



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA  
DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**II EVENTO INTERNACIONAL  
“LA UNIVERSIDAD EN EL SIGLO XXI”**

**PONENCIA: SIMPOSIO 1  
DIAGNÓSTICO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN  
BOLÍVAR**

**AUTORES:**

**Reinaldo García Moreira  
Rafael Vera Vera  
Adriana Álvarez Bermúdez  
Mgtr. Johnny Bayas Escudero**

**CALCETA, 2012**

## INTRODUCCIÓN

El fenómeno del turismo constituye hoy día un importante medio de desarrollo y de solución a las problemáticas de los sectores público, privado y comunitario y es ese un importante punto de interés de estudiosos e investigadores.

En la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López se considera que el turismo y la producción del conocimiento tienen una relación muy estrecha, es por eso que se estimuló y brindo el apoyo a los autores de este proyecto de investigación.

Para el desarrollo de este trabajo se consideró la vinculación con la comunidad e instituciones, la aplicación práctica, la gestión, la participación ciudadana y la investigación de la problemática turística en la jurisdicción del cantón Bolívar, donde se encuentra nuestra institución. El producto resultante constituye una herramienta básica para la planificación turística de Bolívar y Manabí, y es la producción de nuevo conocimiento que puede auxiliar el uso y aplicación de mejores técnicas de diagnóstico y planificación turística.

El Diagnóstico del sector Turístico del cantón Bolívar es un trabajo orientador que constituye el camino al desarrollo de la investigación y el conocimiento turístico. Este avance requiere de la utilización de técnicas y aplicación de metodologías y obtención de información de fuentes primarias y secundarias que dan lugar a reflexiones y adelantos en la construcción de nuevos conocimientos del sector turístico mediante la utilización de ciencias sociales y administrativas. Se considera que estos avances producirán beneficios en la investigación sobre el turismo y es por eso, que esta carrera apoya con responsabilidad académica la conformación de un equipo de investigadores con los que iniciamos el riguroso y largo pero fascinante recorrido científico, que con creatividad, responsabilidad, humildad académica, dedicación y deseo por encontrar solución a problemáticas de nuestro entorno y construir un turismo y un mundo mejores.

## DESARROLLO

En el presente capítulo se muestran de manera organizada los diferentes procedimientos realizados para el cumplimiento del objetivo principal, así como los pasos, herramientas, técnicas y métodos que fueron útiles para la investigación. El estudio tiene como referencia la propuesta de Ricaurte (2009).



Figura 3.1 Diseño Metodológico para el diagnóstico turístico del cantón Bolívar

## **PROCESO METODOLÓGICO**

La metodología propuesta consta de 3 fases subdivididas en diferentes pasos.

### **CARACTERIZACIÓN GENERAL**

Esta fase consta de cinco pasos:

#### **1) DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO**

Se delimitó el área de estudio, estableciendo su ubicación geográfica, división política, se recopiló la información geográfica y económica del cantón de fuentes primarias.

#### **2) INVENTARIO DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS**

El proceso de identificación de atractivos y recursos turísticos parte desde el inventario turístico el cual según el MINTUR (2004) es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, constituyen o conforma la oferta turística del país, y como lo señala Puente (2012) incluye los elementos del patrimonio intangible mitos, leyendas, creencias populares y las festividades que pueden ser la materia prima que la actual oferta turística cultural necesita para poder diversificar los productos turísticos sostenibles en especial del área de estudio. En donde se demuestre la importancia que tienen estos recursos culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local, y cómo ésta puede ayudar a preservarlos para su disfrute también en el futuro; por lo tanto proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

En el año 2004 la gerencia nacional de recursos turísticos del MINTUR desarrolló la ficha para inventariar los atractivos turísticos, basada en el modelo de la Corporación Nacional de Turismo de Colombia en 1988 (que a su vez se basaba en la de la OEA – CICATUR) cuya aplicación en nuestro país requirió de modificaciones sustanciales referidas principalmente a la clasificación de los atractivos y a la inclusión de un capítulo específico de

definiciones, así como de la elaboración de formularios individuales para la investigación de campo (Fuentes 2004).

Se realizó la Identificación de atractivos y recursos turísticos, mediante trabajo de campo, y la recopilación de información del MINTUR, del GAD de Bolívar y de investigaciones realizadas en la carrera de Turismo de la ESPAM MFL.

Cada atractivo se evaluó utilizando el sistema de dichas de Ministerio de Turismo a las cuales se les adaptó las variables modificadas de Parra (2005).

Inicialmente se determina el valor intrínseco, el cual detalla las características físicas del atractivo o recurso, en base a cinco indicadores que miden la atractividad, nivel de interacción, flora y fauna, características relevantes y nivel de concienciación; se determina la valoración del atractivo, con un máximo de 15 puntos mediante la técnica de la observación científica (cuadro 3.1)

Cuadro 3.1. Valor intrínseco de atractivos

Valor intrínseco	Atractivos a evaluar		Puntaje Parcial
	Sitios naturales	Sitios culturales	
Deberá señalar la información detallada del lugar.	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	0 a 4
	Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).	El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo	0 a 3
	Especies de flora y/o fauna endémicas y otra especies interesantes que complementan las anteriores	Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece	0 a 3
	Grado en que el elemento natural en cuestión presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece	Grado en que el elemento patrimonial en cuestión presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece	0 a 3
	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural	0 a 2
<b>Puntaje total</b>			<b>15</b>

A continuación se evalúan el valor extrínseco del atractivo o recurso, basados en tres indicadores que indicaran el uso, simbolismo y su contribución a la concienciación se determina la valoración del atractivo, con un máximo de 15 puntos mediante la técnica de la observación científica (cuadro 3.2)

Cuadro 3.2. Valor extrínseco de atractivos

Valor extrínseco	Atractivos a evaluar		Puntaje
	Sitios naturales	Sitios culturales	Parcial
Deberá señalar los hechos relevantes o importancia del lugar.	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Importancia social del uso actual	0 a 7
	Importancia económica del uso actual	Importancia económica del uso actual	0 a 5
	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural	0 a 3
	<b>Puntaje total</b>		<b>15</b>

A continuación se evalúan el nivel de conservación del entorno del atractivo o recurso, basados en cinco indicadores que indicaran si el recurso esta conservado o deteriorado, de este cuadro solo se seleccionara un indicador, que puede ser 10 máximo o 2 mínimo. (cuadro 3.3)

Cuadro 3.3. Valor entorno de atractivos

Entorno	Sitios naturales y culturales	Puntaje parcial
En el entorno hay que señalar el ambiente físico – biológico, sociocultural que rodea al atractivo ya sea conservado en proceso de deterioro o deteriorado	Conservado	10
	No alterado	8
	Alterado	6
	En proceso de deterioro	4
	Deteriorado	2

De igual manera se evalúan el nivel de conservación del atractivo o recurso, basados de igual manera que el gráfico anterior en los cinco indicadores. (cuadro 3.4)

Cuadro 3.4. Valor estado de conservación de atractivos

Estado de conservación	Sitios naturales y culturales	Puntaje parcial
Estado de conservación se debe resaltar el grado de integridad física en que se	Conservado	10
	No alterado	8
	Alterado	6

encuentra el atractivo.	En proceso de deterioro	<b>4</b>
	Deteriorado	<b>2</b>

Posteriormente se evalúa las características y el estado de la infraestructura vial basados en cuatro indicadores que evalúan su estado, frecuencia, existencia y temporalidad, con un puntaje de 10. (cuadro 3.5)

Cuadro 3.5. Valor infraestructura vial y acceso

<b>Infraestructura vial y de acceso</b>	<b>Sitios naturales y culturales</b>	<b>Puntaje parcial</b>
Se entiende las posibilidades de acceso a los sitios de visita (aéreo, acuático, terrestre) o sus combinaciones, así como los medios de transporte utilizado.	Estado de las vías	<b>0 - 3</b>
	Frecuencia del transporte	<b>0 - 3</b>
	En transporte hasta el sitio	<b>0 - 2</b>
	Temporalidad de acceso	<b>0 - 2</b>
	<b>Puntaje total</b>	<b>10</b>

También se evalúan los servicios turísticos existentes en o cerca al atractivo o recurso, basados en cuatro indicadores que evalúan su existencia y deficiencias, con un puntaje de 10. (cuadro 3.6)

Cuadro 3.6. Valor servicios

<b>Servicios</b>	<b>Sitios naturales</b>	<b>Sitios culturales</b>	<b>Puntaje parcial</b>
Su existencia es imprescindible	Posee todos los servicios básicos***	Posee todos los servicios básicos***	<b>0 a 3</b>
	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	<b>0 a 3</b>
	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	<b>0 a 2</b>
	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)	<b>0 a 2</b>
	<b>Puntaje total</b>		<b>10</b>

\*\*\* Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicio.

Posteriormente se evalúan la integración del atractivo o recurso, con otros existentes, con un puntaje de 15. (cuadro 3.7)

Cuadro 3.7. Valor asociación con otros atractivos

<b>Asociación con otros atractivos</b>	<b>Sitios naturales y culturales</b>	<b>Puntaje parcial</b>
Grado de integración del atractivo a un conjunto de atractivos afines o no.	Integración con varios atractivos (3 o más)	<b>5</b>
	Integración con pocos atractivos (2 o menos)	<b>2.5</b>
	No está integrado a otro atractivo	<b>2</b>

Luego se evalúan la relevancia del atractivo o recurso, basados en cuatro indicadores que evalúan su nivel de divulgación, con un puntaje de máximo de 12 y mínimo de 2. (cuadro 3.8)

Cuadro 3.8. Valor significado de atractivos

<b>Significado</b>	<b>Sitios naturales y culturales</b>	<b>Puntaje parcial</b>
Importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado	Internacional ***	<b>12</b>
	Nacional ***	<b>7</b>
	Provincial***	<b>4</b>
	Local***	<b>2</b>

Una vez valorados los atractivos se procede a la sumatoria total de los valores, por variables, que son calidad, apoyo, significado. (cuadro 3.9)

Cuadro 3.9. Valoración de variables

<b>Variable</b>	<b>Factor</b>	<b>Puntos máximos</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10
	d) Estado de conservación	<u>10</u>
		50
<b>APOYO</b>	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación/ atractivos	<u>5</u>
		25
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	<u>12</u>
		25
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



Sumados los puntajes se jerarquizará los sitios de acuerdo a los rangos de valores establecidos (cuadro 3.10)

Cuadro 3.10 Jerarquías de atractivos

Rango de puntaje	Jerarquía
80 a 100	IV
60 a 80	III
40 a 60	II
Menos de 40	I

### **3) CARACTERIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA**

El siguiente paso fue el análisis del catastro de la infraestructura turística de Bolívar, mediante la revisión de documentos oficiales y el trabajo de campo, para identificar el sistema de registro de los establecimientos turísticos y sus falencias.

### **4) IDENTIFICACIÓN DE LA SUPERESTRUCTURA**

Se realizó la identificación de los actores relevantes de la superestructura turística cantonal, utilizando para ello trabajos de campo, además de recurrir a fuentes primarias y secundarias.

### **5) ANÁLISIS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA CANTONAL**

Se conoció la política turística cantonal a través de una entrevista a la Directora del departamento de turismo del GAD del cantón Bolívar.

## **INCIDENCIA DE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS EN EL TURISMO CANTONAL**

Esta fase consta de 4 pasos:

### **1) ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Se realizó a través de una encuesta realizada en las fechas definidas como las de mayor demanda; con estas se pudo determinar el perfil de los visitantes al cantón, con lo cual se determinaron las preferencias del turista.

La demanda determina las preferencias o intenciones de los turistas al momento de viajar según Conde (2012), ya que el análisis de la influencia de

distintos aspectos que inciden en las intenciones de comportamiento de los turistas es un tema de gran importancia dentro del contexto de marketing turístico.

Para realizar la investigación se analizaron las fechas donde son más frecuentes las llegadas de turistas, siendo estas las de feriados nacionales como son: Navidad, y la de San Agustín 27 y 28 de agosto (anexo 10, 11)

N= población

Z= Nivel de seguridad (1,96)

P= prevalencia esperada del parámetro a evaluar (0,5)

Q= 1-P (0,5)

I= Error (0,5)

$$N = \frac{(z)^2 \cdot p \cdot q}{i^2} \quad N = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,5^2} \quad N = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025} \quad N = \frac{0,9604}{0,0025} \quad N = 384,04$$

El total de visitantes encuestados fue de 768 en las 2 encuestas realizadas en el año 2011 (cuadro 3.11)

Cuadro 3.11. Ficha técnica de la muestra

Universo	Turistas visitantes al cantón Bolívar
Tamaño muestral	384 encuestas
Margen de error	Para un nivel de confianza del 95%
Método de muestreo	Método no probabilístico al azar
Tipo de encuesta	Personal, en los 3 corredores viales de acceso al cantón

## 2) DETERMINACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA CANTONAL

Se realizó el estudio de la oferta turística actual del cantón Bolívar, a través de entrevistas a los responsables del sector turístico como el GAD cantonal, y de organismos gubernamentales como son el MINTUR y el Consejo Provincial.

## 3) IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA TURÍSTICA

Se identificó y se realizó el análisis de la competencia turística directa que tiene el cantón Bolívar, en base a documentación recopilada en fuentes primarias como el MINTUR y el departamento de turismo del cantón Santa Ana.

#### 4) IDENTIFICACIÓN DEL FODA CANTONAL

Finalmente con toda la información recopilada se elaboró la matriz FODA con la cual se determinan las principales tendencias y problemas. (cuadro 3.12)

Cuadro 3.12 Matriz FODA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Oportunidades</b>	Estrategia FO	Estrategia DO
<b>Amenazas</b>	Estrategia FA	Estrategia DA

Posteriormente se cruzó la información de los distintos cuadrantes mediante interrogantes a partir de las cuales se le asignó un valor. Evaluándolas cualitativamente y cuantitativamente desde el 1 hasta el 3.

1	2	3
Poco	Regular	Mucho

Para posteriormente plantear las posibles estrategias de acción a través de la matriz de valorización. (cuadro 3.12)

Cuadro 3.13. Matriz valoración de FODA

		<b>OPORTUNIDADES</b>					<b>AMENAZAS</b>					TG		
		O1	O2	O3	O4	O5	T	A1	A2	A3	A4	A5	T	
<b>FORTALEZAS</b>	F1													
	F2													
	F3													
	F4													
	F5													
	T													
<b>DEBILIDADES</b>	D1													
	D2													
	D3													
	D4													
	D5													
	T													
TG														

Para determinar las estrategias a tener en consideración se sumaron los valores de cada cuadrante y se dividieron entre la sumatoria total:

$$I- \frac{\sum T1}{\sum T} \quad II- \frac{\sum T2}{\sum T} \quad III- \frac{\sum T3}{\sum T} \quad IV- \frac{\sum T4}{\sum T}$$

Los cuadrantes que tenían mayor ponderación marcaron las estrategias a tener en consideración y a hacer énfasis: ofensiva, defensiva, adaptativa o de supervivencia. (cuadro 3.14)

Cuadro 3.14. Matriz de estrategias de FODA

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>I ESTRATEGIA OFENSIVA</b>	<b>II ESTRATEGIA DEFENSIVA</b>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>III ESTRATEGIA REORIENTACIÓN</b>	<b>IV ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA</b>

Estrategia ofensiva. ¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?

Estrategia defensiva ¿Cómo aprovecho las fortalezas para contrarrestar las amenazas?

Estrategia reorientación ¿Cómo minimizar debilidades aprovechando oportunidades?

Estrategia de supervivencia. ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?

## **POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN**

Esta fase final consta de 2 pasos:

### **1) LA DEFINICIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y RECURSOS POTENCIALES DEL CANTÓN**

Se lo realizó a través de la adaptación de la matriz de potencialidades de Villegas *et al* (2000), en base al análisis de las variables cualitativas de carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio y luego se consideró los atributos de evaluación factible dinámica, utilización, accesibilidad y equipamiento turístico de los lugares inventariados. (cuadro 3.15)

Cuadro 3.15. Matriz de potencialidad de atractivos y/o recursos

Nº	Recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1										
2										
3										
4										
5										

Finalmente se caracterizó las actividades turísticas potenciales en base al modelo de diseño de productos turísticos elaborado por la consultora ALFACRUX para el MINTUR en el año 2006. (cuadro 3.16)

Cuadro 3.16. Matriz de productos hipotéticos

Tipo	Producto	Destino	Intervenciones inmediatas y a mediano plazo

Tomando la propuesta de inventario realizada en esta investigación se procedió a elaborar una matriz de productos hipotéticos, de acuerdo al posible destino y a los requerimientos de intervenciones inmediatas y a mediano plazo que se requerirá para convertirse en productos reales.

## CONCLUSIONES

- a) Para la consecución del diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar se constituyó e identificó la conceptualización pertinente, la cual dio las pautas, para el entendimiento de la funcionalidad del diagnóstico orientado al desarrollo de este sector.
- b) Se identificaron como elementos básicos para el desarrollo del sector turístico a la superestructura turística cantonal, su planta turística, sus atractivos y recursos turísticos potenciales. señalándose sus limitaciones en

cuanto a articulación con organismos seccionales, coordinación con sector privado, y política turística cantonal.

- c) Como elementos que inciden para la situación actual del sector turístico de Bolívar, se consideró su inventario, su planta turística y de servicios básicos; para lo cual se estructuró 1 propuesta de inventario.
- d) En base al análisis del reglamento general para actividades turísticas, se determinó las falencias en la denominación y servicios de los establecimientos de alojamiento, restauración y descanso y diversión.
- e) Se determinó el perfil del visitante del cantón Bolívar siendo este generalmente masculino, de un promedio de edad de 19 a 30 años, con un nivel de educación superior, que viaja durante navidad en compañía de familia y para las fiestas de San Agustín, solo; sus motivaciones principales son las visitas a familiares, amigos y turismo, con un porcentaje que llega al cantón también por trabajo; el 95% está interesado en conocer los atractivos del cantón, siendo el balneario Platanales uno de los de mayor interés; el 61% tiene un promedio de gasto entre \$ 25 y 50 USD diarios.
- f) Se concluye que el cantón carece de una oferta turística estructurada y está supeditada a una oferta de servicio con limitaciones en calidad de infraestructura de igual manera los atractivos y recursos aun no cuentan con las facilidades que permitan la integración de los mismos en productos turísticos.
- g) Se identificó como competencia directa al cantón Santa Ana, dada las similitudes geográficas y de recursos potenciales.
- h) Se determinó la matriz FODA, y mediante la tabla de valoración se establecieron 10 estrategias aplicables.
- i) Se establecieron 13 potencialidades turísticas del cantón, cuantificando y cualificando el carácter y los atributos de las potencialidades.
- j) En base a las potencialidades determinadas se caracterizaron las actividades turísticas potenciales en base a categoría, redes de producto y niveles de intervención.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALFACRUX. 2006. Consultoría para el diseño de productos turísticos para el Ecuador. Quito – Ecuador.
- Babinger, F. 2011. El turismo ante el reto de peligros naturales recurrentes: una visión desde Cancún. Mx. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, Núm. 78, 2012, p 75-88
- Boullón, R. 1986. Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista. Mexico. Trillas. P 45.
- Cedeño, J. Peñarrieta R. 2012. Plan Estratégico Turístico del cantón Bolívar, provincia de Manabí. Tesis Ing. En Turismo. ESPAM MFL. Calceta Manabí EC.
- Conde, E; Herrera, N; Schmidt, N. 2012. Procedimiento para analizar el comportamiento del turista. Aplicación en el destino manzanillo. Mx. TURyDES. Vol. 5. Núm. 13.
- Cummings, T. Worley, C. 2001 Organization development and change South Western College
- Escuela de Turismo de Murcia, 2007. El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual. (En línea). Es. Consultado 15 de nov. 2012. Formato PDF. Disponible en: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Gallegos, O; López, A. 2004. Turismo y estructura territorial en Ciudad Juárez, Mx. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, Núm. 53, 2004, pp. 141-162
- García, B. 2005. Características diferenciales de los productos de turismo rural. Cuadernos de turismo. Universidad de Murcia. Murcia España. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/398/39801507.pdf>
- García, L; Conesa, C. 2001. Estimación de caudales y delimitación de áreas mediante métodos hidroteorológicos e hidráulicos y técnicas S.I.G., Estudio aplicado al litoral sur de Murcia. ES. Papeles de geografía. Vol.

53. P 107 – 123.

Hernández Y, Machado, E. 2008 Del turismo contemplativo al turismo activo. Cuba. Revista el periplo sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. Número 15, págs. 111 - 122

Hostnews. 2009. Terminología turística. (En línea). AR. Consultado 21 de abril. 2012. Formato PDF. Disponible en: <http://www.lehotelier.com.ar/apuntes/tt.pdf>

INEC. 2010. Censo poblacional. (En Línea). EC. Consultado 24 de oct. 2012. [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com).

SIISE, Sistema de Indicadores Sociales 2012... Ficha metodológica. (En línea) EC. Consultado el 14 junio del 2012 Formato HTML. Disponible en [www.siise.gob.ec/aiiseweb/pagwebs/empleo/ficemp\\_T30.htm](http://www.siise.gob.ec/aiiseweb/pagwebs/empleo/ficemp_T30.htm)

Jornadas internacionales de turismo justo. Valencia. 2008. Un reto para el desarrollo. Memorias.

McIntosh, R. 1983. Turismo, Planeación, administración y perspectivas. México, Limusa.

Medina, A. 2000. Planificación y Manejo de Atractivos Turísticos Culturales. VI Seminario Internacional de Arquitectura Paisajista. Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente. Comisión de Investigaciones Científicas Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires. Disponible en <http://www.conocitur.com/archivos/turismo-y-ambiente/planificacion-y-manejo-de-atractivos-turisticos-culturales-vi-s-070316000407.pdf>

MINTUR, 2004 Metodología de Inventario de Atractivos turísticos. Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. Quito – Ecuador.

OMT (Organización Mundial del Turismo), 1994 Introducción al turismo. Madrid – España.

----- 1998. Introducción al turismo. (En línea) .ES. Consultado, 17 de jul. Formato (PDF), Disponible en: <http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion>



- [al turismo.pdf](#).
- 2007. Entender el turismo: Glosario básicos. (En línea) ES. Consultado 18 de nov. 2012. Formato HTML. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Parra, D. 2005. Metodología para inventario de sitios turísticos. Quito – Ecuador.
- Pérez, J. 2009. Evolución del turismo. Eumed, Madrid. ES, vol. 9. P 10 - 15
- Registro Oficial, 2004. Reglamento General de Aplicación de la ley de Turismo (en línea) Ec. Consultado el 24 octubre del 2012. Formato PDF. Disponible en: [www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20n%20](http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20n%20)
- Reynolds, K. 2008. Customer-sales associate retail relationships. EU Journal of Retailing, 72, 3, 223-247.
- Ricaurte, C. 2009. Manual para el diagnóstico turístico local. Escuela Superior Politécnica del Litoral. (En línea) Ec. Consultado 18 de feb. 2011. Formato PDF. Disponible en [www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300](http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300)
- Rivas, J. 1997. Los Impactos Ambientales en áreas Turísticas Rurales y propuestas para la Sustentabilidad. Gestión Turística. N° 3. Chile. Disponible en <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art04.pdf>
- Rodríguez, R; LLanes, E; LLanes, J. 2012. Exploración a variables del impacto en la competitividad en la empresa turística de servicios náuticos. Estudio de caso. Mx. TURYDES. Vol. 5. Núm. 13.
- Schulte, S. 2003. Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Instituto latinoamericano y del Caribe de Planificación económica y social. Santiago de Chile. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>
- Soto, M. 2008. Propuesta de un Modelo de Evaluación para Campañas de Publicidad y de Promoción para el Mercado Turístico en Costa Rica.

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Disponible en <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19931/1/RUA%20Marco%20Soto%20Calderon.pdf>

UAIM. 2008. Conceptos del turismo. (En línea) .ME. Consultado, 23 de abr, 2012. Formato PDF. Disponible en: <http://uaim.edu.mx/web-carreras/carreras/TURISMO2012/TRIM-03/TURISMO.pdf>

Valdez, S. 1998. Metodología para el diagnóstico de la capacitación en el turismo sostenible con enfoque de organización que aprende. TURyDES revista de investigación en turismo y desarrollo local. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/fpl.htm>

Velázquez, B. 2009. La formación de la lealtad y su contribución a la gestión de destinos turísticos. Análisis del efecto de las tecnologías de la información en el ámbito de la empresa y del consumidor turístico. Universidad de valencia. Publicado el 9 de octubre del 2009. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/205/20511993005.pdf>

Villegas, F. y Sánchez, M. 2000. Recursos turísticos y actividades del sector en la provincia de Granada. Granada, ES. Cuadernos Geográficos, número 30. Pp. 193 – 221

Zambrano Y, Cedeño, E 2012. Actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón Bolívar. Tesis Ing. En Turismo. ESPAM MFL. Calceta Manabí EC.