caña de Guayaquil en Perú, yaripa en la Amazonia, especie que se ha propagado significativamente, mostrando un gran poder de adaptación.

A continuación se muestra la descripción y clasificación taxonómica de la guadua:

Tabla 1. Taxonomía de la caña (*Guadua angustifolia* K).

Clase	Angiosperma
División	Monocotiledóneas
Orden	Gramínea
Familia	Poaceae
Subfamilias	Bambusoideae
Tribus	Olyreae (Herbaceos)
Genero	Guadua
Especie	angustifolia

Fuente: Clasificación taxonomía de la caña (Gahona, 2007)

1.1.2.- Beneficios de la caña guadua

Según Torres (2014) el bambú tiene sus ventajas ecológicas, porque capta un 40% más de bióxido de carbono en los primeros tres años, comparado con la captación de CO² que hacen los pinos y eucaliptos en plazo de una década. Además, genera entre dos y cuatro toneladas de biomasa por hectárea.

1.1.3.- Descripción de los guaduales

Peña et al. (2008), menciona que los guaduales se clasifican aquí como bosques, aunque por sus características podrían ubicarse como pastizales, ya que se caracterizan por yerbas gigantes de tipo bambúes, en especial la guadúa que es una planta de forma rolliza de gran alzada, hasta 40 m. Forman densas coberturas en las orillas de los ríos y en zonas húmedas, se da cerca de 2 000 m.s.n.m. en las montañas.

1.1.4.- Importancia de los guaduales

Los guaduales cumplen importantes funciones en la conservación del agua y en la protección de las riberas de los ríos, además de proveer material de construcción de excepcional calidad (Alba, 2008).

Pinto (2014), indica que un guadual es un ecosistema especial donde crecen otras plantas que favorecen el desarrollo de la biodiversidad con la presencia de insectos, aves y animales. Muchos países asiáticos, por sus propiedades nutricionales y por ser ricos en fibra comestible y minerales, consumen para la alimentación los brotes tiernos del bambú. Además tienen un uso importante en la provisión de forraje de

calidad nutritiva para la alimentación del ganado, supliendo la falta de pasto en las épocas de sequía.

1.1.5.- Particularidades del cultivo de caña guadúa

Pinto (2014) indica referente al clima y al suelo este cultivo, tiene sus particularidades, señaladas a continuación:

a) Temperatura

La temperatura óptima para la plantación de este tipo de bambú, oscila entre los 20 °C a los 26 °C, temperaturas menores a la señalada se verían afectadas en su desarrollo vegetativo.

b) Precipitación

Es un cultivo exigente de humedad, requiriendo una precipitación entre los 1 800 a 2 500 mm anuales, regularmente distribuidos, especialmente durante los seis primeros meses de la plantación. Con una humedad relativa alta, cercana al 80%.

Se recomienda realizar la plantación, en las primeras precipitaciones de la estación lluviosa para garantizar la debida humedad en el suelo.

c) Luminosidad

Es una planta que requiere entre cinco a seis horas/sol/día, necesarias para que la planta realice su proceso de la fotosíntesis.

d) Altitud

Puede crecer en zonas desde los 0 a los 1.500 msnm (metros sobre el nivel del mar), siendo más óptimo en aquellas áreas ubicadas entre los 100 a los 400 msnm.

e) Suelos

Es una planta que se desarrolla mejor en suelos aireados, sueltos, fértiles, francos y franco – arenosos, con un pH comprendido entre los 5.5 a los 6.5. Ubicado lo más

cercano de las riberas de ríos, con buen drenaje y que tenga una cubierta vegetal abundante. No resiste a los suelos salinos ni a los suelos arcillosos.

1.2.- Definición de Agroturismo

Entre las varias alternativas de turismo rural, el agroturismo se define como: “Turismo que se desarrolla en explotaciones agropecuarias concentrando recreación y acercamiento con la vida de la propiedad rural, conociendo las tradiciones y labores agrícolas”.

El agroturismo se establece como iniciativa de diversificación de labores agrícolas y agroindustriales, se favorecen no solo los dueños de los emprendimientos, sino también a los habitantes del territorio rural que a través de esta actividad tienen fuente de trabajo e ingresos motivo de permanencia en el territorio y desarrollo de la comunidad.

Según Perrone et al. mencionado por Tomalá (2013) considera al “agroturismo como una actividad que se desarrolla en zonas agrícolas, para lo cual se incorpora la posibilidad de visitar fincas con áreas de cultivo de características atractivas, en donde el turista tiene un acercamiento a través de diálogos de explicación, participación en actividades agropecuarias, recorrido del predio”.

1.2.1.- Organización de la ruta de agroturismo.

Según Zurita mencionado por Sánchez (2016) considera que las rutas se establecen de un tema que caracteriza el recorrido y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren, expectativa, experiencia encantadora y actividades relacionadas con los elementos característicos de la misma. Debe reflejar una imagen integral a partir de la estructuración entre sitios, recursos, servicios y atractivos.

La ruta brinda la posibilidad de conocer diferentes atractivos que aisladamente no provocarían interés suficiente para atraer turistas, pero al integrar a un recorrido varios atractivos o recursos hacen que se vuelva un producto turístico atractivo.

1.2.2.- Diversificación de rutas

Según Marriot mencionado por Sánchez (2016) indica que existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan sólo para el desplazamiento, la ruta recreativa es aquella que muestra atractivos que forman parte de la experiencia del turista contribuyendo directamente a satisfacer sus necesidades.

García, *et al.* (2004) la ruta ofrece la disposición de dar a conocer ya sea un tema definitivo o distintos atractivos que aisladamente carecen de interés o jerarquía capaz de atraer una demanda; pero al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario.

1.2.3.- Componentes de una ruta turística

Según MINTUR mencionado por Sánchez (2016) señala en el Plan Integral de Marketing Turístico Ecuador que la ruta turística de aventura es innovadora es diferente a cualquier otra ruta existente dentro del país. Como lo diversifica la oferta turística para desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador. Los principales elementos importantes que caracterizan a una ruta son:

- ✓ La actividad a desarrollarse o tema particular que la distingue de otras rutas, valor agregado que la diferenciará.
- ✓ La presencia de normas para el debido funcionamiento y control de sus principales elementos que confirman el proyecto de la misma.
- ✓ Entidad local que pueda brindar la información respectiva de la ruta, con personal capacitado en el ámbito turístico.
- ✓ Sistema de señalización para la ruta.
- ✓ Contar con mapa de ubicación que contenga la información relevante de la ruta.

1.3.-Conceptualización del producto turístico

Acerenza (2005) menciona que, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y expectativas de los turistas, en la práctica, puede ser visto como una malgama de atracciones, alojamientos y entretenimientos. Es un producto compuesto y es analizado en función de los elementos que lo integran: los atractivos turísticos, las facilidades de distracción, y las posibilidades de acceso al lugar en donde se ofrecen los atractivos.

1.3.1.- Características diferenciales de los productos turísticos

Rey (2017) indica que los productos turísticos comparten características comunes con el resto de servicios, se diferencian de los bienes y productos tangibles. Presentan particularidades no habituales que en otros servicios se encuentran con más intensidad. Estas características también deben ser consideradas por aquellos que las comercializan, dada su posible influencia en el proceso de venta. Entre estas cualidades se encuentran la estacionalidad de la demanda y su elevada interdependencia, así como la estructura de costes.

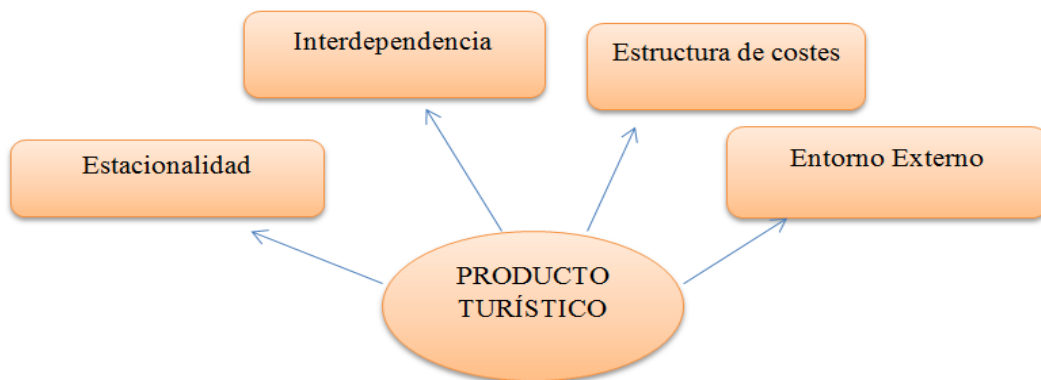


Figura 1. Características diferenciales de los productos turísticos

1.3.2.- Marketing turístico

Mármol (2016) La gestión del marketing representa dos dimensiones: la estratégica y la operativa. El marketing estratégico está centrado en la dimensión de análisis de los

mercado, del entorno y en la evolución futura, mientras que el marketing operativo es la acción sobre el mercado; está orientado al diseño y ejecución de todas aquellas acciones concretas de marketing que la organización o empresa deben llevar a cabo para la obtención de las estrategias previamente planteadas.

1.3.3.- La dirección de marketing en organizaciones turísticas

Rey (2017) aclara que el proceso de dirección de marketing en organizaciones turísticas es responsable de gestionar los intercambios con los clientes para obtener satisfacciones recíprocas. Esto obliga a realizar actividades que permitan:

1. Analizar las necesidades y deseos del mercado turístico para diseñar una oferta adaptada a tales exigencias, teniendo en cuenta a la competencia.
2. Desarrollar actividades para estimular la demanda y posicionar los productos en el mercado turístico.
3. Investigar el grado de satisfacción de los clientes y visitantes.

1.3.4.- Importancia de la promoción en el marketing turístico.

Acerenza (2005) menciona que la promoción es el elemento básico de la combinación de marketing, adquiere mayor relevancia en el marketing turístico, debido a que el producto que se comercializara está constituido por una serie de prestaciones, la mayoría son intangibles, y que no pueden ser vistas físicamente por los turistas antes de la compra. Esto tiene impedimentos en las estrategias de marketing. Por esta razón, los destinos turísticos se ven obligados a hacer grandes esfuerzos para posicionar su imagen en los mercados hacia quienes enfocan sus actividades de marketing. En el proceso de la gestión de los destinos, esta labor corresponde precisamente a la promoción.

1.3.5.- Estudio de mercado en el marketing turístico

Rey (2017) indica que las organizaciones turísticas desarrollan sus actividades en un entorno de continuos cambios, esto obliga a realizar estudios de mercado o investigaciones comerciales que ayuden a reducir la incertidumbre para la toma de decisiones comerciales ante la existencia de hechos y/o eventos especiales.

1.3.6.- Definición de promoción

Acerenza (2005) define que la promoción no es una tarea fácil, debido que se confunde con otras funciones parecidas del marketing, como es el caso concreto de la venta personal, para evitar estas confusiones Philip Kotler propuso una definición para la promoción, la cual no ha sido objetada: “La promoción comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva”.

1.3.7.- Características de la combinación promocional

Acerenza (2005) precisa que la integración de los distintos instrumentos de un programa de promoción, constituye una mezcla o combinación promocional.

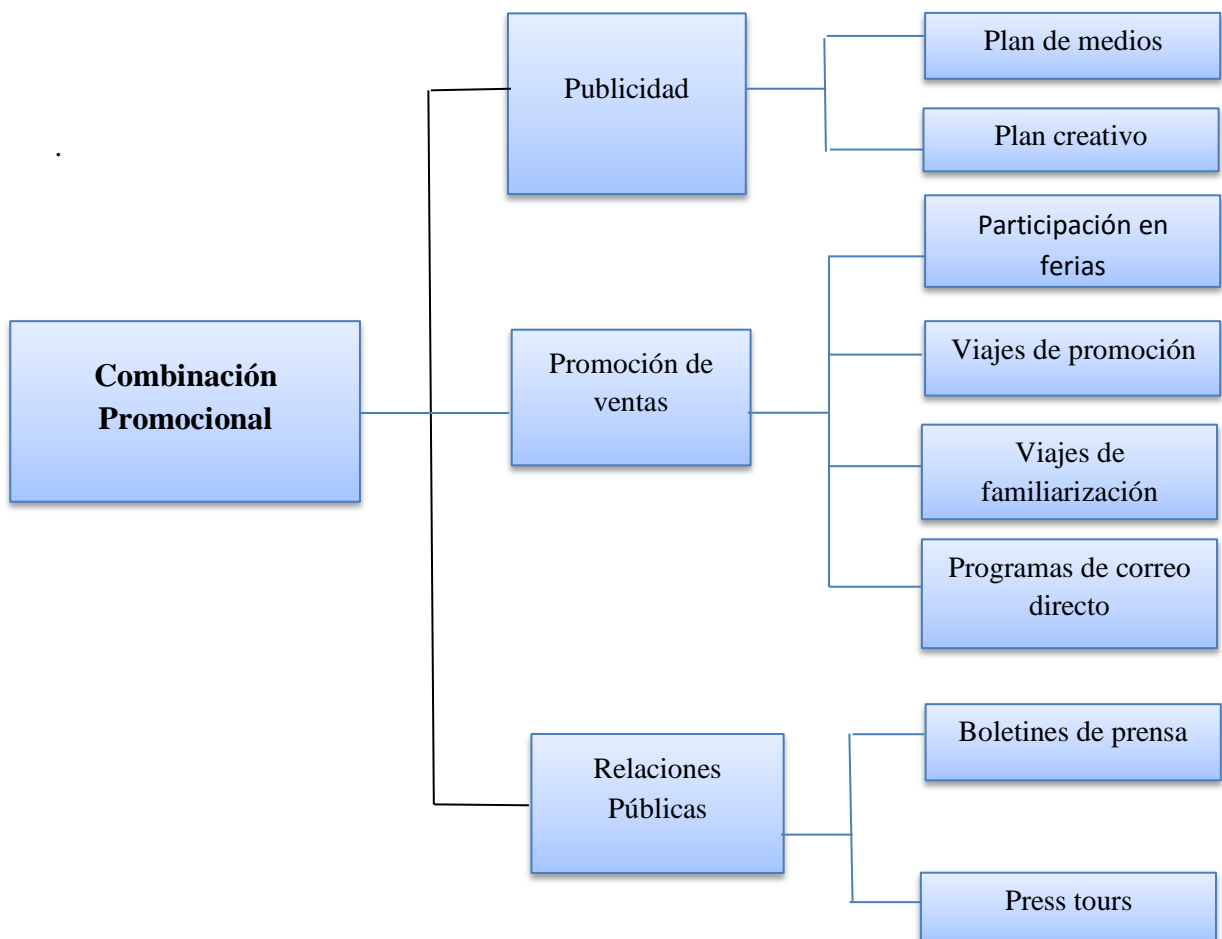


Figura 2. Composición de la mezcla o combinación promocional.

1.3.8.- Finalidad de la promoción

Editorial (2009) considera que la finalidad fundamental de la promoción consiste en el acercamiento del producto al consumidor y en la expansión de la demanda a corto plazo. Pero, además, su empleo deberá obedecer a una planificación establecida de objetivos de empresa, mercado y distribución.

1.4.- La era del marketing digital

Mármol (2016) en los últimos años se ha producido un gran avance tecnológico que ha originado un verdadero cambio para la sociedad actual. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han revolucionado la forma en que las personas se relacionan y comunican. Nuevas herramientas como el internet, el comercio electrónico, los teléfonos móviles inteligentes, las redes sociales, las pantallas digitales en los aeropuertos, etc., suponen un reto y la oportunidad para los responsables del marketing.

Carnegie (2013) hace énfasis que el internet presenta otros desafíos. Por ejemplo, un cliente en los Estados Unidos puede entrar a la red y contratar a un consultor europeo. En consecuencia, en lugar de competir contra compañías locales, estamos compitiendo contra organizaciones del mundo entero.

Aguilar (2011) hace mención que ninguna tecnología de la información ha impactado tanto en el sector turístico como la utilización de internet, pues ha cambiado los esquemas del comercio y de la economía a nivel mundial de manera que permite acceder a la información y contratación del producto o servicio que interesa, las 24 hrs. al día, los 365 días del año, en cualquier parte del mundo que nos encontremos, basta con un PC y una conexión a la red.

1.4.1.- Categorías de redes sociales

Merodio (2010) asegura que las redes sociales se pueden categorizar en varias opciones en función de su utilidad y aplicaciones, y en este aspecto de multitud de variantes, por lo que cada una de estas categorías posee sus ventajas, y diferentes formas de ver las cosas en el manejo de estas 15 categorías de Redes Sociales:

- Redes Sociales
- Publicaciones
- Fotografías
- Audios
- Videos
- Videojuegos
- Juegos
- Aplicaciones de Productividad
- Agregadores de Noticias
- Búsquedas
- Móviles
- Interpersonales

1.4.2.- La integración de las redes sociales

Fonseca (2014) para que una empresa tenga buena presencia en las redes sociales, es necesario que establezca previamente una estrategia clara y definida que le permita desarrollar sus objetivos de manera eficaz, permitiéndole ejecutar cada fase definida, evitando perder tiempo y dinero.

La presencia de una empresa en redes sociales y su aplicación al desarrollo del negocio le va a permitir mejorar las oportunidades de negocio, y su permanencia en el mercado:

- Comunicar sus contenidos a clientes nuevos y antiguos.
- Trabajar en red con personas y empresas afines.
- Crear una comunidad de “seguidores” o “fans”
- Hace participar a los clientes en el desarrollo del negocio
- Posicionarse como referente en su sector
- Saber y conocer lo que se dice de su empresa en internet y entablar relaciones comerciales, además de explicar en términos y condiciones satisfacer las dudas de los mismos.

1.5.- Estrategias de ventas

1.5.1.-Ventas directas

Torres (2014) manifiesta que las empresas usan su fuerza de ventas. Los vendedores de la empresa son fáciles de contratar y motivar. Evitan el problema de encontrar intermediarios para que cuya fuerza de ventas sea del todo satisfactoria.

1.5.2.- Ventas indirectas

Torres (2014) indica que en las ventas indirectas se utilizan los intermediarios para generar ventas a través de las buenas relaciones, ya que conocen el mercado. A estos intermediarios se les paga comisiones por ventas.

CAPÍTULO 2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1.- Estructura de la Corporación

La Noble Guadúa es una asociación campesina con ocho años de experiencia, su finalidad es la búsqueda del desarrollo productivo de las comunidades a través del manejo y aprovechamiento adecuado de la caña guadúa, vegetal nativo de la zona y materia prima disponible desde tiempos inmemoriales. La Asociación trabaja en dos direcciones: por un lado el desarrollo de productos (mobiliario, artesanías y construcción) haciendo uso de la caña guadúa y por otro, la restauración y conservación ambiental de cuencas hídricas a través de procesos de revegetación a base de especies nativas como la caña guadúa. Si bien la Noble Guadúa ha generado varias líneas de productos y comercializado algunos de ellos, se ha identificado la necesidad de trabajar en diseño, acabados y optimización de procesos y recursos, así como en capacitación en temas contables y administrativos. Se podría afirmar que estos elementos son limitantes para el desarrollo organizativo y emprendedor de la Corporación La Noble Guadúa y su grupo de socios.

Tabla 2. Información de la corporación Noble Guadúa

INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	
	PERSONA JURÍDICA ECUATORIANA
NOMBRES Y APELLIDOS:	Corporación para el uso y aprovechamiento de productos no maderables del bosque de la Noble Guadua. Representante Legal: Luis Antonio Suárez De la O Cedula N°0904633831
No. CÉDULA DE CIUDADANÍA / PASAPORTE / VISA:	RUC :2490003390001
NACIONALIDAD:	Ecuatoriana
PROVINCIA DE RESIDENCIA:	Santa Elena
CANTÓN DE RESIDENCIA:	Santa Elena
CIUDAD DE RESIDENCIA:	Olón, Manglaralto
DIRECCIÓN DOMICILIARIA:	Calle La Primavera y Laureles. Comuna Olón.
TELÉFONO CONVENCIONAL:	04 3039020
TELÉFONO CELULAR:	0996840410
CORREO ELECTRÓNICO:	guadua_olon_ecuador@hotmail.com
Página web:	http://collinsnat-17.wix.com/nobleguadua#!video/c65q
Facebook:	www.facebook.com/pages/La-Noble-Guadua/164936520348512?ref=hl
Skype / WhatsApp:	0997945812

Fuente: Corporación Noble Guadúa

Esta organización fue creada en el año 2010, legalizada ante el MIPRO, agrupa a 126 socios de los cuales alrededor de 100 son agricultores cañicultores y 26 artesanos pertenecientes a las comunas de Olón, Curia, Las Núñez, San José, La Entrada, Río Blanco y San Antonio, quienes se han asociados con el objetivo de hacer un manejo integral de la caña guadua, desde cuidados de cañales nativos, siembra de nuevas áreas, agregación de valor como inmunización y elaboración de artesanías, muebles, construcciones y la comercialización conjunta.

2.2.- Ubicación geográfica del estudio

La investigación se realizó en cuatro comunas de la parroquia Manglaralto: Montañita, Manglaralto, Olón y Curía. La comuna Olón está ubicada en la franja costera de la ruta del Spondylus, al noroeste de la provincia de Santa Elena, a 195 Km de Guayaquil. Se conecta a través del perfil costero del país conocido como la ruta del Spondylus, desde la cabecera cantonal hasta la comunidad existen 62 km de distancia. Su relieve es plano en la zona costera y con ciertas elevaciones hacia el lado de la cordillera Chongón-Colonche.

2.3.- Metodología de la investigación

Para la investigación se consideró la metodología descriptiva que se fundamenta en la observación directa siendo el método adecuado para lograr la información sobre el grado de aceptación del producto agroturístico “La Ruta del Bambú”.

Reyes (2011) concreta que la metodología descriptiva analiza, estudia y describe a la totalidad de individuos de una población. Su objetivo es recopilar información, analizar, elaborar y simplificar lo necesario para su interpretación, y cumpla el propósito que se desea.

2.3.1.- Tipos de investigación

- a) **Investigación bibliográfica.** - Se aplicó este tipo de investigación, a través de consultas en libros, folletos, revistas, periódicos, etc., relacionados al tema, para fundamentar los conocimientos teóricos y contribuir a la investigación.

- b) **Investigación de campo.** - Se levantó la información mediante la aplicación de técnica de investigación del dialogo con las personas involucradas, que permitió comprender y resolver alguna situación en un contexto determinado. Esta es básicamente las inspecciones de fincas para un levantamiento de información veraz.

- c) **Investigación descriptiva.** - Para describir los datos y características de la población a ser estudiada se utilizó la estadística descriptiva, se obtuvo los datos de las encuestas.

2.3.2.- Técnicas de investigación

Las técnicas e instrumentos utilizados fueron:

- a) **Entrevista.** - Proceso de comunicación entre dos personas; el entrevistador consigue información del entrevistado de forma directa mediante un cuestionario de preguntas sencillas de manera que el entrevistado pueda responder con toda normalidad. En la investigación las entrevistas fueron dirigidas a los funcionarios públicos encargados de contribuir con el desarrollo turístico de la comunidad.

- b) **Observación.** - Técnica de recolección de información que permite observar, acumular e interpretar comportamientos y situación del entorno de la población de estudio, obteniendo información real. La observación se realizó en tres fincas participantes en la “Ruta del Bambú”, los datos permitieron hacer un análisis actual de las áreas.

- c) **Encuesta.** - Técnica para la recolección de datos en base a un cuestionario realizado a una muestra de la población de estudio. La encuesta se diseñó con preguntas cerradas, que permitió conocer el grado de aceptación de los clientes potenciales y reales del producto turístico “La Ruta del Bambú”. La encuesta fue dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan los atractivos turísticos de la parroquia Manglaralto.

La encuesta se dividió en dos partes:

a. Datos generales del turista encuestado

Describió la información de turistas, y su comportamiento de turismo que efectúan en el cantón Santa Elena.

b. Datos referidos a la aceptación del producto turístico

En esta sección se detallan la creación y grado de aceptación del producto agroturístico “La Ruta del Bambú”, y el precio estimado de venta.

2.4.- Población y muestra

Para determinar la población y muestra se recogió información en la empresa pública de turismo EMUTURISMO del GAD Cantonal de Santa Elena, por ser el ente de regulación de turismo y quienes manejan la base de datos de cifras de turistas que ingresan a este cantón. Facilitando de esta manera información fidedigna y real, dichos datos corresponden al año 2016, son datos no publicados.

La población a investigada fueron los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la parroquia Manglaralto, para ello se consideró las cuatro comunas más concurridas: Manglaralto, Montañita, Olón y Curia. En la siguiente tabla se detalla la información.

Tabla 3. Cifras de turistas nacionales y extranjeros

Comuna	No. de turistas anual
Manglaralto	10 861
Montañita	97 644
Olón	69 046
Curía	3 824
TOTAL TURISTAS	181 375

De esta población se considerará una media para facilitar la obtención de la muestra a ser investigada. El resultado de la media es:

$$\text{Media} = \frac{\sum x_i}{N} \quad X = \frac{10861+97644+69046+3824}{4} = \frac{181375}{4} \quad \bar{X} = 45344$$

Para determinar la muestra, se aplicó la siguiente fórmula, que dará como resultado el número de turistas nacionales y extranjeros a encuestar.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

Tabla 4. Datos de la muestra para turistas nacionales y extranjeros

N: Tamaño de la población	45344
Z: margen de confianza	95% 1,96
e: Error de estimación.	5% 0,05
p: Probabilidad que el evento ocurra.	0,50
q: Probabilidad que el evento no ocurra.	0,50
n: Tamaño de la muestra.	?

Aplicación de la fórmula para el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{45344 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(45344 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{45344 * 3,8416 * 0,25}{0,0025(45343) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{45344 * 0,9604}{113,3575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{43548,3776}{114,3179}$$

$$n = 381$$

La población como muestra que se consideró para la aplicación de entrevistas fueron las autoridades, funcionarios y representantes de instituciones públicas que intervienen en el desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena, y a miembros de la comunidad de Olón.

Tabla 5. Autoridades y representantes entrevistados

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CARGO	PROFESIÓN	INSTITUCIÓN QUE PERTENECE
Ing. Paulina León Castro.	Director(a) provincial de Turismo.	Ing. administración de empresas	Dirección provincial de Turismo
Ing. Mario Aquino	Gerente de EMUTURISMO.	Ing. gestión turística	EMUTURISMO Santa Elena
Lcdo. Samuel Rendón	Especialista en jefatura de turismo	Lcdo. administración de turismo	Gobierno provincial Prefectura de Santa Elena
Sr. Adrián Yagual	Jefe técnico de EMUTURISMO		EMUTURISMO Santa Elena
Lcdo. Julio Ángel Reyes	Asistente técnico de gestión y promoción turística zonal	Lcdo. administración de turismo	Dirección provincial de turismo
Sr. Jacinto Del Pezo	Promotor de la Asociación Noble Guadúa	Técnico en procesos de bambú	Asociación Noble Guadúa
Sr. José Reyes Orrala	Presidente(a) de la Comuna Olón		Comuna Olón

2.5.- Procesamiento y análisis de la información

Se encuestó a 381 turistas nacionales y extranjeros en las playas de Manglaralto, Montañita, Olon y Curia. Se consideró que los días óptimos para realizarlas sería el fin de semana, ya que en estos días existe una mayor concurrencia de turistas.

También se realizaron las entrevistas a las autoridades de la provincia de Santa Elena, involucradas con el desarrollo de la actividad turística.

Para la tabulación se utilizó la herramienta de cálculos de Microsoft Excel, para la elaboración de tablas y gráficos estadísticos para una mejor interpretación de los resultados.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para obtener los resultados de la investigación se aplicó la encuesta a 381 turistas nacionales y extranjeros, entrevistas dirigida a siete funcionarios públicos involucrados en el ámbito turístico, y diagnóstico de fincas con potencial agroturístico, base para obtener los resultados de cada uno de los componentes de la investigación:

3.1.- Diagnóstico para la implementación de un producto agroturístico para la Asociación Noble Guadúa.

La aplicación de la encuesta proporcionó los siguientes resultados.

3.1.1.- Datos generales del turista encuestado

En esta sección se analiza aspectos generales del turista encuestado como: el género, edad, lugar de procedencia, comportamiento turístico, frecuencia y motivo de visitas, tipo de turismo que practica, u otros.

- **Género de turistas que visitan Manglaralto**

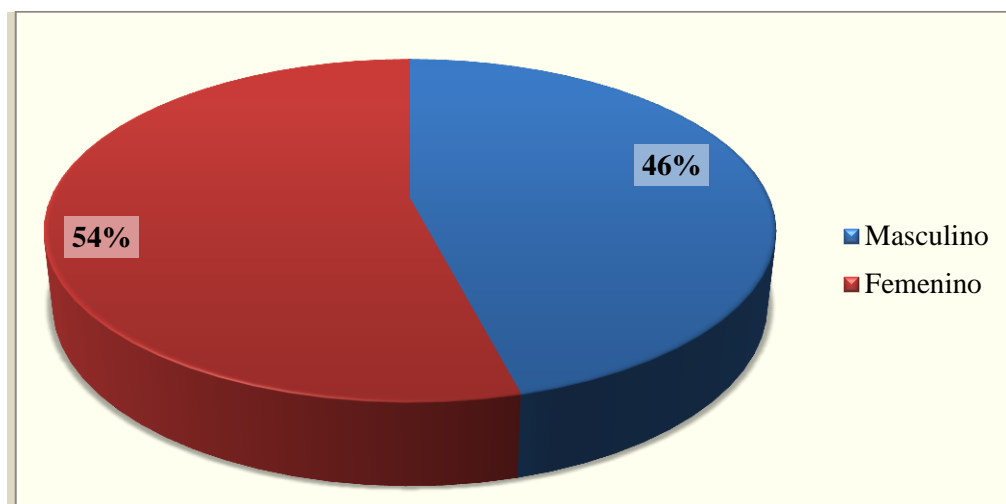


Figura 3. Género

En Figura 3 se nota que el 54% de encuestado son de género femenino, mientras el 46% al masculino. Este porcentaje indica que las mujeres son las que mayor

desplazamiento de turismo tienen en la localidad, esto indica que las féminas son quienes tienen mayor actividad viajera. Y los hombres en una menor proporción.

- **Edad de turistas**

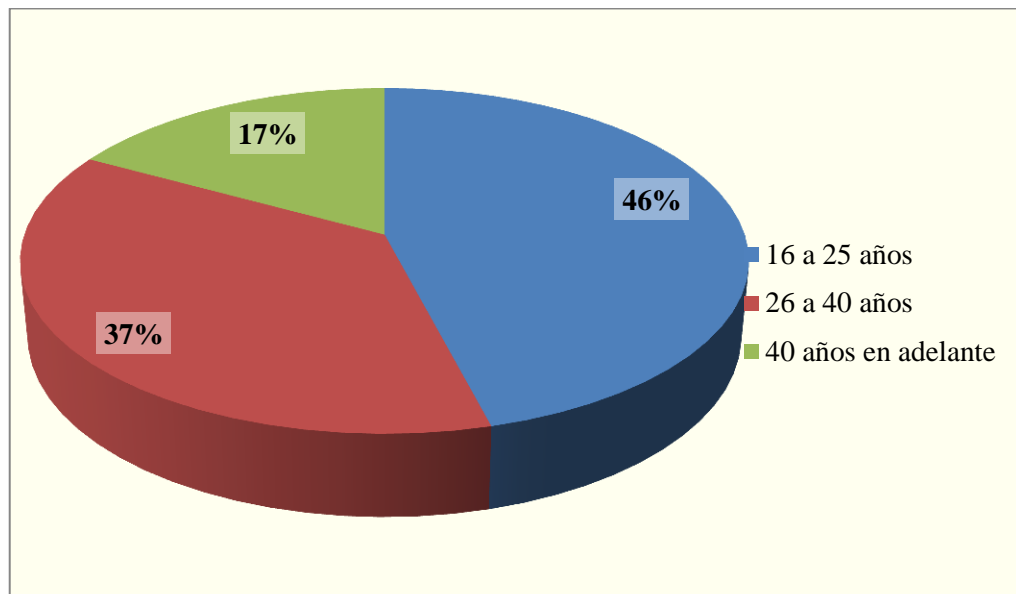


Figura 4. Edad de turistas

El 46% de los turistas encuestados reflejan que tiene una edad entre 16 a 25 años, el 37% está en la edad de 26 a 40 años y tan solo el 17% es mayor a 40 años.

Se observa que los jóvenes son los que tienen mayor facilidad de viaje o desplazamiento por el tema de independencia y aventura. En segundo lugar están los de edad entre 26 a 40 años, quienes también marcan un rubro de turistas significativo. Y solo el 17% tienen de 40 años en adelante, considerando que visitan la zona por temas de salud y distracción. El estudio demuestra que los comprendidos entre 16 a 25 años, son el mercado potencial para desarrollar actividades de agroturismo (Figura 4).

- **Lugar de procedencia**

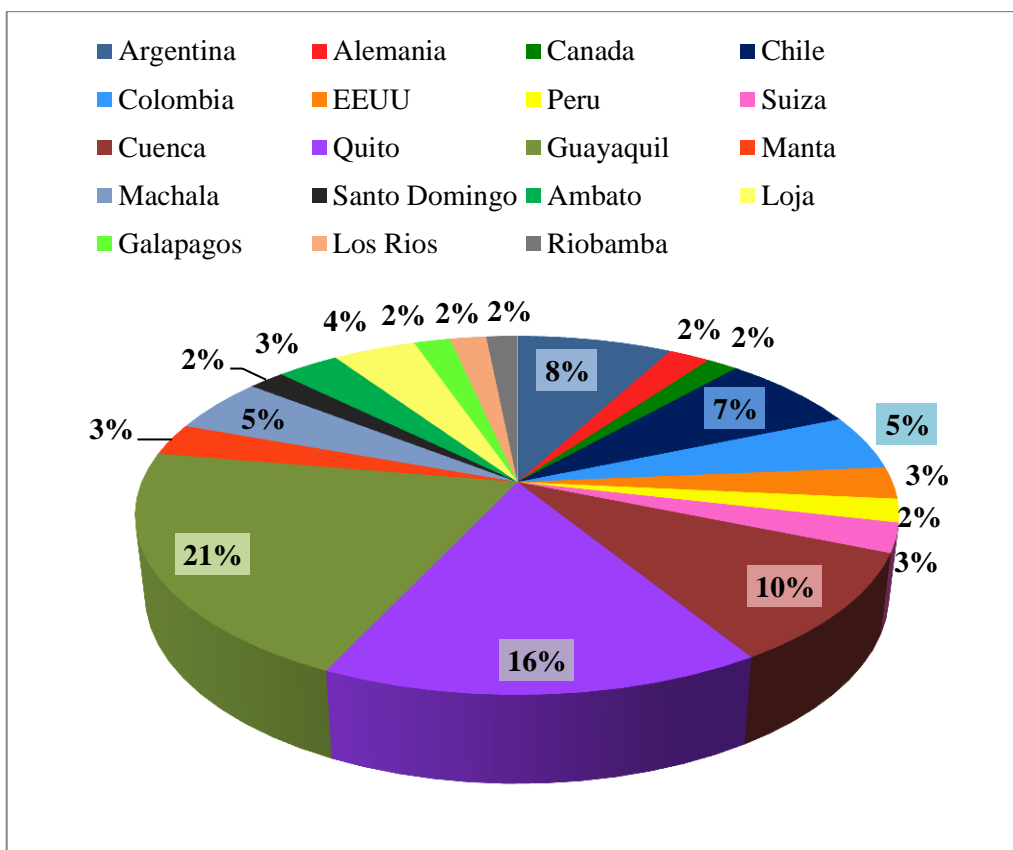


Figura 5. Lugar de procedencia de turistas

La Figura 5 muestra la diversidad de procedencia es amplia a nivel nacional e internacional, en relación a los turistas nacionales el 27% encuestados son de Guayaquil, seguidos del 16% que proceden de Quito, el 10% de Cuenca. El 5% son de Machala, el 4% a la ciudad de Loja, y en igual porcentaje de un 3% a Manta y Ambato, seguido del 2% con procedencia de la región Insular Galápagos, Santo Domingo, Los Ríos y Riobamba. En cuanto a los extranjeros, el 8% son de procedencia Argentina, el 7% de Chile, un 5% son de origen Colombiano, el 3% dicen ser de Suiza, al igual que Estados Unidos, también proceden de Canadá, Alemania y Perú con un 2%.

Estos resultados indican que la mayor afluencia de turista es de procedencia nacional, específicamente de Guayaquil, y de procedencia extranjera los argentinos y chilenos.

- ¿Con qué frecuencia usted visita el cantón Santa Elena?

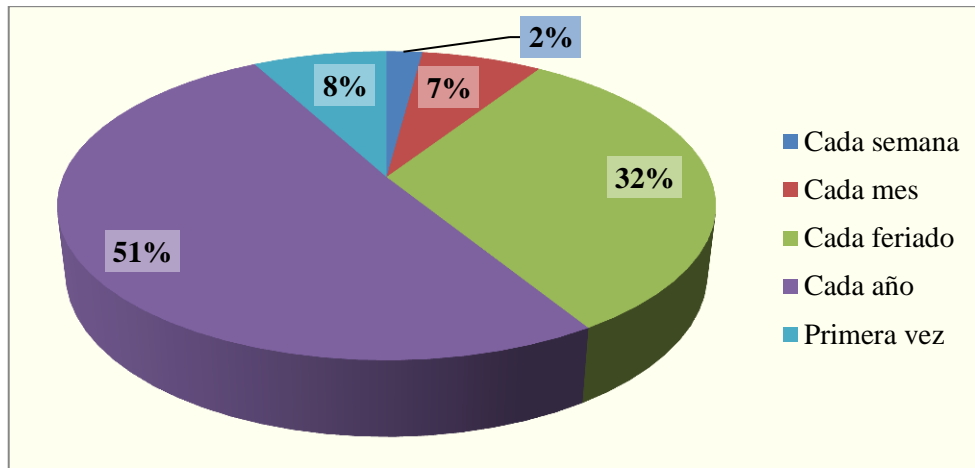


Figura 6. Frecuencias de visita al cantón Santa Elena

El 51% de encuestados visita el cantón Santa Elena una vez al año, un 32% cada feriado, el 8% hizo énfasis que era la primera vez, el 7% visita cada mes, y el 2% concurre cada semana.

Los feriados son las ocasiones que se aprovecha para realizar visita de turismo a este territorio constituyendo una oportunidad para promocionar la actividad de agroturismo. En porcentajes más bajos están las visitas mensuales y semanales. Hay que hacer énfasis que hay turistas que por primera vez están visitando la parroquia Manglaralto, esto es para conocer sus atractivos (Figura 6).

- ¿Cuál es el motivo por el que usted visita la provincia de Santa Elena?

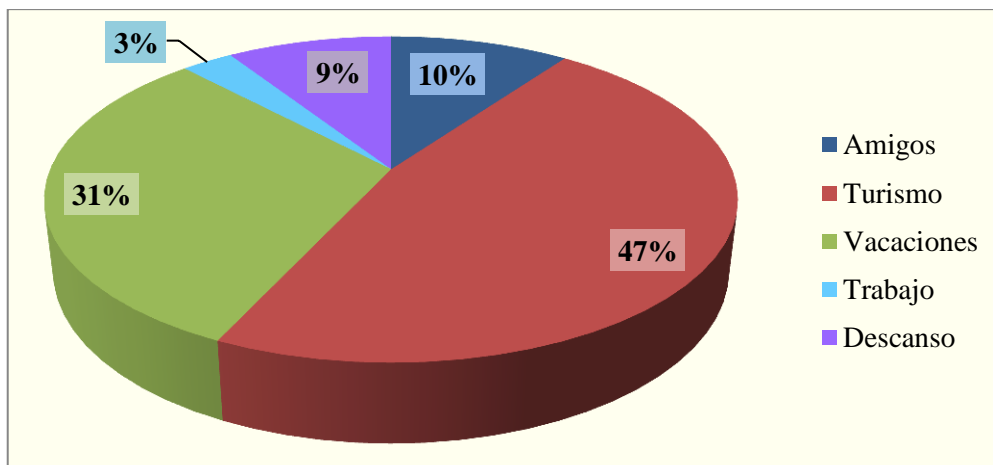


Figura 7. Motivo de visita

La Figura 7 muestra que el 47% de los encuestados afirman que la visita es por turismo, el 31% por vacaciones, el 10% a reunión de amigos, un 9% busca descanso, y un 3% refleja que el motivo de su visita es por trabajo.

Se demuestra a través de estos resultados, que la actividad turística es el principal motivo de desplazamiento a esta localidad, al igual que esta zona es ideal para vacacionar.

- **¿Con quienes viaja?**

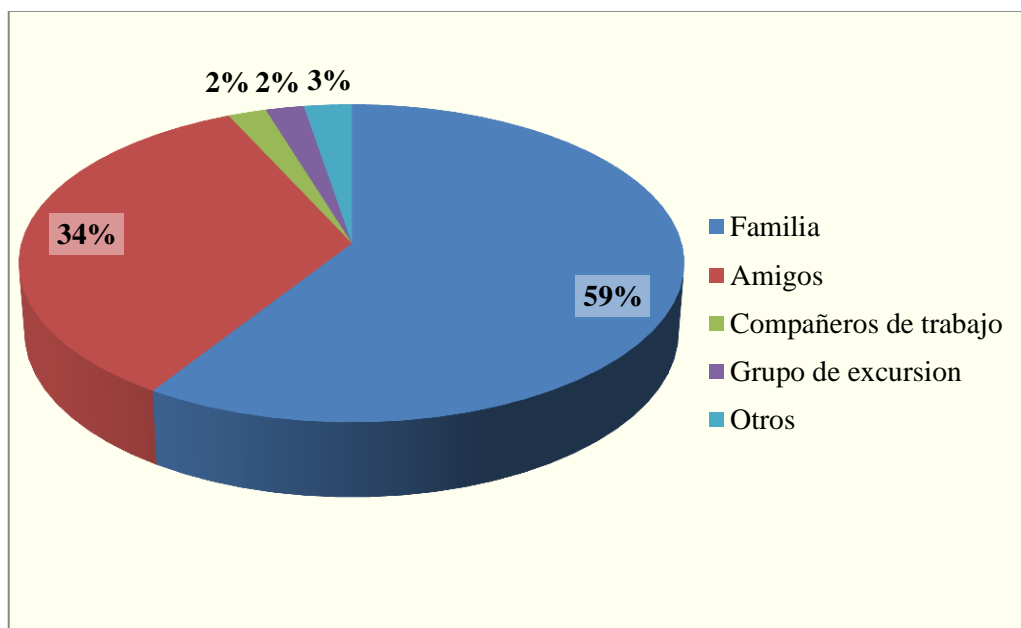


Figura 8. Con quienes viajan los turistas.

El 59% de los turistas viajan acompañados por su familia, el 34% realizan en compañía de amigos, el 3% corresponde a otros grupos de compañía, mientras que un 2% realizan sus viajes con compañeros de trabajo y con grupo de excursión. Se demuestra que el índice de visitas es tipo familiar, siendo oportunidad para captar este mercado (Figura 8).

- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar mediante su visita en la provincia de Santa Elena?

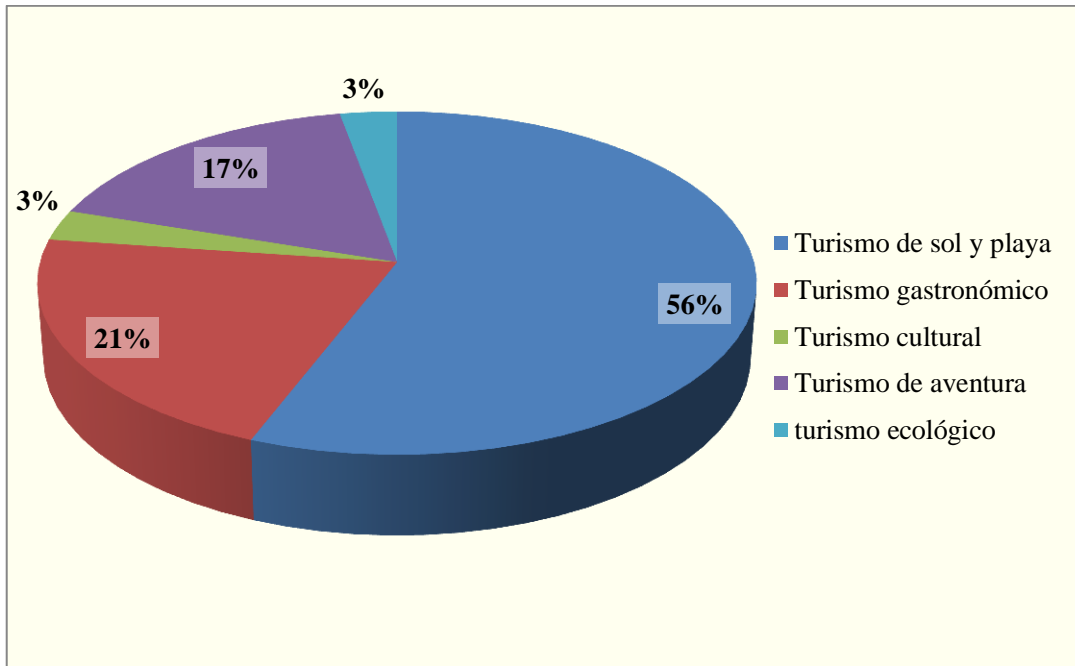


Figura 9. Tipo de turismo que realizan los turistas

El 56% hace referencia que el turismo que practica es el de sol y playa, el 21% visita para deleitarse de la gastronomía de la zona, el 17% para practicar el turismo de aventura y el 3% visita el cantón para realizar turismo cultural turismo ecológico.

Como se observa en la figura es notorio ver que la mayoría de turistas visitan el cantón Santa Elena por el atractivo sol y playa, al igual que por la diversidad de platos propios de la región, pocos acuden por el turismo ecológico por falta de oferta y promoción de este segmento (Figura 9).

3.1.2.- Datos de aceptación del producto turístico

En esta área se hace énfasis a preguntas de aceptación del producto agroturístico “La ruta del bambú” en el mercado, al igual que la implementación de esta ruta.

- ¿Conoce usted la comuna Olón?

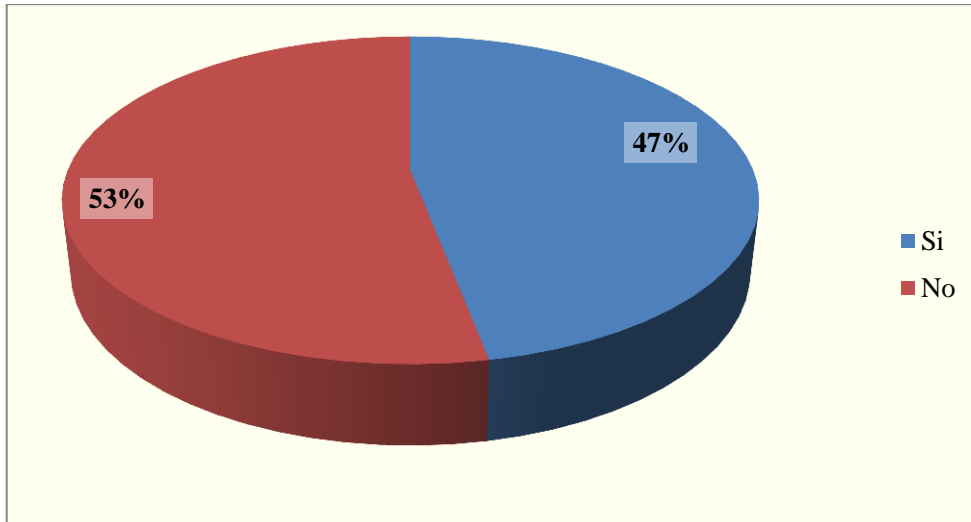


Figura 10. Conoce la comuna Olón

El 53% de los turistas dice no conocer la comuna Olón, y un 47% si conocen este territorio. En la Figura 10 se refleja la popularidad de la comunidad, el 47% es un indicador de que las organizaciones turísticas promocionan su atractivo, aunque es necesario hacer una mayor difusión de la diversidad de opciones que tiene este balneario para así alcanzar mayor popularidad en turismo, ya que cuenta con recursos y atractivos que pueden aprovecharse al cien por ciento para disminuir el 53% que dice no conocer esta comuna.

- ¿Conoce que es el agroturismo, y lo ha practicado?

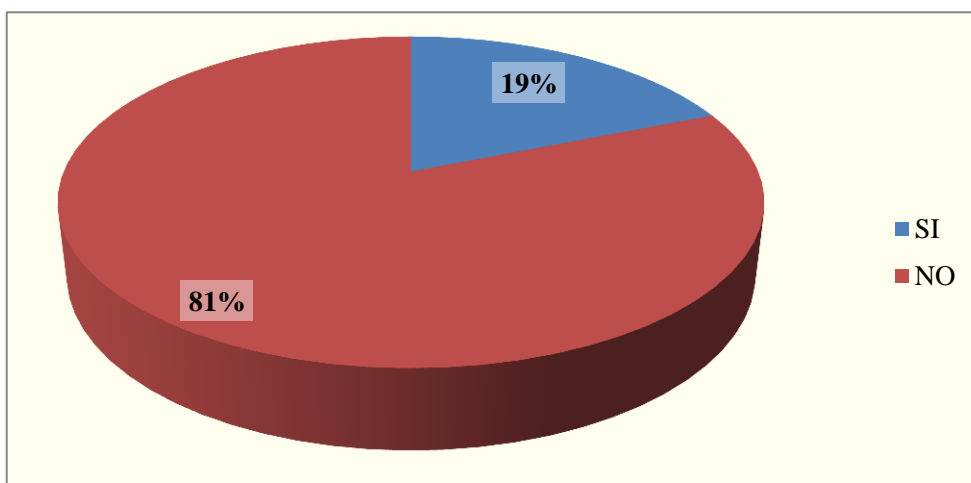


Figura 11. Práctica de actividades agroturísticas

El 81% asegura no conocer las actividades de agroturismo, y el 19% dice si conocer y haberla practicado.

Estos resultados demuestran que la actividad de agroturismo es una nueva alternativa como practica turística en Olón, lo que hace que las personas muestren gran interés por esta actividad. El 19% que dice si haber practicado agroturismo son turistas extranjeros que han realizado esta práctica en el Sur de Chile, Italia, Argentina y México. Y dentro del territorio nacional en la localidad de Vilcabamba provincia de Loja. Esto demuestra que a nivel nacional si se ofertan paquetes de agroturismo como alternativa de distracción (Figura 11).

- **¿Le gustaría conocer la oferta agroturística que tiene la comuna Olón?**

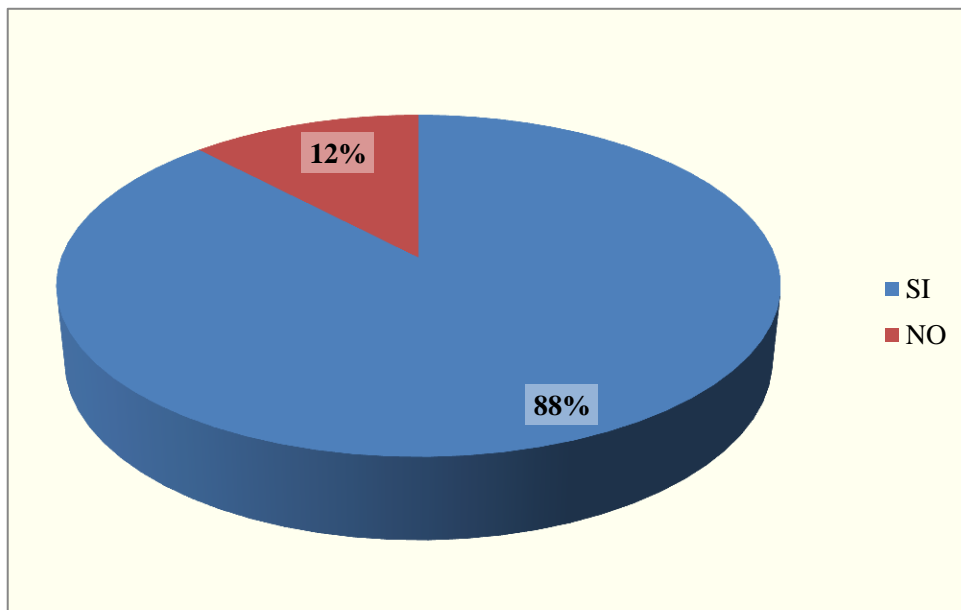


Figura 12. Conocimiento de oferta agroturística de Olón

La Figura 12 dice que el 88% si está interesado en conocer la oferta agroturística de la comuna Olón, y el 12% no se interesa por esta práctica de turismo.

Esto refleja que un gran porcentaje está interesado en conocer esta oferta agroturística y que es viable por despertar el interés en los turistas que ingresan a esta parroquia.

- **¿Le atrae la idea de que se practique el agroturismo en fincas de la comuna Olón?**

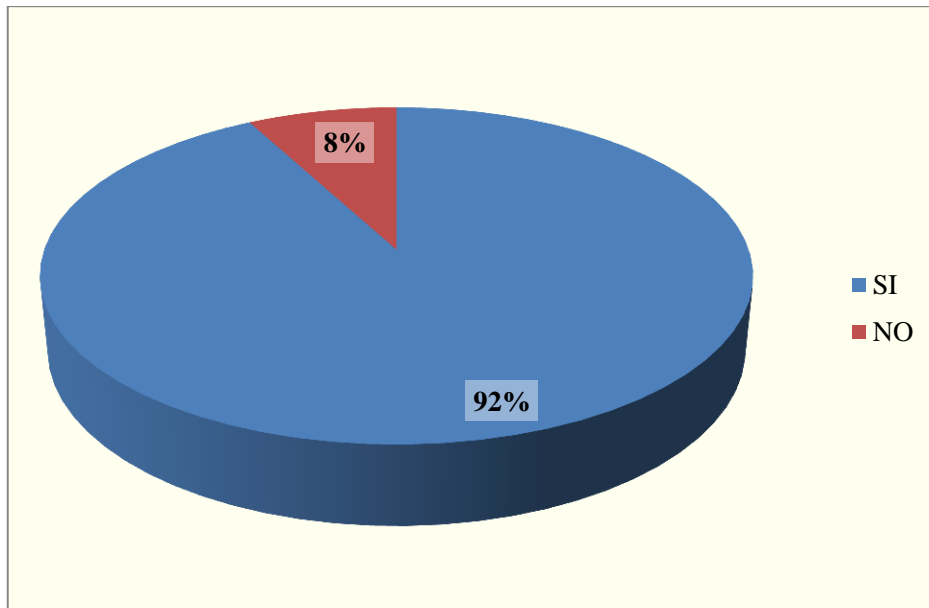


Figura 13. Atracción de práctica en las fincas de la comuna Olón

Al 92% le resulta interesante la idea de practicar agroturismo en las fincas de la comuna Olón, mientras un 8% dice no estarlo.

Este indicador refleja que si hay la aceptación para implementar la práctica de agroturismo en las fincas ubicadas en la franja de la cordillera Chongón Colonche. Esta es una oportunidad para que la comunidad de Olón se beneficie con esta alternativa de turismo; y exista una oferta diversificada. La incorporación de esta práctica contribuye significativamente al desarrollo de esta comunidad (Figura 13).

- **¿Sabía usted que la caña guadua y sus artesanías son productos con identidad territorial de Olón?**

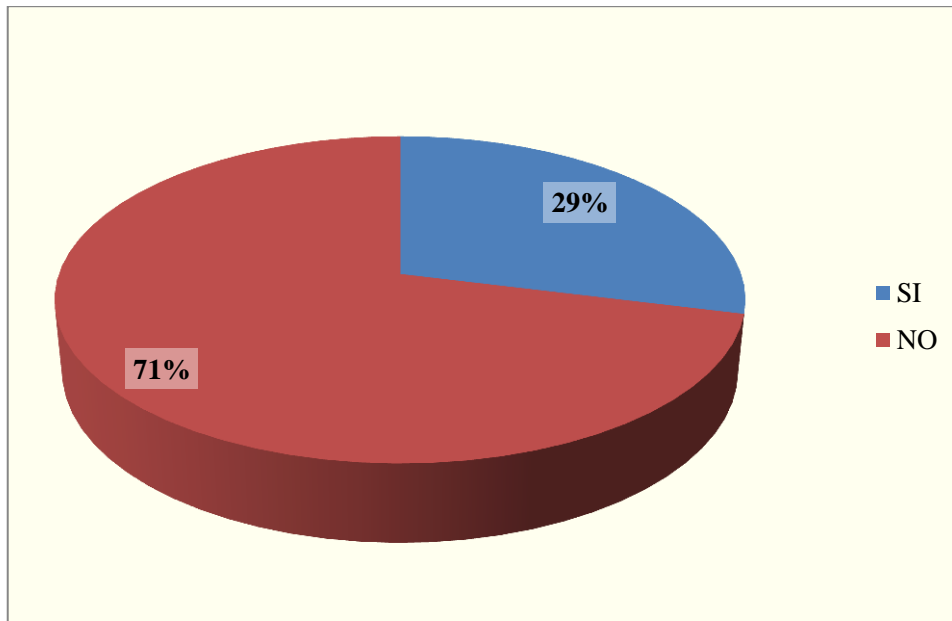


Figura 14. Conocimiento de la identidad territorial de la caña guadúa.

El 71% de los encuestados desconocen que la caña guadua es un producto con identidad territorial de Olón, al igual que las artesanías que se elaboran en esta comunidad. El 29% si tiene conocimiento que en esta localidad se siembra y extrae la caña guadua.

La caña guadúa es un producto con identidad territorial de la comuna Olon, por encontrarse de forma endémica en el bosque natural de esta Cordillera. Esto demuestra que la caña guadua es parte de la flora natural. Y en este mismo ítem los turistas dicen no conocer el taller de procesamiento de artesanías de caña guadua (Figura 14).

- **¿Le gustaría visitar las plantaciones ecológicas de caña guadua y practicar agroturismo?**

El 95% de los turistas encuestados muestra interés y aceptación de conocer las plantaciones de guaduales, al igual que la práctica de agroturismo en estas áreas. Mientras el 5% no desea conocer esta labor.

Como se observa en la Figura 15 el mayor porcentaje manifiesta que si estaría dispuesto a participar de este recorrido de agroturismo por las fincas.

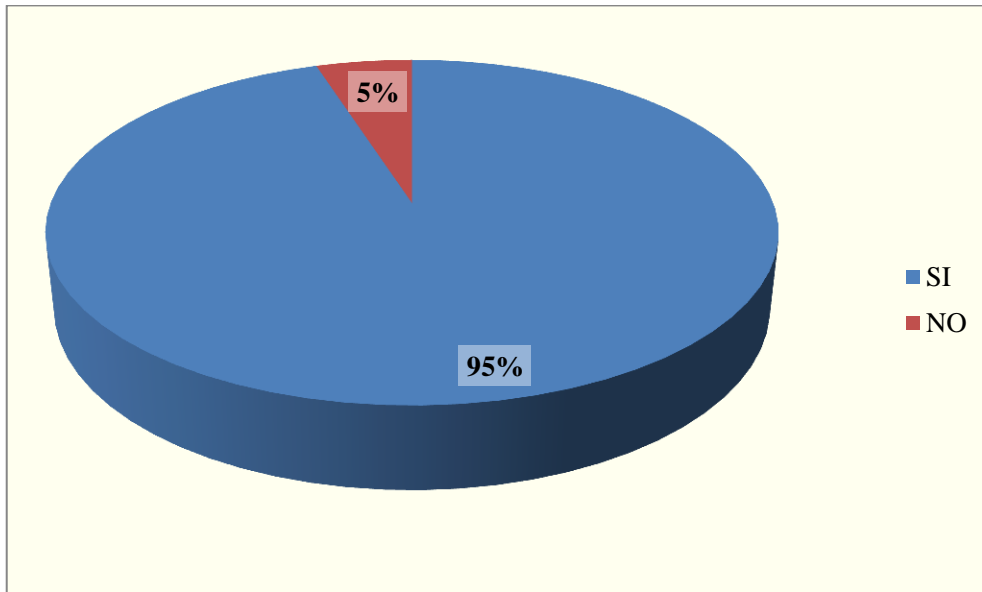


Figura 15. Interés de visita de plantaciones a guaduales y práctica de agroturismo

- **¿Qué tan atractivo sería para usted, participar de una ruta de agroturismo denominada “LA RUTA DEL BAMBÚ”?**

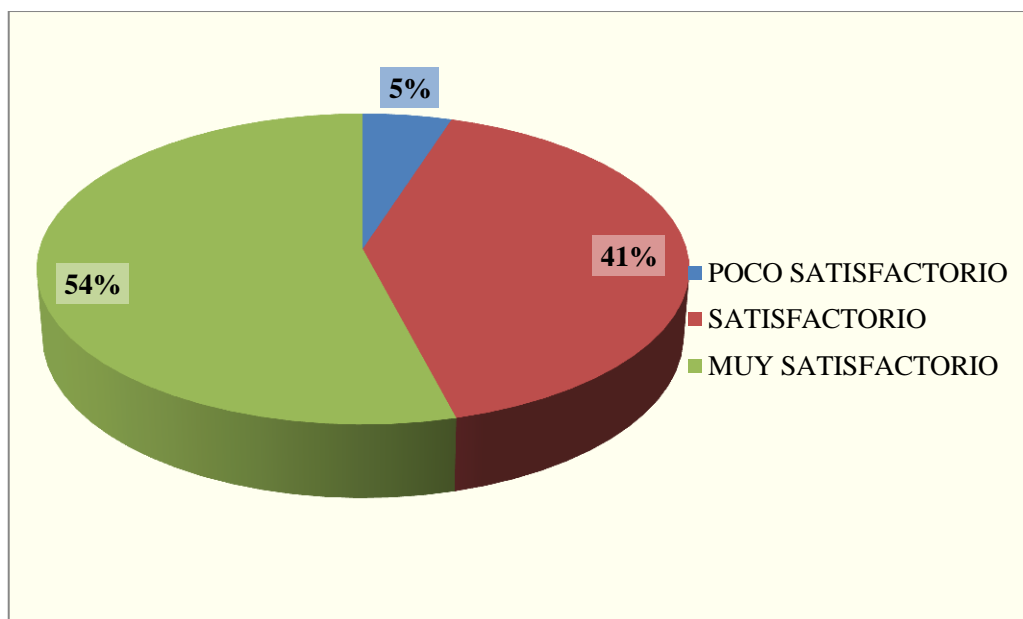


Figura 16. Grado de satisfacción de participación de la Ruta del bambú.

El 54% manifestó que sería muy satisfactorio participar de “La ruta del bambú”, el 41% añadió que sería satisfactorio y el 5% aseguró que sería poco satisfactorio. Esto indica que existe expectativa de satisfacción al participar de este recorrido agroturístico, lo cual motiva a que la ruta este estructurada de diversos atractivos para mostrar al turista y pueda cumplirse este grado de satisfacción al igual que los servicios a ofrecer en el recorrido (Figura 16).

Con este indicador se establece que el producto agroturístico “La ruta del bambú”, sería un referente potencial de la zona en un futuro.

- **¿Qué actividades de turismo considera usted que podrían ser las más atractivas, para esta ruta?**

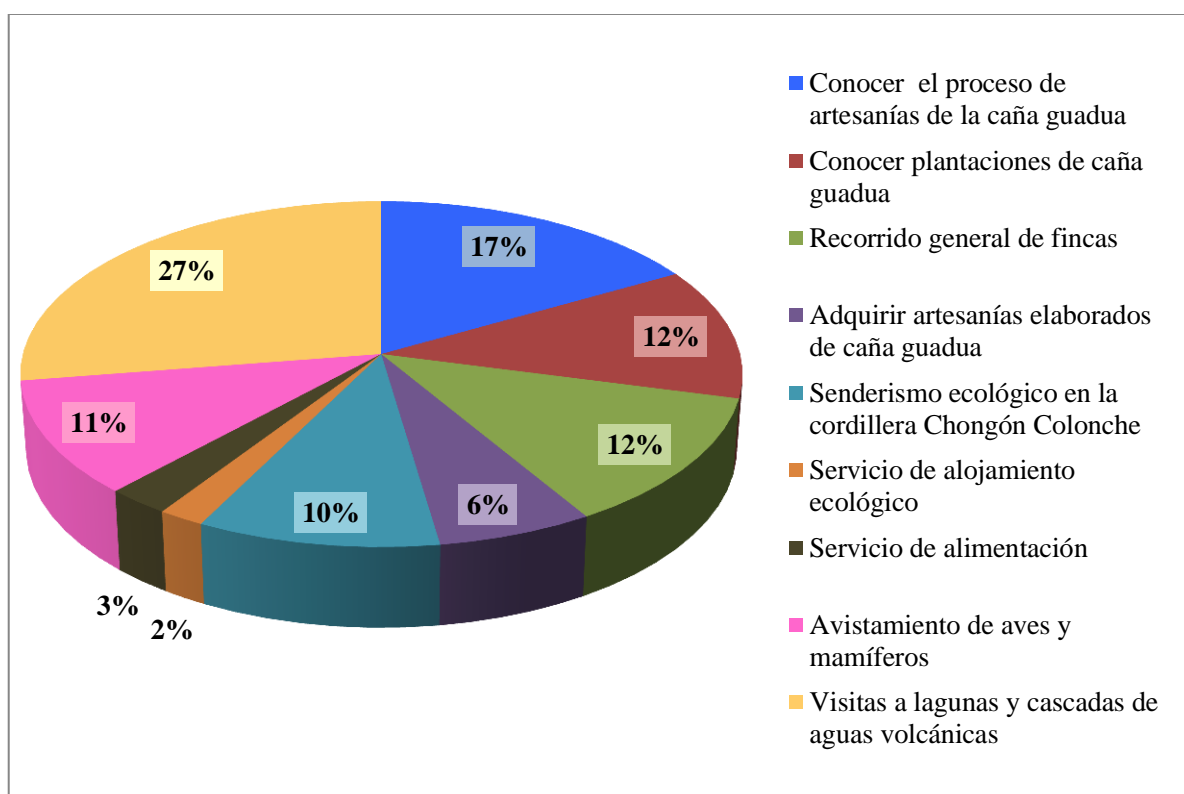


Figura 17. Atractivos para la estructuración de “La Ruta del bambú”

Uno de los principales atractivos que capta el interés de los turistas es conocer las lagunas y cascadas de aguas volcánicas con un 47%, el 17% prefiere conocer el proceso de elaboración de artesanías de caña guadua. Al 12% le atrae conocer las plantaciones de caña guadua y labores agrícolas al igual que el recorrido de las fincas, el 11% se inclinó por el encanto de avistar aves y mamíferos, mientras el 10%

realizar senderismo ecológico por la cordillera Chongón Colonche. El 6% estaría dispuesto a la adquisición de artesanías elaboradas de caña guadua, el 3% está interesado en el servicio de alimentación, y por última el 2% accedería al servicio de alojamiento.

Se puede notar que entre los atractivos de preferencia para el diseño de la estructura de esta ruta son la visita de lagunas y cascadas de aguas volcánicas, conocer el proceso de elaboración de artesanías de caña guadua, y realizar el recorrido general de las fincas (Figura 17).

- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete de agroturismo “La Ruta del Bambú” tomando en cuenta el valor ecológico y mantenimiento de estas áreas?**

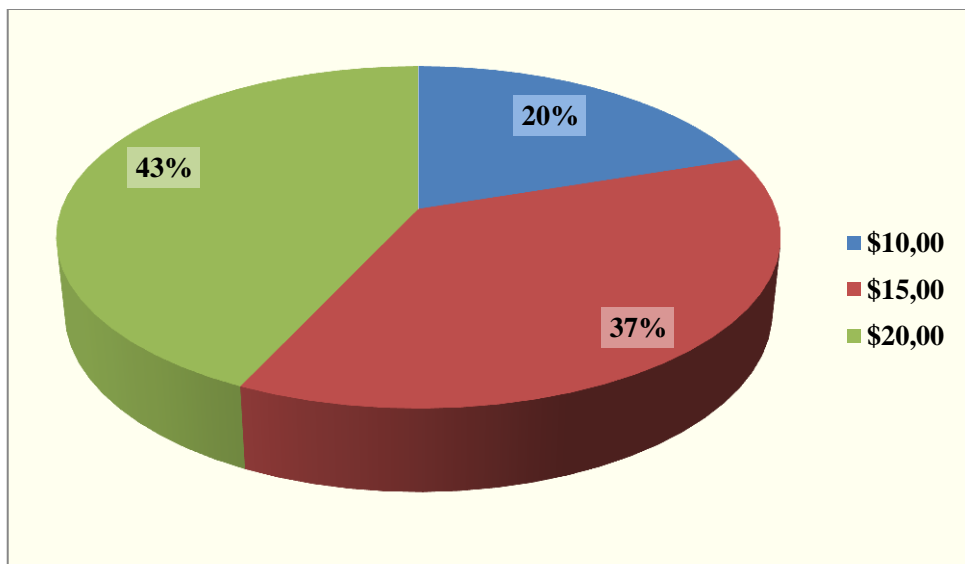


Figura 18. Estimación de precio que los turistas están dispuestos a pagar

El 43% de los encuestados están dispuestos a pagar por el producto de agroturismo “La ruta del bambú” \$ 20.00 dólares americanos, el 37% asume el valor de \$ 15.00, mientras el 20% solo pagaría \$ 10.00 por este servicio.

Del total de turista encuestado en la investigación el 43% manifestó que está dispuesto a pagar \$ 20.00 por tratarse de un producto ecológico y servicio que prevé el uso y conservación de estas áreas de bosques naturales. Se estableció estos precios

en relación de la conservación y mantenimiento que estas áreas requieren para hacer un uso sostenible y evitando así el mínimo impacto ambiental.

3.1.3.- Análisis de resultados de entrevistas aplicadas a las autoridades que están relacionada con el desarrollo de la actividad turística en la zona.

La entrevista se realiza con el propósito de conocer las opiniones de las autoridades involucradas en el sector turístico, las mismas que aportan en el diseño del plan de creación y promoción del producto agroturístico “La Ruta del bambú”, se entrevistó a siete personas, considerando que sus sugerencias son de importancia para la investigación en aspecto de ejecución de proyecto turístico, situación actual de la comuna Olon, aporte para la ejecución y puesta en marcha del proyecto.

El cuestionario aplicado contiene:

a) ¿Qué conocimiento tiene usted sobre el desarrollo de la actividad de agroturismo en el cantón Santa Elena?

El Sr. Adrián Yagual jefe técnico de EMUTURISMO manifestó: “En el año 2016 intentamos incursionar en la comuna Juntas del Pacifico vinculándolo con el agroturismo por la cantidad de cultivos que existen en este sector, pero la situación presupuestaria para poder fomentar esta actividad es más compleja que cualquier otra de las actividades de turismo, por lo que estos espacios no solo requieren sitios de agricultura, sino que también deben tener áreas adecuadas para recibir turistas. Por estos temas no se pudo ejecutar este proyecto”. Este es un referente que si ha existido la posibilidad de incursionar en esta actividad, pero existe la limitante presupuestaria.

- b) Considerando la presencia de fincas asentadas en la cordillera Chongón Colonche, cree usted que se podrían aprovechar las plantaciones naturales y bosques y demás atractivos turísticos, para realizar la actividad de agroturismo?**

Ing. Mario Aquino gerente de la empresa pública EMUTURISMO argumenta que: Existe gran parte de la población de las comunidades que se dedica a las actividades agrícolas y poseen cultivos en el territorio que corresponde a la cordillera Chongón Colonche rodeados de recursos naturales con potencial turístico, esto asegura que si es realizable la idea de practicar agroturismo aunque se necesita del empoderamiento de la población y del apoyo de las autoridades competentes para ejercer esta actividad ya que hay una demanda satisfacer.

- c) ¿Piensa usted que en la Comuna Olón se puede ofertar actividades relacionadas con el agroturismo?**

El Sr. José Reyes Orrala, presidente de la comuna Olón, manifestó: La comuna Olón es una comunidad en vía de desarrollo turístico, es cierto que existe ya un potencial, pero se pretende abrir surcos a otras alternativas como podría ser el agroturismo, es cierto también que parte de su población se dedica a las plantaciones agrícolas y ganadería, pero es su mayoría es a la actividad turística. Esto apunta que Olón se situó como uno de los destinos más visitados del cantón, y la oferta del agroturismo es viable por la presencia de senderos, fincas y flora y fauna natural.

- d) ¿Cree, usted, que la creación de una Ruta del Bambú fomentaría el desarrollo turístico en la comuna Olón?**

El Sr. Jacinto Del Pezo vicepresidente de la Asociación Noble Guadúa sostiene que: la Ruta del bambú contribuiría con el desarrollo turístico no solo de la comunidad de Olon, sino que el beneficio sería para toda la parroquia Manglaralto porque se tiene previsto a futuro incursionar con las demás comunidades productoras de bambú, como son San Antonio, Curia, Las Núñez, La Entrada y Rio Blanco.

e) ¿Las características topográficas de la cordillera Chongón Colonche de Olón es la adecuada para realizar actividades de agroturismo?

El Sr. Yagual técnico de EMUTURISMO considera que: “Las condiciones que presta la cordillera Chongón Colonche es la adecuada por poseer un bosque tropical húmedo, y hace que la agricultura pueda ejecutarse por ser una tierra sumamente fértil”

f) ¿Considera usted que desarrollar agroturismo a través de la Ruta del Bambú contribuirá significativamente a la diversificación de la oferta turística local?

La Ing. Paulina León Directora provincial de ministerio de turismo, asegura que: toda actividad que tenga recursos naturales o infraestructura de gran potencial turístico en motivos de visitas se constituye en una alternativa para ejercer la actividad turística y diversificar, siempre y cuando se brinde las facilidades para la implementación de atractivos turísticos y la jerarquización de los mismos es sumamente importante para la diversificación de la oferta. Ya que en la actualidad existe una limitada oferta.

g) ¿En la actualidad conoce usted algún proyecto turístico que se esté desarrollando en la comuna Olón desde el organismo que usted representa?

Los funcionarios de las instituciones entrevistadas argumentan que en la actualidad no se está desarrollando actualmente ningún proyecto a favor de la comunidad de Olón, desde los entes públicos considerados en esta investigación.

h) ¿Cómo representante de institución que impulsa el turismo, cuál sería su aporte para el diseño del producto turístico La Ruta del Bambú?

El Lcdo. Samuel Rendón especialista en jefatura de turismo de la Prefectura provincial señala que: la prefectura estaría dispuesta a aportar en la implementación de señalética del área dependiendo del tipo de circuito a ofertar al igual que se trabajaría en el área de promoción a través de un video promocional que se lo graba con drones aéreos y luego es proporcionado al fortalecimiento del proyecto, este

video también es publicado en la plataforma web de la prefectura, y también se colaboraría con la elaboración de trípticos y folletos informativos. Este es nuestro aporte que se brindamos para nuevos proyectos.”

i) ¿Considera usted que el proyecto de la Ruta del Bambú generaría un beneficio a la diversificación de destinos turísticos que esta institución promociona?

La Ing. León Directora provincial de MINTUR, asegura que: con la implementación de esta oferta el mayor beneficio sería para la comuna Olón por ser la comunidad involucrada, el MINTUR, se sumaría a la promoción y a calificar el servicio para emitir los permisos de funcionamiento en la oferta turística.

j) ¿Cuál considera usted que sería los medios de difusión y canales de ventas más adecuados para un futuro posicionamiento del producto agroturístico?

EL Lcdo. Julio Ángel Reyes Asistente técnico de gestión y promoción turístico zonal del MINTUR considera que: “En la actualidad lo que prevalece es la era digital y es por esto el posicionamiento de muchos productos, como son redes sociales, páginas web, ya que a través de estos medios se puede alcanzar un alto nivel de promoción con los turistas que tienen preferencia tecnológica de búsqueda digital. Considerando que el smartphone es la herramienta clave para esta difusión. Minimizando la utilidad de papelería.

Ucha (2014) indica que se emplea fundamentalmente un cuestionario previamente confeccionado para realizar las encuestas, dirigidos a las personas a ser entrevistadas en pos de lograr obtener un resultado acorde al planteo inicial. Esto último puede ser resultado de buscar optimizar resultados hacia una investigación o, desde otra cara, manipular las informaciones de la opinión pública.

La información levantada es de gran importancia para la propuesta del diseño de la ruta. Y el autor demuestra que estas herramientas de investigación son apropiadas para la obtención de información de los funcionarios públicos en relación al proyecto.

3.1.4.- Diagnóstico de las fincas agroecológicas

Para la propuesta de la ruta agroturística a la asociación Noble Guadúa, se visitaron tres fincas que se consideran como destinos turísticos.

a) Finca de los señores Ríos

Esta finca se encuentra en la comunidad de San Vicente de Loja a 12 km de la cabecera comunal de Olón. Cuenta con una vía de acceso carrozable en buen estado.

Posee un atractivo túnel de bambú, producto de las abundantes plantaciones de caña guadúa, tiene un territorio de 2 h de extensión, donde se produce variedades de caña guadúa, como caña mansa (*Guadua angustifolia*) y caña brava (*Generium sagittatum*). Otro de los atractivos es una casa de campo cuya estructura es de materiales con identidad territorial. Cerca también se encuentra el estero desde esta finca se tiene acceso a los demás predios de la zona.

Tabla 6. Descripción de finca Ríos

Nombre de Finca	Finca Ríos
Nombre del Propietario	Javier Ríos
Lote	2 hectáreas
Especie	Guadua angustifolia K
Genero de Especie	Caña guadua (brava y mansa)
Atractivo turístico	Senderismo en túnel de bambú, paisaje, cabañas de descanso.

b) Finca San Miguel

Ubicada en el recinto San Miguel a 14 km de la cabecera comunal de Olón, posee una vía carrozable en estado regular.

La Finca “San Miguel” posee un extenso territorio, gran parte es de bosque natural endémico. Otra área está destinada a la producción agrícola entre ellos 4 h con banano, árboles frutales, limón, aguacate, lima, papaya y otros, la producción se

comercializa en la zona, también existen 5 h de árboles maderables al igual que 15 has de caña guadua.

El principal atractivo de estas áreas son tres fuentes de aguas volcánicas, se considera que son aguas sulfurosas que contienen propiedades terapéuticas y curativas. También posee una diversidad de flora y fauna, fácil de distinguir.

Está comprendida por 450 has y estas se dividen en áreas de cultivos, viviendas y zonas montañosas con bosques naturales de abundante flora. Compuesta por superficies planas y montañas que superan los 200 m de altura sobre el nivel del mar. La vertiente del estero es una afluyente permanente, con un clima tropical húmedo.

Tabla 7. Descripción de finca San Miguel

Nombre de Finca	Finca San Miguel
Nombre del Propietario	Sr. Guido Flores
Lote	450 hectáreas
Especie	<i>Guadua angustifolia K</i>
Género de Especie	Caña guadua (brava y mansa)
Atractivo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de aguas volcánicas • Escalinata de montaña y senderismo • Cabañas de descanso • Bosque natural, ríos naturales, flora y fauna.

c) Finca San Miguel 2

Está situado en el recinto San Miguel a 14 km de la cabecera comunal de Olón, ubicada a pocos pasos de la finca San Miguel.

Posee una producción agrícola de 8 h de caña guadúa, cinco de banano, dos de coco, tres de cacao, cinco de árboles maderables y el resto del territorio conserva bosque natural endémico.

Tiene una superficie plana, valle y montañosa, por estar ubicada en la faja central de la cordillera. Se divide en tres secciones: la primera compuesta por la casa hospedaje y la piscina de agua natural, esta es un área despejada con vista a la zona montañosa, en la parte posterior se encuentran los cultivos de coco y banano, y en la sección dos los relieves montañosos donde se cultiva la caña guadúa, y en la sección tres que corresponde al bosque natural. Entre los atractivos se encuentran las piscinas de agua natural, las plantaciones de caña guadua. Abundante flora y fauna.

Tabla 8. Descripción de finca San Miguel 2

Nombre de Finca	Finca San Miguel 2
Nombre del Propietario	Sr. Javier Pilay
Lote	80 hectáreas
Especie	<i>Guadua angustifolia K</i>
Genero de Especie	Caña guadua (brava y mansa)
Atractivo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Piscina de agua natural • Senderismo, escalinata de montaña, • Bosque natural • cabañas de descanso • cabañas mixta de hospedaje • Ríos naturales, flora y fauna.

3.1.4.- Matriz FODA

La aplicación de la matriz de análisis estratégico FODA permite definir un diagnóstico actual del destino a ofertar.

Tabla 9. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. La comuna Olón cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, por estar situada en la faja de Cordillera Chongón Colonche, conserva tierras productivas y estupendo paisaje natural como la Reserva Ecológica y el Bosque protegido 2. Presencia de abundante biodiversidad de flora y fauna, con especies endémicas de la zona. 3. La comuna Olón y cordillera Chongón Colonche posee el clima ideal para realizar actividades de agroturismo. 4. Se cuenta con una asociación estructurada. Al igual que con la planta procesadora de artesanías. 5. Se cuenta con el recurso humano disponible. Los cañicultores tienen la experticia en las diversas actividades agrícolas especialmente en los guaduales. 6. Los cañicultores y propietario de fincas muestran interés en este emprendimiento de incursión en el área agroturística, como una fuente de ingresos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mal estado de vías de acceso en las localidades de la Clementina y San Miguel. 2. Limitada y escasa promoción turística. 3. Escasa inversión en las actividades productivas. 4. Limitado interés de las autoridades cantonales y provinciales. 5. Escaso interés de parte de otras organizaciones comunitarias. 6. Carencia de servicios e infraestructura básica. 7. Las fincas no cuentan con señalización turística.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se cuenta con el apoyo de Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales. 2. Respaldo de la Asociación Noble Guadúa como ente ejecutora del proyecto. 3. En la comuna Olón hay presencia de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El mal manejo de las plantaciones de guaduales puede causar extinción de este cultivo. 2. La falta de empleo provoca que los pobladores migren a zonas urbanas. 3. Escasos recursos económicos para la producción y mantenimiento de las

<p>turistas nacionales y extranjeros.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Los turistas están interesados en las nuevas alternativas de turismo. 5. Impulsar el desarrollo de la actividad turística, en coordinación con los organismos seccionales de turismo. 6. Olón cuenta con los recursos naturales necesarios para implementar “la Ruta del Bambú”. 7. Diversificación de oferta turística 	<p>plantaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Presencia de competidores cercanos como el sendero de Dos Mangas, y la oferta de agroturismo de Loma Alta. 5. Otras alternativas de turismo como es sol y playa. 6. Desinterés de autoridades locales a proyectos de desarrollo. 7. La comunidad está perdiendo su estilo de vida al permitir incorporar otras culturas.
---	---

El impulso de una alternativa de agroturismo surge de la observación de la situación actual de la comunidad, para determinar mediante el análisis F.O.D.A. las fortalezas y oportunidades del sector, según el estudio existen grandes oportunidades para ejecutar el proyecto de agroturismo como una alternativa de desarrollo socio-económico en la comuna Olón. Así mismo existen debilidades que a mediano plazo se pueden convertir en oportunidades.

3.2.- Diseño de la propuesta agroturística para la Asociación “La Noble Guadúa” en la comuna Olón.

3.2.1.- Presentación del proyecto

La comuna Olón está ubicada en las faldas de la cordillera Chongón Colonche, territorio que posee una riqueza muy variada entre ellos el clima, paisaje, flora y fauna que hacen de esta comunidad un lugar atractivo, capaz de captar la atención de turistas nacionales y extranjeros que le gusta disfrutar de la vida silvestre y naturaleza que brinda esta localidad.

En esta localidad se encuentra la corporación Noble Guadua que reúne a 126 socios que poseen plantaciones de caña guadua de distintas variedades. El proceso de desarrollo de estas plantaciones es de seis años, tiempo en que el productor puede aprovechar estos recursos agrícolas para realizar actividades de agroturismo como alternativa socioeconómica. La creación de una ruta denominada “La Ruta del Bambú” que pretende generar una iniciativa de agroturismo impulsando las bondades y componentes que cada finca participante posee. El requerimiento es que cada finca conserve plantaciones de caña guadua o bambú como atractivo principal y común entre todos los destinos de la ruta.

Estas características se consideran como alternativa para desarrollar el agroturismo haciendo énfasis en que la caña guadua o bambú, es nativa de este lugar y se considera un producto con identidad territorial. Se estima que hoy en día el agroturismo se presenta como una actividad de turismo amigable con el medio ambiente, esto impulsa al valor agroecológico que posee la zona de Olon y sus comunidades aledañas.

El agroturismo es una opción de aprovechamiento, ya que esta actividad encamina al progreso de muchas comunidades que poseen una riqueza ancestral, turística y agrícola, y ven el turismo como una fuente de ingresos.

Esta sección se enfoca al diseño y promoción del servicio de agroturismo “La Ruta del Bambú”, desarrollo turístico sostenible cuyo objetivo es proyectar estrategias de desarrollo turístico de forma sustentable que ayuden a los nuevos paradigmas de

conservación del patrimonio cultural y natural de una comunidad en general. Y que la comunidad sea reconocida como un destino turístico potencial promoviendo la economía y la mejora de calidad de vida en cada una de las familias.

3.2.2.- Ubicación geográfica del proyecto

“La ruta del bambú” está ubicada en la comuna Olón parroquia Manglaralto, perteneciente al cantón Santa Elena al norte de la ruta del Spondylus. En la Figura 19 se observa la ubicación de las cuatro destinos que componen esta ruta, el punto uno se encuentra en la cabecera comunal de Olón y los puntos dos, tres y cuatro que se encuentra ubicado en la faja de la cordillera Chongón Colonche.



Figura 19. Ubicación de Ruta del bambú

El producto se clasifica como un servicio de agroturismo ecológico, involucrando directamente fincas de la comuna Olón.

3.2.3.- Objetivo del producto agroturístico “La ruta del bambú”

Establecer una ruta agroturística mediante la oferta de atractivos y actividades agrícolas en fincas de la comuna Olón, asociación Noble Guadúa.

3.2.4.- Políticas del plan de creación

Es importante establecer políticas que permitan el fortalecimiento y desarrollo de la comuna Olón.

- Consolidar el turismo ecológico en esta comunidad de protección ambiental para generar recursos económicos.
- Impulsar el desarrollo de la actividad agroturística sostenible.
- Crear plazas de empleo y mejora de ingresos a través de esta alternativa turística.
- Causar el mínimo impacto ambiental en el lugar de desarrollo agroturístico.

3.2.5.- Segmentación de mercado.

Dentro de la segmentación de mercado se instaura el tipo de cliente a quien está dirigido el producto “La Ruta del Bambú”, este producto está dirigido para turistas nacionales y extranjeros amantes de la ecología y naturaleza, aunque no se descarta captar el interés de los habitantes de la provincia de Santa Elena para que también sean parte del mercado potencial.

La ruta brindara al turista una experiencia de contacto con la ecológica, contando con senderos de caminata que cuentan con majestuosa flora donde es notoria la fauna. Este servicio también será dirigido para grupos de excursión, siendo estos mayormente jóvenes estudiantes universitarios, para quienes se les ofrecerá paquetes especiales. La ubicación de la parroquia Manglaralto y comuna Olón, es favorable en el sector turístico, por encontrarse ubicada en el perfil costero, esto estimula a desarrollar esta alternativa de turismo. De esta manera se contribuye a la mejora de calidad de vida de los habitantes de esta comunidad.

Según datos no publicados de la empresa pública EMUTURISMO, hace mención que en el último feriado del año 2017 la comuna Olon captó la mayor cantidad de turistas dentro del cantón Santa Elena obteniendo un 17.89 % de toda los turistas que ingresaron a la comuna Olon. Esto es un indicador que Olón es uno de los lugares preferidos para que los turistas disfruten sus feriado de este clima cálido y rodeados de ecología.

3.2.6.- Competencia agroturística.

Dentro del mercado ofertante de la provincia de Santa Elena, actualmente no encontramos competencia directa que se vincule en la actividad agroturística. La competencia existente de las comunidades ofertantes de productos y servicios relacionados, se consideran las siguientes por la semejanza de paisajes y clima y por su ubicación dentro de la cordillera Chongón Colonche:

- La comuna Olón oferta las cascadas de Alex
- La comuna Loma Alta oferta senderos y cascadas
- La comuna Dos Mangas ofrece ecoturismo
- La ruta de la paja toquilla que comprende las comunidades de Barcelona, Dos Mangas y Libertador Bolívar. (proyecto en proceso por el MINTUR)

Estos cuatro destinos serían la competencia, por encontrarse aledaño a la zona y ser sitios naturales. Loma Alta cuenta con un atractivo en cascadas, pero no cuenta con infraestructura instalada, Dos Mangas posee poca infraestructura instalada esto hace que los turistas no permanezcan por mucho tiempo en estos destinos. Olón a diferencia de estas otras comunidades, es un territorio que cuenta con amplia infraestructura instalada de hospedaje, restaurant y otros servicios, lo que hace que se capte la visita de más turistas por su alto nivel turístico.

3.2.7.- Mercado objetivo

El mercado objetivo como ya se mencionó en la segmentación de mercados, pertenece a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Manglaralto para practicar turismo. Se considera que los turistas extranjeros visitan estas costas por las características y atributos, como el clima, gastronomía, estilo de vida, bondades naturales, hacen que su estadía en este territorio sea placentero, el contacto con la naturaleza y relax, es otra de las razones que provocan la visita de extranjeros. Los turistas nacionales también son parte del mercado objetivo se pretende captar el interés de las principales ciudades que concentran poblaciones masivas de posibles turistas capitalinos, que demandan realizar turismo en comunidades que oferten confort y descanso. Entre estas ciudades destacamos a

Quito, Cuenca y Guayaquil esta última es la que mayor desplazamiento de turista tiene de ingreso al cantón y provincia, ya que es un mercado transcendental por concentrar población económicamente activa con desplazamientos habituales y consumo del turismo peninsular.

El mercado también comprende en parte minutaría a los turistas de paso, y a la población local de la provincia. Por lo que la población local muestra poca captación e interés del servicio agroturístico.

Los paquetes y paseos de ruta están dirigidos a: jóvenes, estudiantes, familias, amigos, grupos de excursión, grupos de personal empresarial, el valor es asequible a la oferta de servicios que se pretende brindar. Para esto se ha estructurado la ruta considerando tiempo del recorrido, medidas de seguridad y satisfacción.

3.2.8.- Diseño de la ruta agroturística

La ruta está compuesta de cuatro sitios de interés, que se detallan a continuación:

a) Primer destino planta de acopio y procesamiento de productos elaborados de bambú

➤ Aspectos generales

El recorrido inicia con la visita al taller de tratamiento y fabricación de artesanías a base de caña guadúa, conociendo paso a paso el proceso.

La planta de procesamiento y tratamiento de la caña guadua está ubicada en la cabecera comunal Olón, a 30 m de la vía principal.

La asociación La Noble Guadúa, ofrece productos de excelente calidad, elaborados a base de caña guadúa tratada. Estos procesos se lo realizan en este taller, este será el primer lugar a visitar en la ruta del bambú.

➤ Atractivo turístico

Su principal atractivo de este taller es la elaboración de diferentes artesanías y mobiliarios. El objetivo de esta visita es mostrar a los turistas el tratamiento y proceso que se da a la caña guadua para obtener variedades de productos agregándole

valor ecológico, y no minimizar el costo de este material a la hora de elegir mobiliarios maderables.

➤ **Actividades a realizar**

Los artesanos demostraran el paso a paso del tratamiento de esta materia prima hasta obtener un producto terminado con diversos diseños para la decoración y consumo del hogar. Esto dará la oportunidad de escoger a los visitantes los productos más atractivos. El visitante podrá conocer las instalaciones de proceso, al igual que los tratamientos para fabricar artesanías.



Figura 20. Taller La Noble Guadúa



Figura 21. Artesanías elaboradas de caña guadúa

a) Segundo destino Finca de los señores Ríos

Esta finca es el segundo destino a visitar, se necesita de transportación en vehículo, cuenta con vía de acceso carrozable.

➤ Ubicación

Se encuentra ubicada en el recinto San Vicente de Loja, a 12 km de distancia del primer destino.

➤ Aspectos generales de la finca

Cuenta con una amplia carretera que se encuentra en buen estado, allí se pueden apreciar plantaciones de caña guadua que forman un túnel a lo largo del lindero de la carretera.

El nombre de esta finca se debe al apellido del propietario, el único cultivo que encontramos en esta localidad es caña guadúa. Al costado derecho se encuentra un afluente del río natural que desciende de la cordillera. En el trayecto de llegada los turistas podrán apreciar la abundante flora ecológica que ofrece la Cordillera Chongón Colonche al igual que su fauna.



Figura 22. Vía de acceso que nos conecta a la finca San Miguel

El estado de la vía de acceso es regular, es un camino dentro del bosque que conecta a las fincas ubicadas en la cordillera Chongón Colonche que forman parte de este circuito agroturístico. En la Figura 22 se aprecia que a lo largo del camino se encuentran señaléticas informativas del tipo de bosque y su protección.

➤ **Atractivo turístico**

El principal atractivo que ofrece esta finca, es un vistoso túnel de caña guadúa y un paradero de cabañas para el descanso.



Figura 23 . Túnel de bambú

También cuenta con una edificación ecológica ubicada dentro del perímetro de la finca los Ríos al final del túnel del bambú, la estructura y materiales de elaboración son productos de identidad territorial, está elaborada a base de caña guadua y cade, productos extraídos del mismo territorio como se lo observa en la Figura 24. Está ubicada dentro de la finca, donde se pretende mostrar al turista el tipo de infraestructura a implementar con caña guadúa, dentro de esta casa de campo se pretende realizar actividades de descanso si el turista lo desea.



Figura 24. Casa elaborada de caña guadúa

➤ **Actividades a realizar**

Las actividades que se pueden realizar en este lugar son la toma de fotografías, avistamiento de flora y fauna, senderismo en túnel, aprender sobre las prácticas agrícolas, observación de guaduales, descanso en cabañas.

➤ **Recomendación a implementar dentro de la finca**

La proyección en esta primera finca es mostrar las plantaciones de guaduales que posee, el objetivo es estimular el interés de participar del encanto natural, se prevé el aprovechamiento de los guaduales que forman un vistoso túnel en la vía de acceso que constituye el mayor atractivo de este lugar. Para impulsar la actividad de agroturismo se propone ejecutar las siguientes instalaciones:

✓ **Letrero ecológico colgante de bienvenida**

El letrero ecológico estará ubicado al inicio del túnel de caña guadua, situado en la parte superior, para que no impida el acceso de ningún tipo de vehículo, será elaborado a base de productos ecológicos del medio. Este será el distintivo de inicio del circuito.



Figura 25. Letrero ecológico de bienvenida

✓ Cabañas de descanso

Estas cabañas serán elaboradas a base de caña, madera y cade, estarán ubicadas al costado de la vía principal de ingreso. Se ha considerado la construcción de 2 cabañas de descanso, destinadas para venta de alimentos y bebidas naturales y área de hamacas.

✓ Señaléticas informativas

Se propone instalar señaléticas en cada lote de plantación de guaduales, describiendo información sobre variedades y tiempo de sembrío, zonas más atractivas en paisajes para la toma de fotografías de turistas. Las señaléticas serán elaboradas con caña guadua dando realce al ambiente ecológico del lugar.



Figura 26. Señaléticas de información

Pascual (2016) menciona que los turistas con la señalización tienen capacidad para orientarse, pero se deja llevar por los indicadores porque necesitan no solo aprender el recorrido físico, tangible, sino también aprender los elementos patrimoniales del recorrido.

✓ Punto ecológico de desechos

Para evitar la contaminación de los bosques protegidos, y conservar el estado natural de estas plantaciones. Se deberá instalar un bote ecológico de desechos sólidos y orgánicos. Estará elaborado con caña guadúa.

b) Tercer destino Finca “San Miguel”

➤ Ubicación

La finca San Miguel ubicada a 40 minutos de la comuna Olón, recinto San Miguel del cual se deriva su nombre. A 2 km de distancia de la finca Ríos. Cuenta con vía carrozable.

➤ Aspectos generales

Posee un clima tropical húmedo, En ella existen 15 has. de guaduales, de caña mansa, brava y bambú chino. La propiedad es de característica integral, cuenta con características especiales para realizar agroturismo. Cuenta con variedad de cultivos como: banano, frutales, cítricos y maderables

En esta finca se oferta la actividad agrícola y pecuarias (crianza de aves domésticas) que le dan un carácter especial a la principal (cultivos de frutales, maderables, banano, cacao y plantaciones de guaduales). En esta finca habitan los propietarios quienes desarrollan sus actividades diarias en este lugar.



Figura 27. Paisaje de finca San Miguel

➤ **Atractivo turístico**

Entre los atractivos que posee citamos la crianza de aves domésticas permite que el visitante participe en las labores de alimentación.

También ofrece una variedad de flora, que hacen que el verdor de la montaña sea un paisaje atractivo para los turistas amantes de las escalinatas de montaña.

Entre la flora que se puede apreciar es palmas de tagua, el bambú, y entre la fauna encontramos aves multicolores cuya especies arriban unas 103 aves, pájaros carpinteros, pavitas de monte, gavilanes, monos aulladores, micos, guatuza, oso hormiguero y sajino.

Figura 28 son plantaciones de caña guadua (*Guadua angustifolia K*), con una superficie de 3 h de caña brava ubicada en la superficie baja de la finca. En estos espacios se puede hacer senderismo, donde se mostraran los viveros de propagación y las labores agrícolas que se realizan para mantener el cultivo. Estos guaduales son otros de los recursos naturales que posee este lugar.



Figura 28. Plantaciones de caña guadúa superficie baja

El bambú chino (*phyllostachys aurea*) es otra de las plantaciones exóticas adaptadas, el área del cultivo es de una hectárea, a los alrededores de esta plantación

se puede realizar senderismo y es parte de la explicación que se brinda al turista sobre el origen de esta plantación.



Figura 29. Plantaciones de bambú chino

En la Figura 30 se observa la plantación (*Guadua angustifolia* K) conocida como caña brava, es una extensión de ejemplares adaptadas con un tiempo de siembra de 6 años, se encuentra a 140 m de altura sobre el nivel del mar y se considera que este es el punto más alto de la ruta, a este nivel el cultivo se desarrolla en óptimas condiciones, lugar permite hacer senderismo y escalinata de montañas y a la vez explorar el bosque protegido. Es una montaña con flora exuberante y desde esta elevación se pueden escuchar notoriamente los monos aulladores y apreciar una vista panorámica de varias de las montañas que forman esta cordillera.



Figura 30. Plantación de caña guadúa superficie alta

Los senderos que se encuentran en la finca San Miguel, tiene un bosque natural con ejemplares naturales endemicos de caña guadua al igual que arboles maderables y flora diversa. Para llegar a las tres lagunas de agua sulfatadas de origen volcanico se debe recorrer a pie 30 minutos.



Figura 31. Sendero que conduce a las fuentes de agua volcánicas

Las fuentes de agua sulfatada en el sendero es uno de los principales atractivos, se estima que estas aguas contienen propiedades curativas, el color del agua es celeste intenso, que provoca que las piedras tomen un color celeste aguamarina, esta fuente de agua es conducida 15 m por un canalon de caña guadua que desciende en una laguna enrocada, posee un olor de azufre y la vertiente de agua desemboca al estero, su estado es natural y se desconoce su tiempo de existencia.

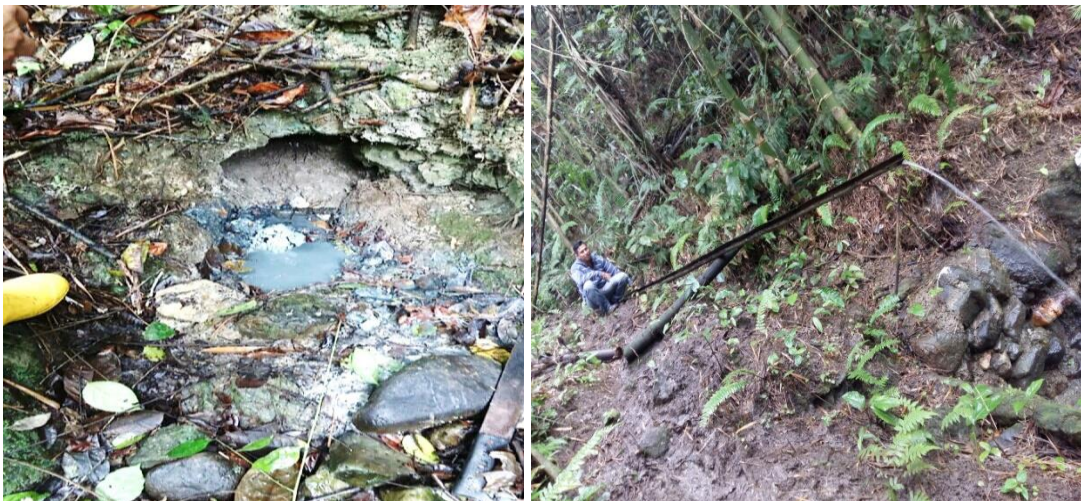


Figura 32. Fuente de agua sulfatada con caida tipo cascada

➤ **Actividades a realizar**

Las actividades que el turista puede practicar en este lugar es senderismo, escalinata de montaña, descanso en cabañas, avistamiento de flora y fauna, pintura de rostro para hombre y mujeres a base de achiote, servicio de hospedaje, servicio de alimentación. El visitante podrá caminar por sus tres senderos, observar la belleza de los cultivos, participar en la alimentación de aves domésticas y consumo de frutas según temporada, al igual que participar en las actividades agrícolas y recreación al aire libre.

➤ **Recomendación a implementar dentro de la finca**

El recorrido de dos senderos requieren esfuerzo, pero la mayoría están diseñados para personas adultas con saludable estado físico, de espíritu explorador, para aprovechar al máximo las alternativas de agroturismo que ofrece la finca San Miguel. Para potenciar sus atractivos se requiere implementar las siguientes instalaciones.

✓ **Adecuación de senderos**

Por su gran extensión se recomienda la construcción de senderos que faciliten el desplazamiento a las zonas recreativas. Estos caminos permitirán llegar con facilidad a las áreas de destino. Previo a esto se deberá realizar una redistribución del terreno donde se definan los espacios de uso público con mayor potencialidad y los considerados peligrosos, para prevenir la degradación ambiental.



Figura 33. Modelo de sendero

Sé marcará los límites de los senderos de recorrido con corredores elaborados de caña y cabo, y otros con caminos de piedras pintadas de blanco, para que hagan una notoria identificación del camino.

Agencia Parks Canadá. (2017) Las áreas protegidas poseen recursos naturales y culturales que es necesario resguardar, por ello la planificación y habilitación de circuitos peatonales para el uso público deben contribuir a generar recorridos controlados y seguros, que ayuden a lograr los objetivos de conservación de los recursos, proponiendo formas de diseño y construcción apropiados al territorio.

✓ **Puentes de acceso**

Se instalara puentes rústicos elaborados con productos propios de la zona como caña, madera, y otros. Estos puentes estarán ubicados en dos senderos para facilitar el acceso al cruzar por arroyos y ríos. También se implementara escalinatas con pasamanos elaborada de caña guadua o madera para facilitar la subida a la montaña atractivo de esta finca.



Figura 34. Modelos de puentes para rios y escalinata

✓ **Área de cabañas**

En esta finca se instalaran cinco cabañas rusticas al aire libre, cómodas, de bajo costo y elaboradas a base de los productos propios del territorio, como es la caña guadua haciendo referencia que es el producto principal a impulsar en este circuito de fincas agroturísticas. Las longitudes deben ser pequeñas con el fin de causar el menor impacto posible tanto ambiental como paisajístico.

Dentro del perímetro de superficie plana se instalara una cabaña de restaurant, donde los visitantes podrán consumir los alimentos propios de la zona de Olón. Se instalara dos cabañas de descanso acondicionadas con hamacas cómodas que brinden un placentero descanso y relajación considerando que la ubicación óptima será en lugares que brinden seguridad a los visitantes. Se sugiere el uso de hamacas confeccionadas por artesanos de la comunidad y de esta manera se contribuye a la economía de las familias de Olón. También se instalara dos cabañas cómodas para hospedaje de tal manera que cumplan los requerimientos para disfrutar de descanso y confort, la ubicación será en lugares despejados y seguros.



Figura 35. Modelos de cabañas

✓ **Construcción de enrocados para fuentes de aguas volcánicas**

Los tres hallazgos de aguas volcánicas requieren de una adecuación de conservación de estas lagunas naturales. Para esto se deberá hacer el menor impacto de modificación de estas lagunas sulfatadas. Para esto se realizara una excavación al contorno de cada fuente para ampliar su diámetro. Se enrocara con piedras naturales propias de la montaña de tal manera que se forme una piscina de agua natural. Se hace énfasis que una de estas lagunas está ubicada a 15 m de altura de una elevación, en esta laguna se realizara un estanque de conservación donde está la originaria fuente, y esta vertiente será conducida por tobogán elaborado en su totalidad a base de caña guadúa. Y este desembocara a una piscina enrocada, donde los visitantes pueden bañarse haciendo uso de sus propiedades curativas.



Figura 36. Modelos de enrocado para cascadas

✓ **Señalética informativa**

Se deberán instalar letreros de señalética en cada plantación de guaduales, frutales, maderables y demás cultivos agrícolas que existen en esta finca. Los letreros contendrán la descripción de la información del tipo de cultivo variedad y tiempo del sembrío. Al igual que las áreas de senderismo, donde conducen a ríos, bosque protegido, fuentes de aguas naturales y volcánicas. Las zonas más atractivas en paisajes para la toma de fotografías de los turistas. Estos letreros de señaléticas serán elaborados cien por ciento a base de caña guadua dando realce al ambiente ecológico propio del lugar.



Figura 37. Señalética de información

Pascual (2016) hace mención que hay turistas a los que interesa el destino y no suelen prestar atención a esos indicadores que le avisan de los lugares relevantes a lo largo del recorrido. Sin embargo, el turista de interior, amante de la naturaleza, de la

montaña y de los espacios rurales, aunque sea inquieto, activo y esté muy bien documentado sobre el lugar en el que va a disfrutar de su tiempo de ocio, necesita una herramienta especial que le ayude a comprender mejor el paisaje, a conocer sus elementos más representativos y también a orientarse.

✓ **Punto ecológico de desechos**

Como esta finca es de territorio muy extenso, el bote de desechos sólidos y orgánicos se ubicaran en el relieve bajo de esta finca, esto indica que se ubicara para evitar la contaminación a estos predios de bosques protegidos, y conservar el estado natural de estas plantaciones. Se deberá instalar un bote ecológico de desechos sólidos y orgánicos. Estará elaborado a base de cien por ciento caña guadua.

c) **Cuarto destino Finca “San Miguel 2”**

➤ **Ubicación**

Esta finca está ubicada junto a la finca San Miguel, a pocos pasos. A 40 minutos de la cabecera comunal de Olón. Asentada en el recinto San Miguel.

➤ **Aspectos generales**

La finca San Miguel 2 es una casa de campo ideal para hospedaje si el turista lo desea como lo muestra la Figura 40.



Figura 38. Casa de campo y áreas de cabaña de finca San Miguel 2

La actual oferta de la “Finca San Miguel 2” es mostrar distracción y satisfacer las expectativas del visitante, cuenta con las plantaciones de caña guadúa que es el

producto de identidad territorial que se está ofertando en este circuito, posee casa de campo y descanso, cabañas de distracción, piscina de agua natural, al igual que la abundante flora.



Figura 39. Bosque natural de la finca San Miguel 2

Este es un paisaje natural que posee esta finca, existe una gran variedad de árboles maderables autóctonos del bosque, al costado de este paisaje hay una vertiente de agua natural que descende de la montaña. Se hace referencia que estas vertientes son permanentes, por lo que se estima aprovechar este recurso en la implementación de lagunas enrocadas de agua natural.

➤ **Atractivo turístico**

Dentro de ella se ofrecen cabañas de descanso con un clima agradable. Esta finca tiene una piscina de agua natural disponible para los visitantes. La Figura 43 nos muestra los ejemplares de las especies propias del bosque natural de la cordillera Chongón Colonche. Su propagación es natural por las condiciones climáticas óptima para su desarrollo. Existe una variedad de especies.



Figura 40. Instalación de piscina de agua natural



Figura 41. Flora endémica del bosque natural

Esta casa rústica mixta está ubicada en la cima de esta elevación a 80 m de altura, aquí se prevé construir instalaciones de hospedaje para turistas amantes de las bondades ecológicas y naturales de la montaña.



Figura 42. Instalación de una casa rústica

➤ **Actividades a realizar**

Para conocer toda la finca el visitante necesita realizar un recorrido a pie al guía turístico para conocer y observar la belleza de los guaduales y demás cultivos. Se facilita información referente al tipo de cultivo mediante carteles. Este recorrido está dirigido a todo público y de manera especial a los amantes de la naturaleza, aventura, ecología; dentro del recorrido incluye la caminata de todo el perímetro en la superficie baja donde se encuentran ciertos cultivos como banano y cacao y los visitantes recibirán información de las labores agrícolas de estos cultivos.

Al igual que se hará una breve narración de historia de la finca, durante el recorrido los turistas podrán recolectar frutos e ingerirlos, el consumo solo será interno en la finca. En la parte de las elevaciones que tiene esta finca se mostrara la vista panorámica de la finca y sus alrededores teniendo en la parte de al frente el caudal del rio natural de la cordillera Chongón Colonche, en este mismo sector estarán ubicadas las cabañas de descanso. Al finalizar el recorrido por esta finca el visitante podrá acceder a las instalaciones de la piscina de agua natural para tomar un baño y disfrutar de las aguas del estero de la cordillera Chongón Colonche.

➤ **Recomendación a implementar dentro de la finca**

A continuación se detalla las instalaciones de infraestructura a implantarse en esta finca de acuerdo a sus requerimientos de acondicionamiento:

✓ **Señalética informativa**

Es necesario implentar todo tipo de señalética informativa dentro del recorrido, para facilitar el recorrido dentro de esta finca. Las señaléticas estaran elaboradas de material propio de la zona como lo es la caña guadua esto identificara mas a esta ruta.



Figura 43. Señalética informativa

✓ **Cabañas y áreas de comedor**

Se instalara para este efecto construcciones rústicas al aire libre, cómodas y de bajo costo utilizando materiales de la zona como son la caña guadua y el cade. Los

espacios deben ser pequeños con el fin de causar el menor impacto posible tanto ambiental como paisajístico.

Se deberán implementar infraestructura a base de caña guadua, para que los visitantes puedan identificar las construcciones ecológicas que se pueden realizar con este acero vegetal como es llamado la caña guadua en otras regiones. Dentro de estas estructuras, se construirán dos cabañas de recreación y descanso que estarán equipadas con hamacas, mesas y asientos rústicos de caña bambú; una cabaña de hospedaje y un punto de venta de alimentos y bebidas; este último se ubicara en el área de piscina.

✓ **Adecuación de senderos**

Debido a las grandes extensiones del predio del territorio de la finca “San Miguel 2”, se debe acondicionar los dos senderos de mayor distracción paisajística. Estos serán elaborados de piedras recolectadas del predio y se harán líneas marcando el camino del sendero, las mismas que se pintaran de blanco para enfatizar el camino y facilitar el área despejada. Dentro del recorrido del sendero se deberán instalar también dos puentes los cuales estarán a la altura del rio natural.

A continuación se sugieren modelos de senderos para fincas agroturísticas así como la infraestructura de adecuación más utilizada como: la escalinata de montañas y zonas con pendientes al igual que la incorporación de puente para que el sendero pueda cruzar por arroyos y ríos sin inconvenientes y dificultad alguna.



Figura 44. Modelo de sendero y puente

✓ **Piscinas de agua natural**

Las piscinas de agua natural serán estructuradas en el estero, adecuando donde hay mayor afluente y concentración de agua. Estas serán implementadas con enrocado para darle un estilo natural.



Figura 45. Modelo de piscinas naturales

3.2.9.- Esquema del recorrido Ruta del bambú



Figura 46. Esquema del recorrido "La ruta del bambú"

3.2.10.- Itinerario del recorrido de “La ruta del bambú”

Tabla 10. Itinerario de la ruta del bambú

Actividad	Hora	Tiempo estimado de la actividad	Incluye
Salida de Olon al taller	9:00 a. m.	10 minutos	Botas de caucho si el turista lo requiere
Recorrido en el taller y apreciación de elaboración de artesanías	9:10 a. m.	40 minutos	
Salida para la finca "Ríos"	9:50 a. m.	15 minutos	
Llegada a la finca Ríos	10:05 a. m.		
Recorrido por el túnel de bambú, explicación de guía, visita a casa rustica, uso de cabañas de descanso, toma de fotografías.	10:10 a. m.	1 hora	
Salida de la finca "Ríos"	11:10 am	15 minutos	
Llegada a finca "San Miguel"	11:25 a. m.		
Recorrido por el sendero de caña guadúa	11:30 a. m.	30 minutos	
Almuerzo en cabaña	12:00 p. m.	30 minutos	
Descanso en cabañas	12:30 p. m.	20 minutos	
Visita de lagunas de aguas volcánicas	12:50 p. m.	30 minutos	
Visita de Finca "San Miguel 2"	1:20 p. m.		
Recorrido de finca	1:25 p. m.	40 minutos	
Baño en piscina y piscinas de agua natural	2:05 p. m.	30 minutos	
Retorno a la comuna Olon	2:35 p. m.	30 minutos	

3.2.11.- Recomendaciones generales de la ruta

Los siguientes aspectos a considerar son información importante a la hora de adquirir el recorrido.

- **Transportación**

Este servicio está incluido en el paquete de recorrido. El medio de transporte idóneo para esta ruta es un minibús con capacidad de 16 pasajeros. Conducido por chofer profesional.

- **Guía turístico de ruta**

La ruta será dirigida de principio a fin con un guía turístico capacitado que mostrara las características relevantes de la zona al igual que la dirección a las actividades a realizar. También se contara con guías locales que se añadirán en la explicación de las labores del taller de procesamiento y así mismo en cada finca participante.

- **Duración del recorrido**

El recorrido de la “Ruta del Bambú”, toma seis horas de distracción y contacto con la naturaleza. Este es efectuado en un solo día. Es opcional para cada visitante el servicio de hospedaje y este rubro esta fuera del precio establecido del paquete del circuito de horas.

- **Horario de ruta**

Es recomendable que los visitantes realicen el circuito de ruta en el horario de la mañana o tarde. Las horas más optimas serian entre 08:00 am hasta las 17:00 pm.

- **Distancia de ruta**

La ruta está compuesta por 14 km de recorrido, dicho recorrido comprende desde el punto de partida que es el taller de procesamiento y la visita a las tres fincas participes en este circuito del bambú.

- **Vestimenta del turista**

Para realizar el recorrido se debe llevar ropa adecuada y cómoda, de preferencia pantalones jean. Al igual que las botas de caucho que serán proporcionadas por la Asociación en el taller. Y se puede complementar esta vestimenta con gorra y mochila personal para sus pertenencias. Al igual que se recomienda llevar bloqueador, repelente y gafas.

- **Prohibiciones**

Se prohíbe el ingreso de bebidas alcohólicas y portar armas. Esta medida cautelar brinda seguridad a los visitantes para realizar el recorrido. Evitando accidentes inesperados.

- **Señalética informativa.**

La ubicación de señalética informativa es importante dentro de esta ruta, facilita el desplazamiento de los usuarios de esta oferta. Además de informar el área del territorio, especies, flora y fauna. Esta señalización permite que el turista conozca cada detalle informativo de interés al conocimiento, y esto motive confianza y seguridad del lugar.

Para esto se considera los siguientes aspectos:

- Señalética elaborada a base de material ecológico y autóctono del bosque.
- Identificar zonas estratégicas y de mayor interés turísticas.
- Nexos con entidades gubernamentales para el auspicio de señaléticas.
- Diseño ecológico con identidad del territorio.
- Información clara y básica sobre cada recurso natural del perímetro.
- Incorporar puntos ecológicos recolectores de desechos.

A continuación se muestran los modelos de señaléticas a utilizar en la estructura del recorrido:



Figura 47. Señalética para plantaciones y ubicación de áreas



Figura 48. Punto ecológico de desechos y señalética informativa de finca

3.2.12.- Beneficio de la ruta

La ruta del bambú beneficiara en primera instancia a la diversificación de alternativas de turismo en la provincia y cantón Santa Elena, al igual que traerá consigo beneficios para la comunidad de Olón en el área promocional de destinos con nuevas alternativas de turismo.

Además ofrece:

- Una alternativa de turismo sostenible para la comuna Olon, de tal manera que se preserve en el tiempo.
- Generar empleo a la comunidad en varios de las actividades a realizar en este circuito.
- Mejoramiento a la infraestructura instalada en Olón.
- Ingresos económico a la comunidad

3.2.13.- Beneficiarios de la ruta

Los recursos que genere la actividad agroturística se distribuirán de tal manera que beneficie a involucrados directos e indirectos, entre estos están los socios de la corporación Noble Guadúa, los propietarios de las fincas y las personas de la comunidad que estén ligados a laborar dentro de esta actividad de agroturismo, se pretende integrar la mano de obra de la mujer en esta actividad, en el área de preparación de alimentos en cabaña de restaurant; esto contribuirá a la participación activa de la comunidad, y el desarrollo local.

3.3.- Estrategias de promoción y publicidad de la ruta agroturística

Se plantea implementar un plan promocional permanente a través de las estrategias de marketing y publicidad así como son: medio escrito, radial, volantes, vallas publicitarias, redes sociales y otros. También se prevé realizar un video promocional con apoyo de la PREFECTURA PROVINCIAL DE SANTA ELENA. El Press Trip, es otra herramienta de difusión donde se puede invitar a los medios de comunicación locales que manejan redes sociales como son EL VOCERO, EL BACÁN y otros, para captar el recorrido y hacer promoción en sus plataformas de transmisión.

3.3.1.- Estrategias de marketing

Diseño de icono turístico visual del producto agroturístico la “La ruta del bambú”

- **MARCA:** “La ruta del bambú”
- **SLOGAN:** Mi destino ecológico
- **LOGOTIPO:**



OLÓN - ECUADOR

Figura 49. Diseño de icono turístico “La ruta del bambú”

El significado del nombre “La ruta del bambú” nace de la ilustre idea de crear una nueva alternativa de turismo en la comuna Olón aprovechando las fincas y plantaciones de guaduales que existen en esta zona. Se la llama “ruta” por el recorrido que enmarca este producto a la visita de tres fincas agrícolas, creando un circuito entre diferentes predios ubicados a poca distancia el uno del otro. “del bambú”; son fonemas que hacen énfasis en las plantaciones agrícolas que se pretende ofertar, como tal el bambú es un producto con identidad territorial de esta comunidad, por ser una especie nativa del bosque de la Cordillera Chongón Colonche la misma que no se le ha establecido el valor ecológico en conservación del medio ambiente y del equilibrio de humedad del bosque.

Por estas razones se desea proyectar con la mezcla de estos dos términos una marca de agroturismo ecológico, difundiendo la importancia del bambú o caña guadúa en el equilibrio y conservación del medio ambiente.

3.3.2.- Características y significado de los componentes de la marca

Tabla 11. Significado de componentes de la marca

VECTORES	SIGNIFICADO
	<p>Este es el nombre que se le asignó a la ruta como marca. Estas letras están estructuradas en material de caña, que identifica el verdor de este material natural.</p>
	<p>Está compuesto por el sol que significa la extensa biodiversidad y soberanía de esta comunidad, las montañas son la representación de la cordillera Chongón Colonche, el agua del río es la garua abundante en esta zona que hacen que tenga un afluente permanente. Y la presencia de plantas de caña guadua, es la especie de origen endémico de esta cordillera.</p>

	<p>El Slogan está inspirado en que las personas que vivan esta experiencia de la ruta, se apropien de este destino verde de exuberante ecología. También es parte una línea que posee los colores de la bandera de la provincia de Santa Elena. Por ser este destino parte de este territorio.</p>
<p>OLÓN - ECUADOR</p>	<p>Esta es la localidad donde se desarrollara esta alternativa turística. Haciendo un referente a nivel nacional</p>

3.3.3.- Estrategias de publicidad.

La estrategia a utilizarse será la mezcla de promoción, porque la misma abarca los puntos que se desea establecer para la difusión del producto agroturístico: promoción de venta, publicidad, relaciones públicas, fuerza de ventas y marketing directo.

Rodríguez (2017) indica que las estrategias de promoción son uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas podrás dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu marca.

a) Publicidad

Con esta estrategia se prevé persuadir el interés de turistas para dar paso al proceso de venta y adquisición del servicio agroturístico. Para esto se realizara una publicidad promocional haciendo uso de las siguientes medios:

- Fans pages
- Publicidad radial
- Publicidad en medios de transporte
- Vallas publicitarias
- Hojas volantes
- Trípticos

b) Marketing Directo

El marketing directo que se empleara es a través de acuerdos con las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico en la provincia de Santa Elena, para que incluyan este nuevo servicio en su diversificación turística. Para ejecutar esa labor se considerara de las siguientes herramientas de difusión:

c) Radio

Este tipo de publicidad se utilizara en las épocas de temporada alta y baja de turismo en el cantón, por motivos que los turistas se desplazan en sus propios vehículos y sintonizan la radio como medio de distracción durante su viaje y permanencia dentro el territorio. Se considera también que aquellos turistas que hacen uso del transporte público interno, escucharan la cuña radial mientras recorren la Ruta del Spondylus. Para esto se ha considerado la sintonía de preferencia existente en la península, captando por este medio la atención de los clientes potenciales.

La propaganda publicitaria que se utilizará en la radio es la siguiente:

Cansado de realizar el turismo tradicional. Olon es tu nueva alternativa, territorio de turismo sostenible, ven y disfruta de “la ruta del bambú” vive una experiencia de ecología y aventura con tu familia y amigos, en contacto con la naturaleza. Olon te espera con los brazos abiertos. Conoce hoy nuestro servicio agroturístico. “La ruta del bambú” tu destino ecológico.....!

d) Valla Publicitaria

Este es un medio apropiado de publicidad y propaganda cuando el mercado potencial se encuentra distribuido geográficamente. Se pretende hacer la instalación estratégica de dos vallas publicitarias, una estará situada en la vía Guayaquil - Santa Elena a la altura del cruce de desvío de la comuna San Vicente, por ser esta vía la que conduce a la ruta del Spondylus. Otra de las vallas estará ubicada en el cruce de la vía Santa Elena - Ruta del Spondylus (cruce de Ballenita), cerca de la gasolinera Terpel. Estos se considera que son lugares estratégicos de ubicación para motivar a que los turistas

lleguen hasta este destino. Las vallas publicitarias serán de una longitud de 4 metros de ancho por 2 m de largo. En ellas se plasmarán imágenes de las actividades que se realizan en la ruta del bambú, dirección, etc.

e) Volantes

Inicialmente se propagarán 1 000 volantes en las playas de la ruta del Spondylus con concentración masiva de turistas en temporada alta y que sean las más cercanas a la comuna Olon, también se propagaran en los feriados y fines de semana. No descartando que durante la temporada baja existe también desplazamiento de turismo en la zona. El diseño del volante transmitirá el objetivo que se desea, persuadir el interés de los turistas a través de la información del producto agroturístico y sus promociones. Esta herramienta publicitaria ayudara a llegar a clientes directos de forma masiva. Se prevé a futuro que los organismos de EMUTURISMO y PREFECTURA DE SANTA ELENA, contribuyan en la impresión de estas herramientas publicitarias con el aval respectivo de estos entes.



Figura 50. Modelo de hoja volante

f) Trípticos informativos

Esta herramienta será diseñada exclusivamente para proporcionar a los turistas al momento de la compra del servicio. Este tendrá contendrá información específica y resumida del recorrido de la ruta del bambú, diseñado en un lenguaje de

interpretación sencilla plasmando las expectativas del circuito. Serán distribuidos también en los principales entes públicos de desarrollo turístico locales de la provincia y en las Direcciones de Turismo de las ciudades más importantes del país haciendo intercambio regional de turismo. También se considerara la idea de distribuirlos en las principales operadoras de turismo de la provincia se distribuirán 4 000 ejemplares.

g) Periódico DIARIO SUPER

Diario SUPER por ser un periódico local y contener el espacio YO SOY PENINSULAR, se hará la publicación de todo el contenido referente al producto agroturístico “La ruta del bambú”, de manera que la población local tenga conocimiento de esta alternativa turística en la comuna Olón. Al igual que se realizara una publicación de promoción publicitaria dos veces al mes. Este contendrá la oferta de atractivos y actividades que se realizan en esta ruta.

h) Página Web.

El producto agroturístico “La ruta del bambú” por ser parte de la asociación Noble Guadúa, será publicado en la página web de esta asociación. La publicación contendrá un corto video promocional, fotografías de incentivo e información general de la ruta. Al igual que también se cuenta con el aval de publicación digital dentro de la plataforma de EMUTURISMO y PREFECTURA DE SANTA ELENA, para promocionar este destino como potencial en Olón.

i) Facebook

La creación de una página de facebook, permitirá llegar a más clientes potenciales. Por tratarse de una red social muy utilizada en la última década. En esta se incorporara la información detallada del destino, dirección, contactos y tarifas para adquirir el servicio. Además que las publicaciones serán posteadas para incentivar el interés y visitas de turistas.

j) Instagram

Por este medio se publicaran todas las fotos de atractivos y ofertas del destino. La meta es llegar a todos los seguidores posibles. Este red social es la más usada por

tratarse de publicación de fotos, se constituye el medio perfecto para transmitir la oferta.

3.3.4.- Estrategias de ventas.

Promover la venta de la imagen de la ruta, es lo que se desea inicialmente, seguido de la venta del producto turístico como tal. Para esto se hará uso de las siguientes estrategias:

a) Puntos de venta

Para la venta se hará uso de 3 cabañas de información llamados punto de venta. Que estarán ubicados estratégicamente en Montañita, Olón y el terminal terrestre SUMPA. Serán atendidos por impulsores quienes se constituyen la fuerza de ventas. Este proceso de venta es directo, ya que el vendedor engancha directamente el producto turístico al turista interesado. Con esta estrategia se desea captar volúmenes de visitas.

b) Ventas Online

La venta de paquetes familiares o en grupos, se hará por reservaciones a través de la página web, redes sociales, o al número de contacto. Con esta estrategia damos paso a la venta online a través del coche de compra en la página web, que será incorporado como opción de compra.

c) Ventas con intermediarios

Esta es otra estrategia de enganche para la compra del servicio. Se realizara acuerdos comerciales de intercambio de turismo interno con las principales operadoras de turismo locales. Las operadoras más cercanas que funcionan actualmente están ubicadas en Ayangue y Montañita y no descartando los operadores de Salinas. Estas ventas generaran un margen de comisión del 2% por persona en función del precio.

3.3.5.- Estrategias de precios

Considerando las características del mercado potencial, y las características de oferta. Se estima fijar un precio representativo para la operación inicial, que permitan cautivar el mayor número de turistas. A su vez que generen un margen de utilidad

representativo al igual que recuperar los costos a la inversión inicial. Aunque no se descarta que más adelante se proponga otras tarifas debido al ciclo de vida del producto. Estos precios estimularán a la segmentación de mercado potencial actual y a una futura.

Se proyecta el servicio de calidad con todas las instalaciones, de tal manera que el cliente se sienta a gusto de pagar el valor de \$ 20.00 por persona. Cabe recalcar que si compran el paquete en grupo de cinco a diez personas reciben un 10% de descuento, mientras si el grupo supera las 15 personas alcanzan un 20% de descuento al precio total a pagar. Los niños menores de 7 años no pagan el ingreso, y los niños entre ocho y doce años solo pagan el 50% considerando que no se les proporcionará la camisa ni gorra, y este será remplazado por una artesanía ecológica elaborada de caña bambú.

Tabla 12. Tarifas de precio

Descripción del paquete	Tarifa o precio
X persona	\$ 20,00
Grupos de 5 a 10 personas	reciben 10% de descuento
Grupos de 15 en adelante	reciben 20% de descuento
Niño hasta 7 años	pagan el 50%
Niños de 8 hasta 12 años	precio x persona
Nota: los niños mayores a 13 años pagan el precio por persona	

Estos precios contemplan todas las actividades antes mencionadas sin existir limitante de uso de las instalaciones. El único valor exento a esto es el servicio de hospedaje.

Duke (2011) opina que la combinación de varios productos y ofrecerlos en paquete a precios reducidos ayuda a promover productos que tal vez los consumidores no comprarían de otra forma, pero el precio combinado debe ser lo bastante bajo como para incitarlos a que adquieran el paquete.

Se empleara la estrategia de precio por paquete, este se fijara en función al conjunto de productos complementarios, de manera que el precio total a pagar refleje ser menor a la suma de precios de los servicios por separado. El propósito es incentivar al cliente a adquirir el paquete a que tenga que adquirir los servicios de manera aislada. Esto hace relevancia al precio todo incluido que es como comúnmente se venden los servicios de turismo.

Contenido del paquete:

- Transportación
- Servicio de guianza
- Alimentación
- Camisa o gorra como distintivo de la ruta, como el turista lo prefiera.

a) Camisetas y gorra con la marca del producto.

Esta estrategia se aplica con el objetivo de persuadir la marca en la psicología del cliente, las camisetas son básicas y gorras sencillas con el estampado de la marca. Estas la portaran los visitantes como distinto fundamental para la participación de esta ruta, al igual que también la portaran el personal de trabajo, los guías y atención de restaurant. En las Figuras 57 y 58 apreciamos los colores de las camisetas y gorras disponibles.



Figura 51. Modelos y colores camisetas



Figura 52. Colores de gorras disponibles

3.4.- Costos de implementación de la ruta agroturística

Para la ejecución del proyecto se prevé del siguiente presupuesto con una inversión estimada en la implementación de adecuación de fincas.

Tabla 13. Presupuesto estimado de inversión

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total	Especificación
Letrero ecológico	1	1 100.00	1 100,00	
Circuito de señalética	3	600.00	\$ 1.800,00	
Cabañas de descanso	6	2 400.00	\$ 14.400,00	c/cabaña 16m
Cabañas de alojamiento	3	9 000.00	\$ 27.000,00	c/cabaña 36m
Batería sanitaria	4	1 000.00	\$ 4.000,00	
Punto ecológico de desechos	2	450.00	\$ 900,00	
Senderos por metros	500	20.00	\$ 10.000,00	3 senderos
Puentes	3	1 000.00	\$ 3.000,00	
Escalinata	2	1 200,00	\$ 2.400,00	
Enrocados para fuentes	3	1 000,00	\$ 3.000,00	
Piscinas enrocadas	2	1 200,00	\$ 2.400,00	
TOTAL COSTO DE INVERSIÓN			\$ 70.000,00	

Se estima que el monto total de inversión según la Tabla 13 es de \$ 70 000.00, este rubro cubre la implementación de infraestructura en las tres fincas y adecuación del lugar.

Tabla 14. Costos de promoción y publicidad

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Complementos de venta				
Camisetas con estampado	Unidad	2000	\$ 5,00	\$ 10.000,00
Gorras	Unidad	2000	\$ 5,00	\$ 10.000,00
Marketing directo				
Hojas volantes	Millar	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Tarjetas de presentación	Millar	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Trípticos	Millar	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Valla publicitaria	Unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Stand de venta	Unidad	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Publicidad escrita				
Diario Súper	Espacio de 8x8,2cm	12	\$ 48,49	\$ 581,88
Publicidad radial				
Spot en Radio Amor	1 difusión diaria (30 segundos)	200	5,00	\$ 1.000,00
COSTO TOTAL ANUAL				\$ 23.116,88

Según la Tabla 14 el costo anual de herramientas de promoción y publicidad a utilizar para la difusión del producto agroturístico suma un total de \$ 23 116.88 dólares que son representativos en comparación a las ventas.

Tabla 15. Proyección a 5 años de gastos de promoción y publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Complementos de venta					
Camiseta con estampado	\$ 10.000,00	\$ 10.914,00	\$ 11.677,98	\$ 12.495,44	\$ 13.370,12
Gorras	\$ 10.000,00	\$ 10.914,00	\$ 11.677,98	\$ 12.495,44	\$ 13.370,12
Marketing directo					
Hojas volantes	\$ 50,00	\$ 51,00	\$ 52,02	\$ 53,06	\$54,12
Tarjetas de presentación	\$ 45,00	\$ 45,90	\$ 46,82	\$ 47,75	\$48,71
Trípticos	\$ 240,00	\$ 244,80	\$ 249,70	\$ 254,69	\$259,78
Valla publicitaria	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$649,46
Stand de venta	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$649,46
Publicidad escrita					
Diario Súper	\$ 581,88	\$ 593,52	\$ 605,39	\$ 617,50	\$629,85
Publicidad radial					
Spot Radio Amor	\$ 1.000,00	\$ 1.020,00	\$ 1.040,40	\$ 1.061,21	\$1.082,43
Total anual	\$ 23.116,88	\$ 25.007,22	\$ 26.598,76	\$ 28.298,54	\$ 30.114,05

Se proyectó el gasto de promoción a cinco años con una tasa de inflación del 2%. Se proyectó a este tiempo, considerando que es la etapa de lanzamiento del producto donde existe la necesidad de costear campañas de difusión publicitaria.

Tabla 16. Estructura de costos del producto por persona.

Concepto	Costos Unitario
Costos fijos	
Transportación	\$2,00
Guianza	\$2,00
Almuerzo	\$4,00
Costos variables	
Camiseta o gorra	\$5,00
SUBTOTAL	\$13,00
UTILIDAD 35%	\$7,00
TOTAL PRECIO	\$20,00

Se detalla en la Tabla 16 la estructura del costo del producto por persona, el 65% representa el costo fijo del servicio, mientras el 35% la utilidad neta por cada venta.

Tabla 17. Venta anual del 1er año

Concepto	No. De paquete	Demanda estimada	Valor de paquete	Ingreso anual estimado
Individual	1	1800	\$ 20,00	\$ 36.000,00
Paquetes grupales	10	50	\$ 180,00	\$ 9.000,00
Paquetes Box	15	30	\$ 240,00	\$ 7.200,00
TOTAL DE INGRESO ANUAL				\$ 52.200,00

Considerando el número de turistas que ingresan anualmente a la comuna Olón, se tomó como referencia el 5%. Se espera tener un total de ingreso anual de \$ 52 200.00 el primer año, con una venta de 2 000 paquetes personales, mientras que en paquetes grupales se espera vender 200 y 150 paquetes big.

Tabla 18. Ventas estimadas a 5 años

Concepto	Valor de paquete	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Individual	\$ 20,00	\$ 36.000,00	\$38.520,00	\$41.216,40	\$44.101,55	\$47.188,66
Paquetes grupales	\$ 180,00	\$ 9.000,00	\$9.630,00	\$10.304,10	\$11.025,39	\$11.797,16
Paquetes Box	\$ 240,00	\$ 7.200,00	\$7.704,00	\$8.243,28	\$8.820,31	\$9.437,73
VALOR VENTAS NETAS		\$ 52.200,00	\$55.854,00	\$59.763,78	\$63.947,24	\$68.423,55

Se estima que debido a la difusión promocional se incrementará la demanda turística en un 7% anual. Frente a este resultado según la Tabla 18 proyectada a cinco años el proyecto generará los ingresos necesarios.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La investigación ejecutada permitió concluir con lo siguiente:

- El diagnóstico realizado demostró que si existe aceptación a la propuesta de un producto agroturístico en la comuna Olón.
- Las entrevistas aplicadas a las autoridades ejecutoras del turismo de la provincia, muestran apoyo a la creación de una ruta agroturística en la comuna Olón.
- El diseño de las instalaciones propuestas en este trabajo, serían las adecuadas para la implementación de la infraestructura generando el mínimo impacto ambiental.
- La propuesta para la implementación de la ruta agroturística se basa en los atractivos turísticos y recursos naturales que se encuentran en la zona, para potencializarlo como un destino turístico.
- La implementación de la ruta beneficiara a la población inmersa en el proyecto, mejorando la situación actual de la familia y sus ingresos económicos.
- Las estrategias de marketing empleadas permitirán la difusión publicitaria y promoción de la ruta, considerando el apoyo promocional de instituciones públicas como PREFECTURA Y EMUTURISMO.
- Los costos de implementación de la ruta agroturística asciende a los \$ 70 000.00, los cuales pueden ser financiados mediante el apoyo de ONG que intervienen en la zona, o de instituciones públicas que apoyan el turismo en la zona provincia de Santa Elena.

Recomendaciones

El diagnóstico y solución a la presente propuesta, determina que la creación agroturística “La ruta del bambú” es una actividad viable en Olón, por lo que se recomienda:

- Implementar la propuesta de este producto agroturístico para fomentar el desarrollo de Olón e incluir la participación de la población en las diversas actividades agroturísticas que oferta esta propuesta para reducir la migración y mejorar la calidad de vida.
- Solicitar el apoyo de ONG e instituciones públicas para capacitar a los involucrados a la actividad agroturística sobre la importancia y valor de los recursos turísticos y naturales que posee la zona, así como medidas preventivas para evitar su deterioro y poder desarrollar una actividad sostenible.
- Ampliar a futuro esta ruta incluyendo a otras fincas de la comunidad que posean atractivos y recursos naturales agroturísticos, para potencializar su diversificación de destinos ofertados e innovar las actividades a fin de mantener atraídos a los turistas.
- Gestionar acciones de apoyo a fin de establecer los nexos necesarios para su ejecución con las entidades públicas comprometidas en este ámbito como son la gobernación provincial de Santa Elena PREFECTURA, EMUTURISMO, MINTUR.
- Aplicar las estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer la actividad agroturística y lograr posicionar a Olón como un destino ecológico, esta herramienta será un medio para ofertar los paquetes turísticos y obtener interés deseado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Rey, M.M., 2017. *Marketing turístico fundamentos y dirección* Primera edición., Madrid: Ediciones pirámide.

Acerenza, M.A., 2005. *Promoción Turística un enfoque metodológico* Séptima edición., México: Editorial Trillas, S.A. de C.V,

Lárraga-Sánchez, N, Gutiérrez-Rangel, N, & López-Sánchez, H. (2011) *Propagación vegetativa de tres especies de bambú. Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable*. 7(2), 2011, Red Universidad Autónoma Indígena de México, México, D.F., MX. Available from: ProQuest ebrary. Disponible en: <http://site.ebrary.com/lib/upsesp/detail.action?docID=10680628&p00=ca%C3%B1a+guadua>. Consultado: 05 de mayo del 2018.

Del Pezo Balón M. J. (2018) *Caracterización agrosocioeconómica de la producción de la caña guadua (guadua angustifolia k.) en la asociación noble guadua - comuna Olón parroquia Manglaralto*. Tesis. Facultad de ciencias agrarias, Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Londoño, X. (2001) *Evaluation of Bamboo Resources in Latin America. Int. Netw. Bamboo Rattan Instituto Vallecaucano de Investigacion Cientificas.*, 30

García-Pando, A, Villaroel –Ceron, A, Moreno, L. (2004) *Señalética y Rutas Turísticas Urbanas en Ecuador*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Pinto, M. (2014) *El cultivo del bambú y el clima en Ecuador. Revista El Agro*. Disponible en: <http://www.revistaelagro.com/el-cultivo-del-bambu-y-el-clima-en-ecuador/> Consultado: 13de mayo del 2018.

Alba Cuéllar, N., Peña Franjul, M., 2008. *Manual práctico de reforestación* Primera edición., Colombia: Grupo Latino Editores.

Ojeda C. Mármol P. (2016) *Marketing turístico* Segunda edición, Madrid: Gráficas Eujoa

Merodio J. (2010) Marketing en redes sociales Primera edición, Madrid: Creative Commons.

Fonseca A (2014) Marketing digital en redes sociales Spanish Edition, Lisboa :Smashwords Edition

Torres, R. (2014) *Producción de bambú, mina de oro verde*. Tierra fértil. Disponible en: <http://www.tierrafertil.com.mx/produccion-de-bambu-mina-de-oro-verde/>
Consultado: 23 de mayo del 2018.

Carnegie D. (2013) Estrategias de ventas ganadoras Spanish edition, Argentina: Editorial sudamericana.

Sánchez Sánchez C. J. (2016) *Diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística, en el cantón Santa Elena, a partir del 2016*. Tesis. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad estatal Península de Santa Elena.

Tomalá Tomala S. M (2013) *El agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013 – 2018*. Tesis. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad estatal Península de Santa Elena.

Aguilar, SJ (2011), Promoción y ventas de servicios turísticos, Editorial CEP, S.L., Madrid. Disponible en: ProQuest Ebook Central <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4421985>.
[Consultado el 6 Septiembre 2018].

Torres, MV (2014), Administración en ventas, Grupo Editorial Patria, México, D.F.. Disponible en: ProQuest Ebook Central. Consultado 4 Septiembre del 2018.

Editorial, V (ed.) 2009, Marketing promocional, Editorial Publicaciones Vértice, Málaga. Disponible en: ProQuest Ebook Central. [consultado el 4 Septiembre del 2018.

Ucha, F. (2014) *Encuesta. Importancia.org*. Disponible en: <https://www.importancia.org/encuesta.php> Consultado: 29 agosto del 2018.

Pascual, N. (2016) *La señalización turística como herramienta en la comunicación entre hombre y la naturaleza. Vía medioambiente y cultura*. Disponible en: <http://www.medioambienteycultura.es/blog/la-senalizacion-turistica-como-herramienta-en-la-comunicacion-entre-hombre-y-la-naturaleza>. Consultado: 28 de agosto del 2018.

Rodríguez, R (2017) *Estrategias de promoción. Mglobal marketing razonable*. Disponible: <https://mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion/>. Consultado: 27 de agosto del 2018.

Duke, G (2011) *Asignando Precios a Mezclas de Productos*. Marketing internacional. Disponible: <https://gabrieladuke.wordpress.com/tag/paquetes-de-productos/>: Consultado: 24 de agosto del 2018.

Agencia Parks Canada. (2017) *Guía de senderos diseño, construcción y mantención en áreas protegidas*. Santiago de Chile: Organismo Subsecretaría de Turismo Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

ANEXOS

Formato 1A. Modelo de entrevista a autoridades

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA



FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES, FUNCIONARIOS Y
REPRESENTANTES LOCALES VINCULADOS CON EL DDESARROLLO DEL
TURISMO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

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 agroturístico “La ruta del Bambú”

1. Datos generales

Fecha:

Nombre y apellidos:

Profesión:

Cargo que ocupa actualmente:

Cuestionario:

1. ¿Qué conocimiento tiene usted sobre el desarrollo de la actividad de agroturismo en el cantón Santa Elena?

.....

2. Considerando la presencia de fincas asentadas en la cordillera Chongón Colonche, cree usted que se podrían aprovechar las plantaciones naturales y bosques y demás atractivos turísticos, para realizar la actividad de agroturismo?

.....

3. ¿Piensa usted que en la Comuna Olón se puede ofertar actividades relacionadas con el agroturismo?

.....

4. ¿Cree, usted, que la creación de una Ruta del Bambú fomentaría el desarrollo turístico en la comuna Olón?

.....

5. ¿Las características topográficas de la cordillera Chongón Colonche de Olon es la adecuada para realizar actividades de agroturismo?

.....

6. ¿Considera usted que desarrollar agroturismo a través de la Ruta del Bambú contribuirá significativamente a la diversificación de la oferta turística local?

.....

7. ¿En la actualidad conoce usted algún proyecto turístico que se esté desarrollando en la comuna desde el organismo que usted representa?

.....

8. ¿Cómo representante de institución que impulsa el turismo, cuál sería su aporte para el diseño del producto turístico La Ruta del Bambú?

.....

9. ¿ Considera usted que el proyecto de la Ruta del Bambú generaría un beneficio a la diversificación de destinos turísticos que esta institución promociona?

.....

10. ¿Cuál considera usted que sería los medios de difusión y canales de ventas mas adecuados para un futuro posicionamiento del producto agroturístico?

.....

Formato 2A. Modelo de encuesta a turistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS

ENCUESTAS A LOS TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO

OBJETIVO: Determinar el grado de aceptación e importancia de los turistas sobre los atractivos agroturísticos que existen en la comuna Olon mediante aplicación de encuestas para la implementación del producto agroturístico “La Ruta del Bambú”

DATOS GENERALES DEL TURISTA ENCUESTADOS

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

De 16 a 25

De 26 a 40 De 40 en adelante

3. Lugar de procedencia

4. ¿Con qué frecuencia usted visita el cantón Santa Elena?

Cada semana Cada mes Cada feriado Cada año Primera vez

5. ¿Cuál es el motivo por el que usted visita la provincia de Santa Elena?

Amigos Turismo vacaciones Trabajo Descanso

Otros (especifique) _____

6. ¿Con quienes viaja?

Familia Amigos Compañeros de trabajo Grupo de excursión Otros

7. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar mediante su visita en la provincia de Santa Elena?

Turismo de Sol y playa Turismo Gastronómico Turismo cultural

Turismo de aventura Turismo ecológico

DATOS REFERIDOS A LA INVESTIGACIÓN

8. ¿Conoce usted la comuna Olón?

Sí No

9. ¿Conoce que es el agroturismo, y lo ha practicado?

Si No

10. ¿Le gustaría conocer la oferta agroturística que tiene la comuna Olon?

Sí No

11. ¿Le atrae la idea de que se practique el agroturismo en Fincas de la comuna Olon?

Sí No

12. ¿Sabía usted que la caña guadua y sus artesanías son productos con identidad territorial de Olon?

Sí No

13. ¿Le gustaría visitar las plantaciones ecológicas de caña guadua y practicar agroturismo?

Sí No

14. ¿Qué tan atractivo sería para usted, participar de una ruta de agroturismo denominada “LA RUTA DEL BAMBU”?

Muy satisfactorio Satisfactorio Poco satisfactorio

15. ¿Qué actividades de turismo considera usted que podrían ser las más atractivas, para esta ruta?

Conocer el proceso de artesanías de la caña guadua	<input type="checkbox"/>
Conocer plantaciones de caña guadua	<input type="checkbox"/>
Recorrido general de fincas	<input type="checkbox"/>
Adquirir artesanías elaborados de caña guadua	<input type="checkbox"/>
Senderismo ecológico en la cordillera Chongón Colonche	<input type="checkbox"/>
Servicio de alojamiento ecológico	<input type="checkbox"/>
Servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>
Avistamiento de aves y mamíferos	<input type="checkbox"/>
Visitas a lagunas y cascadas de aguas volcánicas	<input type="checkbox"/>

Otro (especifique) _____

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete de agroturismo “La Ruta del Bambú” tomando en cuenta el valor ecológico y mantenimiento de estas áreas?

\$10 \$15 \$20



Figura 1A. Conversatorio con dirigentes de Asociación Noble Guadúa



Figura 2A. Instalaciones de la Corporación Noble Guadúa



Figura 3A. Proporción de información de socios de la Noble Guadúa



Figura 4A. Encuesta a turista argentino



Figura 5A. Encuesta a turista



Figura 6A. Encuesta a turista Argentino



Figura 7A. Encuesta de turista sueco



Figura 8A. Entrevista a Gerente EMUTURISMO



Figura 9A. Entrevista a Tecnico de promocion turistica zonal MINTUR



Figura 11A. Entrevista a responsable de Jefatura de turismo de la PREFECTURA



Figura 10A. Entrevista a jefe tecnico De EMUTURISMO