



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

TEMA:

**OFERTA TURÍSTICA: CASO CABECERA PARROQUIAL COLONCHE
EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA:

VASQUEZ PONCE ERIKA LICETH

AÑO

2020



**TEMA: OFERTA TURÍSTICA: CASO CABECERA PARROQUIAL DE
COLONCHE EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

AUTORA: Vasquez Ponce Erika Liceth

TUTOR: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

RESUMEN

La presente investigación pretende conocer la oferta que presenta la Cabecera Parroquial de Colonche para visitantes locales, nacionales y extranjeros, la misma que cuenta con recursos turísticos naturales y culturales, que por deficiente gestión turística no se ha potenciado el desarrollo económico y sostenible del territorio basada en los recursos que esta posee. El objetivo del proyecto es determinar la oferta turística en el desarrollo de la actividad turística en la Cabecera Parroquial, para ello se aplicó la investigación exploratoria ya que mediante datos de inventario turístico y entrevista a la autoridad competente se pudo establecer los criterios que se enfocan en las debilidades que presentan todas las áreas, incidiendo en una buena oferta a los visitantes; los resultados dieron lugar a una revisión actual de la oferta turística que posee la Parroquia Colonche y un análisis de la potencialidad de la misma, estos resultados permitieron identificar las necesidades en las que se deben enfocar a efecto de iniciar un proceso turístico desde la cabecera parroquial.

PALABRAS CLAVES: Oferta turística, Desarrollo turístico, Atractivos turísticos culturales, Comunidad.



**THEM: TOURIST OFFER: CASE CABECERA PARROQUIAL
COLONCHE, PROVINCE OF SANTA ELENA**

AUTHOR: Vasquez Ponce Erika Liceth

TUTOR: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

ABSTRACT

The present investigation tries to know the offer that the Cantonal Head of Colonche presents for national and foreign visitors, based on tourist, cultural and gastronomic resources, which due to poor tourist management has not promoted the economic and sustainable development of the territory based on its heritage . The objective of the project is to evaluate the offer in the development of the tourist activity in the Parish Head, for it the exploratory investigation was applied since by means of data of tourist inventory and interview to the competent authority it was possible to establish the criteria that focus on the weaknesses that all areas present, influencing a good offer to visitors; The results gave rise to a current review of the tourist offer that the Colonche Parish possesses and an analysis of its potential, these results allowed us to identify the needs that should be focused on in order to start a tourist process from the parish capital.

KEY WORDS: Tourism offer, Tourism development, Cultural tourist attractions, Community.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “**OFERTA TURÍSTICA: CASO CABECERA PARROQUIAL COLONCHE PROVINCIA DE SANTA ELENA**”, elaborado por la Srta. **Vásquez Ponce Erika Liceth**, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “**OFERTA TURÍSTICA: CASO CABECERA PARROQUIAL DE COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA**”, elaborado por **Vásquez Ponce Erika Liceth**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Vasquez Ponce Erika Liceth

C.C. No.: 2400040602

AGRADECIMIENTO

Agradezco por la realización del presente trabajo a Dios, por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mi madre por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente junto a mi esposo, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron pero que fueron necesarias para el logro cumplido.

Agradezco a todos los docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Vasquez Ponce Erika Liceth

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

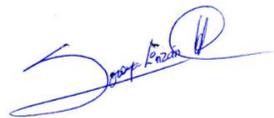
También quiero dedicarlo a mi madre y a mi esposo por su gran apoyo y paciencia en este proyecto de estudio y culminación del mismo, que sin el apoyo de estas dos personas maravillosas que me permitieron llegar al final de este proceso no hubiera alcanzado una de mis metas y que incluso me enseñaron que la tarea más grande se puede alcanzar con perseverancia a pesar de las dificultades que se presentaron en el camino.

Vasquez Ponce Erika Liceth

TRIBUNAL DE GRADO



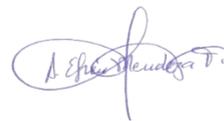
**Ing. Mercedes E. Freire Rendón, MSc.
DECANA (E) DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
DIRECTORA (E) CARRERA
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



**Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.
PROFESOR TUTOR**



**Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
PROFESOR DE ÁREA**



**Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)**

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
TRIBUNAL DE GRADO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema.....	1
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
Justificación del proyecto.....	6
Justificación teórica.....	6
Justificación legal.....	7
CAPÍTULO I	9
MARCO TEÓRICO.....	9

1.1 Revisión de la Literatura	9
1.2 Desarrollo de las Teorías y Conceptos.....	14
1.3 Fundamentos Sociales.....	38
1.4 Fundamentos Psicológicos	38
1.5 Fundamentos Legales.....	39
CAPÍTULO II.....	43
MATERIALES Y MÉTODOS	43
2.1 Tipos de Investigación	43
2.2 Métodos de la Investigación.....	44
2.3 Diseños de Investigación.....	44
2.4 Instrumento de Recolección de Datos.....	44
CAPÍTULO III	46
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
3.1 Situación Diagnóstica de la Cabecera Parroquial de Colonche	46
3.2 Ubicación Geográfica de la Cabecera Parroquial de Colonche	53
3.3 Situación Turística de la Cabecera Parroquial de Colonche	54
3.4 Inventario de Recursos Complementarios en la Cabecera de la Parroquia Colonche.....	57
3.5 Resultados del Trabajo de Campo.....	68
3.6 Planta y Equipamiento Turístico de la Cabecera Parroquial Colonche	82
3.7 Análisis General de las entrevistas realizadas	83
3. 8 Discusión de Resultados	84
3.9 Limitaciones	86

Conclusiones.....	88
Recomendaciones.....	90
Bibliografías.....	91
Anexos	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Recursos culturales existentes según MINTUR.....	54
Tabla 2 Atractivo: Iglesia Santa Catalina de Colonche	55
Tabla 3 Museo Cacique Colonchis	55
Tabla 4 Festividades patronales del Señor de las Aguas.....	55
Tabla 5 Productos a base de sábila.....	56
Tabla 6 Inventario actualizado de recursos turísticos en la Cabecera parroquial Colonche	57
Tabla 7 Inventario actualizado de recursos turísticos naturales en la Cabecera parroquial Colonche	58
Tabla 8 Inventario de recursos complementarios de la Cabecera parroquial Colonche	58
Tabla 9 Transporte	82

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ubicación de la Parroquia Colonche.....	53
Gráfico 2 Recursos turísticos y oferta complementaria de la Cabecera Parroquial de Colonche.....	65
Gráfico 3 Recursos y atractivos turísticos de la Cabecera Parroquial de Colonche	66
Gráfico 4 Oferta complementaria de la Cabecera Parroquial de Colonche	67

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipo de atractivo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche .	68
Ilustración 2 Tipo de atractivo cultural de la Cabecera Parroquial de Colonche..	69
Ilustración 3 Tipo de atractivo natural de la Cabecera Parroquial de Colonche..	70
Ilustración 4 Estado de la conservación del suelo de la Cabecera Parroquial Colonche	71
Ilustración 5 Calidad del entorno de la Cabecera Parroquial de Colonche.....	72
Ilustración 6 Existencia de equipamiento turístico de la Parroquia Colonche.....	73
Ilustración 7 Señalización de la Cabecera Parroquial de Colonche.....	74
Ilustración 8 Nivel de afluencia de la Cabecera Parroquial de Colonche	75
Ilustración 9 Período de visitas la Cabecera Parroquial de Colonche.....	76
Ilustración 10 Facilidades para personas con discapacidades de la Cabecera Parroquial de Colonche	77
Ilustración 11 Tipo de transporte de la Cabecera Parroquial de Colonche	78
Ilustración 12 Potenciales actividades turísticas a desarrollar en la Cabecera Parroquial de Colonche	79
Ilustración 13 Tipos de servicios turísticos de la Cabecera Parroquial de Colonche	80
Ilustración 14 Tipos de servicios complementarios de la Cabecera Parroquial de Colonche	81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Entrevista al Presidente de la Junta Parroquial de Colonche	99
Anexo 2 Entrevista a la secretaria de la Junta Parroquial de Colonche	100
Anexo 3 Entrevista a la propietaria de la Hostería Emanuel.	101
Anexo 4 Entrevista a un poblador de la Parroquia Colonche	102
Anexo 5 Matriz de Operacionalización.....	103
Anexo 6 Matriz de Consistencia	104
Anexo 7 Evidencias de la aplicación de las entrevistas	105

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema

Al hablar de turismo es preciso mencionar que fue precisamente a inicios del siglo XVI hasta el siglo XIX, en donde se establecieron las bases para el turismo moderno, durante este tiempo aparecen los factores capaces de impulsar a la actividad turística, dichos factores y/o elementos surgen apoyados en la prosperidad, el tiempo libre, los nuevos gustos y preferencias de las personas, en consecuencia a finales del siglo XVIII nacieron las nuevas tendencias y descubrimientos científicos, los mismos que lograron mostrar la importancia del turismo a nivel mundial, después de este periodo se propagó sobre el impacto de las actividades turísticas, tiempo libre y recreación en la salud de los individuos.

Por consiguiente, a finales del siglo XVIII y durante la primera mitad del XIX, la Revolución Industrial marcó precedentes en la transformación económica y social dentro del desarrollo del fenómeno turístico, en esta evolución jugaron papeles importantes los cambios y avances tecnológicos puesto que, estos permitieron el progreso de las comunicaciones, así mismo se logró mejorar el transporte, lo que influyó directamente en el incremento en la cantidad de viajes de placer de una nueva clase social prósperas con gustos y necesidades diferentes (Acerenza, 2001).

Además, convencionalmente se concibe al turismo como un sistema compuesto por un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones generados por los

desplazamientos humanos, en la que está representados por los atributos y las demás actividades de servicios de transporte, alojamiento, comunicación, restauración y demás servicios auxiliares que es el sistema de ofertas turísticas como alternativas capaces de atraer turistas y satisfacer las necesidades de ellos sean esos temporales o permanentes, es decir que los productos turísticos catalogados como sistemas que están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores en infraestructura de alojamiento, transporte entre otros.

El turismo en la actualidad considerado como un fenómeno socio-económico, que impacta e influye de gran manera en el desarrollo cultural y en las riquezas que poseen los pueblos, en la que también se da la socialización de humanos para el intercambio de culturas, conocimientos, tradiciones, aventuras, experiencias, idiomas entre otras. En la que además la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, considera al turismo como el desarrollo de las actividades que realizan los turistas, durante los viajes y estancias en lugares diferentes al de su entorno tradicional, por el lapso de un tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de recreación, ocio, negocios u otras motivaciones.

La oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y período determinado, el producto turístico es el más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos (Boullón, 2003).

Sin embargo, para Díaz & Ramírez (2006) en la que considera la dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos.

En la actualidad se ha desarrollado un pensamiento del producto turístico que va de acuerdo con las perspectivas de las experiencias del turista desde y durante su desplazamiento, en el lugar del destino hasta que retorna, de esta forma, el turista define al producto turístico desde el perfil psico-sociológico, un sistema de demanda que está vinculado a las necesidades, exigencias, emociones y percepciones de los viajeros.

En lo que respecta a la oferta turística considerada como el conjunto de bienes y servicios, tanto de recursos e infraestructuras que están de forma ordenada y estructurada disponibles para el mercado en la que puede ser utilizado o consumido por los turistas, por lo tanto la actividad turística, de acuerdo a su planificación esta puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza con la finalidad de construir mejores estilos de vida, sin embargo, tiene el potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, en la que da la oportunidad de forjarse otras actividades de oportunidades tales como: el empleo, impulso de la agricultura, artesanía, etc. A nivel internacional, el turismo según la Organización Mundial del

Turismo - OMT (2018) indica que representa el 39% de las exportaciones mundiales y más del 75% en los países menos desarrollados.

En el Ecuador, la actividad turística es uno de los ejes primordiales proyectados en los planes de desarrollo, pretendiendo que la economía del país no dependa en gran medida del rubro petrolero, esto debido a que existen iniciativas que poseen mayor potencial con respecto a los atractivos que poseen las regiones y sectores que cuentan con estructuras sociales y básicas para poder desplegar el turismo dando lugar al desarrollo económico y social de la localidad (PLANDETUR, 2008).

La cabecera parroquial de Colonche, es una comunidad que pertenece al Cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre, cuenta con 1200 habitantes aproximadamente, según INEC (2010) y limita al norte con la Comuna Manantial de Colonche, al sur el Río Javita, al este la comuna San Marcos y al oeste la comuna de Palmar y Jambelí. El 80% de los pobladores se dedican a actividades productivas como la agricultura de cultivos de ciclo corto y también se dedican al comercio. Mientras que sus pobladores son caracterizados por ser hospitalarios con los demás.

De tal forma se ha observado que el turismo en esta zona no se ha desarrollado de manera correcta, a pesar de contar con recursos como La Iglesia Santa Catalina, considerada como patrimonio cultural, la misma que es visitada por turistas nacionales y extranjeros motivados por la devoción a la religión, la inexistencia de la actividad artesanal, poco apoyo a las realizaciones de actividades de tradiciones

y costumbres de la localidad, además no existen lugares para pernoctar, para que se proyecte como una alternativa turística, es fundamental el uso de los recursos que posee de un manera adecuada, lo cual impacta de manera negativa porque no se ha aprovechado todo su potencial de forma especial en lo cultural y tradicional de manera correcta, por lo que es importante que se estudie si esta localidad cumple con las características para ofertarse turísticamente.

Por lo tanto, la problemática del presente estudio se presenta a través de la siguiente interrogante ¿Cómo influye la oferta turística en el desarrollo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche? Mientras que la sistematización está comprendida de la siguiente manera: ¿Cuáles son las teorías que permiten comprender la oferta turística?, ¿Cuáles son los elementos que inciden en el desarrollo turístico? y ¿Cómo la oferta turística de la Cabecera Parroquial de Colonche atrae visitantes?

Objetivo general

Determinar la oferta turística mediante un diagnóstico situacional enfocados en propuestas de iniciativas de fortalecimiento del desarrollo de la actividad en la Cabecera Parroquial Colonche.

Objetivos específicos

- Determinar las bases teóricas que permitan comprender sobre la dinámica de la oferta turística.

- Inventariar la oferta turística de la Cabecera Parroquial de Colonche, utilizando herramientas de Sistema de Información Geográfica.
- Contrastar la oferta turística de la Cabecera Parroquial de Colonche con elementos de sostenibilidad que deben presentar los destinos turísticos.

Justificación del proyecto

Justificación teórica

Es importante destacar que la investigación se desarrolla en base al estado integrado de todos los elementos turísticos para el análisis de la oferta turística, de manera que es necesario ampliar conocimientos por diferentes autores. Entre las principales teorías se exponen lo que es necesario para brindar una oferta turística, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran la localidad y que a partir del estudio se pueda propiciar un acondicionamiento necesario que permita ofertar de manera adecuada, adicionalmente se presenta el estudio de investigaciones previas relacionadas al objeto de estudio en la revisión de la Literatura como base para el seguimiento de la investigación durante el proceso investigativo.

De tal manera que, la justificación nace debido a que se vive en la sociedad de la información, en la que la competencia siempre está ofertando e innovando acorde a los cambios que se dan, evidentemente, existen ciertos lugares que gozan de tener atractivos de manera naturales como lo es Colonche, por lo que es necesario extraer información para verificar si la parroquia en estudio puede ofertarse turísticamente, la importancia de ofrecer a los visitantes los recursos necesarios para su mayor

comodidad y entretenimiento, sobre todo para que un servicio turístico se convierta en una oferta turística es necesario que las personas sepan que existe y que la clave en la decisión de un turista que visita un destino es la imagen del destino además la suma de todos los servicios que oferten. Por lo que es de gran importancia conocer e indagar a profundidad para que la Parroquia de Colonche se proyecte de manera adecuada.

La presente investigación se convierte en una herramienta de gran utilidad debido a que se convierte en un referente de información turística propia tanto para la comunidad y de la provincia, en la que da paso al desarrollo del Turismo Cultural, resaltando la importancia del recurso patrimonial. Además, que el turismo cultural se convierte en un pilar fundamental en el desarrollo social y económico de la comuna.

La investigación es de tipo exploratoria, puesto que pretende analizar la Parroquia Colonche a partir de la oferta turística, así mismo se emplearán técnicas y herramientas de recopilación de datos necesarios para el bosquejo de información en el contexto señalado, los métodos a utilizarse son cuantitativo y deductivo, por las características del tema a investigar.

Justificación legal

Para establecer la factibilidad del proyecto en cuanto al análisis de la oferta turística, se debe considerar las bases legales que propician las situaciones de las necesidades,

de allí es que se considera el marco legal correspondiente: la Constitución Política del Ecuador (2008), Código de Ordenamiento Territorial Autónomo y Descentralización, Ley de Turismo (2014), Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021) y el PLANDETUR 2030.

Por lo tanto, el trabajo de investigación está compuesto en tres capítulos que se detalla a continuación:

El primer capítulo hace referencia al tema comprendido en la introducción, antecedentes, planteamiento y formulación del problema, objetivos y justificación, además hace énfasis a lo que corresponde al marco referencial, teórico, fundamentos y marco legal.

En el segundo capítulo se menciona, la metodología del trabajo de investigación comprendido en el tipo de investigación, métodos y diseños de la investigación, desarrollando el trabajo con evidencias concretas.

El tercer capítulo se especifica los resultados de la entrevista y del inventario georeferenciada mediante gis en cada uno de los recursos, se desarrollan también los resultados, limitaciones, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

La Oferta Turística refiere al conjunto de bienes y servicios que tienen la capacidad de satisfacer las necesidades de los visitantes a través de los productos y atractivos turísticos con los que cuenta un sector o región, dicho en otras palabras, la oferta turística de un atractivo tiene como objetivo de cubrir las necesidades y/o expectativas de la demanda ya sean visitantes locales, nacionales y extranjeros. En este contexto el autor León (2017) menciona que la oferta turística debe cumplir las consideraciones en cuanto a lo que ofrece, para esto se debe identificar las características de los atractivos, las dimensiones de servicio y por supuesto, las expectativas de los usuarios.

1.1 Revisión de la Literatura

El Grupo de investigación en Economía Regional GIER (2016) de la Universidad de Cuenca, en su investigación “*Estudio de demanda y oferta turística en la Ciudad de Cuenca*” evalúa la percepción del turista referente a la superestructura e infraestructura turística aplicando una metodología con la elaboración de encuestas dirigidas a turistas tanto nacionales como extranjeros que se encontraban alojados en algún hotel de la ciudad y aquellos que llegaron al terminal y aeropuerto una vez que dejaron el transporte. En la que tuvo como resultado importante que un destino cuente con los recursos necesarios para mejorar la complacencia de los turistas

además de lo importante que es contar con la estructura hotelera para que el turista se sienta cómodo.

Considerando el proyecto de investigación realizado por Porras (2010), titulado “*Estudio de la oferta y la demanda turística en el Barranca de la Valltorta, Castellón*” con el objetivo de detectar los elementos potenciales del destino, así como sus deficiencias para reorientar el aprovechamiento de los mismos, mediante una metodología en 4 fases de revisión bibliográfica, estudio del destino, análisis del destino y revisión de documentos, teniendo como resultados que Valltorta es una zona muy rica en cuanto a recursos por lo que con una buena planificación turística y una adecuada estrategia de comercialización podría llegar a convertirse en un destino turístico de éxito.

El trabajo de investigación de Encarnación & Enríquez (2015), titulado “*Inventario de atractivos turísticos como elemento base para la diversificación de la oferta turística de Imbabura*” identifica que aplicar un inventario de atractivos turísticos y resalta la importancia que tiene este proceso en la identificación de la oferta turística del territorio permitiendo ubicar la oferta turística de acuerdo con los destinos. Utilizando los métodos analítico-sintético, método histórico-lógico y el deductivo e inductivo, los resultados fueron que el Cantón Urcuquí cuenta con el gran potencial turístico tanto natural como cultural, gracias a la excelente ubicación geográfica, además se exponen nuevos atractivos turísticos los cuales son

gestionados de manera oportuna y eficientemente contribuyen a dinamizar la oferta turística de la provincia.

En lo que respecta al trabajo elaborado por Baños (1998), *“La oferta turística complementaria en los destinos turísticos Alicatinos: Implicaciones territoriales y opciones de diversificación”* en España, identifica que las gestiones para mejorar la oferta turística aprueba desarrollar medidas de políticas turísticas que permitan la redefinición de los productos turísticos litorales, la metodología que se utilizó fue cuantitativa , tuvo como resultado que la progresiva incorporación de municipios a este tipo de desarrollo turístico que aprovecha la oferta instalada en los espacios litorales, tener principios de elaboración de inventario y evaluación de potencialidades de los recursos turísticos demuestra un carácter de actividad estratégica para impulsar el turismo.

En el trabajo de Canovas (2017), *“Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza”*, cuyo objetivo fue analizar las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza en el turismo Alt Emporá y su desarrollo territorial con el fin de establecer las bases de un nuevo modelo turístico de prácticas integral y sostenible, con una metodología realizado en el trabajo de campo. Los resultados muestran una demanda de perfiles heterogéneos y satisfechos con las prácticas de AFAN desarrolladas en Alt Emporá, a la vez que desde la óptica de la realidad de la oferta se confirma la insuficiencia

organizativa y estructural en el desarrollo de una política y estrategia integral por parte de los actores comarcales.

Para González (2019), “*El ecoturismo para la diversificación de la oferta turística de la Comuna Olón*”, la oferta turística se establece como procesos de gestiones que fortalecen los destinos en los sectores de la Comuna Olón, al proponer su desarrollo permitirá potenciar todos los ejes del atractivo turístico, la metodología utilizada es descriptiva, con herramientas de fichas de observación de los atractivos turísticos, con encuestas realizadas a la comunidad y turistas, cuyo resultado expresan la conformidad de los encuestados en que deben aprovechar los diferentes recursos turísticos de forma consciente respetando la naturaleza.

En el estudio realizado por Tapia & Rodríguez (2014), “*Análisis de la oferta y demanda turística microempresarial de las parroquias de la zona de Intag, Cantón Cotacachi, Imbabura*”, cuyo objetivo fue diseñar un catálogo de microemprendimiento turístico para mejorar la actividad turística de la zona Intag, se usó metodología de campo de carácter descriptiva documental con la utilización de entrevistas y encuestas dirigidas a la población y turistas. Los resultados demostraron que es factible desarrollar catálogos con información detallada sobre los servicios que ofertan las microempresas.

López & Borges (2012), en su trabajo “*Análisis de la oferta y demanda turística en Isla de Sal, Cabo Verde*”, determina que es importante establecer un análisis

comparativo entre la demanda y oferta de la oferta turística, razón que focaliza identificar las debilidades del sector, el objetivo es contribuir a la investigación del sector turístico en Cabo Verde con la finalidad de analizar y evaluar la situación de turismo en la Isla de Sal, a través de un estudio cuantitativo, basado en la realización de un trabajo de campo, que analiza tanto la demanda como la oferta turística, a través de encuestas, entrevistas y observación de campo. Se lograron resultados que demostraron el elevado nivel de satisfacción de los turistas, la necesidad de reforzar los vínculos entre el sector turístico y la propia comunidad local, y la elevada valoración por parte de los turistas a las playas, la restauración y la hospitalidad.

Vieytez (2004), en su trabajo *“Análisis de la oferta y demanda de turismo alternativo en la Mancomunidad La Montañona, departamento de Chalatenango, El Salvador*, determina que los procesos de análisis de la oferta y demanda en la Mancomunidad La Montañona deben ser propicios para identificar las debilidades y amenazas, para fortalecerlas; el objetivo fue determinar la oferta y la demanda en los municipios que conforman la Mancomunidad La Montañona, usando la metodología de levantamiento de información a través de un inventario turístico, recopilando información y fotografías. Los resultados fueron que este territorio cuenta con los recursos necesarios y que los turistas están dispuestos a visitar y pagar algún costo y de esta forma se da paso al desarrollo del turismo alternativo garantizando la sostenibilidad de las comunidades.

En el estudio Anchundia (2017), “*Análisis de la oferta y demanda del Museo Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico*”, se analiza cada uno de los componentes de la oferta y la demanda, con el fin de mejorar el producto turístico, se aplicó un enfoque mixto analítico-sintético, la observación, entrevistas y encuestas. Como resultado se conoció el perfil del turista y al mismo tiempo le permitió desarrollar actividades dirigidas a este mercado, de esta manera se puede establecer un plan de mejoramiento para potenciar esta parte que es un ícono en el turismo peninsular.

1.2 1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos

Oferta turística

Se define como el conjunto de bienes y servicios, es decir lo que conforma un producto que se ofrece al visitante o turista en un sitio determinado, para ser consumido, en la que se destaca el alojamiento y la restauración dentro de la actividad turística debido a que se considera que una persona pernocta por lo menos una noche en el destino turístico, el cual este debe satisfacer las necesidades básicas que son de descanso y alimentación (Boullón, 2000).

Además, se considera que es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura regulados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado con la finalidad para ser usado o consumido por los turistas (SEGITUR, 2018).

Por otra parte, la oferta turística es aquella que está formada por tres componentes básicos que son indispensables para el desarrollo del turismo de una localidad, los cuales pueden ser ofrecidos en el mercado a través de procesos de gestión en la que son desarrollados por los empresarios que hay en el lugar, por las municipalidades, comunidad, y por otros actores (Valadez G. & Conde P., 2011).

Características de la oferta turística

De acuerdo con Boullón (2006), la oferta turística reúne ciertas características tales como:

1. La producción de servicio que se realiza en un sitio geográficamente determinado el cual no pueden ser transportados. Pues los consumidores deben movilizarse a los lugares donde se producen estos servicios.
2. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados, como, por ejemplo: las playas, desiertos en los que pueden sufrir ciertos deterioros si no se cuida o protege de manera correcta.

El turismo en los actuales momentos forma parte de la comunidad por lo que es importante conocer las características, propuesto por Rodríguez (2013):

1. La comercialización de los servicios que se desarrollan en el lugar geográficamente determinados y que no pueden ser transportados.

2. Los recursos turísticos se destacan por los atractivos naturales y culturales los cuales son puesto en valor y explotados.
3. Los recursos turísticos naturales son inagotables, por lo que pueden sufrir daños o deterioros al no ser protegidos correctamente.

Componentes de la oferta turística

Quezada (2010) hace énfasis en que la oferta turística puede estar compuesta por 4 elementos esenciales que se detallan a continuación:

Recursos turísticos: entre estos recursos turísticos se pueden encontrar los siguientes:

1. Recursos naturales: que comprenden todas las condiciones ambientales y físicas de un territorio.
2. Recursos culturales: en estos recursos se encuentra las herencias de un pueblo como costumbres y tradiciones.
3. Recursos históricos monumentales: son las construcciones de valor artístico e histórico de los pueblos.

Planta turística: comprendido por los siguientes elementos:

1. Transporte: elemento muy importante en lo que respecta al turismo porque permite la accesibilidad y movilización de las personas, por tal motivo se

debe de satisfacer las necesidades de recreación, los medios de transporte que se consideran están los buses, barcos, aviones, trenes y automóviles.

2. **Alimentos:** es necesario tener lugares adecuados para poder ofertar la comida considerando los hoteles un buen lugar para poder hacerlo, también los diferentes restaurantes que ofrecen gourmet, comida rápida, de especialidades y de buffet.
3. **Alojamiento:** los distintos hoteles que hay en un lugar deben satisfacer las necesidades de los viajeros, el cual debe contar con todas las adecuaciones necesarias se puede clasificar de la siguiente manera: resorts, hoteles, moteles, apart-hoteles, hostales, pensiones, hotel boutique, camping, cabañas, bungalow, entre otros.
4. **Tours & actividades:** juega un papel importante donde las agencias de viajes sean estas mayoristas, minoristas, y tour operadoras, las mismas que tienen como objetivo ofrecer al turista la mejor alternativa, en lo que se refiere a alojamiento, alimentación, transporte entre otros factores, de tal forma que puedan hacer alianzas con otras empresas que ofrezcan los servicios antes mencionados pudiendo ofrecer paquetes turísticos.

Servicios de Apoyo: contar con este servicio es fundamental para los turistas, porque tiene la certeza de estar seguros en tenerlos en el lugar que se encuentran, entre los servicios se detalla la seguridad pública (policía), sanidad general, hospitales, bancos, farmacias, entre otros que son de gran utilidad para los visitantes residentes.

Infraestructura: Es el conjunto de servicios y obras, los cuales sirven para promover el desarrollo socio económico, además, de ser utilizados para impulsar la actividad económica en general.

En este punto, de acuerdo con Mincetur (2014) la oferta turística esta compuesta por los siguientes elementos:

1. Atractivo turístico
2. Patrimonio turístico
3. Producto turístico
4. Recursos turísticos
5. Planta turística
6. Equipamiento turístico
7. Infraestructura turística
8. Servicios complementarios

Pues estos componentes deberán estar plenamente integrados tanto en bienes y servicios de recursos e infraestructura que se encuentran a disposición en el mercado turístico para el consumo del turista o visitante.

Para Panoso (2012) la oferta turística se compone de 6 elementos que persiguen un objetivo en común entre las cuales se mencionan las siguientes:

1. Atractivos turísticos: se denomina aquellos lugares que despiertan interés en el turista todo ello gracias a las características tangibles y/o intangibles que destaca un destino.
2. Superestructura: se consideran a los prestadores de servicios relacionados con el turismo, estas pueden ser de orden público o privado y establecen políticas.
3. Infraestructura: es todo lo que comprende al conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios que requiere un lugar para el buen funcionamiento de un sector, ciudad, país o de cualquier organización, en este ítem se recalca que las vías se encuentren en buen estado para que el turista pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico.
4. Servicios: en esta categoría encontramos dos tipos de servicios los básicos como los hoteles, agencias de viajes y restaurantes y los servicios complementarios tales como los bancos, las casas de cambios o las gasolineras
5. La demanda: aquellos turistas que utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecerle.
6. La comunidad receptora: se trata de los habitantes que de forma directa (prestadores de servicios turísticos) o de forma indirecta (pobladores en general), mantienen contacto con los turistas.

Producto y servicios turísticos

Es el conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico, con la finalidad de resolver necesidades específicas de los viajeros, brindando experiencias turísticas de acuerdo con los recursos con lo que cuenta en lugar (Ramírez, 2006).

El producto turístico es aquel que se asemeja a un destino turístico de un territorio, esto depende de la escala de mercado en la que compite, dirigido de intereses especiales, un producto turístico puede constituir un destino turístico en sí mismo, la misma que puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos, el desarrollo es un proceso en que los bienes y servicios de un destino de forma particular se adaptan a las necesidades y expectativas del mercado (Organización Mundial de Turismo, 2013).

Alojamiento

Este servicio turístico que se le proporciona al turista está dividido en establecimientos de hospedaje tales como Hotelero y extra hotelero, en lo que se refiere al hotelero está compuesta por hoteles, hospederías y posadas; y extra-hotelero que abarca a los albergues, cabañas, bungalows y camping (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

El alojamiento está compuesto por:

1. **Hoteles:** esta categoría ofrece alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos sociales), además se dan por categorías como 5 a 1 estrellas, según el reglamento vigente en cada país siendo el 5 el que más beneficio ofrece y mejores servicios complementarios.
2. **Hoteles – apartamentos** ofrecen los servicios de un hotel pero que cuenta adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes, comprenden de 5 a 3 estrellas.
3. **Moteles:** aquellos que se encuentran en las carreteras o autopistas, además cuentan con entrada independiente desde el exterior al alojamiento en la que puede tener garaje individual o parqueo colectivo.
4. **Hostal o pensión:** cumplen con la función del hotel, pero no alcanza las condiciones mínimas para ser catalogados como tales pueden ser de 1 a 3 estrellas.

Según la Organización Mundial de Turismo (2013), entre los extra-hoteleros se encuentran los siguientes:

1. Campamentos que son terrenos de uso privado tales como caravanas móviles.

2. Casa de alojamiento comúnmente particulares, que prestan servicios en época alta, demanda turística el cual contribuye a ampliar la oferta turística.
3. Casas rurales son las habitaciones de la comunidad en las que son adaptadas para recibir a los turistas.
4. Apartamentos que han sido modificadas para permanencias largas.

Alimentación

Elemento básico en la oferta turística, que se divide en:

1. Familiar: comúnmente es aquella comida casera generalmente servido por sus propios dueños.
2. Monoproducto: es aquella que se caracteriza por ofrecer como especialidad un producto concreto como lo es: parrilla, pizzería, crepería, tortillería, restaurante temático, cibercafés.
3. Neorestauración: se refiere a la más reciente formula de restauración como es el catering, banqueting, vending, take-away, fast-food.

En lo que respecta a la alimentación se clasifica en restauración social y comercial siendo la comercial la más utilizada en el mercado turístico debido a que se realizan en lugares abiertos como restaurantes, mesones, pizzería, comida rápida, y que van influenciada por las costumbres de un lugar en específico de acuerdo con el estilo de vida de la localidad, con la finalidad de satisfacer las necesidades del turista y que también forma parte de la atracción turística.

Transporte

En lo que respecta al turismo este implica desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, lo que además en ciertas ocasiones se puede considerar como una atracción en sí misma, debido que la etapa “en ruta” forma parte de la experiencia turística (Boullón,2006).

Considerado aquel servicio que se les proporciona al turista y que implica remuneración económica, el transporte que facilita el desplazamiento turístico, con respecto al viaje ida y vuelta y los traslados subsidiarios durante ese tiempo y se divide en: aéreo (avión), terrestre (ómnibus y automóvil), ferroviario (ferrocarriles o trenes), náutico (deportivas de uso individual-canoas, lanchas, veleros y recreativos de uso colectivo-barcos y cruceros).

Actividades culturales

Se consideran a los diferentes sitios y expresiones culturales de un lugar, país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales o más recientes con restos arqueológicos, sitios históricos entre otros y que, por lo tanto, representa por ello una atracción en sí mismo. Además, abarca a las tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía que representa los caracteres únicos y diferentes de un pueblo (Barragán, 2004).

En lo que respecta a las actividades culturales en donde se incluyen diferentes manifestaciones creativas, como la música, el teatro, la danza o movimiento corporal y las artes visuales, mediales y literarias que se desarrolla en lugar o

destinos turísticos con la finalidad de intercambiar conocimientos culturales y de tradición, hoy en día la cultura se ha convertido en un importante catalizador del turismo (UNESCO, 2005).

Las actividades culturales son beneficiosas para una localidad que tiene una tradición de representaciones públicas locales tales como teatro, festivales, entre otros en las que dichas actividades llegan atraer a numerosas personas y la integración y participación de la comunidad con la finalidad de atraer a más turistas. (ONU, 2012).

Es decir, de acuerdo a los criterios de los autores referidos, las actividades culturales son de gran beneficio para la localidad o región, ya que propician la afluencia de turistas locales y extranjeros, lo que potencia el destino turístico y promueve la oferta turística, eso si depende de las estrategias que se apliquen en las actividades culturales para tener los resultados que se esperan.

Actividades deportivas

Las actividades deportivas motivadas por cuestiones de estéticas, de salud y de diversión, realizados en espacios públicos, actividades que se practica al aire libre, considerada como una de las razones para efectuar el viaje, en la que los destinos compiten por tener mejores eventos deportivos en que se considera al tenis, golf, motociclismo, ciclismo, maratones (Fernández, 2014).

La interacción que existe entre el turista y las actividades deportivas es cada vez más atractiva, sin embargo, también es atractiva para las agencias de viajes y hoteles

que incluyen en paquetes turísticos vacacionales, entre las cuales encontramos deportes de aventuras, deportes tecno-ecológicos, deportes en libertad, de naturaleza, salud y de aventura (Nogueras, 2010).

De acuerdo a lo referido por los autores, se considera entonces que las actividades deportivas promueven el desplazamiento de grupos de personas locales y extranjeras, mas bien, en estas actividades se debe comprometer a otras localidades para que participen en las competencias, de esa manera se tendría beneficios.

Actividades recreativas

El espacio es un elemento indispensable en lo que respecta a la dimensión geográfica para el desarrollo de las economías de ocio, donde se da las prácticas deportivas de naturaleza, comprende los viajes para el disfrute y recreación en un destino turístico, es decir se realiza el turismo convencional en la que los viajes tiene fines de descanso, de placer, de orden médico, de recreación y esparcimiento, conocer otros sitios, en fin vacacionar dirigidos a la satisfacción de los deseos y expectativas de los visitantes (Sánchez, 2014).

Las actividades recreativas esenciales para la sociedad, para el desarrollo y perfeccionamiento de la vida humana y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en general, que permiten motivar y provocar emociones, para el turista realizado en el tiempo libre elegidas por el turista que además le proporciona placer y desarrollo de la personalidad. Las que se realizan al aire libre, las de creación manual y artística, los espectáculos, las de tipo sociofamiliar, actividades de

relajación, deportivas, actividades recreativas lúdicas, las culturales participativas, entre otras (Mateo, 2009).

Naturaleza

Es el tipo de turismo de naturaleza que se da la actividad turística y que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente fomentando la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes en la que se realiza actividades recreativas de apreciación y conocimiento de naturaleza donde el turista interactúa con la misma sintiéndose motivado por pasar vacaciones siendo el componente fuerte la naturaleza (Flores, 2008).

Los espacios turísticos naturales están asociados al patrimonio natural con el que cuenta un territorio, representado por formaciones físicas, biológicas, geológicas, geomorfológicas y paisajistas excepcionales desde el punto de vista estético y científico, actividades como avistamiento de ballenas y aves, buceo, canopy, ciclismo, cabalgata, excursión, kayakismo, montañismo, observación de flora y fauna, turismo científico, entre otros en donde se resalta la responsabilidad de la conservación del patrimonio natural, sin embargo con todos estos factores se desarrolla el turismo de naturaleza, donde el motivo de viaje es la necesidad de acercamiento y disfrute de la naturaleza (Boullón, 2002).

Aventura

Se considera aquellos viajes motivados principalmente por la realización de deportes peligrosos y excitantes tales como: rafting, escalada, buceo, travesías,

montañeras entre otros en la que se desarrolla en ambientes naturales sobresalientes, por mera satisfacción personal y de convivencia social y se puede dar a nivel de grupos pequeños conformados por amigos y entre el público eminentemente joven (Eagles, 1995).

La aventura aquellas actividades que implican interacción con el medio ambiente natural en la que contiene elementos de riesgo aparente o real cuyo resultado, aunque incierto, además puede estar influenciado por el perfil del turista y otros motivos, con la necesidad de viajar de buscar una actividad de ocio y de aventura (Luque, 2006).

Atractivo turístico

Se considera como el conjunto de elementos tanto material y/o inmaterial que son aptos para ser transformados en un producto turístico, además que tenga la capacidad para influir en el proceso de la toma de decisiones del turista en la que provoca la visita por medio de flujos de desplazamientos desde el lugar de residencia habitual hacia un determinado lugar, en la que se transforma en un destino turístico (SEGITTUR, 2012).

También se considera que es todo lugar, objeto o acontecimiento de gran interés turístico. El atractivo turístico es aquel lugar que cumple las características y elementos fundamentales para poder ser aprovechados turísticamente, este debe cumplir con ciertos parámetros que los turistas buscan al visitar un lugar como las actividades, entretenimiento, historia entre otros (MINTUR, 2008).

Patrimonio turístico

Se considera al conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que incitan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan (Rodríguez, 2013). El patrimonio y el turismo tienen la finalidad socioeconómicas, culturales y territoriales comunes, motivo por el cual deben ser conservados para el proceso y transformación en productos turísticos que son un estímulo para la revitalización de la identidad cultural tanto a nivel nacional e internacional (Escudero, 2014).

Se puede considerar 4 aspectos fundamentales del patrimonio tales como:

- 1. Material:** tales como edificios, monumentos, objetos, ropa, obras de arte, libros, máquinas, ciudades históricas o yacimientos arqueológicos.
- 2. Inmaterial:** las prácticas, representaciones, manifestaciones, conocimientos, habilidades y los instrumentos, objetos o espacios culturales que los acompañan, valiosos para las personas donde se incluyen las lenguas y las tradiciones orales, las artes escénicas, las prácticas sociales y la artesanía tradicional
- 3. Natural:** comprende el paisaje, la flora y la fauna.
- 4. Digital:** aquellos recursos creados en forma digital ejemplo arte o animación digital.

Es el conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales e inmateriales que existe en un lugar determinado y que además está a disposición del hombre, que incluyen entornos naturales y culturales, además abarca paisajes, sitios históricos, entornos construidos por tradiciones pasadas y presentes; conocimientos y experiencias vitales. De modo que el patrimonio turístico son los recursos con que cuenta un país o una región para poder desarrollarse turísticamente en un momento determinado (Moure, 2011).

Negocios

La actividad turística ha tenido notable importancia en los últimos tiempos, por el cual han surgido negocios que permiten el desarrollo económico, donde nacen los emprendimientos en base a las necesidades del mercado, estos negocios pueden ser de alojamiento turísticos, servicios de alimentos y bebidas, operación (operadores turísticos), de transporte turístico o de intermediación (Escuela de Organización Industrial - EOI, 2015).

Por otra parte, los negocios deben estar enmarcados a la actividad turística a desarrollar en la que debe legalizar de cómo va a operar, esto es a través de la constitución de la empresa como persona jurídica o como persona natural, por medio del SRI (RUC O RISE), Superintendencia de compañías y valores (Nombramiento de representante legal) y Registros Mercantiles (Escritura pública), además de contar con los elementos necesarios para el correcto funcionamiento (Ministerio de Turismo, 2018).

El turismo es una actividad económica en la que utiliza la fuerza humana de todas las edades, de ambos sexos y de diferentes niveles de especialización, el cual se convierte en un ente de valor social para el desarrollo económico de una localidad, sobre todo aquellos países que tienen potencial turístico.

Lugares de entretenimiento

El turista en la actualidad no solo busca donde hospedarse, sino que también exige entretenimiento, por lo que es importante la diversificación de actividades, donde se desarrollen una gama de actividades compatibles que incrementen la satisfacción del turista, el tiempo y los gastos en la que destacan las siguientes: los casinos, paseos en embarcaciones, campos de golf, actividades acuáticas, espectáculos, museos, sitios especiales, entre otros, es decir un conjunto de experiencias definidas por tendencias demográficas, culturales y tecnológicas que van acorde al perfil del turista (SECTUR, 1995).

Las actividades de ocio y entretenimiento se han convertido en una opción de viaje para los turistas para el descanso, donde buscan el desarrollo personal, una forma de usar el tiempo libre, en la que constituye una forma de recreación por ser una actividad fuera de rutina (Acerenza, 2013).

Guianza

En este punto contar con un guía profesional de turismo es trascendental, ya que el encargo de suministrar a los turistas información diversa, de interés y actualizada

sobre las historias, pasadas y presentes de los sitios visitados en la que también se incluyen las fiestas, tradiciones, costumbres y folclor, el guía se convierte en el portavoz de la imagen del centro receptor de una corriente turística. Por lo tanto, debe ser una persona capacitada con conocimientos amplios del mismo lugar sin olvidar que debe dominar varias lenguas, tener fluencia de palabra para poder transmitir los conocimientos a los visitantes y despertar interés en ellos (De La Torre, 2002).

Los recorridos deben contar con un guía, cada guía debe ser transformada como protección para el turista.

1. Guía acompañante: considerado también como guía correo, acompañante o guía de ruta, debe dominar el idioma a la perfección y es el responsable del desarrollo del viaje turístico.
2. Guía local: da la bienvenida al turista, los recibe y se encargan de dar información de los recursos turísticos de la localidad.
3. Guía de sitio: son aquellos que esperan al turista en un lugar destinado puede ser sitio arqueológico, edificio histórico, museo o cualquier otro atractivo en la que necesita explicación del lugar a visitar.
4. Transferista: aquel que solo se encarga de recoger al turista y luego otra persona se hace cargo hasta llegar al punto de origen.

5. Guías informadores: aquellos que informan del idioma nativo por lo que pueden conocer otros idiomas.
6. Guías intérpretes: aquellos que prestan servicios al visitante durante los recorridos.
7. Guías chofer: aquellos que tienen el ómnibus o automóvil además dan información al turista acerca del lugar visitado.
8. Guías conductores: los que siempre acompañan al turista, son los responsables de los recorridos tanto regionales, nacionales o internacionales.
9. Asistente: en destino aquel que ayuda al viajero a instalarse.

Las técnicas de Guianza facilita al guía de turismo crear estrategias encaminadas a el manejo y cumplimiento de los objetivos de una salida, viaje o excursión, donde el guía capacitado es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información, animación y aprovechamiento real del tiempo libre a los turistas tanto nacionales como extranjeros. Además de velar por la seguridad y bienestar de los turistas, brindado toda la colaboración necesaria y los servicios inherentes a la profesión del guía (Reglamento de Guianza Turística, 2016).

Operadoras turísticas

Se consideran aquellas empresas y organismos cuya función es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda, entre las cuales se puede considerar a las

agencias de viajes, las compañías de transporte y aquellos organismos públicos y privados que por medio de la labor turística realizan o son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (Leusur, 2008).

Las operadoras turísticas aquellas que participan en la actividad turística, comúnmente son los intermediarios entre el consumidor final, es decir el turista y la demanda turística; y el producto turístico es decir el bien o servicio, destino turístico; donde también extiende los servicios de la oferta complementaria como la restauración, hotel, alojamiento...etc., modalidades tales como mayoristas, minoristas, los grandes tours operators (Boullon, 1990).

Según la OMT (1998) en la que define que los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el turista, la demanda y el producto turísticos sea el bien o servicio o destino turístico, además puede extender la acción intermediadora al resto de la oferta complementaria donde incluye restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, entre otros. Por lo tanto, son los que diseñan, venden, promocionan, y distribuyen los productos y servicios turísticos, tales como: agencia de viajes, centrales de reservas, tour operadores, brokers y consorcios de turismo.

Paquetes turísticos

Es un producto que se comercializa de forma única, en la que contiene dos o más servicios de carácter turístico, tales como alojamiento, manutención y transporte,

por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta (Agustin, 2017).

Se considera a la forma integral en que se presenta la oferta turística, el objetivo de esta herramienta es tratar de facilitar la comercialización organizada del producto turístico para que el turista o viajero pueda tener facilidades a la hora de viajar. El paquete turístico de acuerdo con Olivar (2016) comprende de:

1. Traslado
2. Transporte
3. Alimentación
4. Tour y excursión

Además, el paquete turístico puede estar dado por el itinerario, el circuito turístico y el programa.

1. **El itinerario:** son los lugares para visitar secuencialmente durante los días que dura el programa de viaje, donde se detalla la hora de salida y llegada desde o hacia los destinos o lugares seleccionados.
2. **El circuito turístico:** son las series de rutas turísticas que involucran los puntos atractivos histórico, cultural, arqueológico, ecológico, etc. y los medios de transporte a usarse.

- 3. Programa turístico:** se detalla lo que se ofrecerá y las actividades que se realizarán durante el viaje día a día en la que se indica el horario, el programa debe ser cumplido estrictamente, en caso contrario el turista tiene el derecho de reclamar por el incumplimiento de lo contratado.

Sin embargo, también se considera al paquete turístico como el conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, tangibles o intangibles que son ofrecidos con el objeto de satisfacer los deseos y necesidades del turista que visitan un determinado lugar. Lo que está complementado por servicios adicionales como transporte, hospedaje, tours, etc., estos elementos debe ser de interés importante para los viajeros además de que cumplan con las exceptivas que ellos requieren, además de que desean conocer la naturaleza del lugar (Tierra, 2008).

Precios

Es lo que paga el turista por la suma de todos los servicios tanto de alojamiento, transporte, manutención y el disfrute o deleite de las actividades de ocio y recreativas durante el viaje.

El precio consiste en fijar un valor a un conjunto de productos que son complementarios, de tal forma que es el precio resulte inferior que la suma de los componentes separados, con el objetivo de incitar al consumidor a que compre el conjunto (Nicolau, 2010).

De acuerdo con los autores Kotler & Armstrong (2015), el precio es aquella cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por la adquisición de un

determinado servicio o producto, las variables son las siguientes: precios de listas, descuentos, complementos, periodo de pago, condiciones de crédito.

Como la oferta de plazas de alojamiento está limitada a corto plazo, un incremento fuerte de la demanda se traslada rápidamente a los precios, los precios relacionados con el turismo son las siguientes: la estacionalidad, la situación geográfica, la falta de competencia, la falta de información en los precios por parte de los turistas y los costos de las actividades que se desarrollan en las zonas más céntricas de los destinos turísticos.

Alianzas

Las alianzas estratégicas están íntimamente relacionadas con la creciente globalización de la economía que se ha dado en los últimos tiempos. Una Alianza estratégica es el tipo de alianza que elige un determinado grupo de empresas por entender que de esa manera pueden alcanzar determinados objetivos, considerados como estratégicos y compartidos por todas ellas en mayor o menor medida, con mayor facilidad (Ariño, 2018).

En lo que respecta a las alianzas existe la cooperación donde la competencia se ve sustituida entre las empresas debido a que crea vínculos con el mismo objetivo, es una unión voluntaria que permite unir fuerzas en común para lograr ventajas especiales que permitan estar en mejor situación competitiva, se lo realiza de manera voluntaria, duradera y organizadas entre las personas y/o empresas (Kotler, 2015).

Para poder realizar una buena alianza es necesario analizar la oferta turística complementaria de la zona además de los perfiles de los candidatos el cual podrían ser potenciales socios en el desarrollo tanto económico como turístico, dichas alianzas pueden aportar actividades que hagan del destino una experiencia única, que ponen en valor y ofrecen recurso y productos propios del lugar lo que permitirá un mayor atractivo del propio destino y aumentar el gasto de los visitantes e inclusive ayudar a romper la estacionalidad turística con atractivos paquetes turísticos fuera de temporada que sean atractivos para los turistas (López, 2017).

Turista

Turista es aquella persona que hace una o más excursiones, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares de interés, paisajes, etc. Cuya duración de viaje debe ser superior a 24 horas y menor a 6 meses (Quesada, 2010).

Un turista es un visitante que viaja con la condición de que debe pernoctar en el destino visitado por lo menos 24 horas, cuyos motivos sean personales, profesionales o de negocios, en la que viaja temporalmente y regresa a su lugar de origen o residencia permanente (OMT, 2018).

1. Turista: es aquel visitante que pernocta en el destino visitado por más de 24 horas en el lugar.
2. Excursionistas o visitantes del día: se considera a todo visitante que no pernocta en el lugar o país visitado.

1.3 Fundamentos Sociales

Es importante identificar los procesos en que la gestión turística se activa y que para ello se valen con la oferta turística, además tienen un impacto positivo en cuanto al ofrecer los atractivos turísticos, más aun, cuando en los momentos de ofertar sus escenarios son culturales, y eso enriquece las formas de expresar una cultura y una costumbre que conlleva a informar a los extranjeros sobre un lugar específico.

Moragues (2006) refiere que el impacto social al momento de acceder a un atractivo turístico es muy positivo, dado a que la sociedad siempre tiene la actitud de experimentar cosas y momentos nuevos, y es más, que esas experiencias sean gratas y satisfactorias, lo que provoca que haya un referente de calidad.

Cabe recalcar, que la sociedad siempre va a estar involucrada como actores participantes en cuanto a ofrecer un producto o servicio se refiere, por ende, es relevante, considerar que solo si la sociedad acepta puede recomendar, y esa oportunidad es la que las autoridades deben aprovechar para ofertar los destinos turísticos de la Parroquia Colonche.

1.4 Fundamentos psicológicos

Ahora bien, la Psicología no ha definido conceptualmente al turismo como tal, pero ha contribuido enormemente a dar respuesta a otra de las grandes interrogantes que es “por qué viaja la gente por razones distintas a la de los viajes de negocios, o por motivos no relacionados con aspectos culturales, el descanso, el placer, o la

recreación, propios de los viajes vacacionales”, al explicar los factores psicológicos y sociales que influyen en las motivaciones y las decisiones de viajes, así como en el comportamiento de los turistas.

Según Ricardo (2017) en la intención de impactar en la gente en cuanto a visitar un lugar atractivo y que eso sea motivo para desestresarse, siempre se debe de considerar en los factores intrínsecos que sitúan en que los procesos sean los adecuados, para ello, se debe establecer las estrategias y que tengan resultados favorables.

1.5 Fundamentos Legales

Ley de turismo

En la ley de turismo (2014) se establecen las políticas que tiene como objetivo regular a la actividad turística y de promocionar bajo un marco legal. Artículo 15: El Ministerio de Turismo del literal 9.- Tiene la facultad de crear estrategias de promoción que permitan el desarrollo de los destinos turísticos e incentivar a los servidores turísticos para que realicen las gestiones turísticas para fortalecer la gestión.

Código ético mundial para el turismo (aprobado por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo 1999)

Dentro del marco fundamental de referencia, para el turismo responsable y sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo, “Es un conjunto omnicomprendido de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico.” Está dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector.

El Código incluye principios como el respeto de los derechos humanos y el patrimonio cultural, la protección del medio ambiente y de las comunidades más vulnerables, así como conceptos tales como la inclusividad, la igualdad de género y la accesibilidad. Cubre además las responsabilidades de todos los agentes, y recomienda una forma de trabajar ética y sostenible que incluye el derecho al turismo, la libertad de desplazamiento de los turistas y los derechos de los asalariados y los profesionales.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes de desarrollo turístico del literal 6.- Expone la importancia de la comunicación y de los medios por el cual se transmite la información actual y fidedigna en relación con la promoción real de los destinos turísticos, considerándose como una alternativa para influenciar en los turistas a visitar un lugar.

Plan Toda Una Vida

Uno de los referentes para el fundamento legal del presente trabajo de titulación es el Plan Toda Una Vida implementado en el año 2017-2021 en el eje 3 Economía al servicio de la sociedad donde el objetivo 5 permite impulsar la competitividad para

el crecimiento económico sostenible de la sociedad, de la misma forma otro fundamento legal utilizado es el Plan de Desarrollo Turístico (MINTUR, 2007), el cual busca en uno de sus objetivos incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en el Ecuador, con un enfoque de sostenibilidad.

PLANDETUR 2030

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos

eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.

4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios.
5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socioeconómicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
6. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de investigación

El proyecto de investigación se basó en un estudio exploratorio, ya que no existen antecedentes de estudios similares en la Cabecera Parroquial de Colonche, además que permitió conocer con exactitud si esta localidad puede ofertarse turísticamente, por lo tanto, si cuenta con los elementos necesarios para promocionarse en el mercado turístico, de igual forma para conocimiento del tema, hubo ciertos requisitos tales como: un sondeo preliminar, o antecedentes generales, intentando ahondar en el problema por medio de diferentes herramientas de recolección de información.

Por lo tanto, la información fue recolectada en primer plano sobre la oferta turística, la recolección de datos fue a través de instrumentos de recopilación de información, en este caso las cuatro entrevistas dirigidas al presidente de la Junta Parroquial, a la secretaria, a la propietaria de la Hostería Emanuel y un poblador de la parroquia Colonche y fichas para la determinación del potencial turístico.

Además, el estudio es de tipo cualitativo, siendo de gran ayuda debido que a través de la información recopilada por medio de las diferentes herramientas se pudo obtener datos de fuentes confiables, sin embargo, fue necesario el respectivo análisis de forma ordenada y correcta de las respuestas lo que dio un resultado

relevante que permitió la explicación del comportamiento y opinión de la población a investigar.

2.2 Métodos de la investigación

Método Deductivo

Es de carácter deductivo porque partir del levantamiento de información con las diferentes herramientas detalladas más adelante permitió explicar la realidad, además accedió dar explicaciones fundadas en las leyes o teorías generales. Por lo tanto, las premisas están enmarcadas en las conclusiones que permitieron conocer acerca más de la oferta turística y conocer si Colonche puede ofertarse en mercado turístico.

2.3 Diseños de investigación

La investigación de tipo exploratorio se enfocó en entrevistas a 4 actores, el presidente de la Junta Parroquial, la secretaria, propietaria de la Hostería Emanuel y un poblador de la parroquia Colonche, dado que el instrumento de recolección de información fue la entrevista, aplicado de manera respectiva.

2.4 Instrumento de recolección de datos

Entrevista

Este tipo de herramienta permitió mantener un diálogo con la persona autorizada en este caso a las autoridades de la Parroquia, con preguntas que fueron

minuciosamente revisadas y aprobadas para la correcta aplicación en el campo de estudio.

Inventario de Oferta Turística

El inventario se desarrolló basado en la información proporcionada por el Ministerio de Turismo y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena, y verificada y georeferenciada mediante gis en cada uno de los recursos que posee la cabecera parroquial de Colonche.

Potencialidad turística

En análisis de potencialidad turística se basó en Boullón (2006) y a partir de ello se consideran los siguientes como factores fundamentales para lograr la potencialidad de un destino turístico:

1. Demanda
2. Oferta
3. Atractivo turístico
4. Patrimonio turístico
5. Producto turístico
6. Recursos turísticos
7. Planta turística
8. Equipamiento turístico
9. Infraestructura turística
10. Servicios complementarios

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Situación diagnóstica de la Cabecera Parroquial de Colonche

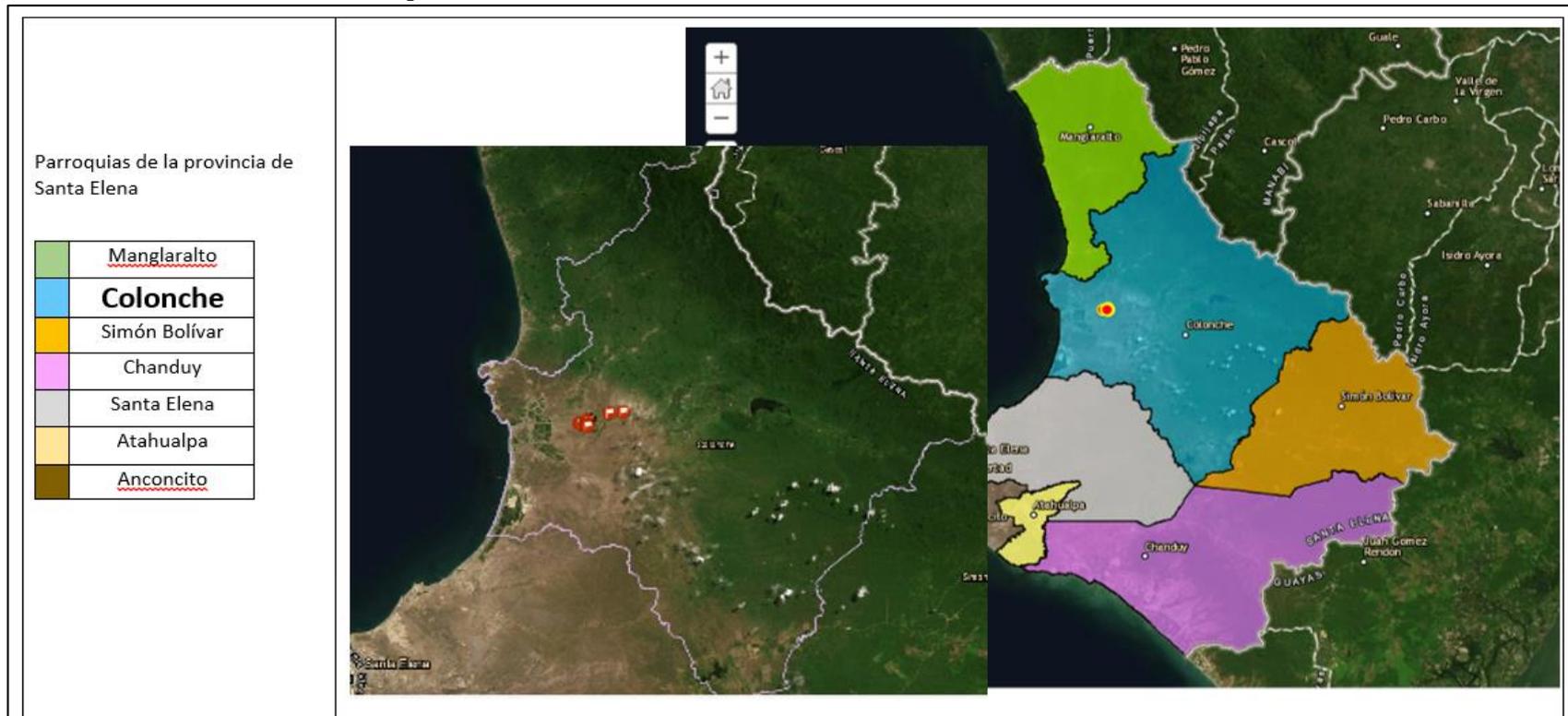
Colonche es una parroquia al interior de la Ruta del Spondylus, es conocida por su gran riqueza cultural de gran importancia para la Provincia de Santa Elena. La actividad turística no ha tenido la trascendencia para convertirse en un factor de desarrollo económico y social, dado a que no ha existido el dinamismo necesario para hacer de este territorio un escenario ícono de turismo, puerta de ingreso a la riqueza natural y cultural del interior representada por comunidades. Además de contribuir al conocimiento colectivo y a la difusión de valores culturales que se encuentran olvidados.

Actualmente la cabecera parroquial de Colonche es visitada por personas de la región costa en su mayoría, quienes impulsados por el catolicismo acuden a esta comunidad para conocer una de sus reliquias más importantes, la Iglesia Santa Catalina de Colonche, considerada Patrimonio Cultural por su riqueza histórica y arquitectónica.

Por ello, es visible la necesidad de generar un cambio que contribuya al desarrollo turístico, económico y social de la comunidad, pero que consista no solo en desarrollar y promocionar los recursos turísticos existentes, sino también explorar nuevos sitios, productos o servicios que puedan generar mayor demanda turística.

3.2 Ubicación geográfica de la Cabecera Parroquial de Colonche

Gráfico 1 Ubicación de la Parroquia Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Sus límites son:

Norte: Parroquia Manglaralto y cantón Pedro Pablo Gómez de la Provincia de Manabí.

Sur: Parroquias de Simón Bolívar y Santa Elena.

Este: Cantones Pedro Carbo de la provincia del Guayas y Cascol de Manabí.

Oeste: Océano Pacífico y parroquias de Manglaralto y Santa Elena.

3.3 Situación turística de la Cabecera Parroquial de Colonche

El estudio de campo se determinan varios recursos turísticos culturales, que constan en los catastros turístico del MINTUR, no obstante, esta es la base y el recurso que debe ser aprovechado y fortalecido para fines turísticos planificados, mismos que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1 Recursos culturales existentes según MINTUR

LISTADO DE LA OFERTA TURÍSTICA				
N.	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Iglesia Santa Catalina de Colonche.	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa
2	Museo Cacique Colonchis	Manifestación cultural	Históricas	Museos
3	Festividades patronales del Señor de las Aguas.	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Fiestas patronales
5	Productos a base de sábila	Manifestación cultural	Obras de arte y técnica	Artesanía.

Elaborado por: Erika Vásquez.

Como parte del inventario existente de los recursos de la cabecera parroquial, se resalta la tipología características principales del recurso.

Tabla 2 Atractivo: Iglesia Santa Catalina de Colonche

Nombre: Iglesia Santa Catalina de Colonche	
Tipo: Histórica	
Subtipo: Arquitectura religiosa	
Categoría: Manifestación cultural	
Descripción: La Iglesia de Santa Catalina de Colonche fue construida en totalmente en madera en el año 1700 aproximadamente, lo que la hace una de las más antiguas de la provincia de Santa Elena.	

Elaborado por: Erika Vásquez.

Tabla 3 Museo Cacique Colonchis

Nombre: Museo Cacique Colonchis	 
Tipo: Arquitectura religiosa	
Subtipo: Museo	
Categoría: Manifestación cultural histórica	
Descripción: En la iglesia Parroquial de Santa Catalina de Colonche se instaló el Museo, donde existe piezas arqueológicas, y restos humanos de los primeros habitantes de Colonche junto al retrato del Cacique de Colonche, donde remiten a los habitantes a su pasado prehispánico en medio de objetos de la parafernalia ritual católica, además cuenta con libros donde constan las inscripciones y actas de bautizo de los nativos.	

Elaborado por: Erika Vásquez.

Tabla 4 Festividades patronales del Señor de las Aguas

<p>Nombre: Festividades patronales del Señor de las Aguas</p>	
<p>Tipo: Acontecimientos programados</p>	
<p>Subtipo: Fiestas patronales</p>	
<p>Categoría: Manifestación cultural</p>	
<p>Descripción: Se estima que la devoción al Señor de las Aguas data de unos 300 años atrás, tiempo en el que se calcula se construyó también la primera iglesia de Colonche.</p>	

Elaborado por: Erika Vásquez.

Tabla 5 Productos a base de sábila

<p>Nombre: Productos a base de sábila</p>	
<p>Tipo: Obra de arte y técnica</p>	
<p>Subtipo: Artesanía</p>	
<p>Categoría: Manifestación cultural</p>	
<p>Descripción: En la zona montañosa de Colonche, Península Santa Elena, se cultiva sábila o "aloe vera barbadéncis miller" en tierras vírgenes sin ningún fertilizante para garantizar un crecimiento no acelerado de las plantas.</p>	

Elaborado por: Erika Vásquez.

3.4 Inventario de recursos complementarios en la cabecera de la parroquia Colonche

El estudio de campo arroja una serie de recursos que permiten actualizar el inventario y pudieren ser puestas en valor para el soporte de la planificación turística parroquial y su puesta en valor como parte de un producto de tipo cultural, basado en los atractivos existentes y posicionados en el mercado.

Tabla 6 Inventario actualizado de recursos turísticos en la Cabecera parroquial Colonche

Inventario de Recursos Culturales				
N.	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Iglesia Santa Catalina	Manifestación cultural	Histórica	Arquitectura religiosa
2	Museo Cacique Colonchis	Manifestación cultural histórica	Arquitectura/arqueología	Arquitectura civil
3	Cementerio General de Colonche	Manifestación cultural, tradicional e histórica	Épocas Ancestrales	Obras técnicas
4	Parque Central	Manifestación cultural	Histórica	Obras técnicas
5	Monumento del Día de la Madre	Manifestación tradicional	Histórica	Obra de arte

Elaborado por: Erika Vásquez.

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Tabla 7 Inventario actualizado de recursos turísticos naturales en la Cabecera parroquial Colonche

Inventario de Recursos Naturales				
N.	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Jardín Botánico Comunitario de Colonche	Especies naturales	Flora	Selva, bosque y arboles
2	Zoológico de aves rapaces	Especies animal	Fauna	Aves

Elaborado por: Erika Vásquez.

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Tabla 8 Inventario de recursos complementarios de la Cabecera parroquial Colonche

Inventario de Recursos Complementarios				
N.	Nombre del recurso	Categoría	Característica	Utilidad turística
1	Botiquín Aurorita	Salud/ Farmacia	Cuenta con una adecuada infraestructura para la atención de las personas, posee implementos de primeros auxilios, además de medicinas para las diferentes necesidades.	En caso de emergencia los turistas pueden encontrar remedios para quemaduras solares u otras necesidades o emergencias.
2	Plástico Hermanos Reyes	Bazar	Local que posee distintos materiales de plásticos, además de poseer artículos de bazar	El turista tiene diferentes necesidades y estos lugares también son indispensable de poder contar con algún artículo que requiera el turista en diferentes ocasiones

3	Minitienda Mi Pueblo	Ferretería/Minibazar	Local que posee diferentes herramientas que son indispensables para la construcción y necesidades del hogar	En caso de emergencia el turista puede acudir a estos lugares a adquirir el producto que necesite
4	Escuela de Educación Básica Presidente Lizardo García	Educación	Aprendizaje enseñanza.	En caso de que el turista desee radicar y tenga hijos puede optar por dicha institución
5	Asociación Agropecuaria Colonche	Negocios	Actividades de uso agrícola: cosechas o cultivos.	En caso de que el turista desee observar plantaciones o siembras de cultivo y distraerse de manera diferente
6	Mini bar y algo mas	Piqueos, alimentos y bebidas	Lugar que cuenta con diferentes tipos de bebidas y piqueo para gusto del turista o residente.	Después de un día de relax el turista puede degustar de bebidas de su preferencia para refrescarse
7	Pastelería Verónica	Degustación y bebidas	Ofrecen diferentes tipos de pasteles y panes para los diferentes tipos de gusto	El turista puede saborear los diferentes dulces o pastel para algún tipo de celebración o saborear luego de un descanso o simplemente para consentir el paladar
8	Centro de Salud Colonche	Salud	Atención a pacientes propios de la comuna y a los visitantes en caso de emergencia	El turista puede acudir en caso de sentir molestias o en caso de que la situación lo amerite

				en cuestiones de salud
9	Cancha deportiva Tiempo de Progreso	Entretenimiento	Práctica de deportes o actividades recreativas	El turista puede acceder a juegos deportivos de acuerdo a sus preferencias y disfrutar un momento sano.
10	Florería Santiago Mirabá	Bazar	Cuenta con detalles arreglos de flores para toda ocasión, además de tarjetas u obsequios.	El turista puede encontrar algún detalle para alguna ocasión especial.
11	Comercial Figueroa	MiniMarket	Variedad de productos de primera necesidad, productos enlatados y no perecibles u otras bebidas	En caso de alguna necesidad el turista puede acudir a estos lugares a adquirir el producto que necesite
12	Unidad Educativa San Alberto Magno	Educación	Aprendizaje enseñanza.	En caso de que el turista desee radicar y tenga hijos puede optar por dicha institución
13	Compañía de Bomberos	Emergencias	La seguridad en la actividad turística, servicio de primeros auxilios	Puede acudir en caso de necesitar ayuda en casos extremos o de suma emergencia que puede poner en peligro su integridad.
14	UPC	Seguridad	La seguridad en la actividad turística	En caso de que la vulnerabilidad del visitante se encuentre en riesgo o simplemente desee información el turista.

15	Taxi	Movilización	Traslado de un lugar a otro.	Es útil para el turista este servicio para poder movilizarse de manera segura y cómoda
16	Tienda la Casa del Agricultor	MiniMarket	Variedad de productos de primera necesidad, productos enlatados y no perecibles u otras bebidas	En caso de alguna necesidad el turista puede acudir a este lugar a adquirir el producto que necesite
17	Pastelería y panadería Bagú	Degustación y bebidas	Ofrecen diferentes tipos de pasteles y panes para los diferentes tipos de gusto y exigencias	El turista puede saborear los diferentes dulces o pastel para algún tipo de celebración o saborear luego de un descanso o simplemente para consentir el paladar
18	Mini Ferrería		Local que posee diferentes herramientas que son indispensable para la construcción y necesidades del hogar	En caso de emergencia el turista puede acudir a este lugar y adquirir el producto que necesite
19	Rancho Emmanuel	Hostería	Ofrece hospedaje, cuenta con habitación y todos los servicios básicos para la buena atención	El turista de acuerdo a su estancia puede requerir de la hospedería pernotar y descansar sin ningún tipo de inconveniente después de disfrutar de las bondades de Colonche
20	Washington Álvarez	Restaurante	Preparación de alimentos, platos típicos y jugos.	El turista luego de realizar diferentes actividades puede acudir a degustar de

				los platos tradicionales o alimentos de su preferencia.
--	--	--	--	--

Elaborado por: Erika Vásquez.

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Gráfico 2 Recursos turísticos y oferta complementaria de la Cabecera Parroquial de Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

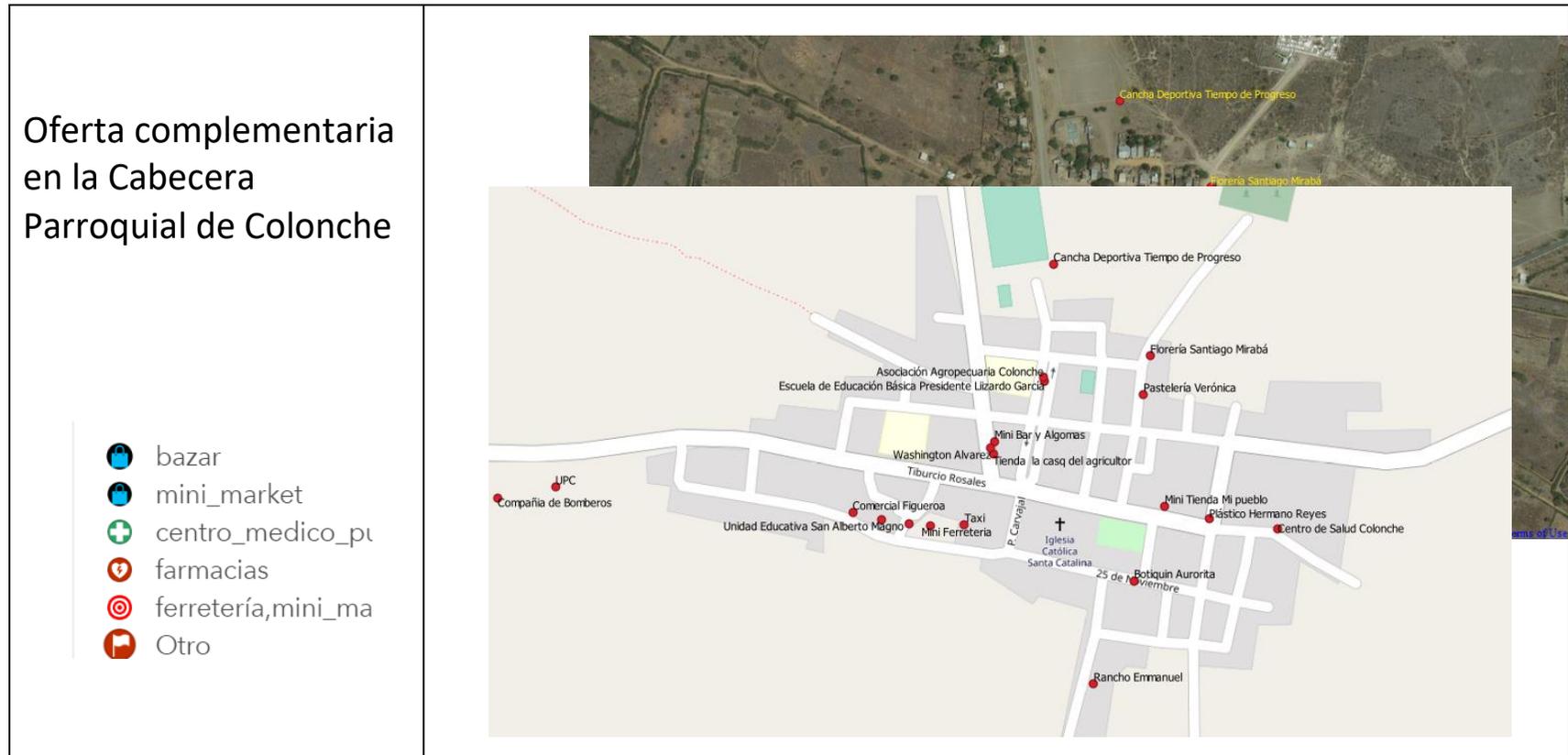
Gráfico 3 Recursos y atractivos turísticos de la Cabecera Parroquial de Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Gráfico 4 Oferta complementaria de la Cabecera Parroquial de Colonche



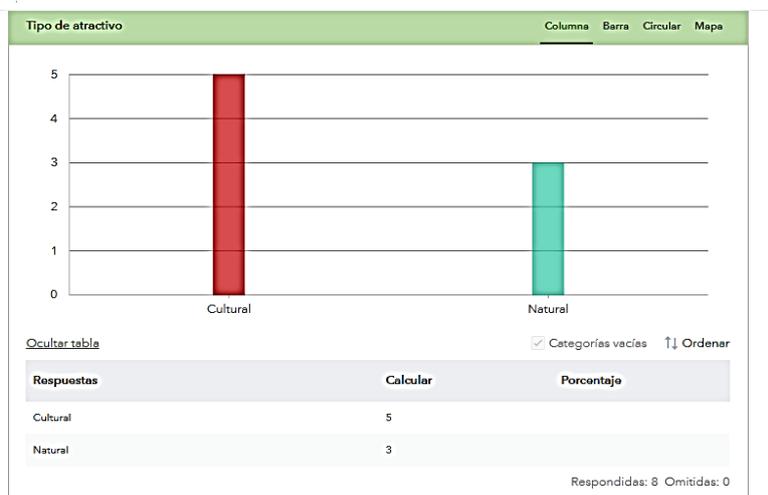
Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

3.5 Resultados del trabajo de campo

Para la obtención de la actualización del inventario de la Cabecera parroquial Colonche se utilizó la herramienta survey el cual permitió identificar y recabar información de suma importancia permitiendo conocer cuáles son los principales recursos con que cuenta esta parroquia y en el estado actual en que se encuentra tal como se puede evidenciar en las tablas siguientes.

Ilustración 1 Tipo de atractivo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche

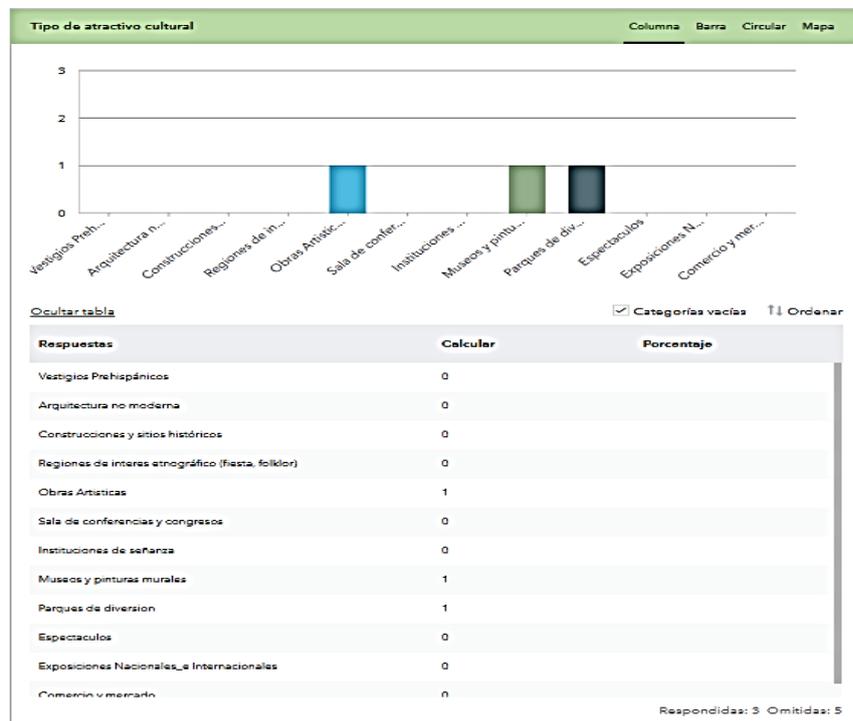


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

De acuerdo con la ilustración 1 se puede evidenciar que la Cabecera Parroquial Colonche posee más atractivos turísticos culturales que naturales, siendo uno de los potenciales que debe ser utilizado de forma consciente con mayor relevancia como destino turístico.

Ilustración 2 Tipo de atractivo cultural de la Cabecera Parroquial de Colonche

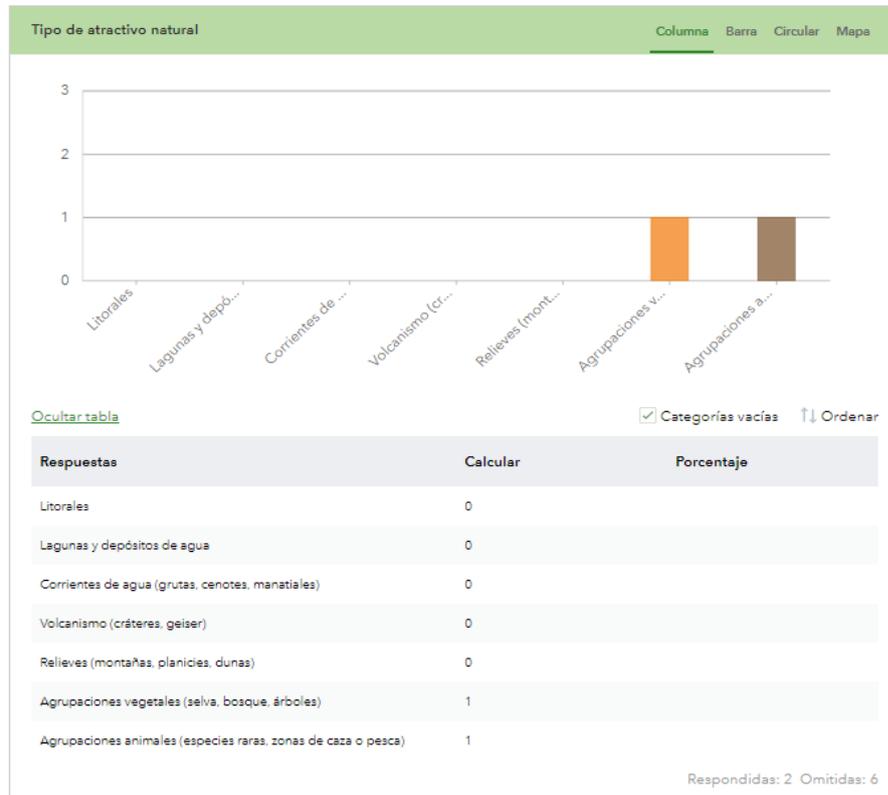


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

De acuerdo a la ilustración 2 se identifica que los tipos de atractivos turísticos culturales existentes dentro de la parroquia Colonche corresponden a Obra artísticas, Museos y pinturas y Parques de diversión.

Ilustración 3 Tipo de atractivo natural de la Cabecera Parroquial de Colonche

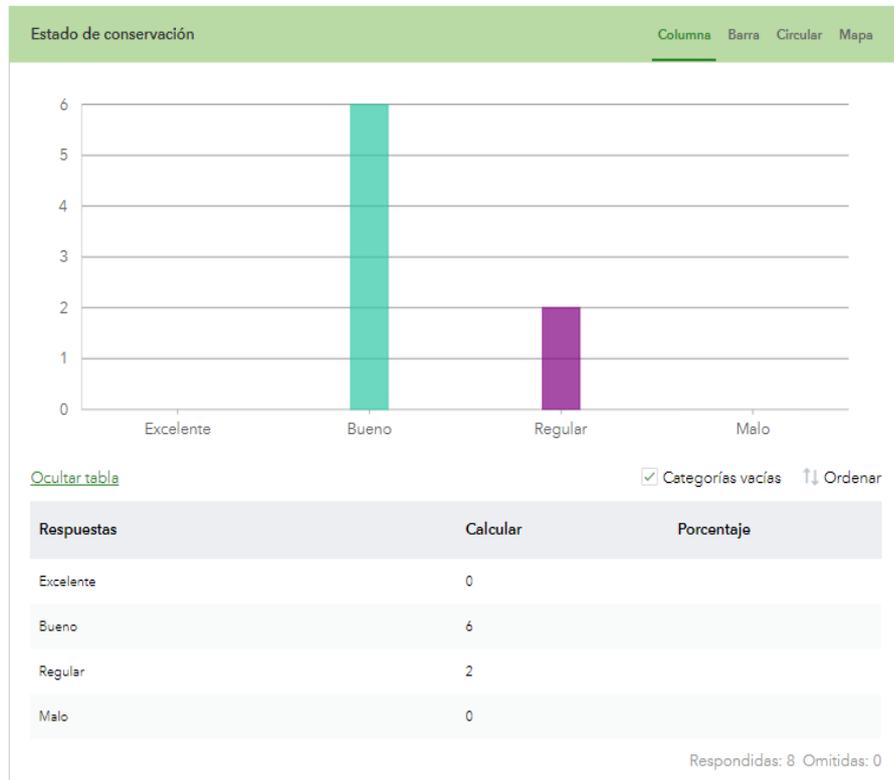


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

De acuerdo a la ilustración 3 se identifica que los tipos de atractivos turísticos naturales que caracterizan a la parroquia en estudio corresponden a Agrupaciones vegetales (selva, bosques y arboles) y Agrupaciones animales (especies raras, zonas de caza o pesca).

Ilustración 4 Estado de la conservación del suelo de la Cabecera Parroquial Colonche

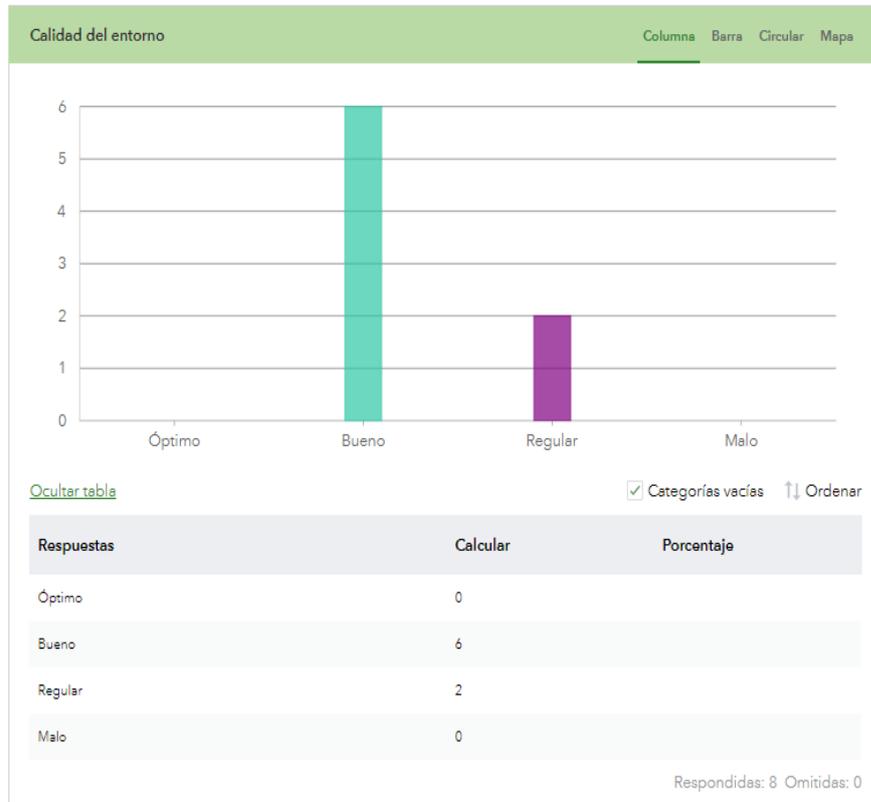


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

En relación con la ilustración 4 se observa que el estado de conservación de la Cabecera Parroquial de Colonche está en buenas condiciones.

Ilustración 5 Calidad del entorno de la Cabecera Parroquial de Colonche

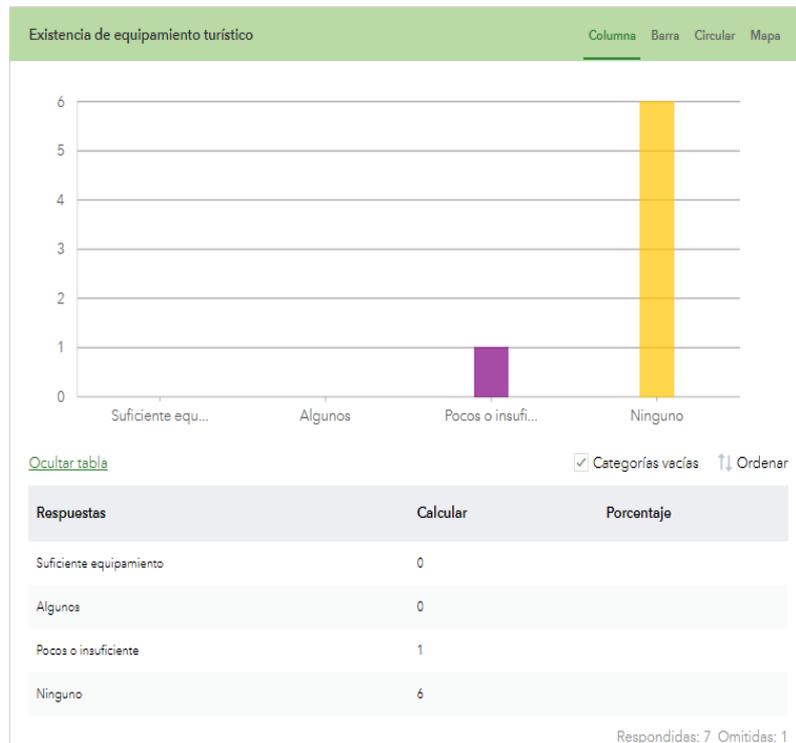


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

Con relación a la ilustración 5 se evidencia que es buena la calidad del entorno de la Cabecera Parroquial de Colonche.

Ilustración 6 Existencia de equipamiento turístico de la Parroquia Colonche

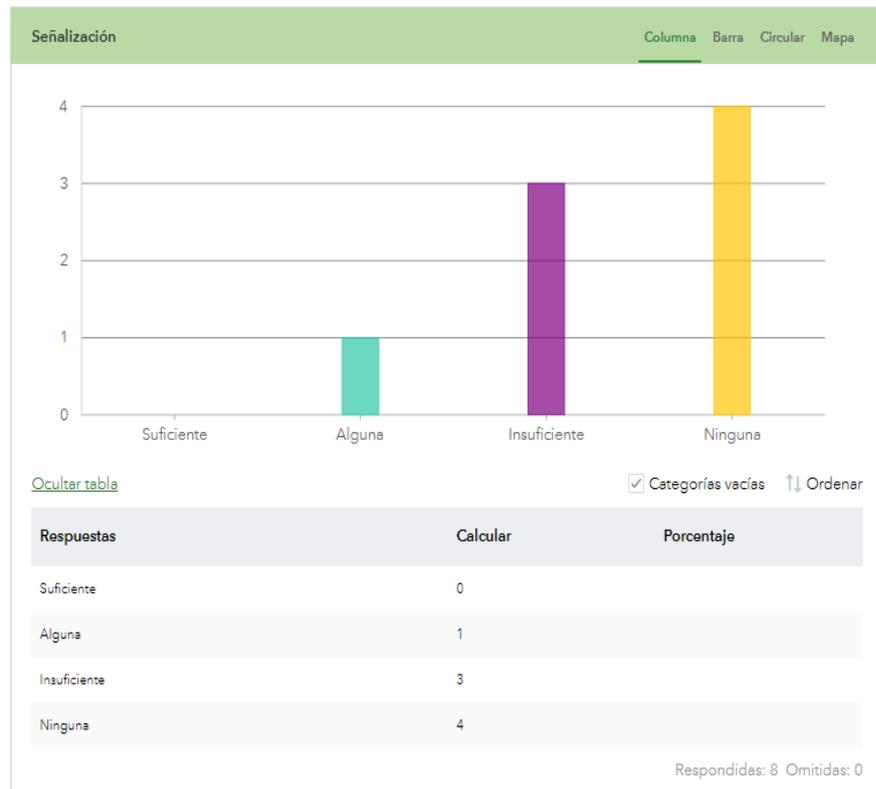


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

En relación a la ilustración 6 se constata que existe solo un equipamiento turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche

Ilustración 7 Señalización de la Cabecera Parroquial de Colonche

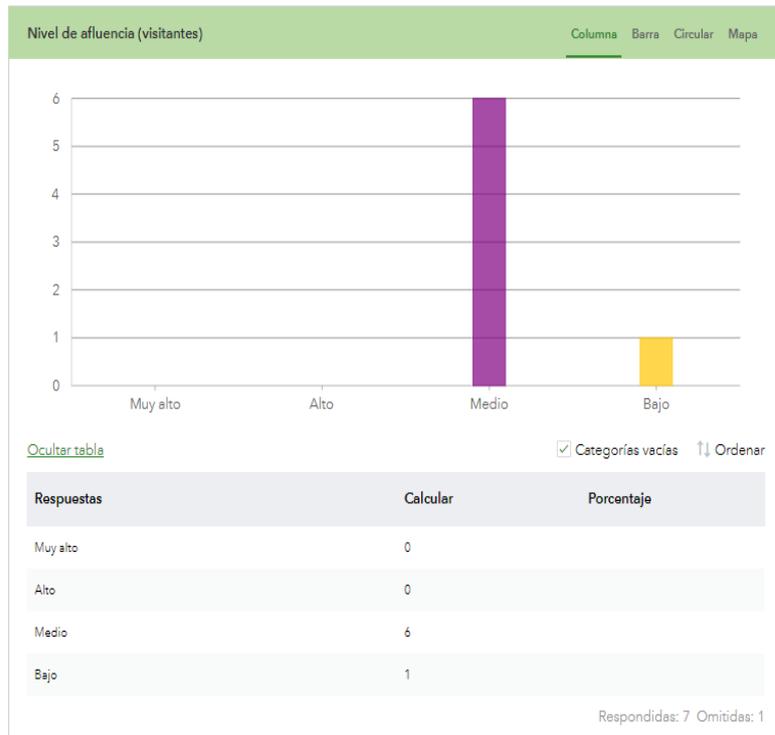


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 7 demuestra que la calidad en cuanto a señalética se refiere, donde es alta el aspecto de que no existe una buena señalización en las rutas a seguir.

Ilustración 8 Nivel de afluencia de la Cabecera Parroquial de Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 8 evidencia que el nivel de afluencia de los turistas es medio y bajo.

Ilustración 9 Período de visitas la Cabecera Parroquial de Colonche

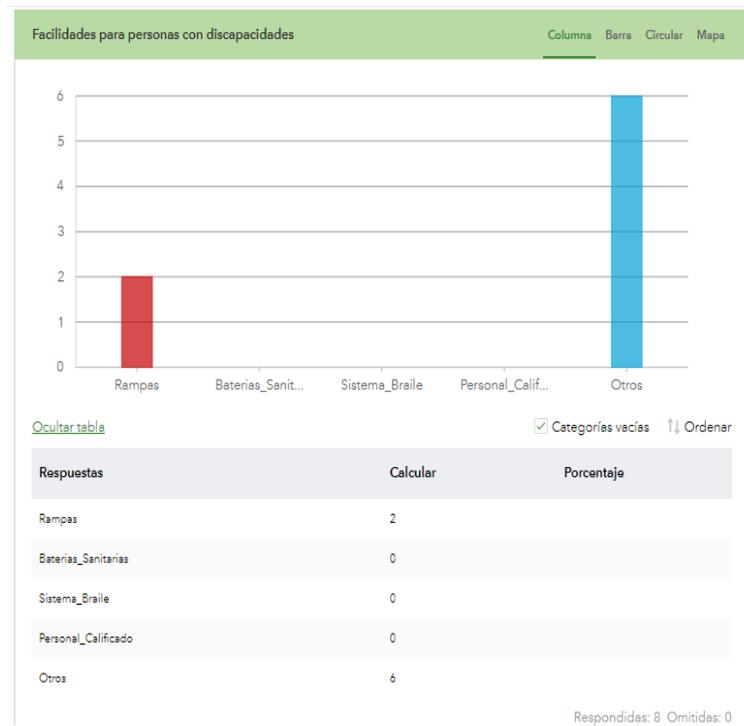


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 9 que el período de visita de los turistas es mayormente los fines de semana, y solo cuando hay eventos culturales como el aniversario de la parroquia es que concurren una vez al año.

Ilustración 10 Facilidades para personas con discapacidades de la Cabecera Parroquial de Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 10 se evidencia que solo existen rampas para las facilidades de acceso de las personas con discapacidad.

Ilustración 11 Tipo de transporte de la Cabecera Parroquial de Colonche

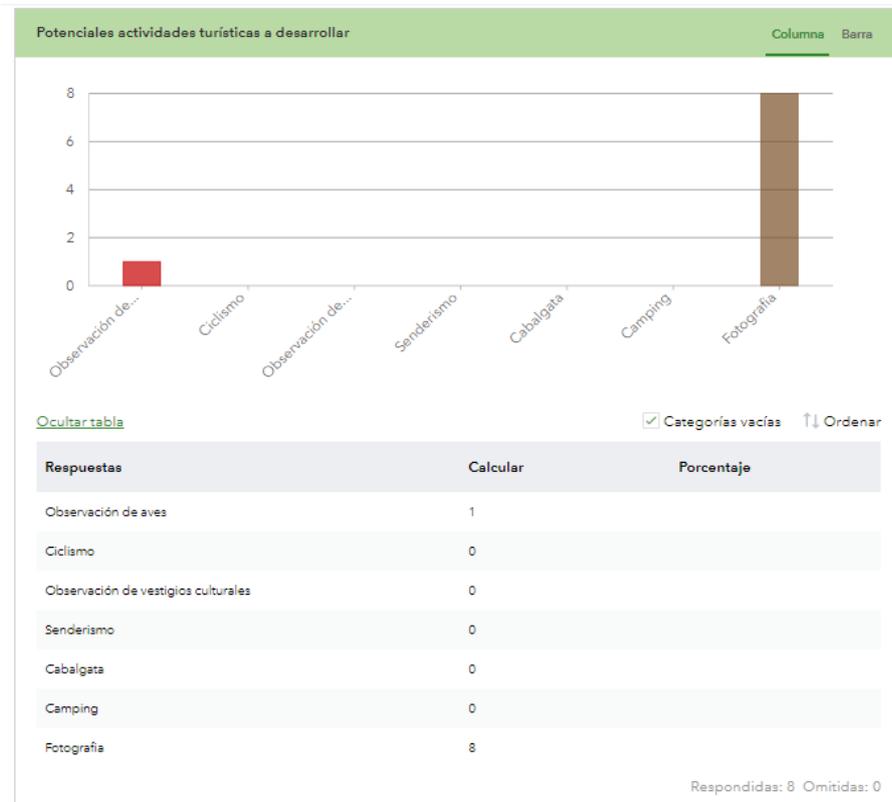


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 11 se observa el tipo de transporte que circula en la cabecera parroquial de Colonche, que en su mayoría son los automóviles, 4 x 4, micros y bicicletas.

Ilustración 12 Potenciales actividades turísticas a desarrollar en la Cabecera Parroquial de Colonche

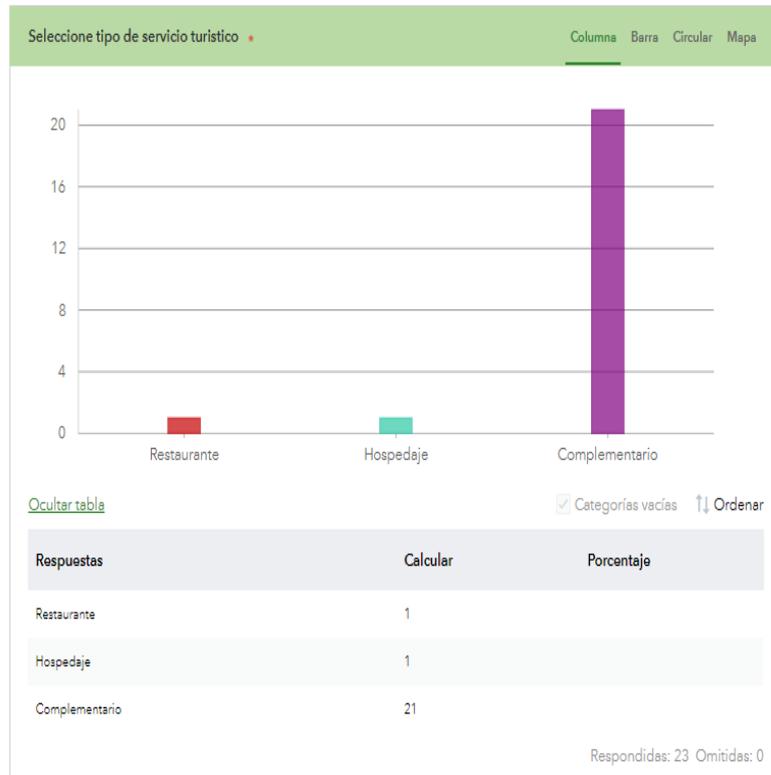


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 12 refiere los potenciales que se deben desarrollar para fortalecer la oferta turística, en este caso son las observaciones de aves y las fotografías.

Ilustración 13 Tipos de servicios turísticos de la Cabecera Parroquial de Colonche

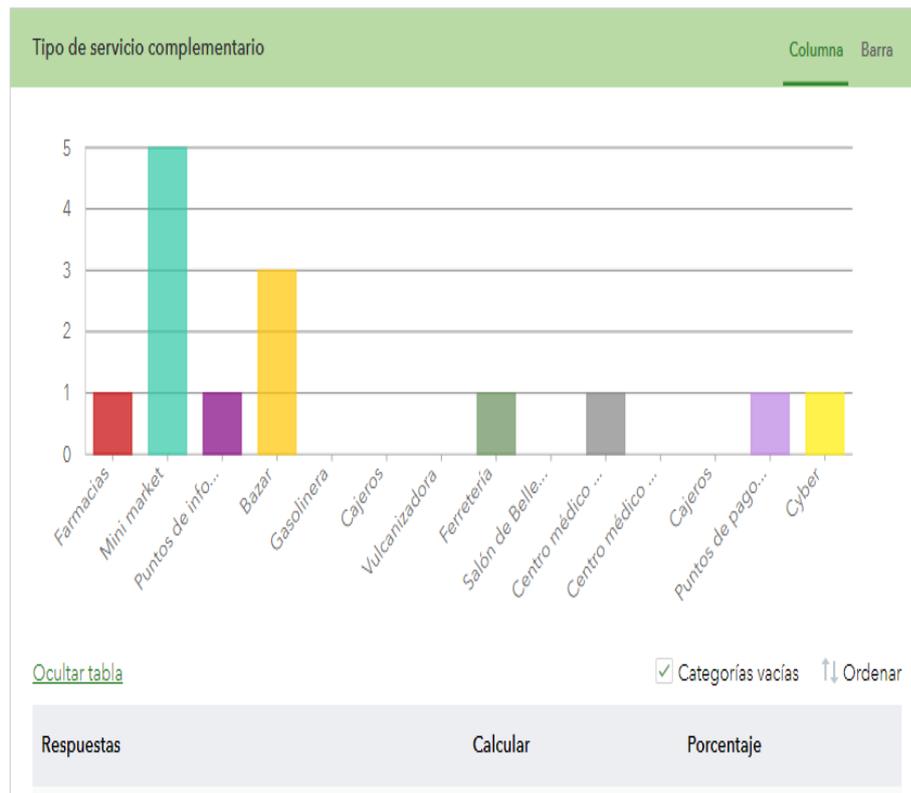


Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 13 evidencia los tipos de servicios turísticos que brinda la Cabecera Parroquial de Colonche, que en este caso en su mayoría es complementaria, ya que es bajo en cuanto a restaurantes y hospedajes.

Ilustración 14 Tipos de servicios complementarios de la Cabecera Parroquial de Colonche



Elaborado por: Erika Vásquez Ponce

Fuente: Powered by Esri, (2020)

La ilustración 14 evidencia los tipos de servicios complementarios que brinda la Cabecera Parroquial de Colonche, que en este caso en su mayoría son los minimarkets, seguido a bazares, farmacias, ferreterías, puntos de pago, cybert y centro médico.

3.6 Planta y Equipamiento Turístico de la Cabecera Parroquial Colonche

1. Transporte

Tabla 9 Transporte

Nombre de la Cooperativa de Transporte	Ruta	Frecuencia
Cooperativa manantial de Guangala	Terminal terrestre de Santa Elena hasta Colonche	30 min
Cooperativa Rutas Peninsulares	Terminal terrestre de Santa Elena hasta Colonche	30 min
Cooperativa TRALISANSA	Terminal terrestre de Santa Elena hasta Colonche	30 min

Elaborado por: Erika Vásquez.

Existen tres cooperativas que ofrecen el servicio de transporte terrestre de los pasajeros desde la Terminal Terrestre hasta Colonche y las comunas, las cooperativas ofrecen el servicio de lunes a domingo, las frecuencias establecidas son de 3:00am; 4:00am; 4:30am; 5:00am a partir de estas frecuencias o salidas de las unidades de transportación se efectúan cada 20 minutos tratando de cubrir las necesidades de los usuarios que deseen trasladarse en horas de la mañana.

Accesibilidad

Para poder llegar a Colonche la ruta por carretera se encuentra en buen estado si va desde Santa Elena a Colonche la distancia es de 38 km, en caso de la vía Manta –

Salinas existen las respectivas señaléticas si va en dirección sur y luego se toma el desvío a la izquierda para Colonche, esta señalética se encuentra casi del desvío a Palmar que es a la derecha, es decir a lo largo del carretero están las respectivas señaléticas que indican para poder llegar a Colonche en la entrada a la parroquia, también cuenta con señalética que indica la ubicación del lugar, cabe recalcar que la señalética se encuentra en buen estado pero es la que está ubicada a lo largo de la ruta del Spondylus, si embargo la señalética dentro de la parroquia está deteriorada.

Demanda

La Cabecera Parroquia Colonche actualmente es visitada por turistas nacionales y extranjeros motivados por la devoción a la religión católica, además acuden a esta localidad para conocer una de las reliquias y patrimonios más importante que posee que es la Iglesia Santa Catalina considerada como Patrimonio Cultural a nivel provincial por la riqueza histórica y arquitectónica, además también es visitada por otros tipos de turistas que se ven atraídos por las artesanías y turistas de paso que gustan de la flora y fauna.

3.7 Análisis general de las entrevistas realizadas

De acuerdo a las entrevistas realizadas a personeros de la Junta Parroquial, un servidor turístico y un poblador, se pudo evidenciar las divergencias en cuanto a las opiniones vertidas, ya que los puntos de vistas de las autoridades de la zona, reconocen que existen falencias pero que están desarrollando actividades y

proyectos que van a beneficiar a la población en cuanto a la oferta turística que se refiere, pero desde la opinión del servidor público no existen mejoras para fortalecer a la cabecera parroquial como destino turístico.

Se pudo identificar que la relación entre el cabildo y los prestadores de servicios turísticos no son directas, aunque el aporte del cabildo existe, pero realmente aún hay una debilidad en cuanto a fortalecer este sector, de allí es que existen algunas reuniones que han sido positivas para que los atractivos turísticos sean visitados y conocidos

En cuanto al servicio que ofrecen, todos tienen un punto de vista en común, de que aún falta mucho por brindar, aunque hay que resaltar que la propietaria de la Hostería Emanuel, infiere que ella si aplica una excelente atención a los clientes, sosteniendo que eso ha sido las estrategias de ser reconocidas porque por parte de las autoridades competentes no hay el interés que deben dar. Los procesos de implementar proyectos y programas son complejos en la parroquia, dado a que para ello se requiere de muchos recursos, no existen procesos de implementar programas, pero existen gestiones de control para identificar la calidad de atención que reciben los visitantes, aunque últimamente no hay una afluencia considerada de visitantes a las parroquias.

3. 8 Discusión de resultados

De acuerdo con la entrevista realizada al presidente de la parroquia Colonche, se pudo identificar que no existen las estrategias adecuadas para fortalecer la oferta

turística, dado a que muchos de los atractivos son culturales, y pocos son los turistas que aprecian este tipo de manifestación cultural, aunque si existiera una gestión turística se diera a conocer los atractivos y aquello aportaría para el desarrollo sostenible de la región.

La oferta turística en la Cabecera Parroquial de Colonche se compone en tres partes Cultural, Natural y Complementarios cada uno con sus elementos en lo que respecta a los Recursos culturales cuenta con el Museo Cacique Colonchis, la Iglesia Santa Catalina de Colonche, Cementerio, Monumento del día de la Madre y Parque Central,; en cuanto a los recursos naturales cuyo elementos se da por la Agrupaciones vegetales (selva, bosques y arboles) y Agrupaciones animales (especies raras, zonas de caza o pesca), ya que se encuentra en un lugar privilegiado donde pasa la Cordillera Chongon Colonche el cual hace que la vegetación sea única y llame la atención de igual forma con las especies de animales es decir la flora y fauna que posee es diversa y atractiva, y por último Colonche cuenta con variedad de servicios complementarios cuyos elementos se dividen en salud (Hospital), seguridad (UPC, Bomberos), restaurantes, hospedería, minimarkets, ferreterías, cancha de futbol, educación (escuelas), tiendas cuyos elementos son bases para poder ofertar a la Parroquia Colonche como atractivo turístico con potencial.

En cuanto al inventario turístico, cabe recalcar que solo se visitó los atractivos que conciernen a la cabecera parroquial de Colonche, dado a que son 18 comunas que también presentan atractivos turísticos y culturales sin embargo se visitó lugares

que tienen una riqueza cultural de años y que debe ser promocionada por los servidores turísticos en concordancia con los organismos gubernamentales locales.

Así mismo, se pudo identificar que existen muchos lugares donde se expenden alimentos y bebidas, pero son pocos los registrados con documentos al día, lo que se tendría que analizar por parte de las autoridades competentes en relación con regular estos negocios. Además, se identificó los medios de transporte que prestan el servicio a las personas propias de la zona y visitantes, son tres cooperativas las que brindan este servicio, hay otras, pero solo dejan al paso de la Parroquia, pero no ingresan a cada una de las comunas, siendo también una debilidad para el acceso de los turistas locales y extranjeros.

3.9 Limitaciones

Dentro del proceso investigativo, se presentaron ciertas limitaciones que incidieron de manera negativa para tener la información necesaria que se detallan a continuación:

1. Limitación de información turística local

De acuerdo a todos los procesos de investigación para realizar el respectivo inventario, se identificó que no existe un departamento de información turística, es más, al momento de acceder a los atractivos turísticos culturales e históricos las personas designadas como servidores turísticos no brindaron la información adecuada.

2. Limitación de tiempo

Es necesario identificar que el factor tiempo para la indagación es primordial, dado que en algunos procesos de investigación se convierte en un obstáculo, por ello es que, al momento de visitar los lugares, así como las actividades de la entrevista fue muy lento, dado a que los accesos no son los suficientes y que al momento de aplicar la entrevista las ocupaciones del Presidente no daban lugar para el proceso de indagación.

Conclusiones

Dentro de los parámetros de la investigación, y los alcances de la información obtenida, se ha determinado que la oferta turística actual de la Parroquia Colonche es totalmente histórica y cultural, sin embargo, aún quedan actividades turísticas potenciales por considerar tales como la observación de aves y fotografías, por ende la oferta turística de la cabecera parroquial presenta debilidades en cuanto a la información turística puesto que, los servidores encargados de promocionar a esta localidad, carecen de la información precisa para captar y vender turísticamente a la parroquia, siendo evidente el desconocimiento de las potencialidades turísticas que esta posee. Por lo tanto, es imperativo la definición de un producto turístico en la cabecera parroquial para de esta manera establecer una oferta turística debidamente organizada.

A través del nuevo inventario realizado en la cabecera parroquial de Colonche, se pudo identificar que la mayoría de los atractivos turísticos de esta localidad pertenecen al ámbito cultural, en donde se contabiliza un total de cinco elementos, mientras que como recursos naturales se contabilizan dos. Sin embargo, cabe recalcar que dentro de este último destaca como potencial actividad turística, el avistamiento de aves. Por otro lado, es preciso destacar que como parte de los recursos complementarios se identifican un total de veinte, los mismos que al desarrollarse y manejarse responsablemente en cohesión con los recursos naturales y culturales de la localidad permitirán brindar un mayor desarrollo de la actividad

turística a nivel parroquial, y a la vez servirá de gran aporte al turismo de la provincia.

Otras de las conclusiones que se ha podido evidenciar a través del levantamiento de información es que no existe un adecuado manejo de los recursos y atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia, y por ende una limitada promoción y publicidad de estos, propiciando que su oferta turística a nivel provincial, regional y nacional sea muy leve, generando una baja expectativa y motivación de los turistas acceder a identificar y conocer la riqueza turística que posee la Parroquia Colonche.

Las autoridades competentes deben establecer normas, políticas y reglamentos para fortalecer la oferta turística, con programas y proyectos que ayuden a potenciar este sector que beneficiaría a la región para que exista un desarrollo sostenible, que contribuya al progreso de la localidad y su población en los ámbitos social, económico y ambiental. Por lo tanto, se ha podido evidenciar que existe un gran interés en impulsar una mejor comprensión de la importancia de la diversidad de los ecosistemas, esto reflejado en el interés por potenciar la actividad del avistamiento de aves en la localidad, puesto que actualmente las actividades naturales son las que en menor grado se desarrollan internamente. Así mismo, se busca que el desarrollo social y económico de la localidad se vea beneficiada de manera conjunta para sus habitantes, ya que estos son quienes impulsan el progreso de la misma a través del compromiso en cada una de las actividades que desarrollan.

Recomendaciones

Realizar alianzas estratégicas con diferentes entidades inmersas en el ámbito del turismo, para que a través de estas se impartan sus conocimientos por medio de capacitaciones hacia los servidores turísticos de la parroquia Colonche, y a la cual sean partícipes la ciudadanía en general, para conocer la riqueza turística que posee esta localidad, y consecuentemente poder venderla y promocionarla, para de esta manera obtener como beneficio el desarrollo en conjunto de la localidad y de sus habitantes.

Generar una mayor promoción y publicidad de la parroquia y sus atractivos en general por parte de las autoridades locales tanto como las cantonales y provinciales, puesto que a través del inventario realizado, esta parroquia posee atractivos de gran interés para el turista, pero muchas veces este último desconoce de las alternativas con las que se cuenta dentro de la oferta turística a nivel provincial, por el mismo hecho de la falta de difusión y del enfoque tradicional del turismo de sol y playa ya reconocidos por los visitantes, omitiendo muchas veces que esta provincia tiene un gran legado ancestral y cultural por promocionar.

Durante la promoción turística de la localidad, tener presente en todo momento los factores sociales, ambientales, y económicos como pilares de la sostenibilidad turística, pues de esta manera se asegurará que el desarrollo de esta actividad dentro de la cabecera parroquial de Colonche se lleve a cabo de manera planificada y segura, lo cual permitirá que su progreso sea constante mas no de manera parcial o momentánea.

Bibliografías

- Acerenza, M. (2001). *Administración del turismo. Vol. 1*. México: Trillas .
- Acerenza, M. A. (2013). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.
- AGUITBA. (2016). *Asociación de guías de turismo de Buenos Aires*. Obtenido de El guía turístico:
www.aguitba.org.ar/esp/index_esp.html?bidy_master=el_guia.html
- Agustin, R. (2017). *Elementos del producto turístico*.
es.scribd.com/document/253162392/Elementos-Del-Producto-Turistico.
- Anchundia C., R. (2017). Análisis de la oferta y demanda del Museo Los Amantes de Sumpa para fortalecer el producto turístico. *Universidad de Guayaquil*.
- ArcGis. (s.f.). *World image gallery (featuring Earthstar Geographics TerraColor imagery)*. Obtenido de
<https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=7c0bfb8a3ff145269a39135f205c2a38>
- Ariño, A. (2008). Las imprescindibles alianzas estratégicas. *Revistas de antiguos alumnos*, 21-29.
- Baños C., C. J. (1998). *La oferta turística complementaria en los destinos turísticos Alicatino: Implicaciones territoriales y opciones de diversificación*. Murcia.
- Barragán R., J. (2004). Obtenido de Experiencia artística y producción cultural, ámbitos.
- Boullón. (2003). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas, 3ra.ed.
- Boullon R. (1990). Planificación de Espacios Turísticos . *Mexico D.F*, Trillas .
- Boullón, R. (2002). Ecoturismo: sistemas naturales y urbanos . *2da edición*, 232.
- Boullón, R. C. (2000). *Las actividades turísticas y recreacionales*. México: Trillas.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México. Obtenido de
<http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf>
- Canovas P., V. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. España: Universidad de Barcelona.

- CEUPE. (Noviembre de 2019). *Centro Europeo de PostGrado*. Obtenido de ¿Qué es un producto turístico?: ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico
- Código ético mundial para el turismo. (1999). Asamblea General de la OMT, Santiago de Chile. Obtenido de <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Ecuador. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- De La Torre, Francisco. (2002). *Introducción al turismo*. México: Continental.
- Diario El Español. (26 de Junio de 2017). Obtenido de Decano de la prensa de Canarias: <https://diariodeavisos.elespanol.com/2017/06/cuando-los-pasajeros-no-turistas/>
- Díaz, F., Ramírez C. (2006). *Política Turística*. España: Tirant Lo Blanch.
- Eagles, P. (1995). "Understanding the Market for Sustainable Tourism". *Linking tourism, the environment and sustainability*. *Proceedings of a special session of the annual meeting of the National Recreation and Parks Association*, (págs. 25-33). EEUU.
- Encarnación, D., & Enríquez, J. (2015). *Inventario de atractivos turísticos como elemento base para la diversificación de la oferta turística de Imbabura*. Ibarra: UNIANDES.
- Escudero, L. (2014). El patrimonio como recursos de desarrollo turístico. *Coordinadora Zonal 6 del Ministerio de Turismo* (pág. 89). Ecuador.
- Escuela de Organización Industrial (EOI). (2015). *Proceso de Innovación en el emprendimiento*. España.
- Fernández A., M. (2014). *Los eventos deportivos como dinamizadores turísticos: el caso rally de Algar en la provincia de Cadiz*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/327634194_El_turismo_deportivo_en_la_imagen_de_un_destino_turistico
- Flores, D. (2008). Facultad de Ciencias Empresariales. Obtenido de facultad de Ciencias empresariales: www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/dfr/E1%20turismo%20de%20naturaleza
- García, E. (Septiembre de 2011). *Recreación y entretenimiento*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PT/S05/PT05_Lectura.pdf
- Glosario de turismo. (2008). *Turismo*. Santiago de Chile: Sernatur.

- González Q., C. (2019). *El ecoturismo para la diversificación de la oferta turística de la Comuna Olón*. La Libertad: UPSE.
- Grupo de investigación en economía Regional GIER. (2016). *Estudio de demanda y oferta turística en la ciudad de Cuenca*. Ecuador: Universidad de Cuenca.Facultad de Ciencia Económicas.
- Gurría Di-Bella, M. (1997). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (Enero de 2015). *Social marketing*. EEUU: Nicole Mangona.
- Kotler, Philip. (1990). *Mercadotecnia*. . En Taylor, *Planeación de mercadotecnia* (2da ed., pág. 41). Prentice-Hall.
- Latiesa, M., & Paniza, J. (2006). *Turistas deportivos: una perspectiva de análisis*. *Revista Internacional de Sociología*, 133-149.
- Leusur, L. (2008). *Manual del guía del turista: una guía paso a paso*. México: Trillas.
- Ley de Turismo. (2014). Congreso Nacional, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- López, Juan. (29 de Mayo de 2017). *Alianzas estratégicas entre pymes turísticas locales*. Obtenido de <https://www.auren.com/es-ES/blog/turismo/2017/05/29/alanzas-estrategicas-entre-pymes-turisticas-locales>
- López, T., & Borges, O. (2012). *Análisis de la oferta y demanda turística en Isla de Sal, Cabo Verde*. Programa de Masterado en Turismo.
- Luque G., A. (2006). *La evolución del medio para la práctica de actividades turísticas deportivas*. *Cuadernos de turismo N12*, 137-149.
- Martinez, T. R. (México de Trillas de 2012). <https://www.entornoturistico.com>. Obtenido de Manual de guía de turismo: <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-turistas-que-existen/>
- Mateo. J. (2009). *Programa recreativo para contribuir a la formación de una cultura de empleo racional y sano del tiempo libre en los estudiante de cultura física*. Tesis de maestría . *UCCFD,FCF Holguín. Cuba* .
- Mejía, F. (2018). <https://www.entornoturistico.com>. Obtenido de Entorno turístico. Hablemos de turismo: <https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima - Perú: Arkabas.
- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima, Perú. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificaciòn-ProductosTurísticos-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2008). Plandetur 2020. Quito, Ecuador. Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo. (2018). Guía de emprendimiento turístico. *Ley de turismo*. Ecuador.
- Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Organización de Estados Iberoamericanos. Obtenido de <https://www.oei.es/històrico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Moure, R. (2011). *Patrimonio cultural y patrimonio natural. Una reserva del futuro*. Universidad de Cantabria, España. Obtenido de Patrimonio cultural y patrimonio natural; una reserva de futuro: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PT/S05/PT05_Lectura.pdf
- Nicolau, J. (2010). El precio de los productos turísticos. Marketing turístico. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales* (págs. 12-14). Universidad de Alicante.
- Nogueras, M. (2010). El deporte y el turismo. Una relación de ahora y para el futuro. 15,16. Obtenido de http://www.munideporte.com/imagenes/documentaciòn/ficheros/20100611135518miguel_angel_nogueras.pdf
- Olivar Z., A. (2006). *Fundamentos teóricos de la comunicación*. Obtenido de monografias.com
- ONU Mujeres. (3 de Enero de 2012). Obtenido de Actividades culturales: <http://www.endvawnow.org/es/articles/1287-actividades-culturales.html?next=1288>
- Organización Mundial de Turismo. (2013). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Madrid: Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). Glosario OMT.

- Organización Mundial de Turismo. (2018). *La OMT aborda el impacto de los nuevos modelos de alojamiento*. OMT. Obtenido de <http://smartravel.news/2019/10/14/informe-omt,rentals-2019>
- Organización Mundial del Turismo. (2012). *Introducción al turismo*. Madrid.
- Organización Mundial del turismo. (2018). <https://www.entornoturistico.com>. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-turistas-que-existen/>
- Panosso, A., & Lohman, G. (2012). México. Obtenido de *Epistemología del turismo. Teoría del turismo, conceptos, modelos y sistemas.*: <http://entornoturistico.com/los6elementos-del-sistema-turistico/>
- Pérez P., J. (2015). Obtenido de <https://definición.de/pasajero/>
- Pérez, Julián. (2014). *Definición de turismo de aventura*. Obtenido de <https://definición.de/turismo-aventura/>
- Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida. (2017-2021). Ecuador. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>
- Plan Nacional de Turismo. (2030). Ministerio de turismo. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- Plandetur. (2008). *Desarrollo del turismo*. Ecuador.
- Porrás R., G. (2010). *Estudio de la oferta y la demanda turística en el Barranco de la Valltorta Castellón*. Gandia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad*. (EUNED) Obtenido de <http://books.google.com.mx/books?id=RdrDv52LmYC&pg=PA114&dq=turismo+alternativo&hl=es&sa=X&ei=JbpqUa sNofa9ATT2oHIAQ&ved=0CDUQ6AEwAQ.v=onepage&q=turismo%20alternativo&f=false>
- Quezada, R. (2010). *Elementos del turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Ramírez, B. M. (1997). *Teoría general del turismo*. México: Diana.
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. México.
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

- Reglamento de Guianza Turística. (2016). Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- Rodríguez, M. (2010). *La actividad turística y el producto turístico*. Obtenido de Bases teóricas: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/11571a_actividad_turistica_y_producto_turistico.html
- Rodríguez, M. (12 de Octubre de 2013). *Características de la oferta y la demanda turística*. Obtenido de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Rodríguez, M. L. (2013). *Características de la oferta y la demanda turística*. Universidad Tecnológica de Chile, Magallanes, Chile. Obtenido de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/#:~:text=Patrimonio%20Tur%C3%ADstico%3A,regi%C3%B3n%20en%20un%20momento%20determinado.>
- Sánchez, J. (2014). <http://www.efdeportes.com>. Obtenido de Las actividades recreativas: [/efd196/las-actividades-recreativas-clasificacion.htm](http://www.efdeportes.com/efd196/las-actividades-recreativas-clasificacion.htm)
- SECTUR. (1995). *Turismo y entretenimiento*. CEDOC, México. Obtenido de https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/006916Pri_5.pdf
- Sectur. (2010). *Turismo y entretenimiento*. CEDOC.
- SEGITTUR. (2012). *Turismo e innovación*. Madrid, España.
- SEGITUR. (2018). *Turismo e innovación*. España: Ministerio de Industrias, Energía y Turismo.
- Sernatur. (2014). *Informe Anual de Sernatur*. Santiago, Chile.
- Serrano, A., & Villafuerte, E. (2017). *Indicadores turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca*. Cuenca: Revista Latinoamericana Americana de Turismología.
- Tapia, M., & Rodríguez, G. (2014). *Análisis de la oferta y demanda turística microempresarial de las parroquias de la zona de Intag, Cantón Cotacachi, Imbabura*. Imbabura: Universidad Técnica del Norte.
- Tierra, P. (2008). *Texto básico de planificación territorial*. Compilación. ESPOCH.

- UNESCO. (2005). *La educación artística, factor vinculante de la cultura y la educación*. Obtenido de <http://portal.unesco.org>:
<http://portal.unesco.org/culture/es/file/32034/11593673803PonenciaColombia.pdf/PonenciaColombia.pdf>
- Valadez G., S., & Conde P., E. (2011). *La integración de la oferta turística a partir del capital intelectual*. TURyDES. Obtenido de
<https://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html>
- Vieytes B., G. (2004). *Análisis de la oferta y demanda de turismo alternativo en la Mancomunidad La Montañona*. Departamento de Chalatenango. El Salvador: Zamorano.

ANEXOS

Anexo 1 Entrevista al Presidente de la Junta Parroquial de Colonche

1. ¿Existe asociación entre el cabildo y los prestadores de servicios turísticos?

2. ¿Cree Usted que los servidores turísticos de la localidad brinden una buena atención a los turistas?

3. ¿Cree usted que se debe innovar la oferta turística de la Parroquia Colonche?

4. ¿Existe algún proyecto turístico en proceso o a implementar en la parroquia?

5. ¿Considera que la comuna se encuentra desarrollada turísticamente?

Anexo 2 Entrevista a la secretaria de la Junta Parroquial de Colonche

1. ¿Existe asociación entre el cabildo y los prestadores de servicios turísticos?

2. ¿Cree Usted que los servidores turísticos de la localidad brinden una buena atención a los turistas?

3. ¿Cree usted que se debe innovar la oferta turística de la Parroquia Colonche?

4. ¿Existe algún proyecto turístico en proceso o a implementar en la parroquia?

5. ¿Considera que la comuna se encuentra desarrollada turísticamente?

Anexo 3 Entrevista a la propietaria de la Hostería Emanuel.

1. ¿Existe asociación entre el cabildo y los prestadores de servicios turísticos?

2. ¿Cree Usted que los servidores turísticos de la localidad brinden una buena atención a los turistas?

3. ¿Cree usted que se debe innovar la oferta turística de la Parroquia Colonche?

4. ¿Existe algún proyecto turístico en proceso o a implementar en la parroquia?

5. ¿Considera que la comuna se encuentra desarrollada turísticamente?

Anexo 4 Entrevista a un poblador de la Parroquia Colonche

1. ¿Usted considera que la parroquia Colonche sea un destino turístico para la región?

2. ¿Cree Usted que los servidores turísticos de la localidad brinden una buena atención a los turistas?

3. ¿Cree usted que se debe innovar la oferta turística de la Parroquia Colonche?

4. ¿Existe algún proyecto turístico en proceso o a implementar en la parroquia?

5. ¿Considera que la comuna se encuentra desarrollada turísticamente?

Anexo 5 Matriz de Operacionalización

Tema	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Oferta Turística: Caso cabecera Parroquial Colonche	Oferta turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo	Son productos y servicios turísticos que están disponible en el territorio para su promoción y difusión siendo atracción en los turistas	Productos y servicios	Alojamiento
					Alimentación
					Transporte
					Comercio
				Disponible	Actividades Culturales
					Actividades deportivas
					Actividades recreativas
					Naturaleza
				Territorio	Aventura
					Atractivos
					Patrimonio
					Negocios
					Lugares de Entretenimientos
					Guianza
				Promoción y difusión	Operadores turísticos
					Paquetes turísticos
					Precios
Alianzas					
Turistas					

Elaborado por: Erika Vásquez.

Anexo 6 Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores
Oferta Turística: Caso Cabecera Parroquial Colonche	General:	General:	Oferta turística	Productos y servicios	Alojamiento
	¿Cómo influye la oferta turística en el desarrollo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche?	Analizar la oferta turística en el desarrollo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche			Alimentación
					Transporte
	Específicos	Específicos			Comercio
				¿Cuáles son las teorías que permiten la oferta turística?	Revisar las bases teóricas que permiten indagar sobre la oferta turística.
	¿Cuáles son los factores que inciden en el desarrollo turístico?	Establecer los factores que inciden en el desarrollo turístico.			
				¿Cómo la oferta turística permite el atractivo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche?	Determinar la oferta turística en el desarrollo turístico de la Cabecera Parroquial de Colonche.
Territorio	Naturaleza				
	Aventura				
	Atractivos				
	Patrimonio				
	Negocios				
	Lugares de Entretenimientos				
Promoción y difusión		Guianza			
		Operadores turísticos			
		Paquetes turísticos			
Turistas		Precios			
		Alianzas			

Elaborado por: Erika Vásquez.

Anexo 7 Evidencias de la aplicación de las entrevistas
Entrevista aplicada Delegado de la Junta parroquial



Entrevista aplicada a la Secretaria de la Junta Parroquial



Entrevista aplicada a la propietaria de la Hostería Emanuel



Entrevista aplicada a un poblador de la Parroquia Colonche

