



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, VINCULACIÓN Y**

**POSGRADO**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**Proyecto de titulación previo a la obtención del grado de**

**Magíster en Turismo, mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos**

**Tema:**

**Planificación y Desarrollo Turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar**

**Autor:**

**Ing. María Alicia Noboa Osorio**

**Tutor:**

**Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

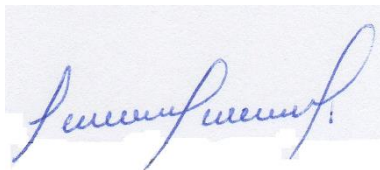
**2019**

### **Certificación del tutor**

Yo, Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre, certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Turismo, Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos, con el tema “Planificación y Desarrollo Turístico en el cantón Caluma, provincia de Bolívar”, ha sido elaborado por la Ing. María Alicia Noboa Osorio, con el asesoramiento de mi persona en calidad de Tutora, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, julio de 2019



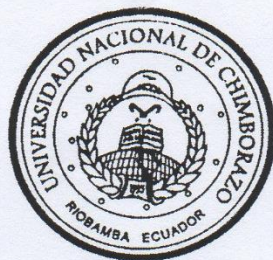
---

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

**C.I: 060235536-4**

**TUTORA**

## Acta de superación de observaciones



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO DIRECCIÓN DE POSGRADO CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Defensa de Tesis designado por la Comisión de Posgrado., para receptor la Defensa Privada de la investigación cuyo tema es: **“Planificación y Desarrollo Turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar”** presentada por la maestrante: **María Alicia Noboa Osorio** CERTIFICA que las observaciones realizadas por los Miembros del Tribunal se han superado, razón por la cual, se autoriza presentar el Trabajo Investigativo en la Dirección de Posgrado, para su sustentación pública.

Para constancia de la presente, firman los Miembros del Tribunal.

Riobamba, jueves 04 de julio de 2019

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre  
TUTOR

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal dotted line.

Lic. Roberto Salomón Villamarin Guevara PhD  
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal dotted line.

Mgs. Franklin Roberto Quishpi Choto  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

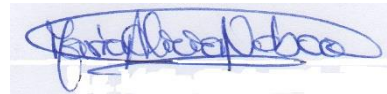
A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal dotted line.

Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández PhD.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal dotted line.

## **Autoría de la investigación**

La responsabilidad del contenido de este proyecto de graduación nos corresponde exclusivamente a: Ing. María Alicia Noboa Osorio (autor), Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre (tutora) y el contenido de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Ing. María Alicia Noboa Osorio

**020208591-6**

## **Dedicatoria**

A mi familia, Max, María Alicia y Maxito, por su apoyo y amor incondicional.

A mi novio, mejor amigo y colega favorito, Alexis.

Primo Sebitas, para que sigas orgulloso de mí, hasta que nos volvamos a encontrar...

A todos los que día a día nos esforzamos por hacer de este mundo un lugar mejor, gracias al turismo.

## **Agradecimiento**

A Dios por ponerme en el lugar que debía estar, haciendo lo que amo hacer.

A mi familia, por ser los pilares de mi vida.

Alexis, por todo lo que eres y por hacer que mis días a tu lado sean maravillosos.

A mis tutores durante este proceso académico, Sabina Villón, Susana Paz, Paula Moreno, Silvia Aldaz y Franklin Quishpi.

## Índice general

### No. Página

Certificación del tutor .....	i
Acta de superación de observaciones .....	ii
Autoría de la investigación .....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Lista de cuadros .....	ix
Lista de tablas .....	x
Lista de gráficos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción .....	1
1. Capítulo 1: Planteamiento del problema.....	3
1.1. Situación Problemática .....	3
1.2. Formulación del Problema.....	4
1.2.1. Problemas específicos.....	4
1.3. Justificación .....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
1.4.3. Hipótesis general.....	6
1.4.4. Hipótesis específicas .....	6
2. Capítulo 2: Marco Teórico.....	7
2.1. Antecedentes de investigación.....	7
2.1.1. Gestión del GAD Municipal del cantón Caluma .....	7
2.1.2. Análisis de investigaciones previas .....	7
2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación .....	10
2.2.1. Planificación .....	10
2.2.2. Desarrollo turístico.....	10
2.2.3. Sistema Turístico .....	11
2.2.4. Promoción turística .....	12
2.2.5. Producto turístico .....	12
2.2.6. Marketing.....	12
2.3. Estado del arte.....	14
3. Capítulo 3: Metodología .....	16
3.1. Tipo de investigación.....	16
3.2. Diseño de investigación .....	16
3.2.1. Población de estudio .....	17
3.2.1.1. Población de la variable independiente – Planificación .....	17
3.2.1.2. Población de la variable dependiente – Desarrollo turístico .....	17
3.2.2. Tamaño de la muestra .....	18
3.2.3. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	19
3.3. Validación de los instrumentos.....	19
3.3.1. Validez variable independiente, Planificación.....	20
3.3.2. Validez variable dependiente, Desarrollo Turístico.....	20
3.4. Confiabilidad de los instrumentos .....	21

3.4.1.	Alfa de Cronbach variable independiente, Planificación.....	21
3.4.2.	Alfa de Cronbach variable dependiente, Desarrollo Turístico.....	22
4.	Capítulo 4: Resultados y discusión.....	23
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	23
4.1.1.	Planificación.....	23
4.1.2.	Desarrollo turístico.....	27
4.1.2.1.	Edad.....	28
4.1.2.2.	Género.....	29
4.1.2.3.	Ciudad de procedencia.....	30
4.1.2.4.	Ocupación.....	31
4.1.2.5.	Gasto promedio.....	32
4.1.2.6.	Estadía.....	33
4.1.2.7.	Frecuencia de viaje.....	34
4.1.2.8.	Acompañamiento del viaje.....	35
4.1.2.9.	Motivo de viaje.....	36
4.1.2.10.	Tipo de actividad turística a realizar.....	37
4.1.2.11.	Medio de información utilizado.....	38
4.1.2.12.	Líneas de productos turísticos potenciales.....	39
4.1.2.13.	Importancia de conformar un producto turístico.....	40
4.1.2.14.	Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma.....	41
4.2.	Pruebas de hipótesis.....	42
4.2.1.	Hipótesis específica 1.....	42
4.2.1.1.	Planteamiento de hipótesis específica 1.....	42
4.2.1.2.	Significancia estadística.....	42
4.2.1.3.	Elección de estadístico de prueba.....	42
4.2.1.4.	Lectura del p_valor.....	43
4.2.1.5.	Toma de decisión.....	43
4.2.2.	Hipótesis específica 2.....	44
4.2.2.1.	Planteamiento de hipótesis específica 2.....	44
4.2.2.2.	Significancia estadística.....	44
4.2.2.3.	Elección de estadístico de prueba.....	44
4.2.2.4.	Lectura del p_valor.....	45
4.2.2.5.	Toma de decisión.....	45
4.2.3.	Comprobación de hipótesis general.....	45
5.	Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones.....	46
5.1.	Conclusiones.....	46
5.2.	Recomendaciones.....	47
6.	Capítulo 6: Propuesta.....	48
6.1.	Introducción.....	48
6.2.	Objetivos.....	49
6.2.1.	Objetivo General.....	49
6.2.2.	Objetivos Específicos.....	49
6.3.	Desarrollo de la propuesta.....	49
6.3.1.	Análisis situacional interno y externo.....	49
6.3.1.1.	Análisis FODA.....	50
6.3.1.2.	Matriz de evaluación factores internos.....	51
6.3.1.3.	Matriz de evaluación factores externos.....	51
6.3.1.4.	Cruce de matriz FODA ponderada.....	52
6.3.1.5.	Articulación de actores locales.....	53



6.3.2.	Estrategias de crecimiento, contingencia y competitivas .....	55
6.3.3.	Proyectos e indicadores de gestión .....	60
6.3.3.1.	Diseño del producto turístico.....	60
6.3.3.2.	Definición de estrategias de marketing .....	65
6.3.3.3.	Monitoreo y evaluación .....	67
	Referencias bibliográficas.....	68
	Anexos .....	70
7.1.	Operacionalización de variables .....	70
7.2.	Matriz de consistencia .....	71
7.3.	Instrumento variable independiente, Planificación.....	72
7.4.	Instrumento variable dependiente, Desarrollo turístico.....	73
7.5.	Potencial turístico .....	75
7.5.1.	Recursos turísticos culturales.....	75
7.5.2.	Recursos turísticos naturales.....	76
7.6.	Validación Instrumentos .....	80
7.6.1.	Mgs. Paula Moreno .....	80
7.6.1.1.	Instrumento Planificación.....	80
7.6.1.2.	Instrumento Desarrollo Turístico.....	81
7.6.2.	PhD. Silvia Aldaz.....	82
7.6.2.1.	Instrumento Planificación.....	82
7.6.2.2.	Instrumento Desarrollo Turístico.....	83
7.6.3.	Mgs. Franklin Quishpi .....	84
7.6.3.1.	Instrumento Planificación.....	84
7.6.3.2.	Instrumento Desarrollo Turístico.....	85
7.6.4.	Mgs. Sabina Villón .....	86
7.6.4.1.	Instrumento Planificación.....	86
7.6.4.2.	Instrumento Desarrollo Turístico.....	87

## Lista de cuadros

	<b>Nº Página</b>
Cuadro 1. Estado del arte .....	14
Cuadro 2. Población de la variable dependiente .....	17
Cuadro 3. Selección de expertos .....	19
Cuadro 4. Cuantificación de resultados variable independiente .....	27
Cuadro 5. Análisis FODA .....	50
Cuadro 6. Matriz de evaluación de factores internos .....	51
Cuadro 7. Matriz de evaluación de factores externos .....	51
Cuadro 8. Cruce de Matriz FODA ponderada .....	52
Cuadro 9. Gestión articulada con los actores vinculados a la actividad turística en el territorio .....	53
Cuadro 10. Definición de estrategias de gestión .....	58
Cuadro 11. Matriz de diseño del producto turístico .....	62
Cuadro 12. Estrategias de marketing .....	65
Cuadro 13. Matriz para monitoreo y evaluación .....	67
Cuadro 14. Matriz de Operacionalización de variables .....	70
Cuadro 15. Matriz de consistencia .....	71
Cuadro 16. Resumen de recursos turísticos culturales del cantón Caluma .....	75
Cuadro 17. Resumen de recursos turísticos naturales del cantón Caluma .....	76

## Lista de tablas

	<b>Nº Página</b>
Tabla 1. Validación variable independiente, Planificación .....	20
Tabla 2. Validación variable dependiente, Desarrollo Turístico .....	20
Tabla 3. Confiabilidad variable independiente, Planificación .....	21
Tabla 4. Confiabilidad variable dependiente, Desarrollo Turístico .....	22
Tabla 5. Edad del público encuestado.....	28
Tabla 6. Género del público encuestado .....	29
Tabla 7. Ciudad de procedencia.....	30
Tabla 8. Ocupación .....	31
Tabla 9. Gasto promedio del público encuestado .....	32
Tabla 10. Estadía del público encuestado .....	33
Tabla 11. Frecuencia de viaje del público encuestado.....	34
Tabla 12. Compañía del público encuestado .....	35
Tabla 13. Motivo del viaje del público encuestado .....	36
Tabla 14. Actividad para realizar del público encuestado .....	37
Tabla 15. Medios de información utilizados del público encuestado .....	38
Tabla 16. Líneas de productos turísticos potenciales.....	39
Tabla 17. Importancia de conformar un producto turístico .....	40
Tabla 18. Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma .....	41
Tabla 19. Correlación desarrollo de líneas de turismo para conformar un producto – modelo de gestión municipal .....	43
Tabla 20. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis específica 1 .....	43
Tabla 21. Correlación importancia de conformar un producto turístico – estrategias de marketing .....	44
Tabla 22. Pruebas de chi-cuadrado hipótesis específica 2.....	45

## Lista de gráficos

	<b>Nº Página</b>
Gráfico 1. Edad del público encuestado .....	28
Gráfico 2. Género del público encuestado .....	29
Gráfico 3. Ciudad de procedencia.....	30
Gráfico 4. Ocupación .....	31
Gráfico 5. Gasto promedio del público encuestado .....	32
Gráfico 6. Estadía del público encuestado .....	33
Gráfico 7. Frecuencia de viaje del público encuestado.....	34
Gráfico 8. Compañía del público encuestado .....	35
Gráfico 9. Motivo del viaje del público encuestado .....	36
Gráfico 10. Actividad para realizar del público encuestado .....	37
Gráfico 11. Medios de información utilizados del público encuestado.....	38
Gráfico 12. Líneas de productos turísticos potenciales .....	39
Gráfico 13. Importancia de conformar un producto turístico .....	40
Gráfico 14. Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma .....	41
Gráfico 15. Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	56
Gráfico 16. Mapa de atractivos turísticos .....	61

## **Resumen**

Caluma tiene a su riqueza natural como mayor potencial, cuyo nivel de aprovechamiento incide en el desarrollo de este cantón como destino turístico; premisa sobre la cual se formula el problema de investigación ¿cómo influye la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar? El objetivo general fue establecer la influencia de la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma. La investigación es correlacional no experimental, cumpliendo con procesos metodológicos de revisión bibliográfica, levantamiento de información primaria con la ayuda de encuestas a la demanda potencial y focus group a los funcionarios del Municipio, junto con la validación de instrumentos y comprobación de hipótesis específicas por medio de técnicas estadísticas como Alfa de Cronbach, Correlación de Pearson y Chi Cuadrado; fortaleciendo la importancia de proponer acciones de planificación del turismo para que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón sea quien las ejecute, en cumplimiento de sus competencias. Como resultado del estudio se identificó que el Municipio de Caluma está descentralizado en materia de turismo y cuenta con funciones claramente definidas tanto por el Consejo Nacional de Competencias en su Resolución Nro. 0001-CNC-2016 como por una estructura administrativa interna, sin embargo se evidencia un limitado cumplimiento de las mismas, en términos de planificación, ejecución presupuestaria, gestión del talento humano, control de los establecimientos del catastro turístico, entre otros. En base a los nudos críticos encontrados se ha estructurado una propuesta basada en el diseño del producto turístico, definición de estrategias de marketing para el posicionamiento del destino Caluma en el mercado y medidas de monitoreo y evaluación de las acciones establecidas.

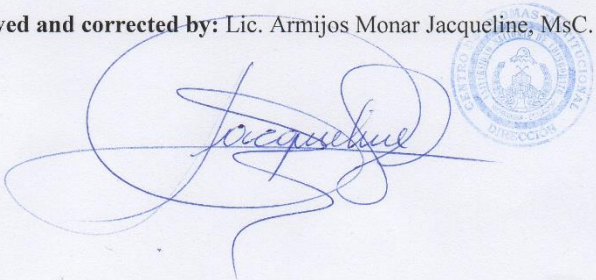
**Palabras clave: planificación, producto turístico, marketing.**

## Abstract

Caluma canton is located in Bolívar province. It has its natural wealth as a rich potentiality; its level of harnessing influences the development of this canton as a tourist destination. That is why, this investigation researches how planning influences on tourism development. The general objective was to establish the influence of planning on tourism development in Caluma canton. This is a non-experimental correlation research, complying with methodological processes such theoretical framework, and primary information collection was gathered through surveys. They were applied to potential tourist and focused group in a City Hall in Caluma. Also, the instrument validation and verification were carried out by using statistical techniques such as Cronbach's Alpha, Pearson's Correlation and Chi Square. They support the importance of proposing planning actions for Caluma municipality management based on its competences. As a result, Caluma municipality reaches decentralization in tourism management; and the proposal has clearly defined functions for both: National Competencies Council in Resolution No. 0001-CNC-2016 and by an Internal administrative structure; however, there is limited compliance evidence among themselves, in terms of: planning, budgetary execution, human talent management, tourist establishments, among others. Based on the critical points, it was found that a proposal based on tourism product design measures, monitors and evaluates those carried actions. The proposal has been structured by including marketing strategies for Caluma destination positionment on a market.

**Keywords: management, tourism development, planning.**

Reviewed and corrected by: Lic. Armijos Monar Jacqueline, MsC.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Jacqueline', is written over a circular official stamp. The stamp is also in blue ink and contains a central emblem surrounded by text, likely identifying the reviewer as a member of a professional association or university.

## **Introducción**

Caluma perteneciente a la provincia de Bolívar tiene ventajas sobre otros territorios por su ubicación geográfica con cercanía a Guayaquil y clima subtropical; producción frutícola, siendo conocida como “la capital citrícola del Ecuador”; manifestaciones culturales vigentes como la elaboración de la bebida insignia de la provincia “pájaro azul” en moliendas y trapiches artesanales; junto con ríos y cascadas, siendo recursos naturales hídricos de belleza paisajística, los mismos que representan un importante potencial que requiere ser consolidado para posicionar al cantón como destino turístico a nivel nacional.

Entendiendo que en el Ecuador, son los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales los encargados de impulsar el desarrollo turístico de los cantones, cumpliendo con la transferencia de competencias como mandato obligatorio del Estado; en la presente investigación se analizan las necesidades del territorio en materia de turismo, los nudos críticos con respecto a la gestión municipal y el grado de articulación de actores vinculados directa o indirectamente en esta actividad; con la finalidad de definir estrategias de planificación con cumplimiento a corto y mediano plazo, para direccionar la función representada por la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del municipio de Caluma y así incentivar el involucramiento del sector privado y la participación de los productores artesanales de la localidad; impulsando el progreso socio económico de la población, apostando por las líneas de agroturismo, naturaleza y aventura que, aparte de ser tendencias mundiales, servirán para afianzar los 6 elementos clave para el posicionamiento de un destino: atractivos turísticos, superestructura, infraestructura, demanda, servicios y comunidad receptora.

En la presente investigación se han planteado dos hipótesis específicas: diseño de un producto que consolide el potencial y las necesidades del territorio, junto con estrategias de marketing que concatenen lo dicho anteriormente para puntualizar medidas de difusión a

nivel nacional, logrando fomentar el posicionamiento de este territorio como un destino atractivo de visitantes y turistas a nivel nacional; misma que se configura en cuatro capítulos.

Capítulo I: Planteamiento del problema, cuya contextualización es la base para entender la realidad del territorio con referencia a la actividad turística; además de la justificación, objetivos de la investigación y la determinación de hipótesis tanto general como específicas.

Capítulo II: Marco teórico, con referencia a la investigación de fuentes secundarias, es decir, bibliografía relacionada a las variables de investigación y a la población de estudio; criterios que contribuyen a una mejor comprensión del tema.

Capítulo III: Metodología, con el detalle del tipo y diseño de la investigación, además del cálculo de las poblaciones de estudio para cada una de las variables; información que facilitó la recolección de datos para analizarlos e interpretarlos posteriormente.

Capítulo IV: Resultados y discusión, etapa en donde luego de analizar e interpretar los resultados de cada una de las variables de la investigación, se realizaron las respectivas pruebas de hipótesis.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones, en donde se condensa el conocimiento adquirido en la investigación, contextualizando los resultados obtenidos y manifestando acciones para dar continuidad al proyecto y facilitar la toma de decisiones.

Capítulo VI: Planteamiento de la propuesta, con el desarrollo de acciones y estrategias para dar solución a la problemática identificada en la investigación.

En el apartado de anexos constan las matrices de operacionalización de variables junto con la de consistencia; además de los instrumentos para el análisis de las variables de investigación.



## **1. Capítulo 1: Planteamiento del problema**

### **1.1. Situación Problemática**

El turismo en el Ecuador se ha vuelto una prioridad a nivel nacional, estableciendo líneas de desarrollo para todos los niveles de gobierno, los mismos que por medio de la transferencia de competencias, tienen la facultad y el deber de realizar gestión turística y generar beneficios para sus localidades.

Desafortunadamente el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma no está ejerciendo en su totalidad las competencias transferidas desde el Ministerio de Turismo, lo que implica la importante necesidad de generar interdependencia entre la institución pública y su política de acción, el ambiente, la población local y los visitantes, que se encuentran en una situación de interacción permanente, con la finalidad de fomentar desarrollo turístico.

El cantón Caluma es una de las zonas estratégicas de la provincia de Bolívar, gracias a su ubicación subtropical la cual favorece la práctica de turismo de naturaleza, con el aprovechamiento de sus recursos hídricos como cascadas y ríos, además de sus manifestaciones culturales; sin embargo, no se evidencia un adecuado desarrollo de la actividad, debido a una limitada planificación causada por el desconocimiento acerca del diseño de productos turísticos aprovechando las fortalezas que posee la localidad, pese a que en el año 2018 se realizó la actualización del inventario de atractivos en base a la nueva metodología vigente de la Autoridad Nacional de Turismo. Esta debilidad trae como consecuencia el insuficiente planteamiento de estrategias de promoción y difusión turística, acordes a las tendencias actuales de marketing, por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma.

Por otro lado, el incumplimiento de competencias transferidas se hace perceptible en el insuficiente control de los establecimientos de alojamiento y alimentos & bebidas, junto con el deterioro tanto en los atractivos naturales como culturales y la limitada vinculación con el sector privado, trayendo consigo una deficiente comercialización y debilitando el empoderamiento de la población.

## **1.2. Formulación del Problema**

- ¿Cómo influye la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?

### **1.2.1. Problemas específicos**

- ¿Cómo influye el diseño del producto en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?

- ¿Cómo influye el marketing en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?

## **1.3. Justificación**

Pese a que la actividad turística está considerada como política de Estado, no cabe duda de que aún se presentan deficiencias en la planificación de los niveles de gobierno que, acatando los mandatos obligatorios del Gobierno Central, deben permitir la inserción afortunada del turismo en el territorio. Es preciso el planteamiento de mecanismos que permitan compatibilizar las estrategias de desarrollo turístico y la gestión de las entidades públicas encargadas, como partes integrantes de un mismo proceso.

La importancia de llevar a cabo acciones planificadas radica en la necesidad que existe en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma de llevar a cabo una eficiente organización del turismo en el territorio, cumpliendo con las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” que se traducen

en mejorar los niveles de incremento de plazas de empleo en turismo, número de turistas e ingreso de divisas para el año 2021.

Además, esta investigación se articula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 1, 8, 9,15 y 17 de la Agenda 2030; los cuales direccionan el accionar de las entidades a nivel mundial para garantizar beneficios globales y calidad de vida de las sociedades.

Es por eso por lo que se requiere del diseño de estrategias de desarrollo con resultados a corto, mediano y largo plazo, que permitan alcanzar una mayor implicación y colaboración por parte del sector privado, lo cual conllevará a la diversificación de productos turísticos y a fortalecer la oferta del cantón por medio de la implementación de estrategias de marketing para el posicionamiento del destino en el país.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Establecer la influencia de la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar la influencia del diseño del producto en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.
- Determinar la influencia del marketing en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

### **1.4.3. Hipótesis general**

La planificación influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

### **1.4.4. Hipótesis específicas**

- El diseño del producto influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

- El marketing influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

## **2. Capítulo 2: Marco Teórico**

### **2.1. Antecedentes de investigación**

#### **2.1.1. Gestión del GAD Municipal del cantón Caluma**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma en el año 2017 llevó a cabo la reestructuración de sus unidades administrativas apoyando esencialmente la visión cantonal, misión institucional, objetivos estratégicos, políticas generales, competencias exclusivas determinadas en el artículo 264 de la Constitución de la República, y las funciones asignadas en el artículo 54 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

El Sub proceso de Turismo y Patrimonio Cultural forma parte de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo; con las atribuciones de formular políticas, levantar y actualizar inventarios de recursos naturales y culturales, controlar y regular el catastro turístico, promover el desarrollo turístico y dinamizar la economía local, entre otros. Cuenta con una persona como responsable del mismo, lo que dificulta el cumplimiento de las competencias de esta área.

#### **2.1.2. Análisis de investigaciones previas**

En Caluma de la provincia de Bolívar se han llevado a cabo algunos estudios en los últimos cuatro años, enfocados en la gestión del inventario de atractivos turísticos y propuestas de mejoramiento de los servicios ofertados; sin embargo, estas estrategias no han sido acogidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma, no obstante, se configuran como línea base de la investigación.

Dirección de Planificación y Proyectos (2007) *Emprendimiento al Desarrollo Sostenible y Sustentable del Turismo en el cantón Caluma* (trabajo institucional). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Caluma, Ecuador.

Su componente principal se ejecutó en base al fomento del desarrollo turístico, la promoción, difusión juntamente con la señalización de la gran variedad de lugares naturales

como: cascadas, bosques, riachuelos, puentes colgantes; así como plantas exóticas y variada fauna que constituyen los recursos turísticos; según información proporcionada por el Municipio de Caluma.

Sin embargo, los resultados no han sido favorables, debido a la falta de monitoreo y seguimiento por parte de las autoridades al proyecto, se ha deteriorado gran parte de la infraestructura implementada y la población que beneficiaria perdió el interés de trabajar en la actividad turística.

Dirección de Planificación y Proyectos (2015) *Anillo turístico y sus alternativas del cantón Caluma* (trabajo institucional). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Caluma, Ecuador.

Su finalidad fue establecer un recorrido por lugares turísticos desde el recinto Pita hasta Charquiyacu, para visitar los recursos naturales del territorio, con la idea de anclar a este recorrido la visita a algunos recintos como Santa Ana Alto, Cumbilli Chico, Tablas Grande, Tablas La Esperanza, donde se puede disfrutar de la experiencia de vivir y conocer la forma en cómo se realiza la panela y el trago denominado “pájaro azul” a través de la “Ruta de las Moliendas y las Cascadas”.

No se cuenta con información sobre la ejecución y resultados del proyecto, sin embargo, es una herramienta útil para el diseño de paquetes turísticos, ya que la información levantada ha servido como base para la identificación de recursos y prestadores de servicios turísticos.

Ana Lucía Analuisa Maisincho (2015), *Plan estratégico de promoción de los atractivos turísticos naturales, gastronómicos y culturales del cantón caluma provincia Bolívar* (tesis de pregrado). Instituto Tecnológico Cordillera- Quito, Ecuador.

Plantea como problemática a la escasa difusión de los atractivos turísticos gastronómicos y naturales del cantón Caluma, derivada de un desinterés tanto de autoridades locales como de la población anfitriona.

La solución establecida hace referencia a la difusión de los atractivos turísticos como propósito del proyecto, sin embargo, no se evidencia un planteamiento estratégico que involucre a la población local ni a los prestadores de servicios turísticos, siendo los encargados de la comercialización de productos en el cantón; además la propuesta de trípticos informativos como medio de promoción turística a nivel nacional, ha venido perdiendo validez y utilidad debido a las nuevas tendencias mundiales de manejo de medios digitales y buenas prácticas ambientales para la reducción de papel.

Samantha Yances Astudillo (2018), *Importancia de la producción de naranja en Caluma y el impacto que tiene en los festivales del cantón – análisis cultural turístico* (tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito, Ecuador.

La autora realiza un análisis de la producción de la naranja como el crítico con mayor relevancia en el cantón, al ser considerada por la población local como ícono de atracción turística relacionada a las festividades que se llevan a cabo en el mes de agosto.

La propuesta consiste en impulsar el desarrollo de actividades turísticas, con el aprovechamiento de la denominación de Caluma como “La Tierra de la naranja” o “Capital cítrica del Ecuador”, no obstante, no se identifican estrategias concisas para llegar a este fin.

## **2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación**

### **2.2.1. Planificación**

Para Matus, C., (1987) cuando se habla de epistemología de la planificación se considera dos formas o métodos de planificación en materia de política de gobierno ya que la planificación es constitutiva de la acción política. Se habla de la Planificación Normativa y de la Planificación Estratégica. Se antepone como referencia a la Planificación Situacional o Estratégica. Considerando a la primera como ineficiente y como expresión parcial de la planificación de la acción humana. Y a la segunda como la mejor herramienta de conducción de los procesos sociales en todas sus dimensiones. Al ser el Estado el único actor que planifica y el que posee todo el poder, no tiene otro oponente más que la escasez de recursos económicos, por ende, su cálculo se restringe a lo económico-social y al diseño de un “debe ser”.

Es decir, los problemas referidos en la planificación deben estar bien estructurados y con conocida solución, todo ello con la finalidad de alcanzar los objetivos la racionalidad técnica.

### **2.2.2. Desarrollo turístico**

Panosso, A., (2012) menciona que el conocimiento en el turismo no se produce sólo en la universidad lo que significa que en el turismo el conocimiento se produce en las agencias de viajes, en las compañías aéreas, en los medios de hospedaje y, de una manera general, en todas las empresas de turismo.

Este campo requiere que otras disciplinas entren en contacto con el turismo y proporcionen la base conceptual para la producción del conocimiento de este; como los impactos sociales y ambientales.

El debate sobre si el turismo es o no una ciencia se encuentra también en el campo de la epistemología. Son tres las corrientes respecto a este tema. La primera sostiene que el



turismo no es una ciencia, pero que está en camino de convertirse en ciencia, debido a que está pasando por las mismas etapas que otras ciencias que surgieron al comienzo del siglo XX, antropología y la etnografía. La segunda corriente sostiene que el turismo no es ni será nunca una ciencia, ya que únicamente constituye una actividad humana auxiliada en su estudio por la ciencia. La argumentación de este grupo sostiene que los estudios turísticos no poseen un objeto de investigación claro y definido ni un método de estudio particular, lo que los hace inviables de convertirse en ciencia.

El tercer grupo de investigadores sostiene que el turismo es una ciencia, ya que posee un cuerpo teórico maduro y relativamente grande; sin embargo, estos investigadores aún no han logrado comprobar esta afirmación mediante estudios.

### **2.2.3. Sistema Turístico**

Conformado por 6 elementos, que se constituyen para analizar al turismo desde una visión general y buscan un objetivo en común, que es el posicionamiento del destino; los mismos que son:

Atractivos turísticos, tanto naturales como culturales; Supraestructura, representada por el cumplimiento de normativa vigente en el territorio y la articulación de actores públicos y privados; Infraestructura, o vías de comunicación entre el destino y el turista, sean estas marítimas, terrestres o aéreas; Demanda turística, como elemento clave de consumo en el territorio, a partir de la cual se deben establecer estrategias reales para satisfacer sus necesidades; Servicios tanto fundamentales para la atención al turista, como complementarios; y Comunidad Receptora, dividida entre los profesionales en turismo encargados del servicio y la población general del destino como anfitriones. Según lo manifiesta la revista Entorno turístico, (2019)

#### **2.2.4. Promoción turística**

Se define como la difusión que se realiza de un destino los turistas, los mismos que al viajar generan ingresos económicos para el lugar que visitan. La finalidad de llevar a cabo acciones de promoción turística incide en dar a conocer la oferta existente y aumentar el flujo de visitantes y turistas; incentivando también la participación de la población local como anfitriones. Según lo expresan Aya C, & Troia, G., (2018)

Por otro lado, Morales, J., (2018) manifiesta que, por medio de campañas promocionales se permite aumentar el mercado turístico cultural, logrando causar impactos económico, ambiental y sociocultural en las poblaciones receptoras y que ofertan el servicio turístico, dando a conocer los atractivos, cultura, historia, entre otros.

Con respecto a la promoción turística, Oyarzún E, & Szmulewicz P., (2018) acuerdan en que la población tiene que participar en el proceso de definición de la imagen del destino; de igual manera los empresarios del sector que tienen relación directa con la difusión del destino. La información. Relaciones públicas, empresas privadas y asociaciones de empresarios forman parte del conjunto para establecer acciones de promoción turística del destino.

#### **2.2.5. Producto turístico**

Ruano, C. (2014) define al producto turístico como un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista. Este producto está formado por los recursos, servicios, infraestructura y la accesibilidad, mediante un precio, el cual es puesto en el mercado turístico para ser consumido por la demanda turística.

#### **2.2.6. Marketing**

De la Ballina, F. (2017) señala que el marketing es el conjunto de la maximización de esfuerzos para entender a los consumidores, a través de estudios de mercado, bases de datos y

estudio de sugerencias, para mejorar las relaciones duraderas con este. El marketing debe contar con una participación destacada para poder mantener una orientación a los cambios del mercado y así establecer relaciones en el mismo. Para ello, se lleva a cabo el marketing en dos fases asociadas, marketing estratégico atendiendo las necesidades del entorno y mercado, desarrollando un posicionamiento competitivo y el marketing operativo que diseñará estrategias para el cumplimiento de objetivos establecidos.

### 2.3. Estado del arte

*Cuadro 1.  
Estado del arte*

No.	TÍTULO	AUTOR	AÑO	INSTITUCIÓN	APORTE
1	Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. Estudio de caso: Quilmes – Argentina.	Claudia Toselli	2015	TURyDES – Turismo y Desarrollo Local	<p>Análisis del rol de los municipios, adoptando herramientas de planificación para mejorar las condiciones socioeconómicas del territorio y, en consecuencia, mejorar el desarrollo turístico del mismo.</p> <p>La metodología propone el diseño de nuevos productos con la participación de la comunidad local para llegar a formular políticas y realizar la implementación, monitoreo y seguimiento de los planes propuestos.</p> <p>Como resultado, indica que la planificación para el desarrollo turístico ha servido para consensuar propuestas y promover acciones entre actores públicos y privados para posicionar al destino. Toselli, C. (2015)</p>
2	Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico. Estudio de caso: Comunidades étnico-rurales de Paraná – Brasil.	Poliana Cardozo, Diogo Fernandez, Joécio Soares, & Carla Holm	2016	Estudios y perspectivas en turismo	<p>Estudio de la influencia de la planificación y gestión del turismo sobre el desarrollo de las comunidades de Paraná, con una investigación exploratoria, utilizando metodología de análisis participativo para identificar las formas de organización y acción colectiva, teniendo al turismo como alternativa de ingreso frente a las actividades agrícolas que realizan diariamente.</p> <p>Como resultado se obtuvo que es necesario diseñar políticas no autoritarias para que los emprendimientos comunitarios mejoren su oferta y competitividad, estimulando la cooperación entre ellos, por medio de la formación de asociaciones que cooperen entre sí para dinamizar la actividad turística y posibiliten la generación de ganancias equitativas y de revitalización cultural como su mayor potencial. Cardozo P, Fernandez D, Soares J, &amp; Holm C, (2016)</p>
3	Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. Estudio de caso: Provincia de Chimborazo –Ecuador, Cusco-Perú y Lago Titicaca-Bolivia.	Gabriel Inostroza	2018	Gestión turística	<p>Análisis de la planificación socio productiva de las entidades a cargo del turismo comunitario, para determinar el modelo de desarrollo óptimo, poniendo como eje principal la articulación de actores y confianza entre ellos.</p> <p>Propone la necesidad de que las instituciones públicas deben contribuir al posicionamiento del sector privado-comunitario, orientando las medidas de formalización de emprendimientos, capacitación y comercialización de productos turísticos. Inostroza, G (2018)</p>

<b>No.</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>APORTE</b>
4	Los recursos turísticos en un proceso de planificación.	Francisco Leno Cerro	2015	Papers de turisme	Análisis del inventario de recursos turísticos como modelo de planificación para los destinos, considerando las preferencias de los usuarios como medida de evaluación de la oferta, niveles de participación local y áreas de mayor significación, junto con las necesidades de intervención. Propone una metodología de análisis del potencial turístico, en base a los núcleos turísticos, demanda y medidas de planificación-ejecución del destino. Leno, F (2015)

Fuente: Análisis de fuentes secundarias.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 3. Capítulo 3: Metodología

#### 3.1. Tipo de investigación

En el presente estudio es:

**Documental:** Al realizar un análisis de la gestión municipal del cantón Caluma, junto con la revisión de fuentes secundarias existentes con relevancia al tema propuesto.

**De campo:** Por medio de la recolección de datos de fuentes primarias, tanto por entrevistas a funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma, como por encuestas dirigidas a la demanda turística potencial del cantón.

#### 3.2. Diseño de investigación

En base al contexto del estudio, se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa no experimental, debido a que las variables de la investigación no han sido manipuladas, sino que se han analizado en su entorno y realidad natural.

**Descriptiva:** Definiendo la realidad turística del territorio, por medio de su descripción, identificando las necesidades y potencialidades buscando lograr beneficios posteriores tanto para la población local como para los turistas.

**Correlacional:** Por medio de la medición del grado de relación o influencia existente entre dos variables se aporta con la generación de conocimiento, teniendo atención directa a la problemática determinada, con la finalidad de brindar acciones de remediación.

Con la finalidad de verificar las hipótesis planteadas para la investigación se utilizó el método estadístico Chi cuadrado ( $X^2$ ), por medio del cual se analizó el grado de influencia de la variable independiente – planificación sobre la variable dependiente – desarrollo turístico; es decir, se examinó si al establecer medidas de planificación para diseñar un producto consolidando el potencial del cantón Caluma y definir estrategias de marketing para la difusión y promoción del mismo, se contribuye al desarrollo turístico.

### 3.2.1. Población de estudio

#### 3.2.1.1. Población de la variable independiente – Planificación

La entidad pública encargada de la planificación en el cantón Caluma es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, razón por la cual se aplicó la técnica focus group dirigida al Alcalde, al Director de Gestión de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo y a los técnicos responsables de los Subprocesos de esta dependencia, donde consta el Sub proceso de Turismo y Patrimonio, teniendo un total de 13 personas; cuyos criterios basados en las funciones que desempeñan y experiencias de gestión, son fundamentales para establecer una posterior propuesta.

#### 3.2.1.2. Población de la variable dependiente – Desarrollo turístico

Considerando que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma no maneja estadísticas históricas que reflejen el perfil y cantidad de turistas que visitan el cantón, se procedió a revisar y analizar los registros de huéspedes de los 6 establecimientos de alojamiento turístico para el periodo enero – diciembre 2018, teniendo como resultado la siguiente población de estudio:

*Cuadro 2.*

*Población de la variable dependiente*

<b>Ciudad</b>	<b>Población de estudio</b>
Guayaquil	21.200
Babahoyo	18.549
Quevedo	9.600
Guaranda	7.820
Quito	3.555
Riobamba	3.130
<b>TOTAL</b>	<b>63.854</b>

Fuente: Registros de huéspedes en establecimientos turísticos del cantón Caluma, 2018.

Elaborado por: María Alicia Noboa.

### 3.2.2. Tamaño de la muestra

En el caso de la variable independiente planificación, el universo de estudio conformado por 13 funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma es finito, por lo cual no se realizó cálculo de la muestra y se trabajó con el total antes mencionado.

La muestra del universo de estudio para el análisis de la variable dependiente se obtuvo aplicando la fórmula de Sierra Bravo, en donde para tener un mayor nivel de credibilidad en la investigación se ha utilizado un nivel de confianza del 92%, cuyo valor de cálculo es 1.76 y un margen de error de 8%; criterios que se encuentran dentro de los rangos aceptables.

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

**Dónde:**

**n** = Tamaño de muestra

**Z** = Nivel de confianza

**N** = Universo

**p** = 0,5 Probabilidad ocurrencia un evento

**q** = 0,5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

**e** = 8 % Margen de error

$$n = \frac{1.76^2 * 63854 * (0.5 * 0.5)}{(0.08)^2 (63854 - 1) + 1.76^2 (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 121$$



### 3.2.3. Técnicas e instrumentos de la investigación

Las técnicas empleadas en la presente investigación fueron:

**Focus group:** Aplicado a 13 funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma para analizar la variable independiente planificación, con un total de 14 preguntas, de las cuales 2 se estructuraron con escala de Likert, con la finalidad de comprobar la hipótesis específica 1: El diseño del producto influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

El instrumento utilizado fue la guía de pautas.

**Encuestas:** Aplicadas a una muestra de 121 personas como parte de la demanda potencial del cantón Caluma, para analizar la variable dependiente desarrollo turístico, con un total de 14 preguntas, de las cuales 2 se estructuraron con escala de Likert, con la finalidad de comprobar la hipótesis específica 2: El marketing influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

El instrumento utilizado fue el cuestionario.

### 3.3. Validación de los instrumentos

La validación de instrumentos está vinculada con el criterio de 4 expertos que, basados en su formación académica y experiencia laboral en los ámbitos de planificación y desarrollo turístico, aportaron con su guía al diseño de estos.

*Cuadro 3.*  
*Selección de expertos*

No.	Nombre y Apellido	Cargo	Universidad
1	Mgs. Paula E. Moreno Aguirre.	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera.	Universidad Nacional de Chimborazo.
2	PhD. Silvia M. Aldaz Hernández.	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera.	Universidad Nacional de Chimborazo.
3	Mgs. Franklin Quishpi Choto	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera.	Universidad Nacional de Chimborazo.
4	Mgs. Sabina Villón Perero	Docente de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico.	Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Fuente: Selección de expertos  
Elaborado por: María Alicia Noboa.

De la misma manera, los instrumentos fueron validados a través de la prueba binomial en el programa SPSS Statistics Versión 24 y que según Berlanga y Rubio (2012) este análisis indica la probabilidad de aprobación o no de los criterios de los expertos que se enlistaron anteriormente.

### 3.3.1. Validez variable independiente, Planificación

*Tabla 1.*  
*Validación variable independiente, Planificación*

	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	
Validación Experto 1	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 2	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 3	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 4	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		

Fuente: Validación de expertos  
Elaborado por: María Alicia Noboa.

El resultado de la significación exacta bilateral es de 0,000, menor a la significación estadística de 0,05; con lo cual se determina la validez del instrumento variable Planificación.

### 3.3.2. Validez variable dependiente, Desarrollo Turístico

*Tabla 2.*  
*Validación variable dependiente, Desarrollo Turístico*

	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	
Validación Experto 1	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 2	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 3	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		
Validación Experto 4	Grupo 1	14	14	1,00	,50	,000
	Total		14	1,00		

Fuente: Validación de expertos  
Elaborado por: María Alicia Noboa.

El resultado de la significación exacta bilateral es de 0,000, menor a la significancia estadística 0,05; por lo tanto, se determina la validez del instrumento variable Desarrollo Turístico.

### 3.4. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad de los instrumentos se realizó utilizando el Alfa de Cronbach, que según Oviedo y Campo (2005) es una validación que establece la cuantificación de la correlación que existe entre los ítems que componen los constructos de las variables Planificación y Desarrollo Turístico. Las autoras indican también que el rango aceptable es entre 0,70 a 0,90 que se refiere a una buena consistencia interna.

En base a este rango propuesto, si los valores resultantes son menores a 0,70 la consistencia interna de la escala utilizada es baja; por otro lado, si se obtiene un resultado mayor al máximo esperado de 0,90 indica que existe redundancia o duplicación, por lo tanto los ítems deben eliminarse y volver a utilizar el coeficiente Alfa de Cronbach.

Esta técnica estadística es fiable al analizar escalas de 20 ítems o menos; en la presente investigación cada uno de los instrumentos cuenta con 14 ítems respectivamente, por lo que el análisis se vuelve más fidedigno.

El rango establecido para al Alfa de Cronbach es:

0,60 – Deficiente

0,70 – Bueno

0,80 – Muy bueno

0,90 – Excelente

#### 3.4.1. Alfa de Cronbach variable independiente, Planificación

El instrumento para la variable independiente estuvo conformado por 14 ítems, de los cuales 2 contaban con la escala de Likert para comprobar la hipótesis específica posteriormente.

*Tabla 3.*

*Confiabilidad variable independiente, Planificación*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,888	2

Fuente: Análisis del instrumento de la variable independiente  
Elaborado por: María Alicia Noboa.

Se obtuvo un promedio de 0,88 lo que indica que los ítems analizados cuentan con consistencia interna muy buena, con una fuerte relación entre las preguntas analizadas: ¿está de acuerdo con que un modelo de gestión municipal permitirá el desarrollo turístico del cantón Caluma?, y ¿el desarrollo de las modalidades como aventura, cultura, naturaleza, entre otras ha sido significantes para conformar un producto turístico en el cantón Caluma?

### 3.4.2. Alfa de Cronbach variable dependiente, Desarrollo Turístico

El instrumento de la variable dependiente se conformó con 14 ítems, 2 de éstas estaban diseñadas con la escala de Likert.

*Tabla 4.*  
*Confiabilidad variable dependiente, Desarrollo Turístico*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	2

Fuente: Análisis del instrumento de la variable dependiente  
Elaborado por: María Alicia Noboa.

El resultado del análisis fue 0,897 que, al estar dentro del rango muy bueno de esta validación, enuncia que los ítems observados cuentan con consistencia interna favorable y una fuerte relación entre las preguntas: ¿considera usted que es importante conformar un producto para el desarrollo turístico de Caluma?, y ¿está de acuerdo con que la aplicación de estrategias de marketing contribuiría al desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?

## **4. Capítulo 4: Resultados y discusión**

### **4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados**

#### **4.1.1. Planificación**

Para el análisis de la planificación se empleó un focus group dirigido al alcalde, Director de Gestión de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo y a los jefes de los Subprocesos de Planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma, obteniendo los siguientes resultados:

Siendo claro que existe un insuficiente desarrollo turístico del cantón Caluma, los nudos críticos que han sido considerados por el público entrevistado son: débil infraestructura vial y accesibilidad de tipo rural; carencia de facilidades e infraestructura turística en los recursos naturales; deficiencia de procesos de gestión en permisos de funcionamiento para los establecimientos que forman parte del catastro turístico; población desinformada sobre los recursos y actividades turísticas del cantón; estancamiento de la oferta turística en 2 temporadas marcadas que son Carnaval y Fiesta de la Naranja en agosto; limitada promoción y difusión acerca de recursos y actividades turísticas.

Pese a la existencia de estos nudos críticos, mencionaron fortalezas que pueden ser consideradas como factores clave de éxito, siendo: predisposición administrativa orientada al cambio y a la mejora continua; diversidad de recursos naturales para la oferta de servicios y actividades turísticas; práctica vigente de actividades relacionadas a la agricultura y ganadería.

Actualmente el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Caluma trabaja en vinculación con la Carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Bolívar, entidad con la que realizó la actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón, utilizando la metodología de jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ministerio de Turismo y la Asociación de Municipalidades del Ecuador, 2018.

En el cantón Caluma, aprovechando su clima cálido, se ofrecen actividades recreacionales en los distintos balnearios, junto con la oferta de los servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento en discotecas y bares; sin embargo, al no existir una operadora turística local que diversifique y comercialice esta oferta, se vuelve desconocida para la demanda de turistas a nivel nacional.

En el Estatuto Orgánico Funcional de Gestión Municipal del cantón Caluma, aprobado en el año 2017, el Subproceso de Turismo y Patrimonio, perteneciente a la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo, tiene como funciones las siguientes descritas a continuación:

- a) Proponer y coordinar la formulación de políticas, normas y regulaciones para el desarrollo y fortalecimiento del turismo en el cantón.
- b) Fomentar el ejercicio de actividades turísticas que se desarrollen en la circunscripción territorial cantonal.
- c) Levantar el inventario Cultural del cantón.
- d) Promover el desarrollo turístico del cantón.
- e) Dinamizar y diversificar las actividades de turismo.
- f) Formular, promover, gestionar, y ejecutar planes de capacitación para todas las actividades turísticas.
- g) Promover, fomentar y ejecutar políticas de seguridad ciudadana.
- h) Mantener un registro actualizado de locales y centros de diversión.
- i) Elaborar el inventario turístico cantonal.

Pese a contar con un estatuto en donde se indican las funciones del subproceso de Turismo y Patrimonio, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal está incumpliendo con sus atribuciones, específicamente en el proceso de entrega de Licencia Única Anual de Funcionamiento, ya que desde el año 2017 este permiso no ha sido otorgado como parte de la

regulación del catastro de establecimientos turísticos en el cantón, siendo una competencia exclusiva de los Municipios en materia de turismo a nivel nacional.

No existe un modelo específico para planificar, ejecutar y monitorear proyectos para el desarrollo turístico del cantón; se maneja de manera general la evaluación de procesos de contratación pública para eventos, en donde uno de sus ejes complementarios es el fomento turístico.

Actualmente se está trabajando de manera coordinada con la Universidad Estatal de Bolívar generando espacios para que los estudiantes de la Carrera de Turismo puedan realizar proyectos de investigación y prácticas pre profesionales, apoyando al jefe del Subproceso de Turismo y Patrimonio del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.

Se están fortaleciendo vínculos con el Ministerio de Turismo Dirección Provincial de Bolívar para que los prestadores de servicios turísticos del cantón Caluma puedan acceder a los procesos de capacitación gratuita en línea, estrategia que lleva a cabo esta entidad a nivel nacional.

En lo referente a la necesidad de implementar un modelo de gestión municipal con acciones claras y ejecutables en el tiempo, un 38% de entrevistados mencionó que está totalmente de acuerdo, otro 38% indicó que estaba de acuerdo; lo que demuestra el interés por implementar este tipo de medidas de planificación.

Debido a que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal no maneja datos estadísticos históricos que reflejen el perfil del turista en Caluma, las personas entrevistadas tomaron como referencia a la población que visita el cantón en las festividades de Carnaval y en agosto por la Fiesta de la Naranja; quienes llegan de ciudades aledañas como Guayaquil, Babahoyo, Guaranda, Quevedo, Quito, Riobamba, entre otros.

En lo que respecta a turismo, el Municipio no posee partidas específicas de inversión, no obstante, cabe mencionar que se está contando con el apoyo de la Asociación de Municipalidades del Ecuador Zonal 5 para fomentar proyectos que beneficien al desarrollo turístico del cantón, en la que la Asociación de Municipalidades del Ecuador aportaría con el tema presupuestario y la contraparte del Gobierno Autónomo Descentralizado serían los rubros del impuesto al valor agregado.

El Subproceso de Turismo y Patrimonio forma parte de la Dirección de Gestión de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo, cuenta solo con una persona a cargo de las actividades de Turismo y Cultura según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma, 2017.

Las líneas de productos que se adaptarían de mejor manera en el cantón Caluma, según el criterio de los entrevistados, son turismo de naturaleza y aventura aprovechando los recursos hídricos del territorio como los ríos y cascadas; además, la modalidad de turismo cultural se puede diversificar con las festividades de Carnaval y de la Naranja en agosto de cada año, las mismas que atraen a un gran número de visitantes.

A pesar del potencial para realizar actividades de agroturismo debido a la existencia de haciendas y el aprovechamiento de la producción agrícola, estas líneas no han sido articuladas entre sí y no se constituyen como una oferta actual de turismo.

Se cuenta con una fan page de Facebook en la cual realizan difusión esporádica de los atractivos turísticos naturales, como las cascadas y ríos para que la gente los visite; además se promocionan los eventos que se llevan a cabo cada año en Carnaval y en la Fiesta de la Naranja en agosto. No obstante, cabe mencionar que no se ha delegado a una persona responsable de este medio digital para que lleve a cabo actividades de community manager, razón por la cual esta red social no ha aumentado su nivel de seguidores y se encuentra desactualizada.



Con la finalidad de facilitar la verificación de hipótesis de la presente investigación, se ha procedido a cuantificar los resultados, revisando los datos textuales y analizándolos estadísticamente.

*Cuadro 4.*

*Cuantificación de resultados variable independiente*

<b>Nro.</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Interpretación</b>
9	Modelo de gestión municipal para contribuir al desarrollo turístico	Al estudiar la factibilidad de implementar un modelo de gestión que brinde las herramientas para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma, del segmento entrevistado (13 personas) un 38% contestó que está totalmente de acuerdo (5 entrevistados), el otro 38% indicó que está de acuerdo (5 entrevistados) y un 24% restante ha mencionado que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo (3 entrevistados).
13	Desarrollo de modalidades de turismo para conformar un producto	El 69% de los funcionarios (9 personas) indican que es muy significativo el desarrollo de las modalidades de turismo para conformar un producto turístico en el cantón Caluma. El 23% (3 personas) concuerda que es significativo y el 8% (1 persona) restante indica que este factor no es ni significativo ni insignificante.

Fuente: Focus group a funcionarios del GAD Municipal del cantón Caluma

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

#### **4.1.2. Desarrollo turístico**

Encuestas aplicadas en base a la población que ha visitado el cantón Caluma y se ha hospedado en establecimientos turísticos, en el periodo enero - diciembre 2018; procedentes de Guayaquil, Babahoyo, Quevedo, Guaranda, Quito y Riobamba.

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a la muestra de 121 personas para determinar el perfil de demanda potencial para el cantón Caluma:

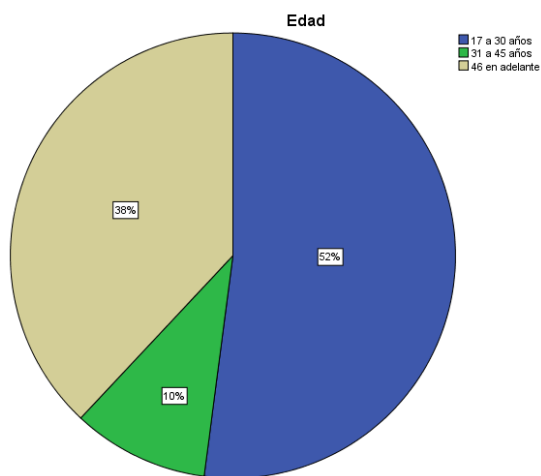
#### 4.1.2.1.Edad

Tabla 5.  
Edad del público encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	17 a 30 años	63	52,1	52,1
	31 a 45 años	12	9,9	62,0
	46 en adelante	46	38,0	100,0
	Total	121	100,0	100,0

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 1.  
Edad del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Al estudiar la demanda potencial se ha determinado que la edad media de turistas con intenciones de visitar el cantón Caluma está comprendida dentro de un rango de entre los 17 a 30 años (52%).

#### 4.1.2.2. Género

Tabla 6.

Género del público encuestado

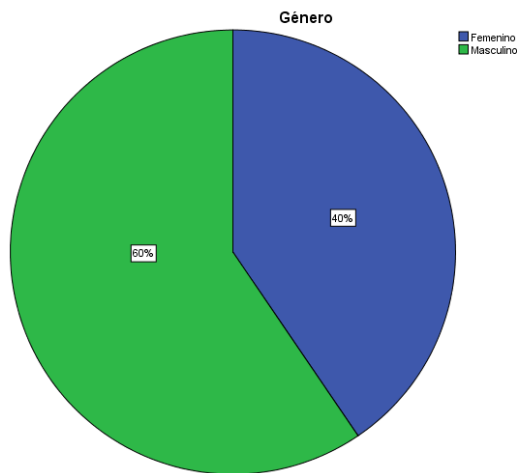
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	49	40,5	40,5	40,5
	Masculino	72	59,5	59,5	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 2.

Género del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Con respecto al género del turista potencial del cantón Caluma, se ha determinado que hay una percepción favorable superior por el género masculino con un 60%.

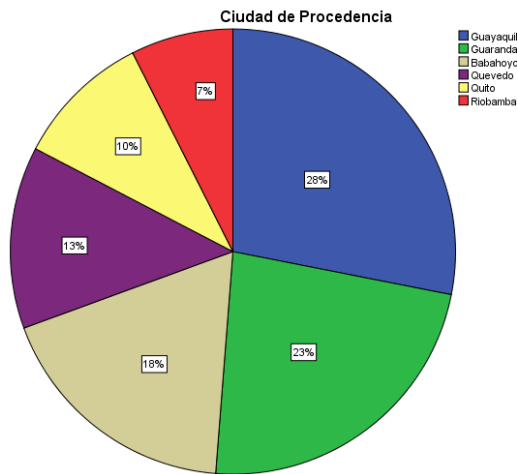
### 4.1.2.3.Ciudad de procedencia

Tabla 7.  
Ciudad de procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Guayaquil	34	28,1	28,1
	Guaranda	28	23,1	51,2
	Babahoyo	22	18,2	69,4
	Quevedo	16	13,2	82,6
	Quito	12	9,9	92,6
	Riobamba	9	7,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 3.  
Ciudad de procedencia



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Las ciudades a las que pertenecen la mayoría de turistas con la intención de viajar a Caluma son Guayaquil con 28%, Guaranda con 23% y Babahoyo con 18%. Continúa con Quevedo 13%, Quito 10% y Riobamba 7%.

Estos criterios indican que es necesario promover la visitación de los mercados con mayor índice de turismo emisor a nivel nacional como Quito y Guayaquil y de las ciudades de proximidad como Guaranda, Babahoyo y Quevedo.

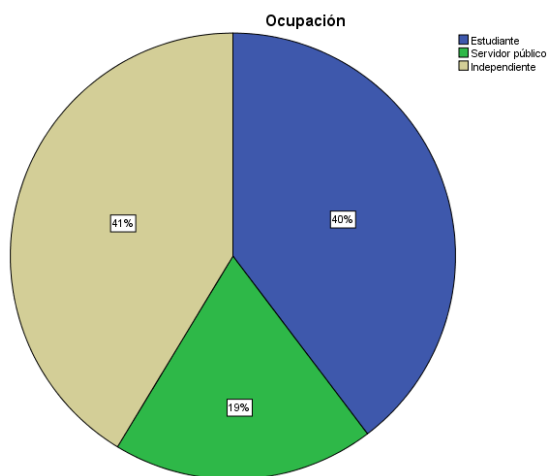
#### 4.1.2.4.Ocupación

Tabla 8.  
Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	48	39,7	39,7	39,7
	Servidor público	23	19,0	19,0	58,7
	Independiente	50	41,3	41,3	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 4.  
Ocupación



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

La ocupación del 41% de los encuestados es de carácter privado o independiente, seguido de un 40% de nivel estudiantil; lo cual guarda concordancia con el rango de edad de 17 a 30 años, segmento hacia el que deben ser enfocadas las estrategias de difusión turística para promover la visita al cantón Caluma.

#### 4.1.2.5. Gasto promedio

Tabla 9.

Gasto promedio del público encuestado

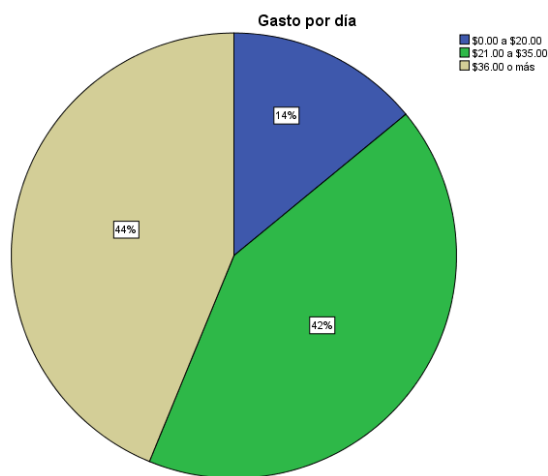
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$0.00 a \$20.00	17	14,0	14,0
	\$21.00 a \$35.00	51	42,1	56,2
	\$36.00 o más	53	43,8	100,0
	Total	121	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 5.

Gasto promedio del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Al ser un segmento joven enmarcado entre los 17 y 30 años, el gasto promedio es proporcional a la ocupación de carácter privado y estudiantil, teniendo un 44% de potenciales turistas que están dispuestos a invertir diariamente en su viaje \$36.00 o más.

Este criterio tiene coherencia con los precios que actualmente manejan los prestadores de servicios turísticos de alojamiento y alimentación del cantón Caluma; lo que indica que este es un destino apropiado para un nivel bajo de gasto diario por turista.

#### 4.1.2.6. Estadía

Tabla 10.

Estadía del público encuestado

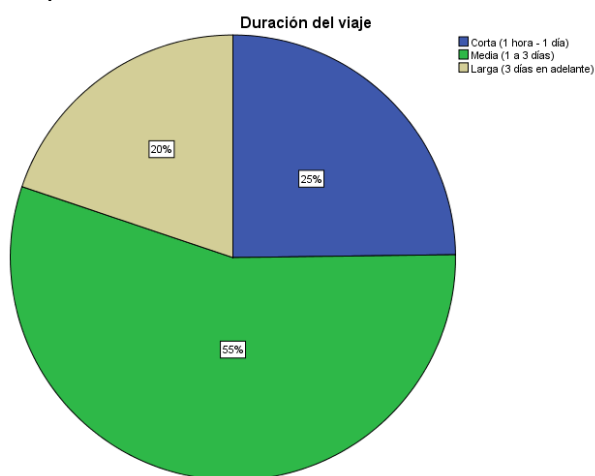
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Corta (1 hora - 1 día)	30	24,8	24,8	24,8
	Media (1 a 3 días)	67	55,4	55,4	80,2
	Larga (3 días en adelante)	24	19,8	19,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 6.

Estadía del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

La duración estimada de viaje del turista potencial es “media”, es decir, el promedio de visita del público encuestado es de 1 a 3 días (55%). Este criterio indica que la planificación y oferta de actividades turísticas en el cantón Caluma debe enmarcarse para este periodo de tiempo.

#### 4.1.2.7.Frecuencia de viaje

Tabla 11.

*Frecuencia de viaje del público encuestado*

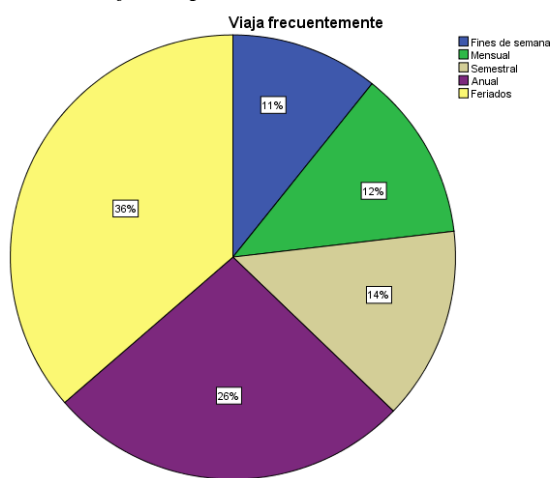
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fines de semana	13	10,7	10,7
	Mensual	15	12,4	23,1
	Semestral	17	14,0	37,2
	Anual	32	26,4	63,6
	Feriatos	44	36,4	100,0
	Total	121	100,0	100,0

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 7.

*Frecuencia de viaje del público encuestado*



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Los turistas potenciales eligen los feriatos nacionales para viajar en su mayoría con un 34%, seguido de una frecuencia anual de viaje con un 32%.



#### 4.1.2.8. Acompañamiento del viaje

Tabla 12.

Compañía del público encuestado

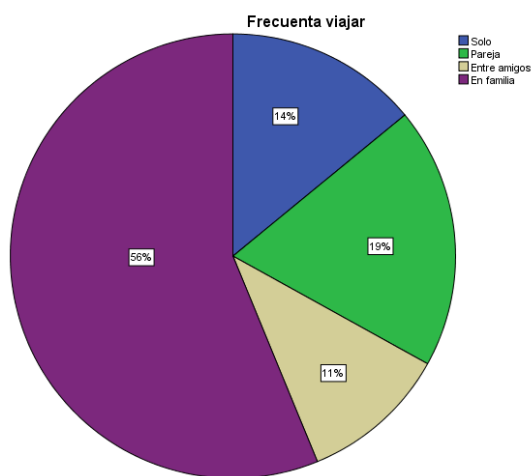
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	17	14,0	14,0
	Pareja	23	19,0	33,1
	Entre amigos	13	10,7	43,8
	En familia	68	56,2	100,0
	Total	121	100,0	100,0

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 8.

Compañía del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

El viaje familiar constituye una oportunidad evidente para el cantón Caluma, pues, lidera la encuesta con 56%, las actividades de turismo comunitario y aventura se adaptan bien para satisfacer este tipo de demanda.

#### 4.1.2.9.Motivo de viaje

Tabla 13.

Motivo del viaje del público encuestado

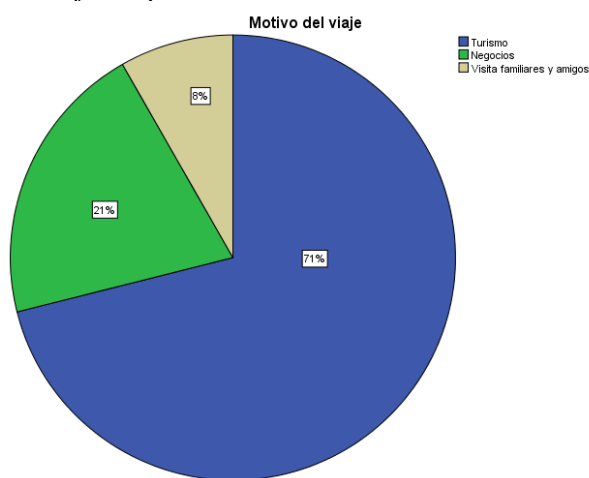
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turismo	86	71,1	71,1	71,1
	Negocios	25	20,7	20,7	91,7
	Visita familiares y amigos	10	8,3	8,3	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 9.

Motivo del viaje del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

El motivo de viaje preferido por el público encuestado es turismo relacionado al ocio y actividades recreacionales en un 71%, criterio de importancia al momento de difundir el potencial de atractivos naturales del cantón Caluma.

Los motivos de viaje menos llamativos son: negocios y visita familiar con 21% y 8% respectivamente, algo significativo para determinar actividades complementarias al turismo que puede constituir en el futuro un motivo de viaje secundario para los visitantes.

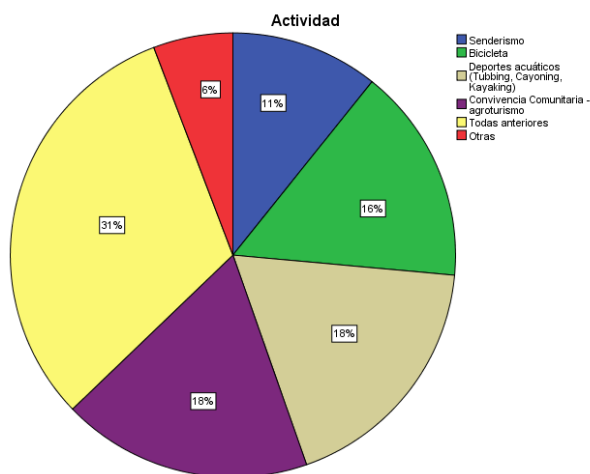
#### 4.1.2.10. Tipo de actividad turística a realizar

Tabla 14.  
Actividad para realizar del público encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Senderismo	13	10,7	10,7	10,7
Bicicleta	19	15,7	15,7	26,4
Deportes acuáticos (Tubbing, Canyoning, Kayaking)	22	18,2	18,2	44,6
Válido Convivencia Comunitaria - agroturismo	22	18,2	18,2	62,8
Todas anteriores	38	31,4	31,4	94,2
Otras	7	5,8	5,8	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 10.  
Actividad para realizar del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

El público encuestado ha preferido realizar todas las actividades propuestas: senderismo, bicicleta, deportes acuáticos y convivencia comunitaria – agroturismo en un 31%. Le sigue con un 18% respectivamente las actividades de agroturismo y deportes acuáticos.

#### 4.1.2.11. Medio de información utilizado

Tabla 15.

Medios de información utilizados del público encuestado

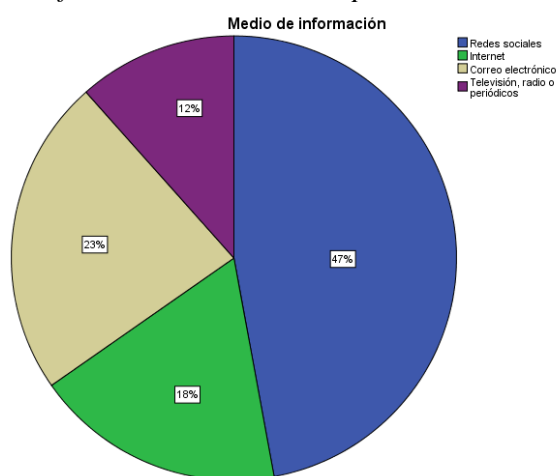
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Redes sociales	57	47,1	47,1	47,1
Internet	22	18,2	18,2	65,3
Válido Correo electrónico	28	23,1	23,1	88,4
Televisión, radio o periódicos	14	11,6	11,6	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 11.

Medios de información utilizados del público encuestado



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Las redes sociales constituyen el medio de preferencia para recibir información turística por parte de los usuarios con 47%, seguido del correo electrónico con un 23%.

#### 4.1.2.12. Líneas de productos turísticos potenciales

Tabla 16.

Líneas de productos turísticos potenciales

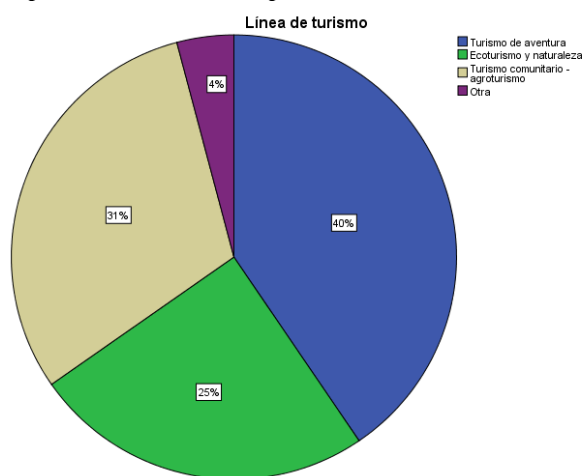
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turismo de aventura	49	40,5	40,5	40,5
	Ecoturismo y naturaleza	30	24,8	24,8	65,3
	Turismo comunitario - agroturismo	37	30,6	30,6	95,9
	Otra	5	4,1	4,1	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 12.

Líneas de productos turísticos potenciales



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

La línea de producto favorita por el público encuestado es el turismo de aventura en un 40%; el turismo comunitario con actividades agro turísticas le sigue con un 31%. Criterios que se relacionan con el potencial turístico del cantón para ser realizados.

#### 4.1.2.13. Importancia de conformar un producto turístico

Tabla 17.

Importancia de conformar un producto turístico

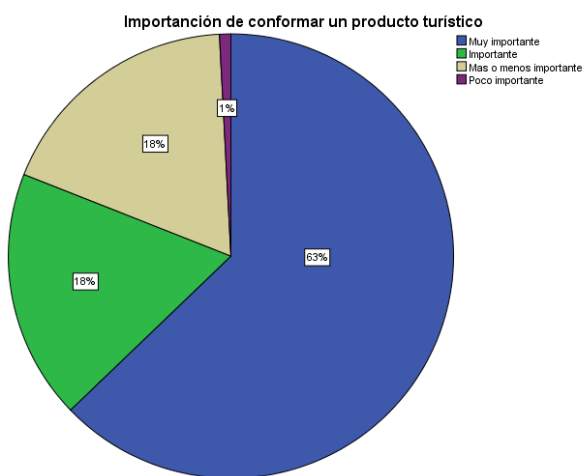
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	76	62,8	62,8	62,8
	Importante	22	18,2	18,2	81,0
	Más o menos importante	22	18,2	18,2	99,2
	Poco importante	1	,8	,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 13.

Importancia de conformar un producto turístico



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

El público encuestado indicó con el 63% que es muy importante la conformación de un producto para el cantón Caluma considerando su potencial turístico en cuanto a recursos naturales y culturales, el 18% considera que es importante esta decisión, mientras que el 19% restante cree lo contrario.

#### 4.1.2.14. Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma

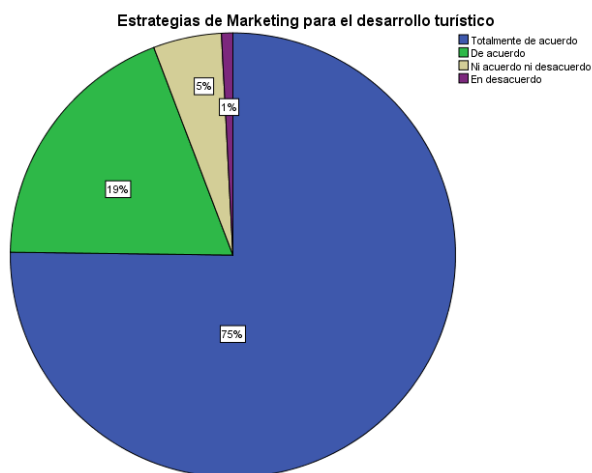
Tabla 18.  
Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	91	75,2	75,2	75,2
De acuerdo	23	19,0	19,0	94,2
Válido Ni acuerdo ni desacuerdo	6	5,0	5,0	99,2
En desacuerdo	1	,8	,8	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Gráfico 14.  
Estrategias de marketing como medio para contribuir al desarrollo turístico del cantón Caluma



Fuente: Turistas potenciales del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

Las personas encuestadas han manifestado que están de acuerdo en que la implementación de estrategias de marketing contribuirá al desarrollo turístico del cantón, en un 94%; el 6% restante ha indicado lo contrario.

## **4.2.Pruebas de hipótesis**

A continuación se presentan los resultados obtenidos sobre la estimación de las hipótesis específicas de la investigación y las respectivas decisiones tomadas.

### **4.2.1. Hipótesis específica 1**

#### ***4.2.1.1. Planteamiento de hipótesis específica 1***

Para el planteamiento de la hipótesis específica 1, los enunciados propuestos fueron:

**H<sub>0</sub>**: El diseño del producto no influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

**H<sub>1</sub>**: El diseño del producto influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

#### ***4.2.1.2. Significancia estadística***

Hace referencia a la probabilidad de error que existe al decidir rechazar la hipótesis nula de una investigación, teniendo como constante de significancia al 0,05; por lo que, si se tiene un resultado inferior a este valor se comprueba el rechazo de la H<sub>0</sub> o nula. Ventura, J, (2017).

Para la hipótesis específica 1 se ha optado por una significancia estadística de 0,05.

#### ***4.2.1.3. Elección de estadístico de prueba***

Considerando que el diseño de la investigación es correlacional, previo a la comprobación de la hipótesis se utilizó la correlación de Pearson, con la finalidad de analizar si las dos variables de estudio comparten información, es decir, comparten viabilidad entre ellas, según Esquivel, et al. (2006). Los coeficientes de correlación son los siguientes:

- Muy buena, mayores a 0,90
- Buena, con cifras entre 0,71 a 0,90
- Moderada, con cifras de 0,51 a 0,70
- Mediocre, con valores de 0,31 a 0,50



- Mala o nula, con valores menores a 0,30.

En el caso del planteamiento de la hipótesis específica Nro. 1, se realizó el análisis correlacional de Pearson entre las preguntas desarrollo de líneas de turismo para conformar un producto y modelo de gestión municipal para el desarrollo turístico del cantón Caluma.

Tabla 19.

*Correlación desarrollo de líneas de turismo para conformar un producto – modelo de gestión municipal*

		Desarrollo de líneas de turismo para conformar un producto	Modelo de gestión para el desarrollo turístico
Desarrollo de líneas de turismo para conformar un producto	Correlación de Pearson	1	,857**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	13	13
Modelo de gestión para el desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,857**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	13	13

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Análisis variable independiente

Elaborado por: María Alicia Noboa.

En base al resultado de 0,857 se puede determinar que los ítems pertenecientes a la variable independiente planificación: líneas de turismo y modelo de gestión municipal, obtuvieron un coeficiente de correlación bueno.

#### 4.2.1.4. *Lectura del p\_valor*

El resultado del p\_valor obtenido es de 0,002, como se indica a continuación:

Tabla 20.

*Pruebas de chi-cuadrado hipótesis específica 1*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,378 <sup>a</sup>	6	,002
Razón de verosimilitud	15,543	6	,016
Asociación lineal por lineal	8,821	1	,003
N de casos válidos	13		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

Fuente: Comprobación de hipótesis específica 1

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

#### 4.2.1.5. *Toma de decisión*

Teniendo una significación asintótica bilateral de 0,002, que es menor a una significancia estadística de 0.05, se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis

alternativa  $H_1$ ; con lo cual se concluye que el diseño del producto sí contribuye significativamente al desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

#### 4.2.2. Hipótesis específica 2

##### 4.2.2.1. *Planteamiento de hipótesis específica 2*

Para el planteamiento de la hipótesis específica 2, se tiene una hipótesis nula  $H_0$  y una alternativa  $H_1$ :

**$H_0$ :** El marketing no influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

**$H_1$ :** El marketing influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

##### 4.2.2.2. *Significancia estadística*

Al igual que en el caso anterior, para la hipótesis específica 2 se ha utilizado la constante de 0,05 de significancia estadística.

##### 4.2.2.3. *Elección de estadístico de prueba*

Para el planteamiento de la hipótesis específica Nro. 2, se utilizó la correlación de Pearson con el fin de analizar la correlación entre la importancia de conformar un producto turístico y estrategias de marketing para el desarrollo turístico del cantón Caluma, ambos ítems pertenecientes a la variable dependiente desarrollo turístico.

Tabla 21.

*Correlación importancia de conformar un producto turístico – estrategias de marketing*

		Importancia de conformar un producto turístico	Estrategias de Marketing para el desarrollo turístico
Importancia de conformar un producto turístico	Correlación de Pearson	1	,850**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	121	121
Estrategias de Marketing para el desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,850**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	121	121

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Análisis variable dependiente

Elaborado por: María Alicia Noboa.

El resultado de 0,850, al ser un coeficiente de correlación bueno, demuestra que los ítems producto turístico y estrategias de marketing tienen una relación directa y favorable.

#### 4.2.2.4. *Lectura del p\_valor*

El resultado del p\_valor obtenido es de 0,000, como se indica a continuación:

Tabla 22.  
Pruebas de chi-cuadrado hipótesis específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	220,589 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	120,567	9	,000
Asociación lineal por lineal	86,604	1	,000
N de casos válidos	121		
a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.			

Fuente: Comprobación de hipótesis específica 2  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

#### 4.2.2.5. *Toma de decisión*

Ya que el valor de la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0.000 es menor a una significancia estadística de 0.05, se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ , concluyendo que la implementación de estrategias de marketing, si contribuye significativamente al desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

#### 4.2.3. **Comprobación de hipótesis general**

Teniendo una comprobación favorable de las dos hipótesis específicas, se deduce que la hipótesis general de la investigación también ha sido validada y comprobada, la misma que enuncia que la planificación influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma en la provincia de Bolívar.

## **5. Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1. Conclusiones**

- Se identificó que Caluma no cuenta con un producto turístico definido, lo cual se manifiesta en el desconocimiento de la población local y prestadores de servicios sobre el potencial existente; reflejando la importancia de ejecutar medidas de planificación municipal, haciendo que con el diseño del producto se influya significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

- En base al análisis de la demanda potencial se identificó que las líneas de turismo como naturaleza, aventura y cultura que se pueden consolidar en el cantón Caluma tienen aceptación en el mercado nacional y que, al implementar estrategias de posicionamiento del destino por medio del marketing tradicional y digital, se puede influir en el mejoramiento del desarrollo turístico de la localidad.

- Como resultado de la investigación entre las variables planificación y desarrollo turístico de Caluma, se pudo encontrar que las medidas que se lleven a cabo en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón, en calidad de entidad pública responsable de esta actividad, influyen directamente en el nivel de desarrollo turístico que pueda existir en este territorio; haciéndose evidente la necesidad de implementar acciones sostenibles, que a su vez le faciliten al municipio el cumplimiento de sus competencias y atribuciones.

## 5.2. Recomendaciones

- Sabiendo que una de las medidas principales a ejecutar por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma, cumpliendo con la función de gestión cantonal establecida en el artículo 13 de la Resolución Nro. 0001-CNC-2016, es el diseño de un producto turístico que reúna las potencialidades del territorio, se recomienda la aplicación de las herramientas planteadas como resultado de esta investigación.
- Una vez que se haya consolidado el producto turístico del cantón, se sugiere la implementación de estrategias de posicionamiento del destino por medio del marketing tradicional y digital, fortaleciendo así la imagen de Caluma a nivel nacional.
- Se recomienda que las autoridades entrantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma asuman la responsabilidad de consolidar el Subproceso de Turismo y Patrimonio, en cumplimiento de la Resolución del Consejo Nacional de Competencias y del Estatuto Interno de esta institución, con la finalidad de acatar las disposiciones transferidas desde el Gobierno Central y así garantizar la calidad de vida de la población, por medio del desarrollo turístico del destino.

## **6. Capítulo 6: Propuesta**

### **6.1. Introducción**

El cantón Caluma es poseedor de un interesante potencial, por los recursos naturales y manifestaciones culturales inherentes en el destino; sin embargo, al no existir estrategias de consolidación de productos turísticos, difusión y posicionamiento de los mismos, todo este potencial resulta desconocido, no solo para los turistas a nivel nacional sino también para la población local, cuyo empoderamiento es la base de la oferta turística.

Conociendo que el turismo se transforma constantemente conforme los gustos y preferencias de las sociedades y las personas con el pasar del tiempo, en la actualidad toda herramienta utilizada para desarrollar promoción y publicidad de algún negocio o producto turístico debe apuntar a los pilares de la sostenibilidad, convirtiéndose en agentes responsables con el ambiente.

Las costumbres y el encanto de un lugar turístico en particular o de todo un país se puede ampliar y dar a conocer a través de los medios adecuados. El desarrollo de estrategias de mercadeo es vital en la creación de esta información dentro de un público objetivo.

Dado que el viaje es un factor importante en las decisiones de las personas sobre la conveniencia de visitar o no un negocio o destino, las empresas relacionadas con el turismo, los prestadores de servicios y la población local necesitan trabajar juntos para promover oportunidades en el cantón, alineando sus esfuerzos para asegurar la consistencia en la calidad del producto.

Motivo por el cual, la presente propuesta reúne criterios y estrategias que permitirán facilitar la planificación y gestión de la actividad turística por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma que, en cumplimiento de sus competencias y funciones, logre fomentar un desarrollo turístico, articulando la participación activa de todos los actores de este sistema.

## **6.2. Objetivos**

### **6.2.1. Objetivo General**

Diseñar estrategias de planificación para el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

### **6.2.2. Objetivos Específicos**

- Articular el trabajo de los actores locales presentes en el cantón Caluma mediante un modelo de organización para la adecuada gestión de la actividad turística.
- Diseñar un producto turístico que aporte al desarrollo de esta actividad en el cantón Caluma.
- Definir estrategias de marketing para el posicionamiento del destino turístico Caluma en el mercado.

## **6.3. Desarrollo de la propuesta**

### **6.3.1. Análisis situacional interno y externo**

El levantamiento de la matriz FODA del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma se llevó a cabo mediante un conversatorio, en el cual en primera instancia se trabajó en una lluvia de ideas, para posteriormente, a manera de plenaria, ir ponderando los criterios de mayor importancia, los mismos que se presentan a continuación:

### 6.3.1.1. Análisis FODA

Cuadro 5.  
Análisis FODA

<b>Entorno interno</b>	
<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Debilidades (D)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Predisposición administrativa orientada al cambio y a la mejora continua.</li> <li>2. Diversidad de recursos naturales para la oferta de servicios y actividades turísticas.</li> <li>3. Práctica vigente de actividades relacionadas a la agricultura y ganadería.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Débil infraestructura vial y accesibilidad de tipo rural.</li> <li>2. Carencia de facilidades e infraestructura turística en los recursos naturales.</li> <li>3. Deficiencia de procesos de gestión en permisos de funcionamiento para los establecimientos que forman parte del catastro turístico.</li> <li>4. Población desinformada de recursos y actividades turísticas.</li> <li>5. Estancamiento de la oferta turística en 2 temporadas marcadas – Carnaval y Fiesta de la Naranja en agosto.</li> <li>6. Limitada promoción y difusión acerca de recursos y actividades turísticas.</li> </ol>
<b>Entorno externo</b>	
<b>Oportunidades (O)</b>	<b>Amenazas (A)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zona de alto tránsito vehicular y comercial.</li> <li>2. Biodiversidad de flora y fauna – Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes.</li> <li>3. Interés de entidades públicas a nivel provincial y nacional en el desarrollo turístico de zonas con potencial.</li> <li>4. Condiciones climáticas ideales para la práctica de agroturismo.</li> <li>5. Turistas con nuevas tendencias y deseos de visitar destinos exóticos pero sostenibles.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competencia posicionada y con mejor infraestructura turística.</li> <li>2. Desaceleración de la economía nacional.</li> <li>3. Desestabilidad en los precios de productos agrícolas en mercados a nivel nacional.</li> <li>4. Condiciones climáticas extremas en la temporada invernal.</li> <li>5. Contaminación ambiental, malas prácticas de minería y tala de árboles.</li> </ol>

Fuente: funcionarios del Municipio del cantón Caluma.  
Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.



### 6.3.1.2. *Matriz de evaluación factores internos*

Para evaluar a los factores internos se utilizaron criterios de ponderación de 1 a 4, siendo 1 el menor y 4 el de mayor relevancia.

*Cuadro 6.*

*Matriz de evaluación de factores internos*

<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Valor ponderado (1-4)</b>
1. Predisposición administrativa orientada al cambio y a la mejora continua.	3
2. Diversidad recursos naturales para la oferta de servicios y actividades turísticas.	4
3. Práctica vigente de actividades relacionadas a la agricultura y ganadería.	4
<b>Debilidades (D)</b>	<b>Valor ponderado (1-4)</b>
1. Débil infraestructura vial y accesibilidad de tipo rural	3
2. Carencia de facilidades e infraestructura turística en los recursos naturales.	4
3. Deficiencia de procesos de gestión en permisos de funcionamiento para los establecimientos que forman parte del catastro turístico.	4
4. Población desinformada sobre los recursos y actividades turísticas del cantón.	2
5. Estancamiento de la oferta turística en 2 temporadas marcadas que son carnaval y Fiesta de la Naranja en agosto.	3
6. Limitada promoción y difusión acerca de recursos y actividades turísticas.	4

Fuente: funcionarios del Municipio del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 6.3.1.3. *Matriz de evaluación factores externos*

En el caso de los factores externos, se utilizó el mismo criterio de ponderación.

*Cuadro 7.*

*Matriz de evaluación de factores externos*

<b>Oportunidades (O)</b>	<b>Valor ponderado (1-4)</b>
1. Zona de alto tránsito vehicular y comercial.	3
2. Biodiversidad de flora y fauna – Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes.	4
3. Interés de entidades públicas a nivel provincial y nacional en el desarrollo turístico de zonas con potencial.	4
4. Condiciones climáticas ideales para la práctica de agroturismo.	3
5. Turistas con nuevas tendencias y deseos de visitar destinos exóticos pero sostenibles.	2
<b>Amenazas (A)</b>	<b>Valor ponderado (1-4)</b>
1. Competencia posicionada y con mejor infraestructura turística.	4
2. Desaceleración de la economía nacional.	2
3. Desestabilidad en los precios de productos agrícolas en mercados a nivel nacional.	3
4. Condiciones climáticas extremas en la temporada invernal.	4
5. Contaminación ambiental, malas prácticas de minería y tala de árboles.	4

Fuente: funcionarios del Municipio del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 6.3.1.4. *Cruce de matriz FODA ponderada*

A partir de la ponderación de los factores internos y externos de la matriz FODA, se realizó el cruce de los mismos para definir las estrategias FO u ofensivas para fortalecer el destino turístico Caluma a nivel nacional, aprovechando las ventajas de las oportunidades externas; FA o reactivas para sobrellevar las amenazas externas por medio de la consolidación de las fortalezas; DO o adaptativas, buscando superar las debilidades identificadas y DA o defensivas, para disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

*Cuadro 8.  
Cruce de Matriz FODA ponderada*

	<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Debilidades (D)</b>
	Diversidad de recursos naturales para la oferta de servicios y actividades turísticas.	Carencia de facilidades e infraestructura turística en los recursos naturales. Deficiencia de procesos de gestión en permisos de funcionamiento para los establecimientos que forman parte del catastro turístico.
	Práctica vigente de actividades relacionadas a la agricultura y ganadería.	Limitada promoción y difusión acerca de recursos y actividades turísticas.
<b>Oportunidades (O)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DO)</b>
Biodiversidad de flora y fauna – Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes.	1. Aprovechar los atractivos naturales y culturales para el óptimo desarrollo de productos turísticos del cantón enfocados a las nuevas tendencias y demandas del mercado. 2. Fortalecer el trabajo interinstitucional en la actividad turística con las entidades públicas del cantón y la provincia vinculadas al orden, seguridad y rescate.	1. Establecer un centro de información y promoción turística para las personas de la localidad, turistas nacionales y extranjeros. 2. Reestructurar los medios digitales con los que cuenta el GADMCC para promocionar las líneas de agroturismo, aventura, cultural y natural a los turistas potenciales.
Interés de entidades públicas a nivel provincial y nacional en el desarrollo turístico de zonas con potencial.	3. Mejorar las capacidades técnicas del GADMC Caluma en el uso y aprovechamiento de herramientas digitales para el posicionamiento e interacción digital del cantón.	3. Consolidar los procesos del GADMCC para el otorgamiento de LUAF a los establecimientos turísticos del cantón.
<b>Amenazas (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
Competencia posicionada y con mejor infraestructura turística.	1. Fortalecer la cadena de valor de los productos tradicionales agrícolas y pecuarios para revalorizar las manifestaciones culturales vigentes.	1. Diseñar un plan de contingencia ante eventos naturales que pongan en riesgo del desarrollo de la actividad turística.
Condiciones climáticas extremas en la temporada invernal.	2. Desarrollar una campaña de concientización social y conservación ambiental, dirigida a la población local del cantón Caluma.	
Contaminación ambiental, malas prácticas de minería y tala de árboles.		

Fuente: funcionarios del Municipio del cantón Caluma.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 6.3.1.5. *Articulación de actores locales*

Para definir un producto es fundamental analizar el nivel de articulación de los actores vinculados tanto directa como indirectamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, en cumplimiento de sus competencias; con el fin de identificar necesidades de gestión interinstitucional y de cooperación pública – privada; las cuales han sido consolidadas en acciones a ejecutar en corto y mediano plazo.

#### *Cuadro 9.*

#### *Gestión articulada con los actores vinculados a la actividad turística en el territorio*

<b>Actores</b>	<b>Cumplimiento de competencias/ funciones</b>	<b>Necesidades de vinculación de actores en la actividad turística</b>
Ministerio de Turismo Zonal 5 – Dirección Provincial de Bolívar	Regular la actividad turística a nivel nacional.  Coordinar acciones de regulación y control de establecimientos turísticos del cantón con el GAD Municipal.	Actualmente el único apoyo directo que el MINTUR lleva a cabo en el cantón Caluma, es la participación de los prestadores de servicios turísticos en las jornadas de capacitación digital lanzadas a nivel nacional para el 2019. Se requiere desarrollar un trabajo coordinado con el GAD Municipal de Caluma para cumplir con las acciones de regulación y control de establecimientos turísticos.
Ministerio del Ambiente Zonal 5 – Dirección Provincial de Bolívar	Formular la política nacional en relación con el ambiente y los recursos naturales renovables, y establecer las reglas y criterios de ordenamiento ambiental de uso del territorio y de los mares adyacentes, para asegurar su conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente.	Es necesario que el MAE, en coordinación con el GAD Municipal del cantón Caluma elabore y ponga en ejecución un Plan de Manejo para el Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes, debido a que actualmente no se están considerando acciones de conservación de los recursos naturales que forman parte de esta Área Protegida, trayendo como consecuencia el deterioro paulatino de los mismos. A nivel nacional, el MAE lleva a cabo campañas de concientización ambiental dirigidas a niños y adolescentes; en el caso del cantón Caluma, se podría trabajar con las Unidades Educativas para realizar algún tipo de campaña relacionada a la conservación de los recursos naturales.
Ministerio del Interior (Intendencia de policía)	Planificar, coordinar y ejecutar de operativos de control de las actividades comerciales en el cantón.	Los operativos de control que deben realizarse en coordinación con el MINTUR, no se están realizando óptimamente; es decir, Intendencia de Policía lleva a cabo su trabajo de manera aislada a la gestión turística del GAD Municipal y la regulación de la Autoridad Nacional de Turismo. El Ministerio del Interior debe regular junto con MINTUR y GAD Municipal con sus dependencias: Subproceso de Turismo, Bomberos, Comisaría Municipal y Ordenamiento Territorial el correcto funcionamiento y prestación de servicios turísticos, especialmente aquellos con afluencia de gente y en los que se pueden generar disturbios que afecten al orden ciudadano, como bares, discotecas, salas de eventos, etc.

Actores	Cumplimiento de competencias/ funciones	Necesidades de vinculación de actores en la actividad turística
Ministerio de Transporte y obras Públicas	Regular la señalización a nivel nacional, y de señalética turística en coordinación con el MINTUR.	
GAD Provincial	Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, en el ámbito de sus competencias, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad. Fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias.	El trabajo coordinado que se debe llevar a cabo con el GAD Provincial incide en las funciones de vialidad, gestión ambiental, riego, desarrollo agropecuario y otras que le sean expresamente delegadas o descentralizadas, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad.
Prestadores de servicios turísticos (sector privado)	Ofrecer servicios turísticos de hospedaje, alimentos y bebidas, intermediación (agencias de viaje y operadoras), transporte y entretenimiento (bares, discotecas, salas de eventos).	El GADM Caluma requiere fortalecer los conocimientos y competencias laborales por medio de capacitaciones, asesorías técnicas e implementación de incentivos para los propietarios y colaboradores de cada establecimiento, promoviendo la mejora de sus servicios.
Academia Universidad Estatal de Bolívar	Realizar inversión turística en el cantón. Apoyar a los GAD provincial y municipal en vinculación con la colectividad (tesis, prácticas pre profesionales) e investigación científica. Llevar a cabo la profesionalización en carreras de turismo y afines.	El aporte que realiza la academia hacia el desarrollo turístico es relevante al formar diariamente a futuros profesionales en carreras de turismo o afines, quienes luego impulsarán el mismo ya sea desde el sector público o con iniciativas privadas; además, la vinculación con la colectividad genera mejores perspectivas de desarrollo, ya que al insertar a los estudiantes en el ámbito laboral, ya sea por medio de tesis, prácticas pre - profesionales o investigación científica, conocerán desde cerca el manejo planes, proyectos y recursos para el beneficio de la colectividad. De igual manera, con el apoyo de las Unidades Educativas del cantón, al formar a estudiantes como promotores turísticos y protectores del patrimonio natural y cultural del cantón.
Academia (U. Educativas del cantón)	Apoyar al GAD municipal en vinculación con la colectividad (proyectos turísticos, formando a los estudiantes como promotores turísticos).	

Fuente: Análisis de competencias interinstitucionales del Ecuador

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 6.3.2. Estrategias de crecimiento, contingencia y competitivas

Las estrategias establecidas a continuación se han articulado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible resultantes de la Agenda 2030, siendo las directrices globales para América Latina y El Caribe como una visión de acciones sostenibles en los ámbitos económico, social y ambiental:

- *Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.*

**Meta 1.4:** Garantizar que todos los hombres y mujeres tengan los mismos derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de la tierra y otros bienes.

- *Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.*

**Meta 8.3:** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación.

- *Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.*

**Meta 9.3:** Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados.

- *Objetivo 15: Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.*

**Meta 15.4:** Asegurar la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible.

- *Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.*

**Meta 17.17:** Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

Gráfico 15.  
Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Organización de las Naciones Unidas

Además, con las metas de turismo determinadas en el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021 para Ecuador, las mismas que son:

- Incrementar el número de **empleos turísticos** de 137.647 a 202.762, para 2021.
- Incrementar el **número de turistas** de 1,4 millones a 2 millones de personas para 2021.
- Incrementar el ingreso de **divisas por turismo receptor** de US\$ 1,4 m a US\$ 2,5 m a 2021.

Se han unificado así los lineamientos de planificación con la finalidad de facilitar la ejecución de herramientas de articulación entre actores públicos y privados vinculados en el desarrollo turístico del cantón Caluma y de políticas públicas para definir objetivos, acciones a implementar y entidades responsables de su cumplimiento.

Cuadro 10.

Definición de estrategias de gestión

Objetivos	Estrategias	Acciones generales para ejecutar	Entidades involucradas
Desarrollar estrategias de incremento de estancia de turistas y diversificación de oferta enfocada a la conservación de los recursos naturales.	FO 1. Aprovechar los atractivos naturales y culturales para el óptimo desarrollo de los productos turísticos del cantón, enfocados en las nuevas tendencias y demandas del mercado.	Diseño de material informativo digital sobre los atractivos naturales y culturales que actualmente se ofertan en el cantón Caluma, aprovechando las nuevas tendencias de uso de TIC. Consolidación de los atractivos naturales en un mapa temático en formato impreso, para facilitar su ubicación y uso turístico.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma. MINTUR. MAE.
	DA 2. Diseñar un plan de contingencia ante eventos naturales que pongan en riesgo del desarrollo de la actividad turística.	Conformación de un comité interinstitucional para el análisis del territorio y posterior elaboración de un plan de contingencia para actuar en época invernal.	MINTUR. MAE. Intendencia de Policía Bomberos. Gobernación de Bolívar. GAD Provincial de Bolívar. Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma.
Fortalecer los mecanismos de promoción digital y tradicional de los atractivos y servicios turísticos que se ofertan en el cantón Caluma.	FO 3. Mejorar las capacidades técnicas del GADMC Caluma en el uso y aprovechamiento de herramientas digitales para el posicionamiento e interacción digital del cantón.	Generación de un equipo técnico de trabajo institucional que se encargue específicamente de la actividad turística en el GADMC Caluma. Inversión en asesoramiento técnico en estrategias de marketing digital, Search Engine Optimization y Social Media para orientar y difundir adecuadamente la oferta turística en medios digitales oficiales.	Alcalde de Caluma Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo GADMC Caluma. Equipo técnico de turismo del GADMC Caluma.
	DO 1. Establecer un punto de información y promoción turística para las personas de la localidad, turistas nacionales y extranjeros.	Articulación del trabajo con las personas dedicadas a la elaboración de artesanías y emprendimientos locales para la venta de sus productos en el punto de información y promoción turística. Difusión del material informativo digital e impreso de los atractivos turísticos del cantón.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo GADMC Caluma. Equipo técnico de turismo del GADMC Caluma.
	DO 2. Reestructurar los medios digitales con los que cuenta el GADMCC para promocionar las líneas de agroturismo, aventura, cultural y natural a los turistas potenciales.	Contratación de un especialista en Community Manager para la primera fase de posicionamiento en redes sociales de Caluma. Inversión en pautas de redes sociales para el posicionamiento en los mercados turísticos internacionales de mayor visita al Ecuador.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo GADMC Caluma. Equipo técnico de turismo del GADMC Caluma.



<b>Objetivos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Acciones generales para ejecutar</b>	<b>Entidades involucradas</b>
Fomentar la articulación público-privada como parte del sistema turístico del cantón Caluma.	FO 2. Fortalecer el trabajo interinstitucional en la actividad turística con las entidades públicas del cantón y la provincia vinculadas al orden, seguridad y rescate.	Desarrollo de mesas de trabajo para planificar el control de la actividad turística y el cumplimiento de permisos de funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos del cantón.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma.
	DO 3. Consolidar los procesos del GADMCC para el otorgamiento de LUAF a los establecimientos turísticos del cantón.	Estructuración de la base de datos del catastro de establecimientos turísticos del cantón Caluma.	MINTUR. Intendencia de Policía Bomberos.
	FA 1. Fortalecer la cadena de valor de los productos tradicionales agrícolas y pecuarios para revalorizar las manifestaciones culturales vigentes.	Vinculación con docentes y estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar para el fortalecimiento de capacidades locales de producción y comercialización agrícola y pecuaria del cantón Caluma.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo GADMC Caluma. Equipo técnico de turismo del GADMC Caluma.
	FA 2. Desarrollar una campaña de responsabilidad social y remediación ambiental con el apoyo de otras entidades públicas del cantón.	Generación de alianzas estratégicas entre el GAD Municipal y las Unidades Educativas del cantón para involucrar a los estudiantes en las campañas, a manera de promotores turísticos y protectores del patrimonio natural.	Academia: Universidad Estatal de Bolívar y Unidades Educativas del cantón.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### **6.3.3. Proyectos e indicadores de gestión**

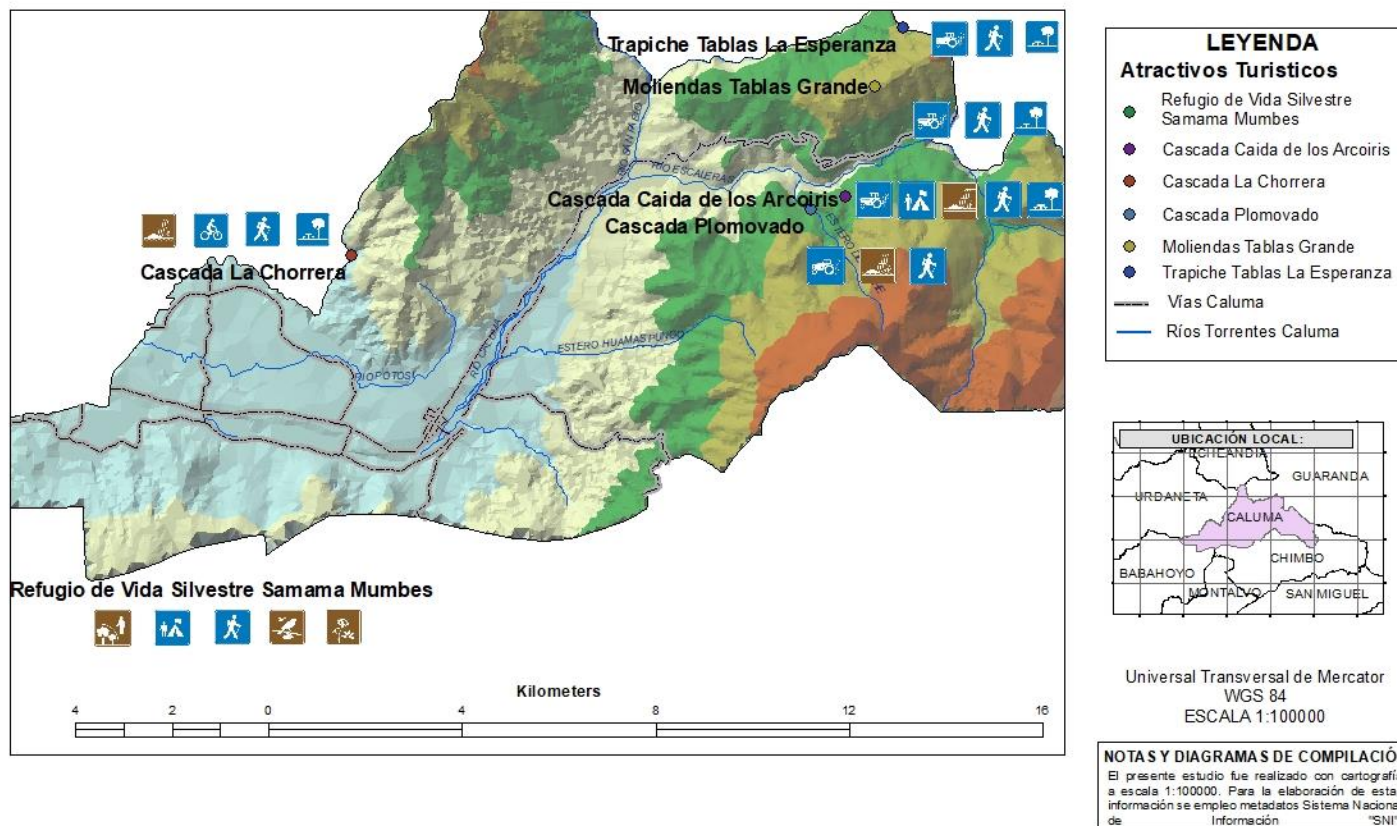
#### **6.3.3.1. *Diseño del producto turístico***

Considerando los resultados obtenidos en el estudio de la demanda para el cantón Caluma y del análisis del potencial turístico del territorio, las líneas de producto con mayor nivel de factibilidad de ejecución son turismo de naturaleza y aventura en los atractivos naturales como: cascadas La Chorrera, Plomovado, Caída de los Arcoíris y en el Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes, lugares en donde luego de implementar las acciones establecidas en la matriz de diseño del producto, se podrán realizar actividades de senderismo, deportes acuáticos (kayaking, tubing), interpretación de flora y fauna, entre otras; cumpliendo con criterios de conservación de los recursos.

Otra línea de producto idónea es el turismo cultural, con la modalidad de agroturismo, mediante el aprovechamiento sostenible de trapiches y moliendas que pertenecen a haciendas locales, para que los turistas formen parte de las actividades cotidianas de la gente que trabaja en agricultura, producción de cítricos y elaboración de la bebida insignia de la provincia de Bolívar, el pájaro azul; con lo cual se logra la valoración y diversificación de estas actividades económicas.

Gráfico 16.  
 Mapa de atractivos turísticos

## Atractivos turísticos del Cantón Caluma



Fuente: Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo – GADMC Caluma.

Cuadro 11.

## Matriz de diseño del producto turístico

Atractivo turístico	Requerimientos	Acciones para ejecutar	Articulación con los objetivos de gestión	Inversión estimada	Plazo estimado de ejecución	Entidad responsable	Indicador de gestión	Cumplimiento de competencias
Cascada La Chorrera		Promover convenios con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria para el asesoramiento a los propietarios de los recursos naturales sobre la conformación de Unidades Económicas Populares.		\$ 2.100,00				
Cascada Plomovado		Socializar a los propietarios de los accesos a recursos naturales la propuesta de zonas especiales turísticas con la modalidad de Unidades Económicas Populares.	Desarrollar estrategias de incremento de estancia de turistas y diversificación de oferta enfocada a la conservación de los recursos naturales.	\$ 2.100,00 - Inversión privada	Agosto - octubre 2019	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma en coordinación con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, MINTUR y MAE.	Número de Unidades Económicas Populares constituidas.	Gestión cantonal: Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
Cascada Caída de los Arcoíris	Implementación de senderos y facilidades turísticas para el aprovechamiento turístico de los recursos naturales.	Definir un cronograma de trabajo público-privado para la implementación de senderos y facilidades.		\$ 2.100,00 - Inversión privada	Octubre - diciembre 2019		Número de senderos implementados	

Atractivo turístico	Requerimientos	Acciones para ejecutar	Articulación con los objetivos de gestión	Inversión estimada	Plazo estimado de ejecución	Entidad responsable	Indicador de gestión	Cumplimiento de competencias
Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes	Ejecución del Plan de Manejo del Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes	Propiciar mesas de trabajo entre las autoridades provinciales del MAE de Bolívar y Los Ríos para la elaboración del Plan de Manejo, ya que la extensión del Refugio cubre estos dos territorios. Coordinar el asesoramiento técnico del MINTUR para la formación de guías locales.	Fomentar la articulación público-privada como parte del sistema turístico del cantón Caluma.	Gestión	Julio – diciembre 2019	MAE, en coordinación con la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma y MINTUR	Número de guías locales aptos para brindar atención e información turística en el Refugio	Planificación cantonal:  Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional del sector turístico aprobada por la Autoridad Nacional de Turismo.  Control cantonal:  Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales, en coordinación con las entidades nacionales competentes.  Regulación cantonal:  Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás GAD, promoviendo especialmente la normativa expedida por la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme la normativa vigente.
Trapiche Tablas Esperanza	La Centro de servicios turísticos. Señalética informativa.	Establecer alianzas con el MINTUR para solicitar apoyo en capacitación virtual y presencial de: hospitalidad, seguridad alimentaria, cultura turística, innovación de negocios turísticos, entre otros dirigida a los propietarios de haciendas y	Fortalecer los mecanismos de promoción digital y tradicional de los atractivos y servicios turísticos que se ofertan en el cantón Caluma.	\$ 5.000,00 - Inversión privada	Julio – agosto 2019	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma en coordinación con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, y MINTUR.	Número de turistas que visitan las haciendas y trapiches. Cantidad de interacción de contenidos posteados en medios digitales.	Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás GAD, promoviendo especialmente la normativa expedida por la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme la normativa vigente.
Moliendas Tablas Grande				\$ 5.000,00 - Inversión				

Atractivo turístico	Requerimientos	Acciones para ejecutar	Articulación con los objetivos de gestión	Inversión estimada	Plazo estimado de ejecución	Entidad responsable	Indicador de gestión	Cumplimiento de competencias
		<p>trapiches. Establecer alianzas con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria para incentivar el emprendimiento en los propietarios de las haciendas y trapiches. Generación de un equipo técnico de trabajo del GADMCC para estructurar la oferta de productos de agroturismo, con el involucramiento de los propietarios de haciendas y trapiches. Crear contenidos de oferta agroturística para su difusión en medios digitales oficiales del GADMCC.</p>		privada				

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

### 6.3.3.2. Definición de estrategias de marketing

Cuadro 12.  
Estrategias de marketing

Estrategias	Acciones	Entidad responsable	Inversión estimada	Plazo de ejecución	Indicador de gestión
Mejorar las capacidades técnicas del GADMC Caluma en el uso y aprovechamiento de herramientas digitales para el posicionamiento e interacción digital del cantón.	Inversión en asesoramiento técnico en estrategias de marketing digital, Search Engine Optimization y Social Media para orientar y difundir adecuadamente la oferta turística en medios digitales oficiales.				
	Generación de un equipo técnico de trabajo institucional que se encargue específicamente de la actividad turística en el GADMC Caluma.				
	Contratación de los servicios profesionales de un especialista en community manager para facilitar los conocimientos de uso de herramientas digitales.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADM Caluma en coordinación con el Subproceso de Comunicación Social de la Dirección de Gestión Administrativa del GADMCC	\$10.000,00	de Julio – diciembre 2019	Número de campañas de pauta publicitaria contempladas dentro de la planificación de contenidos en medios digitales. Porcentaje de incremento de seguidores en medios digitales. Nivel de alcance de interacciones en medios digitales.
	Diseño de material informativo digital sobre los atractivos naturales y culturales que actualmente se ofertan en el cantón Caluma, aprovechando las nuevas tendencias de uso de TIC.				
	Socialización de las actividades y los recursos turísticos que posee el cantón a la población local a través de redes sociales del GADMC Caluma.				
	Planificación anual de publicaciones para pautar los contenidos desarrollados en las diferentes herramientas digitales.				

Estrategias	Acciones	Entidad responsable	Inversión estimada	Plazo de ejecución	Indicador de gestión
Establecer un punto de información y promoción turística para las personas de la localidad, turistas nacionales y extranjeros.	Adecuación de un espacio dentro de las áreas comerciales del parque central de Caluma para convertirlo en un punto de información turística del cantón.				
	Articulación del trabajo con las personas dedicadas a la elaboración de artesanías y emprendimientos locales para la venta de sus productos en el punto de información y promoción turística.				
	En base al Convenio vigente de Cooperación Interinstitucional entre el GADMCC y la Universidad Estatal de Bolívar, desarrollo de procesos de vinculación mediante prácticas pre profesionales para brindar atención turística en el punto de información.	Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo del GADMC Caluma en coordinación con la Carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Bolívar	Gestión – cumplimiento del objetivo del Convenio: promover y ampliar la cooperación interinstitucional, académica, tecnológica y de vinculación con la colectividad por medio de prácticas pre profesionales.	Julio – diciembre 2019	Número de turistas registrados en el punto de información turística del cantón Caluma.
	Consolidación de los atractivos naturales en un mapa temático en formato impreso, para facilitar su ubicación y uso turístico.				
	Difusión del material informativo digital e impreso de los atractivos turísticos del cantón.				

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.



### 6.3.3.3. *Monitoreo y evaluación*

Para el monitoreo y evaluación de las actividades planteadas dentro del Plan de Acción para el cantón Caluma, se ha diseñado una ficha que permitirá realizar el seguimiento a cada una de las estrategias propuestas, considerando las acciones para la ejecución de las mismas, responsables e indicadores de gestión.

*Cuadro 13.  
Matriz para monitoreo y evaluación*

Objetivo	Acciones	Indicadores de gestión	Medios de verificación	Alcance del indicador – Monitoreo de la gestión			Evaluación de la gestión	
				Cumple satisfactoriamente	Cumple parcialmente	No cumple	Resultados alcanzados	Medidas de gestión posteriores
Mejorar las capacidades técnicas del GADMC Caluma en el uso y aprovechamiento de herramientas digitales para el posicionamiento e interacción digital del cantón.	Diseño de material informativo digital sobre los atractivos naturales y culturales que actualmente se ofertan en el cantón Caluma, aprovechando las nuevas tendencias de uso de TIC.	Porcentaje de incremento de seguidores en medios digitales. Nivel de alcance de interacciones en medios digitales.	Reportes mensuales de la red social Facebook para la Fan Page del GAD Municipal del cantón Caluma.		x		Los contenidos se publicaron en la Fan Page en el primer mes, el segundo mes se descuidaron las interacciones y el incremento de seguidores se detuvo.	Designar a un responsable de elaborar un matriz de contenidos mensuales, aplicando las estrategias de marketing digital aprendidas y cumpliendo el cronograma de trabajo.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

## Referencias bibliográficas

- Analuisa, A. (2015). *Plan estratégico de promoción de los atractivos turísticos naturales, gastronómicos y culturales del cantón Caluma, provincia de Bolívar*. Instituto Tecnológico Cordillera.
- Aya, C., & Troia, G. (2018). *Plan de promoción turística para la localidad de Villa general Belgrano*. Córdoba: Centro Regional Universitario Córdoba.
- Berlanga, V., & Rubio, M. (02 de Junio de 2012). Clasificación de pruebas no paramétricas .  
Cómo aplicarlas en SPSS. Barcelona, España.
- Cardozo, P., Fernandes, D., Soares, J., & Holm , C. (2016). *Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico*. Estudios y perspectivas en turismo.
- De la Ballina, F. (2017). *Marketing turístico aplicado*. Madrid: España.
- Entorno turístico. (2019). *Los 6 elementos del sistema turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com>
- Esquivel, C., Velasco, V., Martínez, E., Barbachano, E., González, G., & Castillo, C. (2006). Coeficiente de correlación intraclase vs correlación de Pearson de la glucemia capilar por reflectometría y glucemia plasmática. México, México.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma. (2007). *Emprendimiento al desarrollo sostenible y sustentable del turismo en el cantón Caluma*. Caluma, Bolívar, Ecuador.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Caluma. (2015). *Anillo turístico y sus alternativas del cantón Caluma*. Caluma, Bolívar, Ecuador.
- Gutiérrez, J. (2016). *Planificación estratégica situacional: Perspectiva de una unidad científica universitaria*. Maracaibo, Venezuela.
- Inostroza, G. (2018). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina*. Gestión turística.

- Leno, F. (2015). *Los recursos turísticos en un proceso de planificación*. Papers de turisme.
- Matus, C. (1987). *Política, planificación y gobierno*. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social.
- Morales, J. (2018). *Promoción turística de la identidad cultural de la ciudad de Guayaquil, propuesta campaña promocional*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Oviedo, C., & Campo, H. (2005). *proximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Obtenido de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <https://www.redalyc.org/html/806/80634409/>
- Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (2018). *Fortalecimientos de la gestión en destinos turísticos - fundamentos*. Santiago de Chile: Gestión Turística.
- Panosso, A. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México.
- Proaño, W., & Ramírez, J. (2017). *Modelo de desarrollo turístico sostenible para cantones costeros: herramienta para actores localde de Manabí, Ecuador*. Pinar del Río: Universidad Pinar del Río.
- Ruano, C. (2014). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Málaga: España.
- Toselli, C. (2015). *Turismo, planificación estratégica y desarrollo local*. TURyDES Turismo y Desarrollo Local.
- Ventura, J. (2017). *El significado de la significancia estadística*. Cuernavaca, México.
- Yances, S. (2018). *Importancia de la producción de naranja en Caluma y el impacto que tiene en los festivales del cantón – análisis cultural turístico*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

## Anexos

### 7.1. Operacionalización de variables

Cuadro 14.

*Matriz de Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Independiente Planificación	<p>Herramienta de trabajo ante la incertidumbre de lo que pueda ocurrir en un sistema. Las estrategias que se tomen ante lo planificado direccionarán los objetivos que se quieran alcanzar. Este modelo no se aborda bajo el concepto de etapas, como en la planificación tradicional, pues considera el análisis y procesamiento de problemas y no de sectores. Se utiliza entonces el concepto de “momento”, el cual se subdivide en explicativo, normativo o prospectivo, estratégico y táctico-operacional. (Gutiérrez, 2016) que cita a (Matus, 1987)</p> <p>Para llevar a cabo una planificación turística territorial eficiente, se deben considerar dos componentes:</p> <p>-Diseño del producto turístico, el cual es un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista. El mismo que se compone por recursos turísticos, servicios turísticos, infraestructura, accesibilidad y precios. (Ruano, 2014)</p> <p>-Marketing turístico, en dos fases asociadas, marketing estratégico atendiendo las necesidades del entorno y mercado, desarrollando un posicionamiento competitivo y el marketing operativo que diseñará estrategias para el cumplimiento de objetivos establecidos. (De la Ballina, 2017)</p>	Producto turístico. Marketing turístico.	<p>Análisis situacional interno y externo.</p> <p>Estrategias de crecimiento, contingencia y competitivas.</p> <p>Proyectos e indicadores de gestión.</p>	<p>Técnica: Focus group.</p> <p>Instrumento: Guía de pautas.</p>
Dependiente Desarrollo turístico	<p>El turismo sostenible contribuye a un desarrollo económico y de progreso sociocultural, el cual requiere de una gobernanza involucrada para fortalecerlo.</p> <p>Al mismo tiempo, se requiere un uso adecuado de recursos naturales en armonía con el entorno; todo para crear equilibrio entre las dimensiones sustantivas de la sostenibilidad, ajustándose las necesidades presentes y a la conservación de los mismos recursos turísticos para el futuro.</p> <p>Los componentes del desarrollo turístico se enfocan de la siguiente manera:</p> <p>Análisis general del entorno.</p> <p>Análisis de la oferta turística.</p> <p>Análisis de la demanda y competencia.</p> <p>Gestión del desarrollo turístico. (Proaño &amp; Ramírez, 2017)</p>	<p>Aspectos demográficos.</p> <p>Perfil del turista.</p> <p>Diseño de estrategias sobre el potencial turístico.</p>	<p>Edad, género, procedencia y ocupación.</p> <p>Nivel de gasto, duración, frecuencia, acompañamiento y motivo de viaje; actividades y medios de información.</p> <p>Conformación de productos turísticos y estrategias de marketing.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

Fuente: Operacionalización de variables.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019.

## 7.2. Matriz de consistencia

Cuadro 15.

Matriz de consistencia

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>
¿Cómo influye la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?	Establecer la influencia de la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.	La planificación influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>
¿Cómo influye el diseño del producto en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?	Determinar la influencia del diseño del producto en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.	El diseño del producto influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.
¿Cómo influye el marketing en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?	Determinar la influencia del marketing en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.	El marketing influye significativamente en el desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

Fuente: Matriz de consistencia.

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

### 7.3. Instrumento variable independiente, Planificación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**

Entrevista dirigida a los técnicos de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo a la cual pertenece la Unidad de Turismo del GAD Municipal del cantón Caluma.

1. ¿Está usted de acuerdo con que los nudos críticos inciden en el desarrollo turístico del cantón Caluma?
2. Según su criterio ¿Qué importancia tienen los factores clave para el desarrollo turístico del cantón Caluma?
3. ¿Existe un levantamiento actualizado de atractivos turísticos del cantón Caluma?
4. ¿La metodología utilizada para el inventario de los atractivos turísticos del cantón Caluma considera usted que fue la adecuada?
5. ¿Qué actividades y servicios turísticos se ofertan en el cantón Caluma?
6. Las políticas que posee el GAD Municipal ¿son las adecuadas para una correcta gestión turística del territorio?
7. ¿Está de acuerdo con que el nivel de cumplimiento de las competencias y funciones del GAD Municipal son las adecuadas para la actividad turística?
8. ¿Qué tipo de planificación, monitoreo y evaluación se realiza para el fomento de la actividad turística en el territorio?
9. ¿Está de acuerdo con que un modelo de gestión municipal permitirá el desarrollo turístico del cantón Caluma?
  - 1 ( ) Totalmente de acuerdo
  - 2 ( ) De acuerdo
  - 3 ( ) Ni acuerdo ni desacuerdo
  - 4 ( ) En desacuerdo
  - 5 ( ) Totalmente en desacuerdo
10. ¿Considera usted que las características de los turistas/visitantes que llegan al cantón Caluma son importantes para la toma de decisiones en el desarrollo de la actividad turística?
11. ¿Está de acuerdo con el presupuesto asignado a la actividad turística por parte del GAD Municipal de Caluma?
12. ¿Considera usted que la importancia de contar con el talento humano vinculado al turismo es importante para el desarrollo de esta actividad en el cantón?
13. ¿El desarrollo de las modalidades como aventura, cultura, naturaleza, entre otras han sido significantes para conformar un producto turístico en el cantón Caluma?
  - 1 ( ) Muy significantes
  - 2 ( ) Significantes
  - 3 ( ) Ni significantes ni insignificantes
  - 4 ( ) Insignificantes
  - 5 ( ) Muy insignificantes
14. ¿Los canales de comercialización y medios de difusión de los atractivos y servicios turísticos del cantón Caluma han sido los adecuados?

#### 7.4. Instrumento variable dependiente, Desarrollo turístico



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**

Encuesta para determinar la factibilidad de la generación y promoción de un producto turístico en el cantón Caluma, provincia de Bolívar para el desarrollo de esta actividad en el área.

Dirigida a los turistas potenciales del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

Edad (escríbala): .....

Género: 1 ( ) Femenino 2 ( ) Masculino

Ciudad de procedencia (escríbala): .....

Ocupación

- 1 ( ) Estudiante
- 2 ( ) Empleado Público
- 3 ( ) Empleado Privado
- 4 ( ) Comerciante
- 5 ( ) Empresario
- 6 ( ) Otra (indíquela): .....

Al momento de visitar algún destino turístico, ¿Cuál es la cantidad de su gasto promedio por día?

- 1 ( ) \$0.00 a \$20.00
- 2 ( ) \$21.00 a \$35.00
- 3 ( ) \$36.00 o más

¿Cuál es la duración de su viaje?

- 1 ( ) Corta 1h a 1 día
- 2 ( ) Media 1 a 3 días
- 3 ( ) Larga 3 días en adelante

¿Con qué frecuencia viaja?

- 1 ( ) Fines de semana
- 2 ( ) Mensual
- 3 ( ) Semestral
- 4 ( ) Anual
- 5 ( ) Feriados

¿Usted cómo frecuenta viajar?

- 1 ( ) Solo
- 2 ( ) Pareja
- 3 ( ) Grupo Familiar (5 - 10 personas)
- 4 ( ) Grupo de amigos (5 - 10 personas)

¿Cuál es el motivo por el que realiza sus viajes?

- 1 ( ) Turismo
- 2 ( ) Negocios
- 3 ( ) Visita a familiares y amigos

¿Qué actividades le gustaría realizar en su visita al cantón Caluma?

- 1 ( ) Senderismo
- 2 ( ) Bicicleta
- 3 ( ) Deportes acuáticos



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**

- 4 ( ) Convivencia comunitaria – agroturismo
- 5 ( ) Artesanías
- 6 ( ) Todas las anteriores
- 7 ( ) Otras (indíquelas): .....

¿A través de qué medios suele mantenerse informado sobre servicios y actividades turísticas?

- 1 ( ) Redes Sociales
- 2 ( ) Internet
- 3 ( ) Correo electrónico
- 4 ( ) Televisión, radio, periódico

¿Qué línea de turismo considera que es apta para el cantón Caluma?

- 1 ( ) Turismo de aventura
- 2 ( ) Ecoturismo y turismo de naturaleza
- 3 ( ) Turismo comunitario – agroturismo
- 4 ( ) Otra (Indíquela): .....

¿Considera usted que es importante conformar un producto para el desarrollo turístico de Caluma?

- 1 ( ) Muy importante
- 2 ( ) Importante
- 3 ( ) Mas o menos importante
- 4 ( ) Poco importante
- 5 ( ) Nada importante

¿Está de acuerdo con que la aplicación de estrategias de marketing, contribuiría al desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar?

- 1 ( ) Totalmente de acuerdo
- 2 ( ) De acuerdo
- 3 ( ) Ni acuerdo ni desacuerdo
- 4 ( ) En desacuerdo
- 5 ( ) Totalmente en desacuerdo





## 7.5. Potencial turístico

### 7.5.1. Recursos turísticos culturales

Cuadro 16.

Resumen de recursos turísticos culturales del cantón Caluma


Atractivo turístico	Descripción	Línea de producto	Fotografía
<p>Festividad del Carnaval (elaboración de chigüiles y fritada)</p>	<p>Es la fiesta más representativa de la provincia de Bolívar, celebrada en todos sus cantones, ninguna otra fiesta es vivida y sentida como esta, en ella, se mezclan la tradición indígena y la española; además de la representación del “eterno entorno”, el cual se refiere al ciclo vital, que año tras año se vuelve a vivir, teniendo como ejemplo a las reconciliaciones que se experimentan entre enemistados.</p>	<p>Cultural</p>	
<p>Trapiche Tablas La Esperanza. Moliendas Tablas Grande.</p>	<p>En esta actividad destacan la producción de pájaro azul, esta bebida tradicional se elabora en todo el subtrópico de la provincia. El aroma y sabor dependen de factores como el clima, suelo y proceso de preparación.</p> <p>Es importante destacar la fortaleza de la preparación de panela y el aguardiente que es un conocimiento que se ha transmitido de generación en generación, es un estilo de vida de ciertos sectores de Caluma. Se suma el hecho de tener el carnaval y ciertas manifestaciones complementarias como la preparación de chigüiles y fritada en los meses de febrero y marzo, esta fiesta es llamativa y Caluma es un referente preferido para turistas a nivel nacional.</p>	<p>Agroturismo</p> <p>Caluma al ser una zona subtropical permite el desarrollo de diferentes tipos de plantaciones como el banano, cacao, cañas y una variedad de frutos cítricos, se suma la actividad pecuaria que se complementa con la producción del sector rural, esto permite poseer un gran potencial en esta línea.</p>	


Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

## 7.5.2. Recursos turísticos naturales


Cuadro 17.

Resumen de recursos turísticos naturales del cantón Caluma


Atractivo turístico	Descripción	Jerarquización	Línea de producto	Fotografía
Cascada La Chorrera	<p>La cascada la Chorrera es un recurso turístico natural con potencial para ser visitado por grupos familiares debido a su facilidad de acceso y las actividades que se pueden realizar al llegar, como es el caso de picnic, agroturismo (haciendas, fincas aledañas), observación de flora y fauna. Al encontrarse cerca a otros recursos turísticos de carácter cultural es ideal para la práctica de ciclismo.</p>	<p>Jerarquía: II            Categoría: Atractivo natural            Tipo: Río            Subtipo: Cascada</p>	<p>Aventura            Potencial para practicar            Canyoning*</p>	

Atractivo turístico	Descripción	Jerarquización	Línea de producto	Fotografía
<p>Cascada Plomovado</p>	<p>La cascada de Plomovado es un atractivo para personas que gustan de tipo de actividades de aventura y convivir en la naturaleza. El acceso a la cascada es un poco accidentado, es así que en segmentos se va a tener que pasar pegado a la pared o simplemente atravesar esteros de agua. La Cascada tiene una caída de 60 metros de alto, por esa razón solo se puede tomar fotografías de lejos y no intentar meterse en la caída, el torrente es muy fuerte.</p>	<p>Jerarquía: II            Categoría: Atractivo natural            Tipo: Río            Subtipo: Cascada</p>	<p>Aventura            Potencial para practicar Tubbing* y Kayaking*</p>	



Atractivo turístico	Descripción	Jerarquización	Línea de producto	Fotografía
<p>Cascada Caída de los Arcoíris</p>	<p>La cascada Caída de los Arcoíris es un complejo lacustre que se encuentra conformado por 22 caídas de agua que se pueden observar mientras se realiza el descenso por el sendero, posee varios segmentos accidentados que pueden ocasionar más de un resbalón y una caída. Se puede convivir en las actividades diarias de los productores rurales al participar de la elaboración de leche e identificar productos agrícolas y frutales.</p>	<p>Jerarquía: II            Categoría: Atractivo natural            Tipo: Río            Subtipo: Cascada</p>	<p>Aventura            Potencial para practicar Tubbing* y Kayaking*</p>	

\* Se requiere un análisis previo de factibilidad para determinar los criterios técnicos para la práctica de estos deportes de aventura.


Atractivo turístico	Descripción	Jerarquización	Línea de producto	Fotografía
Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes	El área protegida Refugio de Vida Silvestre Samama Mumbes es un punto clave para disfrutar del contraste de la naturaleza con la flora del sector, posee varios puntos estratégicos para ser visitados en una verdadera aventura, se destacan la torre, las murallas y ciertas formaciones tipo estalactitas. La temporada para disfrutar de la visita es en los meses de mayo a septiembre.	Jerarquía: II Categoría: Atractivo natural Tipo: Bosque Subtipo: Húmedo Tropical	Naturaleza – aventura Potencial para practicar senderismo / observación de flora y fauna	

Elaborado por: María Alicia Noboa, 2019

## 7.6. Validación Instrumentos

### 7.6.1. Mgs. Paula Moreno

#### 7.6.1.1. Instrumento Planificación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE INDEPENDIENTE: PLANIFICACIÓN**

Entrevista dirigida a los técnicos de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo a la cual pertenece la Unidad de Turismo del GAD Municipal del cantón Caluma.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio

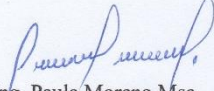
**EXPERTO:** Mgs. Paula Moreno

**FECHA:** 07 de marzo de 2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.


Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	/		

Sugerencias:.....

  
Ing. Paula Moreno Msc.  
Tutora del Proyecto de Titulación  
UNACH



**7.6.1.2. Instrumento Desarrollo Turístico**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
 INSTITUTO DE POSTGRADO  
 MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
 DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO**

Encuesta para determinar la factibilidad de la generación y promoción de un producto turístico en el cantón Caluma, provincia de Bolívar para el desarrollo de esta actividad en el área.  
 Dirigida a los turistas potenciales del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio.

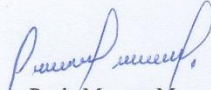
**EXPERTO:** Mgs. Paula Moreno

**FECHA:** 07 de marzo de 2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Si y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	X		


Sugerencias:.....



**Ing. Paula Moreno Msc.**  
 Tutora del Proyecto de Titulación  
**UNACH**

## 7.6.2. PhD. Silvia Aldaz

### 7.6.2.1. Instrumento Planificación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**  
**VARIABLE INDEPENDIENTE: PLANIFICACIÓN**

Entrevista dirigida a los técnicos de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo a la cual pertenece el Subproceso de Turismo y Patrimonio del GAD Municipal del cantón Caluma.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio

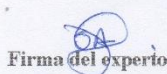
**EXPERTO:** *Phd. Silvia Aldaz Hernández*

**FECHA:** *26 de Marzo de 2019*

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.


Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	/		

Sugerencias: .....

  
**Firma del experto**



7.6.2.2. **Instrumento Desarrollo Turístico**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
 INSTITUTO DE POSTGRADO  
 MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
 DESTINOS TURÍSTICOS  
**VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO**

Encuesta dirigida a los turistas potenciales del cantón Caluma, provincia de Bolívar, para determinar la factibilidad de la generación y promoción de un producto turístico.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio


**EXPERTO:** Ph.D. Silvia Aldaz Hernández

**FECHA:** 26 de Marzo de 2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.


Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	/		

Sugerencias: .....

  
**Firma del experto**

### 7.6.3. Mgs. Franklin Quishpi

#### 7.6.3.1. Instrumento Planificación

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE INDEPENDIENTE: PLANIFICACIÓN**

Entrevista dirigida a los técnicos de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo a la cual pertenece el Subproceso de Turismo y Patrimonio del GAD Municipal del cantón Caluma.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio


**EXPERTO:** *Fr. Franklin R. Quishpi*

**FECHA:** *27/03/2019*

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Sugerencias:.....

  
Firma del experto



## 7.6.3.2.

**Instrumento Desarrollo Turístico**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
 INSTITUTO DE POSTGRADO  
 MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
 DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO**

Encuesta dirigida a los turistas potenciales del cantón Caluma, provincia de Bolívar, para determinar la factibilidad de la generación y promoción de un producto turístico.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio

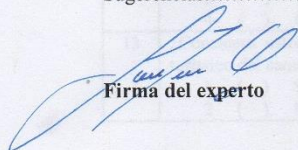
**EXPERTO:** Ec. Feauxin R. Quiroga

**FECHA:** 27/03/2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N°	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	/		

Sugerencias:.....

  
 Firma del experto

## 7.6.4. Mgs. Sabina Villón

### 7.6.4.1. Instrumento Planificación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE INDEPENDIENTE: PLANIFICACIÓN**

Entrevista dirigida a los técnicos de la Dirección de Planificación, Desarrollo Cantonal y Turismo a la cual pertenece el Subproceso de Turismo y Patrimonio del GAD Municipal del cantón Caluma.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio

**EXPERTO:** Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.

**FECHA:** 22 de marzo de 2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N°	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	X		

Sugerencias.....

  
Firma del experto

## 7.6.4.2.

*Instrumento Desarrollo Turístico*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
 INSTITUTO DE POSTGRADO  
 MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN  
 DESTINOS TURÍSTICOS

**VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO**

Encuesta dirigida a los turistas potenciales del cantón Caluma, provincia de Bolívar, para determinar la factibilidad de la generación y promoción de un producto turístico.

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Planificación y desarrollo turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** María Alicia Noboa Osorio

**EXPERTO:** Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.

**FECHA:** 22 de marzo de 2019

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de Sí y No. De igual manera, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/ sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

Nº	Ítems	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La relación de las preguntas es coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los resultados requeridos?	X		

Sugerencias:.....

  
 Firma del experto