



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN JIPIJAPA UBICADO EN LA
PROVINCIA DE MANABÍ”**

AUTOR:

RICARDO ANDRÉS SOSA MONTENEGRO

DIRECTOR:

MSC. JONATHAN CRUZ

QUITO

2009 – 2010

AUTORÍA

Del presente proyecto: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de Turismo Comunitario del Cantón Jipijapa ubicado en la Provincia de Manabí”**, se responsabiliza el autor: Investigación y Elaboración.

RICARDO ANDRÉS SOSA MONTENEGRO

CI. 1717497208

CERTIFICACIÓN

Certifico que el contenido de la presente Tesis fue investigado y elaborado por el Sr.

Ricardo Andrés Sosa Montenegro

Msc. Jonathan Cruz

DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

El presente Proyecto lo dedico con mucho cariño a mis padres, Ernesto e Isabel, por su ayuda incondicional. A mis hermanas Victoria y Soraya por su paciencia, les amo con todo mi corazón. Al amor de mi vida, Pauly Revelo gracias por ser una mujer virtuosa. A mis amigos por su apoyo en el desarrollo del presente Proyecto. Y en especial a Dios por Su Presencia, Fidelidad, Amor, y por darme la vida y las fuerzas para culminar esta etapa importante en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Un especial agradecimiento a:

La Familia Nieto Chilán por su amabilidad, hospitalidad, tiempo y ayuda incondicional, personas como ustedes son muy difíciles de encontrar, gracias por todo.

A Eduardo Nieto, un gran amigo quien supo direccionarme en algunas etapas del Proyecto.

A Karlie Alvarado, por su ayuda en el Estudio Financiero y soporte bibliográfico.

A todas las personas del Cantón Jipijapa, Lcda. Nadya González, Lcda. Norma Nieto, Cecilia Alvarado, en fin a todas aquellas personas que con su hospitalidad y sencillez de corazón fueron de gran ayuda para el desarrollo de toda esta investigación.

A mi director de Tesis, Msc. Jonathan Cruz, por su conocimiento y su exactitud para direccionarme con el presente Proyecto.

A una gran amiga Salomé, gracias por tu ayuda en la recta final del estudio.

A todos los que de una u otra forma me ayudaron en la elaboración de mi tesis.

GRACIAS

ÍNDICE

I.	TEMA	I
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	I
III.	ANTECEDENTES	II
IV.	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	III
V.	OBJETIVOS	IV
VI.	MARCO REFERENCIAL.....	V
VII.	MARCO CONCEPTUAL.....	XI
VIII.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	XIII
1.	GENERALIDADES DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	1
1.1.	ORIGEN DEL CANTÓN JIPIJAPA	1
1.1.1.	XIPIXAPAS Y MAYAS.....	2
1.1.2.	VILLA DE ORO.....	2
1.1.3.	TRASLADO DEFINITIVO	2
1.1.4.	ÉPOCA COLONIAL.....	3
1.1.5.	SIGLO XVIII	4
1.1.6.	SIGLO XIX.....	4
1.1.7.	EL GRAN SALTO A LA VIDA POLÍTICA	5
1.2.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	5
1.2.1.	CARACTERÍSTICAS BIOFÍSICAS DE JIPIJAPA	6
1.3.	CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CANTÓN JIPIJAPA	13
1.3.1.	DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	14
1.3.2.	PARROQUIAS RURALES EN EL CANTÓN JIPIJAPA.....	15
1.3.2.1.	PARROQUIA PEDRO PABLO GÓMEZ	15
1.3.2.2.	PARROQUIA JULCUY.....	15
1.3.2.3.	PARROQUIA AMÉRICA.....	16
1.3.2.4.	PARROQUIA EL ANEGADO	16
1.3.2.5.	PARROQUIA MEMBRILLAL.....	16
1.3.2.6.	PARROQUIA LA UNIÓN.....	17
1.3.2.7.	PARROQUIA PUERTO CAYO	18
1.3.3.	COMUNIDAD SANCÁN	19
1.3.3.1.	CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD SANCÁN	20
1.3.3.2.	SUPERFICIE DE LA COMUNIDAD SANCÁN.....	21
1.3.3.3.	ORGANIZACIÓN COMUNAL DE SANCÁN.....	22
1.3.3.4.	RELIGIÓN DE LA COMUNIDAD	23
1.3.3.5.	IDENTIDAD DE LA COMUNIDAD	23
1.3.3.6.	ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD SANCÁN.....	23
1.3.4.	ORGANIZACIÓN.....	24
1.3.5.	CULTURA	27
1.3.6.	TRADICIONES Y COSTUMBRES	29
1.3.6.1.	TRADICIONES.....	29
1.3.6.2.	COSTUMBRES.....	30

1.3.6.3. COSTUMBRES QUE YA NO SE PRACTICAN	32
1.3.7. FOLKLORE Y FIESTAS POPULARES	33
1.4. CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN	34
1.4.1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS	34
1.4.2. PRODUCCIÓN ARTESANAL	34
1.4.3. AGRICULTURA	35
1.4.4. GANADERÍA	35
1.4.5. ACTIVIDAD COMERCIAL	36
1.4.6. PESCA	36
1.4.7. INDUSTRIA	37
1.4.8. TURISMO.....	37
1.4.9. GASTRONOMÍA	38
1.5. SERVICIOS BÁSICOS	41
1.5.1. SALUD.....	41
1.5.2. EDUCACIÓN.....	42
1.5.3. AGUA.....	43
1.5.4. ALCANTARILLADO	43
1.5.5. RECOLECCIÓN DE BASURA	44
1.5.6. TELÉFONO	44
1.5.7. ENERGÍA.....	45
1.5.8. VIALIDAD.....	45
1.5.9. TRANSPORTE.....	46
2. SISTEMA TURÍSTICO DE JIPIJAPA	49
2.1. RECURSOS TURÍSTICOS.....	49
2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	49
2.1.1.1. CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN JIPIJAPA	51
2.1.2. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA	53
2.1.2.1. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA	53
2.1.2.2. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	54
2.2. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO	60
2.2.1. VÍAS DE PRIMER ORDEN	60
2.2.2. VÍAS DE SEGUNDO ORDEN.....	61
2.2.3. VÍAS DE ACCESO A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	61
2.3. PLANTA TURÍSTICA	61
2.3.1. ALOJAMIENTO.....	62
2.3.2. ALIMENTACIÓN.....	64
2.3.3. AGENCIAS DE VIAJES.....	64
2.3.4. TRANSPORTE TURÍSTICO.....	65
2.4. SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	65
2.4.1. SECTOR PÚBLICO.....	66
2.4.2. SECTOR PRIVADO.....	67
3. ESTUDIO DE MERCADO	68
3.1. INTRODUCCIÓN	68
3.2. INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL	68
3.3. OBJETIVO GENERAL	69
3.4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO	69
3.4.1. MÉTODOS.....	69

3.4.1.1. LA OBSERVACIÓN	69
3.4.1.2. ANÁLISIS – SINTÉTICO	70
3.5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	70
3.5.1. LA ENTREVISTA	70
3.5.2. LA ENCUESTA	70
3.6. INSTRUMENTO	71
3.6.1. EL CUESTIONARIO	71
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	72
3.7.1. POBLACIÓN	72
3.7.2. MUESTRA	72
3.7.3. ENCUESTA A LA POBLACIÓN	73
3.7.3.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA PARA ENCUESTAS A LA POBLACIÓN	73
3.7.3.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LA POBLACIÓN	75
3.7.4. ENCUESTA A LOS TURISTAS	83
3.7.4.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA PARA ENCUESTAS A LOS TURISTAS	83
3.7.4.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS	84
3.8. ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.....	94
3.8.1. ESTUDIO DE LA OFERTA TURÍSTICA	94
3.8.1.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA	95
3.8.1.2. OFERTA ACTUAL	96
3.8.1.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	98
3.8.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	98
3.8.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	99
3.8.2.2. DEMANDA FUTURA	102
3.8.2.2.1. PROYECCIONES DE LA DEMANDA.....	102
3.8.2.2.2. DEMANDA TOTAL PROYECTADA.....	104
3.8.3. RELACIÓN OFERTA – DEMANDA.....	104
3.8.3.1. DEMANDA INSATISFECHA	105
3.8.3.2. DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL.....	105
3.8.3.3. DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.....	105
3.8.3.4. DEMANDA POTENCIAL	106
3.8.3.5. CÁLCULO DE PLAZAS DEMANDADAS	108
3.9. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	109
4. ESTUDIO TÉCNICO	112
4.1. OBJETIVO GENERAL	112
4.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	112
4.2. LOCALIZACIÓN	113
4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN	113
4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN	114
4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	115
4.3.1. LA DEMANDA.....	116
4.3.2. SUMINISTROS E INSUMOS	117
4.3.3. VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.....	117
4.3.4. TECNOLOGÍA Y EQUIPO	117
4.3.5. ORGANIZACIÓN.....	118
4.3.5.1. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS ORGANIZACIONALES	118
4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	122
4.4.1. TIPOLOGÍA.....	122
4.4.2. CONSTRUCCIÓN DEL ALOJAMIENTO EN EL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO	122

4.4.3. DESCRIPCIÓN Y DECORACIÓN DEL PROYECTO.....	124
4.4.3.1. PARTE EXTERNA	124
4.4.3.2. PARTE INTERNA.....	125
4.4.4. REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO	125
4.4.5. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.....	128
4.4.5.1. HOSPEDAJE.....	128
4.4.5.2. ALIMENTACIÓN	129
4.4.5.3. CAMINATAS, SENDEROS GUIADOS.....	129
4.4.5.4. VISITA A PLANTACIONES AGRÍCOLAS	129
4.4.5.5. MANIFESTACIONES CULTURALES	129
4.4.5.6. INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	130
4.5. MISIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO	130
4.6. VISIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO	131
4.7. OBJETIVOS DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO	131
4.8. ACTIVIDADES PROPUESTAS	132
4.9. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	132
4.10. DESCRIPCIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS	133
4.10.1. CIRCUITOS TURÍSTICOS	133
4.10.2. TOURS PROMOCIONALES	139
5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	143
5.1. INTRODUCCIÓN	143
5.2. OBJETIVO GENERAL	143
5.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	144
5.3. INVERSIÓN	144
5.3.1. INVERSIÓN FIJA	145
5.3.2. ACTIVOS FIJOS.....	145
5.3.3. ACTIVOS OPERACIONALES	147
5.3.4. ACTIVOS REALIZABLES MERCADERÍA.....	149
5.3.5. ACTIVOS DIFERIDOS.....	150
5.3.6. CAPITAL DE TRABAJO.....	151
5.3.7. INVERSIÓN TOTAL.....	153
5.4. FINANCIAMIENTO.....	154
5.4.1. DONACIONES	154
5.4.2. CRÉDITO BANCARIO.....	155
5.4.2.1. SECTORES SUSCEPTIBLES DE FINANCIAMIENTO	156
5.4.2.2. DESTINO DEL CRÉDITO	156
5.4.3. MONTO DE CRÉDITO Y PLAZO	157
5.4.3.1. TABLA DE AMORTIZACIÓN	158
5.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	159
5.5.1. COSTOS OPERACIONALES	159
5.5.1.1. COSTO PRIMO	160
5.5.1.2. COSTOS INDIRECTOS	161
5.5.1.3. REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.....	161
5.5.1.4. SEGUROS.....	162
5.6. DEPRECIACIONES.....	163
5.7. AMORTIZACIONES	164
5.8. GASTOS ADMINISTRATIVOS	165
5.9. GASTO DE VENTAS.....	165
5.10. GASTOS FINANCIEROS	166

5.11. CUADRO GENERAL DE COSTOS Y GASTOS	166
5.12. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	168
5.12.1. PRONÓSTICO DE INGRESOS.....	169
5.13. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	171
5.14. FLUJO DE CAJA.....	173
5.15. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	175
5.15.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	175
5.15.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	176
5.15.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PR).....	178
5.15.4. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO.....	178
5.15.5. PUNTO DE EQUILIBRIO	179
6. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	181
6.1. INTRODUCCIÓN	181
6.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS FACTORES AMBIENTALES.....	182
6.3. OBJETIVO GENERAL	183
6.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	183
6.4. BASE LEGAL.....	184
6.5. METODOLOGÍA.....	188
6.6. MATRIZ DE LEOPOLD	190
6.7. IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	192
6.7.1. MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	192
6.7.2. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	197
6.7.2.1. ESCALA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS.....	197
6.7.2.2. RANGOS DE CALIFICACIÓN	198
6.7.3. DETERMINACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA DIRECTA E INDIRECTA.....	198
6.7.4. RESULTADO MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	203
6.8. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	203
6.8.1. PROGRAMAS DE PREVENCIÓN, MITIGACIÓN, CONTROL Y COMPENSACIÓN.....	204
6.8.2. OTRAS MEDIDAS DE MITIGACIÓN	206
6.9. FACTOR SOCIAL.....	206
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	208
7.1. CONCLUSIONES	208
7.2. RECOMENDACIONES	209
BIBLIOGRAFÍA.....	211
ANEXOS.....	215

I. TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO DEL CANTÓN JIPIJAPA UBICADO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Jipijapa es conocido por ser una zona cafetera y centro artesanal en la elaboración de sombreros de paja toquilla, estas actividades ayudan a mantener vivas sus tradiciones y costumbres, sin embargo, a lo largo de estos últimos años no ha sido tomado en cuenta para un desarrollo turístico apropiado en el sector.

La falta de integración de las comunidades y la inadecuada organización de las autoridades pertinentes del sector, ha generado la pérdida de estas expresiones culturales y la escasa participación en el desarrollo turístico de la Provincia de Manabí. El cantón Jipijapa no posee un avance turístico, es así que en gran parte de la zona se ha venido perdiendo la costumbre artesanal con la elaboración de sombreros de paja toquilla, y agrícola en la siembra de café, que por años han sido destinadas como eje fundamental en la producción e ingreso económico del sector.

Asimismo, varias parroquias rurales del Cantón Jipijapa, se han caracterizado por ser atractivos potenciales del sector, pero en la actualidad han sido destinados al olvido, Joa es un caso particular, ya que en el trayecto Jipijapa – Joa, existe un botadero de basura.

III. ANTECEDENTES

Jipijapa es un cantón ubicado al sur de la Provincia de Manabí, a 420 km de Quito, capital del Ecuador. Su nombre antiguo se deriva de un cacique indio del lugar *Xipixapa*, que en idioma nativo significa *sube y baja por tierra alta y baja*, y en la actualidad Jipijapa.

La zona que constituye actualmente el cantón Jipijapa estuvo poblada en la época prehispánica por parcialidades indígenas pertenecientes a la etnia Manteño-Huancavilca.

La actual ciudad de San Lorenzo de Jipijapa fue fundada al norte de su ubicación actual, en el sitio Sancán por el visitador Bernardo de Loayza. Posteriormente fue trasladada al sitio donde se encuentra por Juan de Hinojosa. En la época colonial fue un caserío de tránsito en la vía Portoviejo-Daule-Guayaquil hasta el siglo XVII aproximadamente en que se fue convirtiendo en una zona de producción y comercialización de sombreros de paja toquilla o “Jipijapas”. Esta industria alcanzó su auge en los dos siglos posteriores convirtiendo a la ciudad en centro de acopio para la exportación del producto.

A mediados del siglo XIX se introdujo el cultivo de café, lo que fue desplazando la producción de sombreros a poblaciones específicas y a otros cantones como Montecristi. Jipijapa se convirtió entonces en una zona cafetera, productora y exportadora, tomando en cuenta que comprendía toda el área del sur de Manabí incluyendo los cantones de Paján y 24 de Mayo, debido a esto Jipijapa es conocida como “La Sultana del Café”, por la gran producción de este producto y en lo que basa la economía su población.

En la vida republicana hasta la actualidad el cantón Jipijapa se ha ido desarrollando, especialmente en la agricultura convirtiéndose en el primer exportador de café por lo que se le conoce con el nombre “La Sultana del Café”

El boom del café declino con la caída de los precios internacionales y la perdida de los cafetales a finales del siglo XX.

Actualmente, Jipijapa es un lugar que cuenta con un sinnúmero de manifestaciones culturales, aunque no ha sido aprovechada de manera adecuada a favor del desarrollo turístico de la comunidad, busca nuevas oportunidades para su desarrollo en el nuevo y difícil mundo globalizado y competitivo que permitan volver al auge económico que tuvo en el pasado.

IV. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La propuesta de implementar un proyecto de Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa conduciría al mejoramiento e integración de las comunidades del sector, facilitando de esta forma un turismo sostenible y fuente de ingreso de las comunidades.

El turismo hoy en día es una de las industrias económicas más grande en todo el país, cada día se busca la forma de mejorar y diversificar sus servicios, uno de estos es la convivencia con las comunidades, es por eso que se pretende involucrar a estos grupos, para que estas no sean explotadas, y los beneficios que se obtengan por realizar actividades en la zona sirvan para beneficiar o promover desarrollo de programas y proyectos dirigidos a los pueblos rurales.

Turismo Comunitario en Jipijapa se plantea como una alternativa que integra y potencia las actividades socio – económicas para la comunidad. El proyecto busca motivar e integrar a todas las familias del sector rural en las actividades artesanales y productivas. También se plantea el presente proyecto como una oportunidad para desarrollar capacidades a través de la capacitación a la comunidad, fomentando la valoración de los recursos culturales.

V. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad para la Implementación de Turismo Comunitario para la población de Jipijapa, mediante el estudio de las actividades socio-económicas y culturales de este sector y las condiciones de su entorno con el fin de que se mejore el nivel de vida de su gente, a través de la participación social y económica de la misma en el desarrollo del turismo local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar las características de la zona de estudio que lo conforma.
- ✓ Diagnosticar el sistema turístico del Cantón Jipijapa.
- ✓ Mejorar las condiciones de vida de las comunidades involucradas en el Cantón Jipijapa.
- ✓ Diseñar un plan de Turismo comunitario para el Cantón Jipijapa.

VI. MARCO REFERENCIAL

TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario o turismo social, es un concepto relativamente nuevo, explorado en América Latina, pero impulsado principalmente por países europeos. Es un concepto que involucra a la comunidad, lo cual no es necesariamente rural, sino que encierra en sí mismo diversas características de corresponsabilidad.

El TURISMO debe ser, ante todo, una actividad económicamente rentable, ambientalmente responsable, generadora de ingresos y empleos dignos y calificados. La demanda social turística evoluciona rápidamente hacia productos turísticos más respetuosos del medio ambiente, de la población local y de su cultura.

Las comunidades locales también se han dado cuenta de la oportunidad que representa la acogida de estos nuevos turistas.

Es así que se puede decir que el Turismo Comunitario se caracteriza por:

- Participación de la población local en todas las etapas del proceso
- Repartición de beneficios económicos hacia la comunidad.
- Posibilidad de un verdadero diálogo intercultural (conocimiento mutuo).
- Respeto al medio ambiente y la Biodiversidad.
- Respeto a la identidad y cultura del pueblo.
- Fortalecimiento de las sociedades locales.

El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de

un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

EXPERIENCIAS EXITOSAS

África, Asia y Latinoamérica son las regiones del planeta donde existen proyectos de este tipo. Si bien el turismo comunitario no se ha consolidado a nivel mundial debido principalmente a que se trata de un concepto de desarrollo relativamente nuevo y que se encuentra en permanente evolución.

TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR

El Ecuador es uno de los países más desarrollados y reconocidos en el ejercicio del Turismo Comunitario. Cuenta con cerca de cien experiencias comunitarias y otro tanto en proceso de formación. Todas ellas situadas a lo largo de su territorio, y que se encuentran desde el nivel del mar hasta los 4000 metros de altura. Este desarrollo se debe sobre todo a la misma autogestión y emprendimiento de las comunidades, además del apoyo que ha recibido de organismos internacionales de cooperación, organismos no gubernamentales, fundaciones sin fines de lucro y el sector público. El sector privado y las grandes industrias del turismo convencional se han mantenido al margen, salvo en contados casos específicos.

En el Ecuador las Comunidades, y por ende las operaciones de turismo comunitario que los representan, se agrupan dentro de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, que es el organismo gremial representativo del turismo comunitario en este país. Está estructurada con representantes

de todas las comunidades involucradas y de las federaciones o redes provinciales y regionales, en donde destaca la Red de Turismo Comunitario del Austro "Pakariñan" (Camino del Amanecer, en lengua Kañari), que aglutina a todo el sur del Ecuador.

Ecuador por sus diversas regiones geográficas goza de un sin número de lugares turísticos, los mismos que albergan en su seno parajes y animales exóticos los que se constituyen en un atractivo natural para turistas propios y extranjeros.

BENEFICIOS DEL TURISMO COMUNITARIO

Pero los beneficios que produce esta actividad no siempre se ven reflejados en las poblaciones consideradas turísticas, pues sus habitantes deben afrontar esta situación con mucha imaginación para sobrevivir (elaborando artesanías, comidas típicas o representaciones de ritos y/o costumbres tradicionales que llaman la atención del visitante). Para alentar estas iniciativas la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE) ha elaborado el proyecto "Promoción, difusión y comercialización del turismo comunitario".

La FEPTCE comprende como turismo comunitario a toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.

Acorde a este concepto el objetivo principal del proyecto es "la comercialización de las iniciativas turísticas comunitarias del Ecuador a través de un sistema de comunicación e información". Y para conseguirlo se ha propuesto:

- Sistematizar y fortalecer los sistemas de gestión de las iniciativas de turismo comunitario.
- Promocionar y comercializar los destinos de turismo comunitario que ofertan las organizaciones de la FEPTCE.

Se ha instalado, para este efecto, un sistema interconectado de cuatro regionales en todo el país: regional norte, sede Otavalo, la que atiende a las provincias de Pichincha, Imbabura, Carchi y Esmeraldas; regional centro, con sede en Riobamba, atiende a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar; regional del Austro, sede Cuenca, atiende las provincias de Cañar, Azuay, Loja, Zamora Chinchipe y El Oro; regional Amazonia, sede Tena, que atiende a las provincias de Napo, Pastaza y Orellana.

Cada sede cuenta con equipos de computación, cámara digital y grabadora de audio digital. El manejo de este equipo y la coordinación de actividades requieren de la permanente capacitación de los Promotores Regionales quienes han sido instruidos en la redacción de relatos, elaboración de audios y toma de fotografías; y en sistemas de comercialización en línea, para vender a través del internet los paquetes de turismo comunitario.

La capacitación, incluida en el proyecto, apela a que los promotores reproduzcan los conocimientos adquiridos en cada regional a su cargo. Adicionalmente, se ha establecido un proceso de intercambio de experiencias entre comunidades que han logrado destrezas especiales frente a otras. Y transferencia de capacidades, a través de un trabajo de sistematización en fotografía, audio y vídeo entre técnicos profesionales y el equipo de promotores de la FEPTCE.

El Ecuador tiene mucho que explotar en este campo. Se necesita pues de la atención correspondiente de las autoridades de turno para hacer de esta actividad una fuente generadora de trabajo.

COMUNIDADES DEL SECTOR

JOA

Se encuentra a 6 Km al oeste de la ciudad de Jipijapa tomando el carretero que se dirige a Puerto Cayo; sus coordenadas son 1°23' Latitud Sur y 80°38' Longitud Oeste.

Joa es el límite entre la sabana de Tiján, que se extiende de sur a Norte desde Piñas de Julcuy, y las estibaciones de la Cordillera Costanera de Chongón-Colonche (Cerro Bravo). Su clima es de Bosque Seco Ecuatorial. La carretera Jipijapa-Puerto Cayo separa el recinto en dos mitades.

El recinto es conocido por sus pozos de agua azufrada los cuales provienen de vertientes volcánicas del Chocotete, volcán inactivo ubicado al Noreste del recinto. Estos pozos son explotados mediante instalaciones sencillas construidas por el municipio y tienen una excelente potencialidad como atractivo turístico. Los pozos son apreciados por locales y forasteros que aprovechan sus propiedades sulfurosas desde tiempos antiguos, y no son pocas las leyendas que relacionan su construcción con la cultura maya de Centroamérica y también el aprecio que sentía el Inca Atahualpa por sus aguas medicinales.

Cuenta con aproximadamente 300 habitantes cuya gran mayoría trabaja en Jipijapa, pero además se informan migraciones a Guayaquil, Manta y Portoviejo, como

las principales. También hay personas que han migrado al extranjero principalmente a España e Italia.

LA PROSPERINA

El recinto La Prosperina está ubicado a 15 Km. al Este de Jipijapa, por la carretera que conduce a Noboa. Sus habitantes se encuentran agrupados en el Comité Pro Mejoras 25 de Mayo. Es un clima Tropical Mega térmico Seco. Con una altura entre los 400 y 700 msnm. Se le podría llamar un Bosque Seco de Altura.

La zona fue en su época parte del boom cafetero de la zona Sur de Manabí y aun en la actualidad se conservan algunas plantaciones de Café Arábigo (Criollo) de excelente calidad. Actualmente se produce Caña de Azúcar, Plátano, Guineo, y cultivos de ciclo corto en pequeñas cantidades.

En los actuales momentos las comunidades de La Prosperina y Cascabel se encuentran involucradas en la implementación de un proyecto que con la ayuda de PROLOCAL busca dotar de un sistema de captación y distribución de agua con el fin de emprender en cultivos hortícola con técnicas orgánicas de producción.

La zona es un potencial turístico y en los alrededores se encuentra la cascada de Agua Fría (Choconchá), Trapiches de molienda de caña y destilería de aguardiente lo que la hace una zona atractiva para personas de Jipijapa que gustan de disfrutar de tardes deportivas y degustación de derivados de la caña de azúcar como: Espuma, Guarapo, Aguardiente Curado, etc. Además cuentan con una regular infraestructura de canchas deportivas.

VII. MARCO CONCEPTUAL

COMUNIDAD: Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles.

FEPTCE: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

SOSTENIBILIDAD: Se refieren al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovación del mismo, la sostenibilidad consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

DESARROLLO LOCAL: Es aquel que se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad.

ARTESANÍAS: Se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de la energía mecánica), como al objeto o producto obtenido, en la que cada pieza es distinta a las demás.

GUÍAS TURÍSTICOS NATIVOS: Es aquella persona que nació en un determinado lugar y que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia en el país.

TURISMO COMUNITARIO: Surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y

defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

ALOJAMIENTO COMUNITARIO: Hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas dentro de una determinada comunidad y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa.

NACIÓN PLURINACIONAL: Conjunto de Nacionalidades diversas, asentadas en un territorio definido de un país y regidos por un solo gobierno. Estas Nacionalidades están unidas por vínculos históricos, económicos, políticos y culturales.

MULTIÉTNICO: Es toda sociedad que integran diferentes grupos étnicos, sin importar diferencias de cultura, raza e historia.

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO: Es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el recate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMUNITARIAS: Es el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas.

PAKARIÑAN: Camino del Amanecer, en lengua Kañari

VIII. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos del proceso de investigación científica a utilizar en el estudio propuesto son:

- ✓ **Deductivo.** Método utilizado del estudio del tema, partiendo desde lo más general, para luego abarcar temas particulares y explicarlos.
- ✓ **Inductivo.** Método utilizado para lograr conclusiones generales del tema, partiendo de explicaciones particulares.
- ✓ **Analítico.** Método utilizado que consiste en estudiar cada punto del tema de forma individual.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DEL CANTÓN JIPIJAPA

1.1. ORIGEN DEL CANTÓN JIPIJAPA

El Cantón Jipijapa es muy antiguo, su nombre proviene del cacique “ipescapa” o “xipixapa”¹. Según el documento “Relaciones Históricas y Geográficas de Manabí”, escrito por Marshal Seville, San Lorenzo de Jipijapa (denominada así desde su fundación en 1605) es un pueblo todo de indios², quienes se dedican al cultivo de maíz, fréjoles y frutas de castilla (naranjos, limas, limones). Por su parte, Wilfrido Loor refiere que en Manabí la gente consumía pechiche, conocido como capulí de la costa, tunas, caimitos, cerezas, cercillas, guabas, guanábanas, pero también menciona que la yuca, el maíz, y probablemente el chocolate, eran de uso común. Sin embargo, la actividad agrícola no era abundante por las frecuentes sequías.

Está ubicado al sur de Manabí y es conocido también como "La Sultana del Café", por haber sido el principal productor de café en el Ecuador. Su nombre se debe a que antiguamente estuvo poblada por la tribu indígena Xipixapa, aunque se especula que también los Mayas se extendieron por esta región³.

¹ GAVILANEZ Pazmiño, Ramón, Monografía del Cantón Jipijapa, Roma, Imprenta Scuola Tip. Salesianas, 1924, p. 11.

² SAVILLE Marshall, *Relaciones Históricas y Geográficas de Manabí*, Tomo VII, traducido al español por Wilfrido Loor, Guayaquil, Impresiones Oroncio Portugal, 1938, p. 5.

³ <http://www.manabi.gov.ec/cantones/jipijapa>

1.1.1. XIPIXAPAS Y MAYAS

En el siglo XV, los territorios que hoy corresponden al cantón Jipijapa estuvieron habitados por la tribu Xipixapa, aunque también se especula que la cultura Maya hizo su asentamiento en el lugar. Sobre esto último existen evidencias, como los pozos en Choconchá, Andil y Chade, que se dice fueron cavados por estos indios, cuyo jefe se llamaba Tepichinche. También se dice que Jipijapa tuvo influencia de las culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera, Manteño-Huancavilca, y restos de esas culturas se conservan en el Parque Nacional Machalilla.

1.1.2. VILLA DE ORO

Cuando los españoles incursionaron en Jipijapa, en el año 1534, quedaron fascinados por las riquezas encontradas en el lugar. Fue así como el grupo comandado por Pedro de Alvarado llamó Villa de Oro a Jipijapa, apoderándose de todas esas riquezas e incendiando luego el caserío. Tras las despiadadas acciones de los españoles, el 10 de agosto de 1565, los indios fundaron una nueva ciudad, en el sitio denominado Lanchán, dando origen a la nueva comunidad San Lorenzo de Jipijapa.

1.1.3. TRASLADO DEFINITIVO

Muchos factores adversos para la comunidad San Lorenzo de Jipijapa se presentaron en el nuevo asentamiento. La falta de agua para consumo humano, terrenos estériles para la práctica de la agricultura, la enorme distancia para llegar a los puertos

marítimos y hasta las enfermedades, se conjuró para obligar a los moradores a cambiar de domicilio. Fue así que en el año 1605, Juan de la Hinojosa, juez por la Comisión de la Real Audiencia de Quito, ordenó el traslado de la comunidad de San Lorenzo de Jipijapa, al lugar actual, que primitivamente se lo llamó Jipijapa la Baja, por tratarse de un valle rodeado de colinas, con temperatura agradable. En el traslado participaron solo 260 habitantes, no más, porque la población fue mermada por la epidemia del sarampión.

1.1.4. ÉPOCA COLONIAL

En la época colonial fue un caserío de tránsito en la vía Portoviejo-Daule-Guayaquil hasta el siglo XVII aproximadamente en que se fue convirtiendo en una zona de producción y comercialización de sombreros de paja toquilla o “Jipijapas”. Esta industria alcanzó su auge en los dos siglos posteriores convirtiendo a la ciudad en centro de acopio para la exportación del producto.

En la época de la emancipación, Jipijapa fue el primer territorio de Manabí en sumarse a proclamación de independencia de Guayaquil el 9 de Octubre de 1820. Siendo el día 15 cuando el prócer José Antonio de Vallejo en paso a Portoviejo informó de la decisión tomada y sumó a la comunidad a la gesta libertaria.

1.1.5. SIGLO XVIII

En este siglo surgen los primeros movimientos independentistas, cuando en la Real Audiencia de Quito se manifiesta ardorosa inquietud, porque se minaba la estabilidad del tutelaje hispano. En la comunidad de San Lorenzo de Jipijapa, el párroco Francisco Javier Ruiz Cano, ante los violentos despojos que se cometían en la vecina comunidad de Santa Elena, auspició plebiscitos abiertos, de donde salió una comisión integrada por Pedro Chóez, Idelfonso Toala, Manuel Soledispa, Rumualdo Lino, Lorenzo Soledispa y Manuel Inocencio Parrales y Guale, para que se trasladaran a Portoviejo, a exponer sus temores al Protector de los Naturales de la Provincia, Juan Nicolás Gómez Cornejo, quien atendió a la comisión. Fue así como se inició la titánica lucha de San Lorenzo de Jipijapa, contra los usurpadores de sus dominios.

1.1.6. SIGLO XIX

A mediados del siglo XIX se introdujo el cultivo de café, lo que fue desplazando la producción de sombreros a poblaciones específicas y a otros cantones como Montecristi. Jipijapa se convirtió entonces en una zona cafetera, productora y exportadora, tomando en cuenta que comprendía toda el área del sur de Manabí incluyendo los cantones de Paján y 24 de Mayo. El boom del café declinó con la caída de los precios internacionales y la pérdida de los cafetales a finales del siglo XX.

1.1.7. EL GRAN SALTO A LA VIDA POLÍTICA

El 25 de junio de 1824, el Congreso Colombiano expidió la Ley de División Territorial, mediante la cual se constituyeron los departamentos de Ecuador (Quito) de Guayaquil y del Azuay. El departamento de Guayaquil se integró con las provincias de Guayas y Manabí, esta última se formó con los cantones Portoviejo, Jipijapa y Montecristi, que antes fueron parroquias del Corregimiento de Guayaquil, y así permaneció la provincia durante el período gran colombiano, que fue relativamente corto. En 1945, las parroquias de Jipijapa suben a 13, pero ese año la Asamblea Constituyente crea el cantón 24 de Mayo, y esto le resta 3 parroquias: Sucre, Bellavista y Noboa. En 1950 pierde otras cuatro parroquias: Paján, Guale, Lascano y Campuzano, porque el Congreso de ese año las adjudicó al nuevo cantón Paján.

1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA⁴

Al sur de Manabí se encuentra el cantón Jipijapa, a 420 kilómetros de Quito capital del Ecuador. Fue creado el 25 de junio de 1824. Limita al norte con los cantones Montecristi, Portoviejo y Santa Ana, al sur con la Provincia de Guayas y el cantón Puerto López, al este con los cantones de Paján y 24 de Mayo, al oeste con el Océano Pacífico. Geográficamente está situado entre los 1°10' – 1°47' de latitud sur, y entre los 80°25' - 80°52' de longitud oeste. La superficie total del cantón es de 141.986 hectáreas.

⁴ INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, *Carta Topográfica Portoviejo-escala 1:250.000*, Ecuador, 1988.



Fuente: <http://www.manabi.gov.ec/cantones/jipijapa>

1.2.1. CARACTERÍSTICAS BIOFÍSICAS DE JIPIJAPA

a) Geomorfología

Relieve: En la costa del Ecuador, el relieve es muy moderado. En Jipijapa el punto máximo alcanza los 700 metros sobre el nivel del mar. Aquí se encuentra parte de la Cordillera de Colonche que se encurva hacia el sureste en el sur del cantón.

La estructura morfológica de la costa es de rocas magmáticas de origen oceánico que acrecieron el continente sudamericano a finales del Cretácico, aproximadamente hace 80 millones de años. El suelo se cubre de terrenos sedimentarios de procedencia marina de la edad terciaria o cuaternaria. Particularmente en Jipijapa, se ha encontrado una “virgación”, que es una torsión tectónica de un afloramiento de rocas y sedimentos volcánicos. La “virgación de Jipijapa” aún no se ha estudiado.

La parte meridional de la región costanera central de Manabí acoge a la zona de estudio. Se caracteriza por la presencia de relieves sedimentarios, monoclinales y tabulares que cubren zonas colindadas y monótonas hasta llegar a la llanura costera del Guayas. Los relieves tabulares de la zona se encuentran enmarcados por abruptas y fuertes vertientes que sobrepasan los 100 a 150 metros de desnivel.

Estos paisajes se desarrollan sobre la formación geológica de Onzole. Se caracteriza por tener una dura capa de tierra sobre una capa blanda, es decir, una capa de arcillas y limolita coronada por sedimentos detríticos como areniscas, arenas conglomerados. Existe un sistema montañoso macizo, aislado e irregular. En el valle de Jipijapa termina la Cordillera de Colonche y sus montañas litorales siguen hacia Bahía de Caráquez. No se presentan cadenas largas, más bien son grupos macizos irregulares.

Hidrografía: Corresponde a la vertiente del Océano Pacífico. Los cauces de los ríos están bien marcados en la falda occidental de la cordillera y toman la forma de meandros a medida que se acercan a la llanura costanera o la desembocadura del Pacífico. En el cantón se destaca la presencia de ríos y esteros. Los ríos que desembocan directamente al océano son Jipijapa, Canta Gallo y río Grande con el nombre de río Ayampe una vez que ha aumentado su caudal. En el interior se encuentra el río Ramiro, Sangán y Barro, además, los esteros El Alto, Salitre y La Seca.

b) CLIMA Y ZONAS DE VIDA

Características Climáticas: Su clima es templado, varía según la posición topográfica y está influenciado por las corrientes marinas de El Niño, que es cálida, y Humboldt, que es fría. La temperatura promedio anual es de 24.6° centígrados y el promedio de lluvia en igual tiempo es de 1280 milímetros cúbicos. Como en el resto del

litoral, Jipijapa posee dos estaciones climáticas en el año: el invierno y el verano. La estación invernal se presenta en diciembre hasta mediados de mayo, el resto del año corresponde al periodo seco. En los meses de octubre a noviembre se presentan lluvias aisladas que favorecen a la floración del café.

Zonas de Vida: Las zonas de vida o formaciones vegetales son unidades ecológicas que están influenciadas directamente por factores como el calor, la precipitación y la humedad. Cada zona de vida tiene una formación característica distinta y soporta un número indeterminado de asociaciones vegetales.⁵ Dentro de estas zonas de vida se encuentran también las comunidades bióticas que son poblaciones de plantas y animales que interactúan entre sí en un área geográfica determinada⁶.

Según la clasificación de Holdridge⁷, en Jipijapa se distinguen las siguientes zonas de vida:

- ***Matorral desértico tropical***

Se localiza entre el nivel del mar hasta los 300 metros de altura, la temperatura promedio fluctúa entre los 24 y 26° centígrados y la precipitación es de 125 a 250 milímetros. En esta zona de vida las aguas frías del mar y la corriente cálida del Niño tienen influencia sobre el clima.

⁵ CAÑADAS, Luís, *Mapa Bioclimático y Ecológico del Ecuador*, Quito, Ediciones del Banco Central, 1983., p. 71.

⁶ SUTTON, David, *Principios Fundamentales de Ecología*, Traducido por Gabriel Velasco, México, Limusa Noriega Editores, 1994.

⁷ CAÑADAS, Luís, *Mapa Bioclimático y Ecológico..... Ibid.*

Geográficamente se localiza en el área de **Puerto Cayo** y se encuentra formada por esteros, salitres y manglares en las cercanías de la costa. Aquí, los suelos tienen dominancia de areniscas, colinas sedimentarias con pendientes menores al 25% y suelos sobre tablazo, cuyas pendientes son menores al 12%. Las plantas que se desarrollan sobre estos suelos están influenciadas por las estribaciones de la cordillera Chongón-Colonche. En las partes montañosas se encuentra el bosque más o menos denso, rodeado de sabanas que en invierno presentan una vegetación exuberante. En dirección de la cordillera existe predominio del cactus Candelabro (*Lemaireocereus cart-wrightianus*), Palo Santo (*Bursea graveolens*), Barbasco (*Jacquina pubescens*), Seca (*Geoffroea spinosa*) especialmente en las montañas de Chanduy. En los cauces secos de los ríos de invierno se encuentra Algarrobo (*Ceratonia siliqua*), Muyuyo (*Cordia lutea*) y Mosquera (*Croton elegans*). En la sabana predominan las gramíneas Pasto Bermuda, Pata de Gallina (*Chloris sp*), y Esponja Vegetal (*Luffa sp*). En forma esporádica se encuentran formaciones de Ceiba y Bototillo.

- ***Monte espinoso tropical***

Se localiza al este y a lo largo del matorral desértico tropical y es característico de esta zona de vida, una precipitación anual de 250 a 500 milímetros cúbicos, la temperatura y la altitud son exactamente iguales a la zona anteriormente descrita. En los meses de verano, de diciembre a enero, es común la presencia de garúa o Boviznas ocasionales que se relacionan con neblinas procedentes del mar frío.

En el cantón de estudio cubre el área de **Julcuy** y el valle de Ayampe Alto. Aquí, algunos suelos son derivados de formaciones sedimentarias por lo que son salinos y saturados de agua, otros suelos tienen dominancia de areniscas y textura limosa que les hace propensos a la erosión; el suelo arcilloso tiene un alto contenido de carbonato de calcio, es poco profundo y se hace grietas en verano. La vegetación que se desarrolla en esta zona de vida corresponde al Ceibo (*Ceiba trichistandra*), el Algarrobo (*Prosopis juliflora*), el Muyuyo (*Cordia lutea*), el Guayacán (*Caesalpinia paraguariensis*), en la parte continental.

- ***Bosque muy seco***

Se caracteriza por precipitaciones entre 500 y 1000 milímetros, y estaciones lluviosa y seca bien diferenciadas, 6 meses para cada una. Geográficamente, se localiza en la parroquia de **Jipijapa**, en donde los suelos son derivados de sedimentos marinos antiguos y recientes, formaciones sedimentarias y rocas volcánicas que se caracterizan por la presencia de arenisca, arcilla y en algunos casos carbonato de calcio, que los convierte en suelos pobres para la agricultura pero apropiados para pastizales. La vegetación natural que se desarrolla sobre este tipo de terreno corresponde a Ceibos (*Ceiba trichistandra*), Bototillo, Pechiche, Guayacán (*Caesalpinia paraguariensis*), Pega pega (*Setaria verticillata*), Ajo (*Allium sativum*), Jaboncillo o Jorupe (*Sapindus saponaria*), Algarrobos (*Prosopis juliflora*) y las epifitas Barba salvaje (*Tillandsia usneoides*) sobre los Ceibos y los Algarrobos en invierno.

- ***Bosque seco Pre-Montano***

Se encuentra por encima de los 300 metros sobre el nivel del mar, está sobrepuesta a la formación del bosque seco tropical y recibe una precipitación anual entre 500 y 1000 milímetros. Comprende las parroquias de **Jipijapa, América, El Anegado, Pedro Pablo Gómez** y parte de **Julcuy**.

Los suelos de esta formación vegetal se caracterizan por ser arcillosos de color amarillo, y arenosos de color rojizo, apropiados para el sembrío de maíz, y pastos naturales. La flora nativa que crece en estos lugares corresponde al Amarillo (*Centrolobium patenensis*), al Pretino (*Cavanillesia sp*), Tillo (*Tilia platyphyllos*), Colorado (*Pouleria sp*), Cedro Colorado (*Cedrela angustifolia*), Jagua (*Genipa americana*), Pasallo (*Vallesia glabra*) y Ajo (*Gallesia sp*). En el bosque secundario es común la Balsa Blanca (*Ochroma pyramidalis*), el Fernán Sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), el Guacimo (*Guazuma ulmifolia*), el Jobo (*Spondias mombin*) y el Sapán (*Clathrotropis brunnea*).

- ***Bosque húmedo Pre-Montano***

Se localiza desde los 300 metros de altura, tiene una temperatura de 18° a 24° centígrados y recibe entre 1000 y 2000 milímetros de lluvia anual. La estación lluviosa no es precisa y puede durar de 5 a 8 meses, la presencia o ausencia del periodo seco condiciona la producción del café de altura, que se siembra sobre los 500 metros de altitud.

Esta formación vegetal se encuentra al sureste del cantón y comprende los sitios de El Carmen, Cabo de Hacha, La Naranja, San Antonio, La Unión, San Eloy, Ramo Grande, El Mamey, y Las Tres Divinas. Los suelos son de textura arcillosa de color rojo o pardo rojizo, derivados de rocas volcánicas y formaciones sedimentarias y se utilizan de manera significativa para el cultivo de café.

La vegetación natural que se desarrolla sobre estos sitios comprende al Cauchillo (*Sapium sp*), al Cedro (*Cedrela sp*), Nogal (*Juglans regia*), Canelo (*Drimys winteri*), a los Matapalos del género *Ficua* y la Palmas de los géneros *Enterpe* y *Attalea*, *Geonoma*, esto en el estrato superior de los bosques no intervenidos. En el estrato intermedio se encuentran el Peine de Mono (*Apreiba membranasea*), la Uva (*Vitis vinifera*), las palmas de los géneros (*Pithephas*) y (*Bactris*), la Caña Guadua (*Guadua angustifolia*) y el Helecho arbóreo (*Cyathea sp*). En el sotobosque es común el Cacao de monte (*Herrania sp*), Achiote (*Bixa orellana*), Anturios (*Anthurium sp*), Paja toquilla (*Carludovica palmata*) y Platanillos (*Heliconia sp*). En el bosque secundario se encuentran el Laurel (*Cordia alliodora*), el Aliso (*Alnus glutinosa*).

- ***Matorral Seco de Tierras Bajas***

Se localiza desde los 0 a 50 msnm, la vegetación se caracteriza por ser espinosa, seca y baja. Es común encontrar cactáceas arborescentes y plantas xerofíticas con alturas máximas de 8 metros. Las comunidades vegetales están compuestas por cardonales, prosopis y burseras. No obstante, en los lugares que no han sido intervenidos por el hombre se pueden encontrar tabebuía, pasallos y charanes. La flora característica de esta formación está integrada por: barbasco (Jaquinia

pubescens, J. sprucei), zapote de goma (Capparis scabrida), cardos (Cephalocereus sp, Opuntia sp.), palosanto (Bursera graveolens) y fraique (Acacia macracantha).⁸

1.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CANTÓN JIPIJAPA

El cantón Jipijapa cuenta con 65.796 habitantes con una Población Económicamente Activa de 20.561 personas según el último censo realizado por el INEC en el año 2001⁹, distribuido en 33.397 hombres y 32.399 mujeres. Representa el 5,5% de la población total de la provincia de Manabí. La población urbana de Jipijapa es de 36.078 habitantes de los cuales 17.538 son hombres y 18.520 son mujeres y en el área rural es de 29.718 habitantes 15.839 hombres y 13.879 mujeres.

La mayor parte de la población está concentrada en las tres parroquias urbanas, como producto de la migración hacia la cabecera cantonal. La parroquia rural El Anegado tiene el 12 % del total de la población seguida por Pedro Pablo Gómez y La América. El decrecimiento poblacional se hace más visible en las parroquias rurales especialmente en la parroquia de Membrillal que ha quedado con 1026 habitantes.

A pesar que hay más de 20.000 mujeres en edad fértil, la población no ha crecido aceleradamente por que existe un mayor control de natalidad; otro factor es el alto índice migratorio dentro y fuera del país. Así se tiene según el Censo del año de 1990, las corrientes migratorias de Manabí a Guayas son de 196.200 inmigrantes y de

⁸ <http://www.visitaecuador.com>

⁹ **Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC**, *Provincia de Manabí – VI Censo Nacional de Población y Vivienda 2001*, Quito 2002.

Manabí a Pichincha 54.400 inmigrantes, su principal razón es la falta de alternativas de trabajo y ocupación.

1.3.1. DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN JIPIJAPA

El Cantón Jipijapa está compuesto por nueve parroquias, de las cuales tres son urbanas. Las parroquias urbanas son: San Lorenzo de Jipijapa, la cabecera cantonal, Manuel Inocencio Parrales y Guale y Dr. Miguel Morán Lucio. Las siete parroquias rurales son: Puerto Cayo, América, El Anegado, Pedro Pablo Gómez, Julcuy, La Unión, Membrillal.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN POR PARROQUIAS

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	PORCENTAJE %
JIPIJAPA (URBANO)	36.078	17.558	18.520	54,8 %
ÁREA RURAL	29.718	15.839	13.879	45,2%
PERIFERIA	8.782	4.678	4.114	13,35 %
AMÉRICA	2.903	1.578	1.325	4,4 %
EL ANEGADO	6.372	3.388	2.984	9,7 %
JULCUY	1.994	1.016	978	3,05 %
LA UNIÓN	1.974	1.016	956	3,0 %
MEMBRILLAL	1.026	578	448	1,55 %
PEDRO P. GÓMEZ	3.515	1.878	1637	5,35 %
PTO. CAYO	.142	1.705	1437	4,8 %
TOTAL	65.796	33.397	32.399	100 %

Fuente: Censo poblacional 2001 INEC

1.3.2. PARROQUIAS RURALES EN EL CANTÓN JIPIJAPA¹⁰

1.3.2.1. PARROQUIA PEDRO PABLO GÓMEZ

Lo que es hoy la Parroquia Pedro Pablo Gómez, era el recinto "POTRERO NUEVO", la ordenanza de su creación fue discutida por la M. I. Municipalidad de Jipijapa en sesiones de 8, 17 y 19 de febrero de 1917, siendo Presidente de la Corporación el Señor Adolfo Zavala y Secretario el Señor Carlos A. Vásquez. Dictó el ejecútese el Jefe Político del Cantón Señor Silverio M. González el 3 de Abril de 1917 y publicada por banco el 6 de Julio de 1917 por el Escribano Señor C. M. Caravedo y Barreiro. Se publicó en el registro Oficial N° 324 de 2 de Octubre de 1917. Ésta Parroquia se inauguró el 24 de Octubre de 1917, siendo su primer Teniente Político el Señor Roberto Sánchez.

1.3.2.2. PARROQUIA JULCUY

La M. I. Municipalidad de Jipijapa dio la última discusión a la Ordenanza creando esta Parroquia, el 4 de Marzo de 1938, siendo Presidente de la Corporación Don Segundo P. Acebo y Secretario el Señor Enrique Chancay. El Jefe político del Cantón la leyó por banco el 8 de Marzo de 1938 desempeñando ese cargo Don Marcos Campozano y Secretario el Señor V. M. Villacreses. En Registro Oficial N° 18 el 31 de agosto de 1938 fue publicado la creación de esta parroquia.

¹⁰ **Ministerio de Turismo del Ecuador**, *Oficina I-Tur*, Quito, 2010.

1.3.2.3. PARROQUIA AMÉRICA

El poblado de “La América” se lo eleva a Parroquia con la denominación de América, con Ordenanza discutida en sesiones de 28 de Septiembre y 21 de Octubre de 1947, siendo Presidente de la M. I. Municipalidad de Jipijapa, el Señor Alejandro Bustamante y Secretario el Señor Ángel Padilla T. La creación de esta Parroquia, fue publicada en Registro oficial N° 139 del 2 de Marzo de 1948.

1.3.2.4. PARROQUIA EL ANEGADO

Lo que se denominaba antes Comuna Eloy Alfaro o Anegado de la jurisdicción de la Parroquia Julcuy, se lo eleva a Parroquia con el nombre de EL ANEGADO, en la última discusión de la Ordenanza dada por la M. I. Municipalidad del Cantón Jipijapa, en sesiones de 16 de Marzo de 1956 estando encargado de la Presidencia del Concejo el Vicepresidente Señor Celiano Matute Chancay y de Secretario el Señor José Joaquín Cañarte R. Esta Ordenanza la aprobó el Ejecutivo el 17 de Abril de 1956 y se la publicó en Registro Oficial N° 1.120 de 11 de Mayo de 1956.

1.3.2.5. PARROQUIA MEMBRILLAL

La ubicación geográfica de Membrillal, se encuentra en la parte Sur del Cantón. Circundada por las siguientes Parroquias: al Sur con la Parroquia Julcuy, al Oeste con la Parroquia Pedro Pablo Gómez y al Norte con la Parroquia Jipijapa.

Se encuentra dividida en un recinto y dos sitios, su orografía es de un suelo relativamente llano y colindado por cerros de alturas medias y bajas. En cuanto a su

hidrografía, existe un río estero, que atraviesa la población mayor de norte a sur y desempeña en el río Julcuy para de allí ir a la Boca de Cayo, la población se abastece de acuíferos y de albarradas, su flora en la parte alta se desarrolla una densa vegetación que está compuesta de árboles maderables y de arbustos secundarios, en esta zona se produce uno de los mayores productos de poco tratamiento como es de la paja toquilla, vale destacar también que dentro de la población se desarrollan programas de reforestación y el mantenimiento de viveros y huertas de tipo comunitarios. Su fuente de ingreso es en la confección de canastos de fibras vegetales, agricultores y ganaderos.

Como turismo se puede decir que sus trabajos artesanales como la confección de sombreros de paja toquilla y la confección de canastos de bejuco son uno de sus mejores atractivos, como también lo es en sus construcciones antiquísimas de maderas muy resistentes a las diferentes fases climáticas.

1.3.2.6. PARROQUIA LA UNIÓN

Esta Parroquia es la más joven del cantón jipijapa. Su ubicación se encuentra en la parte norte del cantón, limita al Oeste con la Parroquia La América, Jipijapa al sur, al este con el Cantón 24 de Mayo. De igual forma la División política está compuesta de 2 recintos y 6 sitios. Su orografía está atravesada por población de un estero o río como lo denomina que solo crece o se desarrolla en la época invernal y que abastece a la población por medios de acuíferos para la temporada seca o de verano.

La hidrografía es un suelo relativamente variable de colinas y llanos, de vegetación espesa durante todo el año. Siendo su flora una variedad de árboles maderables y de uso doméstico como caña guadua, café, banano, maíz, yuca, tagua, cadi, etc.

Su fauna es propia del lugar y los animales silvestres se puede observar una cantidad de guantas, guatusas, ardillas, pacharacas, insectos, serpientes, etc. Su fuente de ingreso en la mayoría de los habitantes es en base de la agricultura durante el año, se encuentran dos definidas zonas de producción, en el invierno los productos de ciclo corto y en el verano la cosecha del café.

El turismo de esta zona es muy exuberante, por su vegetación podría ser declarada sitio de investigación florística y por su intervención en la agricultura como un atractivo sus cafetales.

1.3.2.7. PARROQUIA PUERTO CAYO

Ésta Parroquia Rural, se encuentra a 26 Km. de la ciudad de Jipijapa. Es una zona que posee bellas playas, la actividad pesquera y el paisaje constituye puntos de atracción turística. La infraestructura Hotelera se ha desarrollado medianamente y su producción agropecuaria es relevante para Manabí.

Uno de los mayores atractivos con que cuenta la parroquia, es la presencia de ballena jorobadas que ritualmente todos los años hacen su presencia procedentes desde La Antártica para aparearse y tener sus crías en el Bajo de Cantagallo, lo que atrae a miles de turistas de todas partes del mundo entre los meses de junio a octubre de cada año. Los aficionados del turismo de aventura disponen en la parroquia de cascadas, senderos, bosques húmedos y secos, montañas y una rica biodiversidad de flora y fauna marina y terrestre, y una acogedora y exuberante belleza paisajista.

La creación de esta Parroquia fue discutida por la M. I. Municipalidad de Jipijapa en sesiones de 11, 12 y 13 de Abril de 1911, siendo Presidente del Concejo el Señor Leoncio Campozano y Secretario el Señor Francisco Indacochea. El Jefe Político

del Cantón Señor E. Mendoza, con fecha 25 de Abril de 1911, dictó el Ejecútese de esa Ordenanza se la publicó el 29 de Abril de 1911 por parte del Escribano Público Señor Juan de Dios López. Esta publicada en el Registro Oficial N° 1615 de 24 de agosto de 1911.

1.3.3. COMUNIDAD SANCÁN

El nombre de la Comuna se lo tomó de una tribu de origen Maya denominada *Lanchan* o *Sanchan* de descendencia China que se asentó en este lugar. En este sitio, según los estudios *Lanchan* significa “tierra silvestre sin agua”; es importante anotar que Sancán fue uno de los nueve pueblos primitivos que integró la antigua “Provincia de Jipijapa” en conjunto con Picola Úseme, Apélope, Peluceme, Pillasagua, Jipijapa Alta, Chingue, Pipai, y Jipijapa la baja.

Entre los primeros habitantes se puede anotar los siguientes: Juan Chóez, Manuel Pilay, José María Pillasagua, Hortensia León, Guadalupe Figueroa, Isidro Figueroa.

En 1565 se realizó la primera reducción de los nueve primeros pueblos primitivos de la antigua Provincia de Jipijapa. Todos estos pueblos cuyos habitantes ascendían a 500 entre grandes y chicos habían soportado una serie de saqueos e incendios de los conquistadores y piratas extranjeros. La tradición lo califica a este hecho como la primera fundación, pero se debe dilucidar de que en esta fecha lo que se realizó fue la primera reducción de los 99 pueblos primitivos de la Provincia de Jipijapa.

Siendo Sancán una de las nueve parcialidades indígenas que integró la “Provincia de Jipijapa”, se puede decir que tiene muchos años de vida, sus moradores siempre aspirantes por la superación de este recinto, propusieron la idea de que este

recinto Sancán suba a la categoría de comuna. Los impulsores de esto fueron los señores: Augusto Lourido, Licinio Chóez, y la ayuda del profesor del recinto en ese entonces el Sr. José Bermúdez y el asesoramiento jurídico del Abogado Guillermo Espinosa; se esmeraron de tener todos los requisitos para comenzar las gestiones, y es así donde el general de Brigada Oliviero Vascones Ministro de Agricultura y Ganadería aprueba el decreto definitivo del reglamento interno de la Comuna Sancán de Jipijapa el 14 de Marzo de 1975 mediante el acuerdo 0054 del registro oficial n° 762.

1.3.3.1. CARACTERISTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD SANCÁN

La Comuna Sancán, se encuentra localizada a 11 Km al norte de la cabecera Cantonal de Jipijapa, limita al norte con la Pila, por el sur con Santa Rosa y Seval, al este con San Pablo y San Francisco, y al oeste con la Comuna Membrillal. La comunidad es eminentemente rural, tiene como principal actividad agrícola la producción de maíz, ya que la mayor parte de sus suelos están plantados de este cultivo, posee una gran variedad árboles frutales y maderables, los mismo que en tiempo de cosecha ayudan a paliar la difícil situación económica de los pobladores, por su ubicación geográfica posee un microclima, factor determinante para la calidad de sus productos. Su ubicación se enmarca en la zona ecológica: Matorral Seco de Tierras Bajas.

El cabildo estima que la Comuna posee una población de 800 personas, de las cuales aproximadamente 500 son residentes permanentes en la Comuna. Los 300 que no residen allí, se encuentran trabajando fundamentalmente en Guayaquil, Manta y Quito, y pasan en la Comuna sólo algunos fines de semana.

1.3.3.2. SUPERFICIE DE LA COMUNIDAD SANCÁN

La extensión territorial que abarca la Comuna actualmente es de 25000 hectáreas, las cuales conservan completamente, aunque hace mucho tiempo que no hacen controles en los límites. Algunos ancianos explicaron que los indígenas, específicamente el cacique Guale, les habían dejado las tierras a ellos escrito en oro en Quito. Aunque este comentario puede estar relacionado con la gran cantidad de problemas que tienen al momento de documentar la posesión de las tierras con las autoridades pertinentes.

La Comuna no adjudica gratuitamente terrenos a los comuneros, sino que otorga el derecho de apropiación y usufructo a cambio de una cantidad de dinero acordada en la asamblea, controlando el número de terrenos otorgados; con esto no quiere decir que se entreguen certificados de posesión, simplemente se adjudica un lote de terreno a cambio de una contribución simbólica a la Comuna. Un terreno de 20m x 25m se adjudica a cambio de \$20.00, y el comunero debe demostrar que va a utilizar efectivamente más de ésta área para que le sean adjudicados más terrenos. Esta práctica es importante para entender el sentido de la propiedad dentro de la Comunidad, ya que poseer por el simple hecho de tener tierras no es algo aceptable y se ha de demostrar que realmente se necesita el lote, o para construir una vivienda, o para cualquier actividad productiva.

Los que poseen escrituras propias tienen el derecho de vender sus tierras, pero se suelen vender entre los mismos comuneros o personas de los recintos aledaños que sólo tienen interés y posibilidades de adquirir pequeñas parcelas. Esto ha contribuido a que las tierras con título privado permanezcan en manos de personas que tienen el mismo origen histórico y cultural en la región.

1.3.3.3. ORGANIZACIÓN COMUNAL DE SANCÁN

La comuna se fundó el 25 de febrero de 1975, en la actualidad se encuentran afiliadas a la misma unas 600 personas, de las cuales unas 100 son mujeres. Al principio se afiliaban tanto el hombre como la mujer que constituían una pareja, pero desde hace unos diez años sólo se afilia el “el jefe de familia”, con lo cual se asume que está afiliada toda la familia. Algunas mujeres que asistían a las asambleas comunales dejaron de hacerlo cuando se tomó esta determinación, otras mantuvieron su asistencia, pero en general la población femenina del recinto principal, Sancán, maneja mucha información de lo que se discute en las asambleas.

Se paga una cuota de un dólar por afiliado al año, dinero que es utilizado teóricamente para llevar a cabo los trámites de la Comuna. El Cabildo comunal planteó su interés por reunir a todas las comunas de la región en una organización mayor para estar más unidas y poder defender juntos la tierra comunal, manteniendo “la identidad de Comunidad”. En esto ha influido mucho los contactos que han tenido con la Federación De Comunas del Guayas, con quienes quieren trazar una estrategia de desarrollo comunal y evitar que las alcaldías se adueñen de sus tierras, así como lo declara un dirigente de la Comna: “ellos dominarían el territorio y lo sobreexplotarían, y a nuestra gente la dejarían a un lado, las ordenanzas municipales no nos convienen, entonces nosotros estamos conscientes de que o nos conviene ser parroquia, no podemos permitirlo”. Algunos comuneros están indecisos al respecto, pero en general el hecho de estar exentos de pagar impuestos por la posesión de tierra es lo que prima como explicación del rechazo a convertirse en parroquia.

1.3.3.4. RELIGIÓN DE LA COMUNIDAD

En lo relacionado a la religión los habitantes de la comuna Sancán son en su mayoría católicos. En la comuna existen dos capillas religiosas, los habitantes son devotos del Cristo del Consuelo ya que cada año en la época de Semana Santa realizan actividades religiosas, entre las cuales se podría citar la caminata con el Cristo desde la Iglesia de Jipijapa hasta una de las capillas de esta comuna.

1.3.3.5. IDENTIDAD DE LA COMUNIDAD

A los habitantes de Sancán les llamaban los “patapolvosa”, porque los caminos eran de tierra y andaban con los pies llenos de polvo. Ellos a su vez les decían a los de Jipijapa “los raspados”, porque vendían raspados, a los de Manta “patasalada” y a los de Portoviejo “chupamango”, pues allí siembran mucho mango; en general se sienten montubios porque viven en el campo.

1.3.3.6. ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD SANCÁN

La mayoría de los habitantes son agricultores, ganaderos, muchos ganan su jornal diario o semanal. En base a estas actividades los habitantes se ayudan para el sustento diario de ellos y sus familias. Los comuneros perciben una parte de sus ingresos a través de la venta de maíz, zapallo, algodón, higuierilla entre otros productos agrícolas que siembran en sus chacras. La siembra se lleva a cabo en época de lluvia (enero, febrero), y suele ser de ciclo corto. Lo que fundamentalmente se siembra es el

maíz. Otra actividad productiva es la ganadería, donde sus pobladores se mueven por toda la zona para dar de pastar al ganado. Uno de los apoyos económicos más importantes para los habitantes de Sancán es la venta de tortillas de maíz y yuca que llevan a cabo en la carretera Portoviejo - Jipijapa. Venden unas 200 a 300 tortillas al día. La venta de tortillas de Sancán ha pasado a ser uno de los marcadores de identificación para el resto de la provincia.

1.3.4. ORGANIZACIÓN

El Cantón Jipijapa cuenta con alrededor de 448 organizaciones comunitarias y sociales en la zona urbana y rural. El sector rural tiene un importante grado de organización y participación social en la vida cantonal, existen varias organizaciones de segundo grado, federaciones provinciales, con asentamiento en el cantón como es la Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí (UPOCAM).

En el sector urbano se encuentra la Federación de Barrios que agrupa a 32 comités y organizaciones urbanas, jugando un papel importante en la vida cantonal, así como, 21 Organizaciones de primer grado de mujeres ubicadas en la zona rural.

Un importante sector de la población está organizado en 28 clubes sociales y deportivos tanto en el sector urbano como rural. Es importante destacar la existencia de asociaciones de ayuda mutua y mortuoria, esta es una organización social con un fin solidario, que agrupa a vecinos de cada localidad.

De igual forma se existen gremios de profesionales y cooperativas de ahorro y crédito, producción y consumo, cafetaleras y transporte. El problema fundamental de la

organización social del cantón es su falta de capacitación en gestión y desarrollo¹¹. Algunas de estas asociaciones y organismos que impulsan el desarrollo económico del sector tenemos las siguientes:

- **Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí (UPOCAM)**

Esta organización existe oficialmente desde el 13 de junio de 1978 y es la más importante organización campesina de la Provincia de Manabí. Junto a los campesinos trabaja por elaborar propuestas para la defensa y el reconocimiento de de sus derechos. En la UPOCAM participan 23 organizaciones campesinas de derecho, más otras 100 de hecho.

Al inicio la UPOCAM comenzó alfabetizando, dinamizando las cooperativas e imaginando estrategias para recuperar tierras para los campesinos, con el objetivo grande de aportar en la construcción de un nuevo modelo sociedad en el Ecuador, con las mismas oportunidades para todos.

- **Agencia de Desarrollo de la Provincia de Manabí (ADPM)**

La Agencia de Desarrollo de la Provincia de Manabí ADPM es una institución pública, con autonomía administrativa, financiera y operativa, adscrita al Consejo Provincial de Manabí. La ADPM es un instrumento de desarrollo regional y de concertación público – privado que articula, coordina y alinea planes, programas y proyectos de la provincia, para el crecimiento económico, social, cultural y ambiental; que permitan hacer de Manabí, una región equitativa y competitiva.

¹¹ http://www.jipijapa.gov.ec/home/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=40

- **Federación Provincial de Artesanos de Manabí**

Gracias al Municipio de Manabí y tomando en cuenta que el pueblo manabita en forma particular y la artesanía en su conjunto, está dentro de la vida comunitaria del cantón, se crea la Federación Provincial de Artesanos de Manabí como ente de apoyo para la artesanía del cantón. Su función principal es la de organizar de forma permanente cursos, conferencias y simposios dirigidos a la capacitación y actualización técnica de los artesanos, así como para la gestión sectorial en beneficio de la sociedad en general; y, realizar en forma periódicas ferias, exposiciones, encuentros y toda actividad que redunde en beneficio del progreso y desarrollo de la artesanía y de la comunidad en general.

- **Agencia de Promoción de Inversión de Manabí (APRIM)**

La Agencia de Promoción de Inversión de Manabí es un ente autónomo y con personería jurídica, con el objeto de atraer inversión extranjera directa y desarrollar sistemas confiables de información al inversionista y proporcionar servicios de facilitación, instalación de inversiones y post-inversión y dar un seguimiento a las distintas oportunidades de negocio con un equipo de profesionales calificados y confiables, que utilizando las mejores prácticas para la atracción de inversiones, lograrán impulsar el desarrollo económico del país.

- **Programa de Desarrollo Local Sostenible (PROLOCAL)**

PROLOCAL son siglas que definen a este Proyecto como el ejecutor de acciones para la Reducción de la Pobreza y Desarrollo Local, forma parte del Ministerio

de Bienestar Social y es financiado por el Banco Mundial, la Comisión Europea, el Gobierno Nacional y por los Actores locales. El Plan de Desarrollo Cantonal de Jipijapa recoge las aspiraciones, necesidades y propuestas planteadas por los diferentes actores sociales de cantón, como las organizaciones comunitarias de base de la zona urbana y área rural; jóvenes, mujeres, adultos mayores, Juntas Parroquiales, instituciones públicas y privadas. En este campo PROLOCAL apoya a los Gobiernos Locales a plantear estrategias y a ejecutar acciones basados en las orientaciones de la planificación participativa, así como también a la formación de promotores comunitarios, en beneficio de acciones educativas, de capacitación y sostenibilidad de procesos de desarrollo; con miras a erradicar el analfabetismo y lograr que las múltiples iniciativas se refuercen y se mantengan en el futuro.

- **Consejo Cafetalero Nacional de Ecuador (COFENAC)**

El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), es una institución de derecho privado con finalidad social y pública. La Misión fundamental del COFENAC en el Cantón Jipijapa es impulsar el desarrollo del sector cafetalero de la zona, organizando y armonizando su actividad y dotándolo eficientemente de servicios de crédito, capacitación, investigación, transferencia de tecnología y promoción de las exportaciones.

1.3.5. CULTURA

Una cultura genuina posee un impulso creativo individual y encuentra su propia satisfacción insertándose en un proceso creativo común. Es importante una relación

recíproca y estimulante entre individuo y cultura, relación de una consciencia histórica que suministre al individuo el conocimiento reflexivo de sus propias raíces, de una participación individual activa en la vida artística de una cultura, porque solo en la manifestación artística el impulso de la creatividad halla el terreno adecuado en orden a una plena manifestación exterior. Desde el ángulo de la Antropología, la conducta humana está determinada por la cultura, que es el nombre colectivo de aspectos simbólicos y aprendidos de la sociedad humana, incluida la lengua, la costumbre y la convención.

El término cultura es también utilizado para dar un significado a cualquier elemento socialmente heredado en la vida del ser humano, sea de orden material o espiritual. Así, ningún ser humano carece de cultura, incluso los más rudos y “salvajes” viven en un mundo social caracterizado por una compleja red de costumbres, usos y actitudes que se conservan por *tradición*.

En este sentido, las tradiciones comunican hechos del pasado y se constituyen en fuentes para la historia. Por ejemplo, en las comunidades aborígenes de la Amazonía se usa la cerbatana para la cacería. En la etno-medicina de la sierra el cuy es un elemento importante, así como el maíz y maní en la alimentación de la provincia de Manabí y Jipijapa.

1.3.6. TRADICIONES Y COSTUMBRES

1.3.6.1. TRADICIONES

La “herencia social o tradición de un pueblo es el nombre genérico que se da a los elementos de la cultura por ser el producto del esfuerzo colectivo intelectual del ser humano o por adquirirse con el esfuerzo imitativo más o menos consciente”.¹²

En un sentido literal las tradiciones son cualquier práctica, creencia, institución o invención humana que se ha transmitido de generación a generación. Se refiere a algún elemento de la cultura que se considera como parte de la herencia común de un grupo social. Es frecuentemente una fuente de estabilidad social y de legitimidad que podría proporcionar la base para cambiar el presente.

En Jipijapa existen varias tradiciones que se han transmitido con el uso del lenguaje: **tradiciones festivas, tradiciones comunes, tradiciones orales, tradiciones culinarias y medicina tradicional.**

Las *tradiciones festivas* comprenden fiestas religiosas y cívicas. Las festividades religiosas importantes en la comunidad son la de San Lorenzo y la Virgen de Agua Santa.

La fiesta de San Lorenzo se celebra el 10 de Agosto, conmemora el primer asentamiento realizado el “10 de Agosto de 1565” y rinde homenaje a San Lorenzo, patrono de la ciudad.

¹² <http://www.rafaelcantero.es/prensa/folclore.htm>

Esta fiesta se inicia dos semanas antes de la fecha indicada. Se realizan ferias en la calle, allí, la gente se divierte en los juegos mecánicos (carruseles, rueda moscovita, fútbolín), también, de manera informal se expende ropa, juguetes, artesanías y comida típica (natilla, alfeñique, rompopo, bolos de plátano). El día específico de la fiesta las autoridades se dirigen a los ciudadanos en la plaza central con un acto cívico. En la noche, los bailes se constituyen en los elementos centrales.

La fiesta de la Virgen de Agua Santa se celebra el 8 de Septiembre. Recuerda el hallazgo de la imagen en la antigua iglesia de San Lorenzo. En este sitio se formó una fuente de agua, debiéndose a esto el nombre. El hecho ocurrió el 8 de Septiembre de 1926.

1.3.6.2. COSTUMBRES

El término costumbre denota pautas establecidas de conducta y creencia tanto en la vida cotidiana como en la cultura de un pueblo, lo que establece rasgos distintivos. La costumbre es colectiva y se constituye en la práctica tradicional y general en un grupo social en vista que ejerce presión sobre sus miembros y engendra lo que en latín se llamo *mores* (costumbres), que son el conjunto observable de los usos, prácticas y costumbres comunes en un país o en una clase de individuos.

Las costumbres están ligadas a las tradiciones. En el Ecuador existe la tradición de quemar los Años Viejos el 31 de diciembre, pero en Jipijapa las personas acostumbran hacer monigotes representándose a sí mismas. Estos muñecos se queman en el año Viejo y la creencia es que la persona quemada vivirá más tiempo.

Otra costumbre de los jipijapenses es obsequiar a los amigos que no han visto en mucho tiempo dulces tradicionales como rosquillas, natillas y alfajores, de esta manera se les recuerda que siguen siendo amigos. Esta costumbre demuestra la peculiar gentileza de sus habitantes.

La producción de café y de aguardiente se acostumbra en Jipijapa. En estas actividades existe división de género, pues los hombres se encargan del trabajo en el campo, mientras que las mujeres de los quehaceres domésticos.

El cultivo de café predomina en los poblados de la América, Andil, La Unión, Agua Dulce, La Naranja, El Ramito. La plantación se realiza a fines de verano, y la cosecha es desde mayo hasta septiembre. La producción se optimiza con la poda de las plantas y el deshierbe del terreno que generalmente es dos veces por año.

La recolección de los frutos se hace con la colaboración de los miembros de la familia, entre parejas, principalmente de hombres. Debajo de las plantas se coloca un lienzo, generalmente blanco de tres metros por dos, en donde se depositan las cerezas de café maduras o verdes. Luego se escogen, se lavan y se ponen a secar al sol en los patios de las casas. De esto se obtiene el café “bola seco”, que luego se vende y lo destinado para el uso doméstico se guarda en los tendales.

Para consumir el café se debe tostar, moler y filtrar el grano. En la mesa se sirve la esencia que es producto del café filtrado o pasado por agua caliente.

1.3.6.3. COSTUMBRES QUE YA NO SE PRACTICAN

En ciertas sociedades el influjo de los medios de comunicación masiva, la información y la movilidad transforman las ideologías, la cultura y estructuras sociales de los pueblos. En este sentido las tradiciones, usos y costumbres, es decir el modelo cultural, se ve afectado de tal modo, que puede llevar a su extinción.

En Jipijapa, con el pasar del tiempo ciertas costumbres han ido desapareciendo debido a los influjos anteriormente indicados: *las comadritas de papel o las décimas y el cordel de gallos.*

Las comadritas de papel, conocidas también como décimas, eran comunes antes del uso de la “cortesía francesa” en el trato social. Consistían en obsequiar una rosca de pan adornada con “suspiros”, en el centro iba colocada una esquelita de papel de seda picado, adornada a manera de un pañuelo doblado. Sobre la esquila se escribían versos como:

“No se angustie comadrita

De esta mi buena elección

Que desde el año pasado

Le tengo en el corazón”...

De ésta forma se hacían los compadrazgos, así los niños tenían un padrino de bautizo o primera comunión, y los adultos de matrimonio.

El *cordel de gallos* se realizaba en los días de fiesta de los barrios o del natalicio de los personajes importantes de la historia. Acostumbraban a tender una soga en la calle de donde pendían pollos de cinco libras, y desde un punto de partida señalado los jinetes pasaban a todo galope arrancando los pollos.

1.3.7. FOLKLORE Y FIESTAS POPULARES

Las festividades religiosas importantes en la comunidad son la de San Lorenzo y la Virgen de Agua Santa.

La fiesta de San Lorenzo se celebra el 10 de Agosto, conmemora el primer asentamiento realizado el “10 de Agosto de 1565” y rinde homenaje a San Lorenzo, patrono de la ciudad. Esta fiesta se inicia dos semanas antes de la fecha indicada. Se realizan ferias en la calle, allí, la gente se divierte en los juegos mecánicos (carruseles, rueda moscovita, futbolín), también, de manera informal se expende ropa, juguetes, artesanías y comida típica (natilla, alfeñique, rompopo, bolos de plátano). El día específico de la fiesta las autoridades se dirigen a los ciudadanos en la plaza central con un acto cívico. En la noche, los bailes se constituyen en los elementos centrales.

La fiesta de la Virgen de Agua Santa se celebra el 8 de Septiembre. Recuerda el hallazgo de la imagen en la antigua iglesia de San Lorenzo. En este sitio se formó una fuente de agua, debiéndose a esto el nombre. El hecho ocurrió el 8 de Septiembre de 1926.

1.4. CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN

1.4.1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La población económicamente activa del cantón corresponde a 20.561 personas de las cuales 12.445 se dedican a la agricultura y ganadería. Lo restante de la población se dedica a la pesca, comercio, industria, turismo y construcción.

1.4.2. PRODUCCIÓN ARTESANAL

El sector artesanal tiene una producción de segundo orden. Se elaboran hamacas y sombreros de paja toquilla y moroca, adornos de madera, utensilios de barro para uso doméstico y algunas replicas de las culturas precolombinas. Las artesanías en barro como vasijas y hornos se realizan en la comunidad de Chade¹³. Dentro del Cantón Jipijapa, se puede observar que estas actividades se encuentran en proceso de desaparición por la falta de capacitación en gestión y desarrollo y la falta de interés por conservar estas tradiciones. En cuanto a la elaboración del sombrero de paja toquilla fue trasladado a la ciudad de Montecristi, en la actualidad eje principal en la elaboración de estas artesanías. Sin embargo, y gracias a la gestión que está realizando el Ministerio de Turismo y demás organizaciones gremiales, se pretende rescatar estas actividades, a través de la participación social en la vida cantonal.

¹³ **EL DIARIO**, *Manabí por cantones*, “Jipijapa”, Segunda Edición, Portoviejo, mayo 1999, p. 10.

1.4.3. AGRICULTURA

El aparato productivo se estructura sobre la agricultura, siendo la producción cafetalera la más importante. La producción de café se da en la zona de transición entre la costa y la sierra. En el año 2001 se sembraron 25.000 hectáreas y de estas se obtuvieron 8.000 quintales. Por esto Jipijapa es el primer productor de café en el ámbito nacional. De allí su denominación como la “Sultana del Café”. Otro producto que tiene importancia económica es el maíz duro, como base para la industria avícola. Hasta el momento se han sembrado 15.000 hectáreas y la producción de 23.850 quintales¹⁴. También se cultiva el pimiento, el fréjol, maní, yuca, higuierillas, hortalizas y frutas que abastecen el consumo familiar y local¹⁵.

1.4.4. GANADERÍA

La crianza de bovinos es uno de las principales fuentes de ingreso económico para las comunidades locales. Hay también porcinos y aves de corral reproductoras en menor proporción¹⁶.

La producción agrícola y ganadera se ha visto incrementada con el Proyecto Nacional de Desarrollo (PRONADER), que se ha ejecutado con éxito en la zona, a lo largo de 10 años.

¹⁴ Dirección de información agropecuaria – Ministerio de agricultura y ganadería, *Estimación anual, 2001 Provincia de Manabí-Asa Jipijapa*, Quito, 2001.

¹⁵ Ministerio de Bienestar Social – MBS & Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA, *Evaluación final del PRONADER*, Quito, 2000, p. 94-95.

¹⁶ Ministerio de Bienestar Social, *Evaluación.....*, Ibíd., p. 95.

1.4.5. ACTIVIDAD COMERCIAL

El comercio ocupa al 11.14% de la población económicamente activa. Se basa en la comercialización del café y productos del mar. Pero, también el comercio formal e informal de ropa, víveres y artículos de primera necesidad es otra fuente de ingresos. Este se encuentra en apogeo durante los periodos festivos y días de feria cuando existe mayor movimiento de oferta y demanda.

1.4.6. PESCA

La actividad pesquera se ejerce en la ensenada de Puerto Cayo y la Boca de Canta Gallo. Es de tipo artesanal, realizándose de la forma tradicional, manteniendo los métodos y costumbres de sus antepasados. La pesca se lleva a cabo diariamente en pequeñas embarcaciones conocidas como canoas de fibra, botes o pangas, que por su reducido tamaño tienen una capacidad de captura limitada.

Los dispositivos tradicionales utilizados en esta actividad son los anzuelos, atarrayas, red de arrastre, red camaronera y cordeles que en su mayoría son elaborados por el mismo pescador. Los productos obtenidos de la pesca se destinan al consumo doméstico y satisfacen las necesidades familiares por medio de la venta.

1.4.7. INDUSTRIA

El sector industrial de Jipijapa se desenvuelve alrededor de la producción del café. Existen empresas que compran el grano a los pequeños y grandes productores para iniciar el proceso industrial de la selección, lavado y secado. Las principales trilladores de café son: Orcafes y Café Expigo, que se encuentran en funcionamiento máximo durante el mes de julio, temporada de cosecha. Las granjas avícolas son también consideradas como actividades industriales, debido a la alta producción y rentabilidad.

1.4.8. TURISMO

La actividad turística es considerable en los meses de julio a septiembre cuando se observan las ballenas en Puerto López y existe el periodo de vacaciones en la Sierra. Y de febrero a abril cuando está el periodo de invierno en la Costa y el agua de mar es caliente. Esta actividad se ejerce principalmente a nivel de la playa de Puerto Cayo: allí el mar y paisaje se constituyen en los atractivos turísticos que se encuentran reforzados con la dotación de servicios e infraestructura.

La población de Jipijapa es considerada por los turistas como un sitio de paseo, ideal para abastecerse, pernoctar o descansar durante el trayecto a Puerto López, lugar de destino final en temporada alta.

1.4.9. GASTRONOMÍA

Tanto la provincia de Manabí como el Cantón Jipijapa se distinguen por su gastronomía variada y apreciada nacional e internacional. La preparación de los distintos platos es muy especial y gran parte de ellos son a base de mariscos, plátano, maní, queso y finas especerías, constituyéndose así en una impresionante propuesta gastronómica que atrae a propios y foráneos. Dentro de los principales platos, se tiene los siguientes:

- **El Greñoso**

Este plato, que es a base de maíz tiene una historia singular ya que no es fácil de encontrar. Se lo encuentra solo bajo pedido con ciertas señoras de la zona. La dificultad para elaborarlo hace que este se consuma sólo en ocasiones especiales. La elaboración de este plato es a base de maíz, maní, carne de pollo o de choncho.

Originalmente se servía en los velorios lo que demostraba el amor de la familia hacia la persona recientemente fallecida. En la actualidad esta tradición aún perdura, pero el plato también se elabora para ocasiones alegres como son matrimonios, cumpleaños, y otras reuniones sociales.



- **Ceviche con maní**

El ceviche que se prepara en Jipijapa se lo considera único en Manabí y el país, de lo que dan testimonios propios y extraños. Este plato tiene la particularidad que se agrega maní licuado al gusto de la persona que se lo sirve, hay personas quienes lo aderezan también con aguacate, que acompañado con chifle, patacones, es una verdadera delicia.



- **El Bollo**

Una tradición en Jipijapa, sobre todo los sábados o domingos, es desayunar con una porción de bollo, una taza de café, plátano asado o arroz. Esta delicia se prepara con plátano, maní, carne, y cuero de chanco, se los envuelve en hojas de plátano y se lo pone a hornear toda la noche. El bollo se lo encuentra fácilmente en el mercado central todos los días.



- **La Natilla**

La natilla, es un postre muy conocido en Jipijapa y sectores aledaños. Su valor nutricional es bajo, pero como es un postre su consumo es limitado y no habitual. La natilla es a base de maíz. Su proceso de elaboración ha sido a través de los años el mismo,

- **Las Tortillas de Maíz**

Las tortillas son consideradas un pasabocas, que se consume en cualquier hora y no representa una de las comidas del día. Debido a esto, su valor nutricional es bajo ya que se compone de harinas y tiene un alto contenido de hidratos de carbono. Este plato es el que tiene mayor exposición al público provincial y nacional por su venta al borde de la carretera del poblado de Sancán.



1.5. SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos se refieren al papel de la acción pública en la satisfacción de necesidades relacionadas con la vivienda, agua corriente, sistemas de eliminación de excretas y agua servida, recolección de basura, luz eléctrica y teléfono. La calidad de vida se mide por medio del acceso que la población, hogares o viviendas tienen a estos servicios. Se toma en cuenta como indicador de síntesis del “desarrollo” la situación de cada hogar respecto a los tres principales servicios residenciales: agua, alcantarillado y electricidad.

Se toma también en cuenta lo educativo, deportivo y comercial como servicio básico, y puede ser medido en función de la distancia necesaria a recorrer para acceder a los mismos. Así, una ciudad equilibrada deberá ofrecer estos servicios a todos los barrios de manera equitativa, evitando la centralización de los mismos y favoreciendo igualmente el acceso, a pie, a aquellos.

En Jipijapa, la Ilustre Municipalidad, La Junta de Recursos Hidráulicos, CONACTEL, y la Dirección Provincial de Educación y Deportes son instituciones encargadas de dotar y regular este tipo de servicios para la comunidad.

1.5.1. SALUD

El Departamento Médico Municipal cuenta con un Centro de Salud y dos sub centros, localizados uno en la Ciudadela Eloy Alfaro, y el otro ubicado en la Ciudadela

San Vicente. Los servicios médicos y de salud se encuentran en la parroquia de **Jipijapa**. Así como se indica en el siguiente cuadro:

No.	UNIDADES DE SALUD	CANTIDAD
1	Hospitales Generales	2
2	Clínicas Particulares	4
3	Consultorios Particulares	40
4	Centros de Salud	1
5	Sub centros de Salud	12
6	Médicos	80
7	Odontólogos	10
8	Obstetricias	10
9	Enfermeras	40

Fuente: Subjefatura del Servicio Rural de la Policía Nacional – Jipijapa

1.5.2. EDUCACIÓN

La educación en el Cantón Jipijapa se encuentra establecida por Centros Educativos urbanos y rurales con un total de 9 instituciones y 3 Universidades:

CENTROS EDUCATIVOS DEL CANTÓN JIPIJAPA	
Colegio 15 de Octubre	Alejandro Bustamante
Alejo Lascano	Jipijapa
Manuel Inocencio PARRALES	Eloy Velásquez Cevallos
El Anegado	Redemptio
Judith de Antón	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC

UNIVERSIDADES
Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM)
Universidad Técnica Particular De Loja
Universidad Técnica de Manabí

Fuente: Autor

1.5.3. AGUA

La provincia de Manabí se caracteriza por ser una zona seca, en donde el agua es un recurso limitado. El cantón Jipijapa es uno de los más característicos. Esto limita el desarrollo económico de la región. En el cantón Jipijapa existe un déficit de este servicio, hay un gran número de viviendas sin agua por falta de red pública hacia adentro de la vivienda. El abastecimiento de agua potable para las zonas urbanas es limitado y se encuentran en vías de desarrollo, mientras que en las áreas rurales no se dispone de este servicio. El cantón Jipijapa dispone de abastecimiento de agua en los domicilios, pero no tiene tratamiento de potabilización. En el área urbana el 78.22% de la población posee este servicio, mientras que el 12.93% en el área rural.

1.5.4. ALCANTARILLADO

El alcantarillado y el agua son las áreas más críticas de los servicios básicos, en el área urbana 56.88% personas no poseen este servicio y 98.71% en el área rural. Las aguas servidas son eliminadas directamente al río y no existe tratamiento en lagunas de

oxidación. Jipijapa no cuenta con un debido sistema de eliminación de aguas servidas conectados a la red pública del alcantarillado, de esta forma desperdicios de todo tipo e incluso materiales de construcción como piedra y arena, son extraídos por técnicos y obreros de la Junta de Recursos Hidráulicos. Los problemas de taponamiento del alcantarillado son visibles en muchos sectores del área urbana. Jipijapa dispone de un sistema de alcantarillado de más de 30 años, por lo que ya cumplió su vida útil y los problemas de tuberías es consecuencia de una falta mantenimiento, es así que está por concluir los estudios del Plan Maestro de Alcantarillado y Agua Potable para el cantón Jipijapa que fueron contratados con la compañía Envirosoft, de Guayaquil¹⁷.

1.5.5. RECOLECCIÓN DE BASURA

Este servicio lo cumple la Municipalidad en un 65.64% de la población urbana y el 9.36% de la población rural. Los vehículos recolectores circulan por las calles todas las noches recogiendo la basura de los domicilios. Posteriormente la desechan en los botaderos al aire libre, que se ubican fuera de la ciudad, en la vía a Paján.

1.5.6. TELÉFONO

El servicio de comunicaciones telefónicas está a cargo de Conactel, que ofrece servicios de cabinas telefónicas públicas, además abastece el servicio a domicilio. En el

¹⁷ <http://www.eluniverso.com>

cantón el 12.34% de la población urbana posee este servicio, mientras que el sector rural posee el 1.34% de la población.

También este servicio se encuentra a cargo de las empresas de telefonía celular Movistar, Porta y Alegre, a través de cabinas telefónicas a lo largo de todo el Cantón.

1.5.7. ENERGÍA

La ciudad de **Jipijapa** y **Puerto Cayo** disponen de una red de alumbrado público, así como las cabeceras parroquiales. El Sistema Nacional Interconectado abastece de energía eléctrica a los sectores marginales, sin embargo según el Instituto de Estadísticas y Censo – INEC se conoce que el 11.89% de la población urbano no tiene este servicio y el 64.79% en el campo.

1.5.8. VIALIDAD

El Cantón Jipijapa está formado por la carretera Panamericana, una vía asfaltada con pavimento duro que mantiene contacto con otros cantones a través de cuatro vías:

- Jipijapa-Paján-Guayas
- Jipijapa-Puerto López
- Jipijapa-Manta-Portoviejo y
- Jipijapa-Novoa

En las carreteras de primer orden existe señalización y estaciones de abastecimiento (gasolineras), que también ofrecen servicios sanitarios, mini market, y cafeterías. Las vías de acceso a las diferentes parroquias rurales desde la ciudad de Jipijapa se encuentran en las siguientes condiciones:

Parroquias	Distancia
Membrillal	17 kilómetros
Puerto Cayo	26 kilómetros
Julcuy	24 kilómetros
El Anegado	19 kilómetros
La Unión	27 kilómetros
Pedro Pablo Gómez	42 kilómetros
América	17 kilómetros

Fuente: Municipio de Jipijapa

En cuanto las distancias desde Jipijapa hacia las principales ciudades del Ecuador, tenemos:

Ciudad	Distancia
Quito	420 kilómetros
Guayaquil	140 kilómetros

Fuente: Municipio de Jipijapa

1.5.9. TRANSPORTE

Aéreo

El transporte aéreo satisface las necesidades de los turistas con los aeropuertos de Manta y Portoviejo que permiten la movilización en treinta minutos desde Quito. La aerolínea TAME es la única que abastece con vuelos de lunes a domingo.

Terrestre

La infraestructura de apoyo terrestre está formado por la carretera Panamericana, una vía asfaltada con pavimento duro que mantiene contacto con otros cantones.

Las vías o caminos de tierra de tercer orden carecen de señalización y servicios de abastecimiento para el automotor. Estas conducen a las diferentes parroquias: **La América, El Anegado, Julcuy, Pedro Pablo Gómez**. Y los caminos de herradura de tercer orden comunican a los campesinos de las parroquias rurales. El servicio de transporte público está a cargo de las siguientes cooperativas:

Interprovinciales

- Cooperativa Jipijapa
- Rutas Portovejenses
- Rutas Ecuatorianas
- Reina del Camino
- Cooperativa Alberto Aray
- Coactur
- Panamericana
- Manglar Alto

Intercomunales

- Cooperativa Jipijapa
- Cooperativa 15 de Octubre

Urbanas

- Cooperativa Villa de Oro
- Cooperativa de taxis

La comunicación al interior hace unos veinte años estaba constituida por las famosas “chivas”, vehículos tradicionales para el transporte en la costa ecuatoriana que tenían capacidad para treinta personas. En la actualidad este servicio se fue perdiendo debido al cambio y progreso dentro de la ciudad; sin embargo se puede observar y participar de este atractivo cultural dentro de las parroquias rurales.

Las cooperativas de transporte 24 de Mayo y 10 de Agosto se ubican en la ciudad de Jipijapa en la vía a Chade, la primera, y en las calles Tungurahua y 10 de Agosto, la segunda. Disponen de camionetas y se dirigen a **Chade, El Páramo, y la Boca de Cantagallo**. En la ciudad de Jipijapa existe un terminal de autobuses interprovinciales, intercantonales y urbanos que se denomina Terminal Xipixapa, pero el transporte interparroquial no dispone de un lugar de estacionamiento.

Transporte Acuático

En la parroquia de **Puerto Cayo** es posible el acceso en lancha. Desde aquí se pueden movilizar a los moradores del lugar y turistas al islote **La Viudita** o la isla **de la Plata**. Este servicio brindan los pescadores, quienes rentan sus embarcaciones con fines turísticos.

CAPÍTULO II

2. SISTEMA TURÍSTICO DE JIPIJAPA

2.1. RECURSOS TURÍSTICOS

Los recursos turísticos, constituyen el principal componente de la oferta turística, y son todos los bienes tangibles e intangibles, capaces de motivar el desplazamiento de las personas. Estos elementos pueden ser naturales, culturales, patrimonio histórico, hechos sociales, manifestaciones folklóricas, etc.¹⁸

De acuerdo a ésta definición los recursos turísticos se identifican como Atractivo Turístico y son supuestos a ser clasificados, categorizados y jerarquizados dentro de la planificación turística.

2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La clasificación de atractivos turísticos consiste en identificar claramente la categoría, el tipo y subtipo al cual pertenece cada atractivo a inventariar en base al **análisis** individual de cada uno de ellos, con el fin de calificarlos en función de su calidad, apoyo y significado. La clasificación de la categoría de atractivos, se da en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, ambas a su vez se agrupan en tipos y subtipos.

¹⁸ SANTAMARÍA, Iván. *Guía Auxiliar del Ejecutivo en Turismo*.

- a) **Sitios Naturales:** En esta categoría se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustre, Ríos, Bosques, Aguas subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.
- b) **Manifestaciones Culturales:** En esta categoría se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados. Estas manifestaciones se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, expresiones tradicionales y costumbres de los pueblos, manifestaciones de la sociedad actual en campos técnicos y científicos, así como la celebración de eventos organizados en los cuales la población puede ser actora o espectadora.

Dentro de la clasificación de los atractivos turísticos, la **Categoría**, define los atributos que tiene un elemento y que motivan a visita de turistas, dependiendo de su naturaleza. El **Tipo** son los elementos de características similares en una categoría; y el **Subtipo**, son los elementos que caracterizan los tipos.

**2.1.1.1. CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN
JIPIJAPA ¹⁹**

**CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL
CANTÓN JIPIJAPA**

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE
1. SITIOS NATURALES	1.1 RÍOS	a) Cascadas, Cataratas o Saltos	Cascada Agua Dulce Cascada Maryland Cascada Andrecillo Salto Mocal de la Palma Salto Flor del Salto Salto de La Margarita
		b) Remansos	
	1.2 BOSQUES	a) Nublado Oriental	Bosque de Julcuy Bosque de Olina
		b) Bosque de Transición	Bosque Cantagallo Bosquete Santos Sin Cabezas Bosque de Garúa La Mona
		c) Seco Tropical	Bosque Chocotete
1.3 AGUAS SUBTERRÁNEAS	a) Aguas Minerales	Pozos de Chade	
1.4 FENÓMENOS ESPELEOLÓGICO	a) Cuevas	Cuevas de la Manchuria	
1.5 COSTAS O LITORALES	a) Playas	Playa Boca de Cayo Playa de Puerto Cayo	

¹⁹ Ministerio de Turismo del Ecuador, *Oficina I-Tur*, Quito, 2010.

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE
2. MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 HISTÓRICAS	a) Arquitectura: Civil Religiosa	Casa Antigua La Thalía Iglesia Central San Lorenzo Zona
		b) Sitios Arqueológicos: c) Museos: Arqueológicos	Arqueológica de Julcuy Zona Arqueológica Santo sin Cabeza Museo Municipal de Jipijapa
	2.2 ETNOGRAFÍA	a) Artesanías: * Tejidos * Alfarería * Madera * Cabuya * Cerámica	Mocoreros de La Unión Artesanías Bermúdez Manualidades de Doña Pocha Carritos de Sambembe Cabuyeros de Manantial Ceramista de Chade
		b) Comidas y Bebidas c) Uso del Agua	Bebidas basadas en caña de azúcar Gastronomía de Maíz Helados de Doña Pocha Manantial de Agua Azufrada de Joa Pozos de Choconcha y Andil
2.3 REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	a) Obras Técnicas	Parque Central	
2.4 ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	a) Fiesta	Fiesta de Independencia	

2.1.2. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA

El inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos del Cantón. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, entre otras.

2.1.2.1. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA

Se ha levantado el inventario de atractivos del Cantón Jipijapa mediante el registro de cada atractivo turístico en las fichas diseñadas por el Ministerio de Turismo. (Ver Anexo Ficha de Atractivos Turísticos).

Dentro de cada ficha se encuentran las características de cada atractivo turístico natural y cultural del Cantón Jipijapa, así también se puede destacar que los diferentes atractivos turísticos tienen una directa interrelación el uno con el otro, lo que permite elaborar paquetes turísticos en diferentes sectores del Cantón.

2.1.2.2. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La jerarquización de los atractivos turísticos, se da de acuerdo a la potencialidad de cada uso de ellos para atraer la demanda turística a un determinado mercado. Para identificar las potencialidades turísticas del cantón se establece cuatro jerarquías de acuerdo al Ministerio de Turismo:

- **Jerarquía IV:** A ella pertenecen atractivos excepcionales de gran significado para el mercado turístico internacional, capaces de por sí solos de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencialmente.
- **Jerarquía III:** Atractivos con rasgos excepcionales en un país, capaces de motivar una importante corriente actual o potencial de visitantes nacionales por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos, y a la corriente extranjera solo en conjunto.
- **Jerarquía II:** Atractivos con algún rasgo llamativo capaces de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o receptivo, que llegan a un lugar por otra motivación turística. También motiva corrientes turísticas locales.

- **Jerarquía I:** Son atractivos sin méritos suficientes, para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.

Según la Corporación Ecuatoriana de Turismo (EXCETUR) las jerarquías, se establecen con rangos de jerarquización y cada atractivo se ubica según la clasificación de sus factores. Los rangos de jerarquización son los siguientes:

Rangos de Jerarquización

1 a 25 puntos	Jerarquía I
26 a 50 puntos	Jerarquía II
51 a 75 puntos	Jerarquía III
76 a 100 puntos	Jerarquía IV

De acuerdo con la base teórica descrita, y con la matriz de atractivos del Cantón **Jipijapa**, en la zona de estudio predominan los atractivos de **Jerarquía II**, siendo las Manifestaciones Culturales de tipo Etnográfico e Históricas las que sobresalen en el Cantón. Así se indica en el siguiente cuadro:

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES²⁰

PROVINCIA: MANABÍ

CANTÓN: JIPIJAPA

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max 10 Max 10	ESTADO DE CONSERV. Max 10	ACCESO Max 10	SERVIC. Max 10	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRÍNSECO Max 15	VALOR EXTRÍNSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INTER. Max 12		
<i>Bosque Cantagallo</i>	10	10	5	7	6	7	3	2				50	II
<i>Bosque de Julcuy</i>	10	10	7	5	8	5	3	2				50	II
<i>Cascada Agua Dulce</i>	8	8	7	7	8	2	3	2				45	II
<i>Pozos de Chade</i>	10	10	5	6	5	4	3	2				45	II
<i>Playa de Puerto Cayo</i>	9	9	5	5	7	5	3	2				45	II
<i>Salto de Flor del Salto</i>	10	9	5	6	4	5	3	2				44	II
<i>Bosque Chocotete</i>	12	9	7	7	7	2	4	2				50	II

²⁰ Ministerio de Turismo del Ecuador, Oficina I-Tur, Quito, 2010.

<i>Bosque de Olina</i>	10	8	8	7	4	4	2	2				49	II
<i>Cascada Andrecillo</i>	12	12	8	5	8	0	3	2				50	II
<i>Cuevas de la Manchuria</i>	7	5	2	2	3	0	2	2				23	I
<i>Salto de la Margarita</i>	3	0	2	2	5	3	2	2				19	I
<i>Bosque de Garúa La Mona</i>	4	3	2	2	5	3	2	2				23	I
<i>Bosquete Santos sin Cabezas</i>	10	8	5	4	5	5	3	2				42	II
<i>Cascada de Mariland</i>	10	8	6	6	7	3	4	2				46	II
<i>Playa de Boca de Cayo</i>	9	9	5	5	7	6	3	2				46	II
<i>Salto de Mocoral de la Palma</i>	8	7	5	5	7	1	4	2				39	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES²¹

PROVINCIA: MANABÍ

CANTÓN: JIPIJAPA

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max 10 Max 10	ESTADO DE CONSERV. Max 10	ACCESO Max 10	SERVIC. Max 10	ASOC. CON OTROS ATRATIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRÍNSECO Max 15	VALOR EXTRÍNSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INTER. Max 12		
<i>Gastronomía del Maíz</i>	15	15	2	10	10	2	5		4			59	III
<i>Artesanías Bermúdez</i>	10	10	5	7	6	6	3	2				49	II
<i>Iglesia central San Lorenzo</i>	12	12	5	6	7	6	3	2				53	III
<i>Parque central</i>	10	10	5	7	7	6	3	2				50	II
<i>Casa antigua La Thalía</i>	12	12	5	5	6	4	3	2				49	II
<i>Fiesta de independencia (15 de octubre)</i>	10	10	5	5	7	6	3	2				48	II
<i>Mocoreros</i>	10	10	5	8	5	2	5	2				44	II
<i>Manualidades de Doña Pochita</i>	10	10	5	5	5	5	5	2				47	II

²¹ Ministerio de Turismo del Ecuador, Oficina I-Tur, Quito, 2010.

<i>Cabuyeros Manantial</i>	10	7	3	8	5	2	4		3			42	II
<i>Museo de Jipijapa</i>	12	8	5	5	10	8	5	2				46	II
<i>Zona Arqueológica Julcuy</i>	15	10	5	2	8	2	5	2				49	II
<i>Santo sin Cabeza</i>	15	15	1	2	2	1	5	2				43	II
<i>Artesanías en madera Carros de Sambembe</i>	15	15	5	10	10	1	5	2	4	3	2	72	III
<i>Bebidas típicas de Manabí basados en caña de azúcar</i>	15	15	5	10	5	2	5	2				59	III
<i>Ceramista de Chade</i>	12	8	5	10	2	2	3	2				44	II
<i>Manantial de agua azufrada Joa</i>	15	15	2	2	8	1	5	2				50	II
<i>Pozos Choconcha y Andil</i>	10	10	5	2	5	2	5	2				41	II
<i>Zona Arqueológica Río Ayampe</i>	15	10	5	2	8	2	5	2				49	II

2.2. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

2.2.1. VÍAS DE PRIMER ORDEN

El Cantón Jipijapa está formado por la carretera Panamericana, una vía asfaltada con pavimento duro que mantiene contacto con otros cantones a través de cuatro vías:

- Jipijapa-Paján-Guayas
- Jipijapa-Puerto López
- Jipijapa-Manta-Portoviejo y
- Jipijapa-Novoa

Las vías de acceso a las diferentes parroquias rurales desde el cantón Jipijapa se encuentran con las siguientes distancias:

Parroquias	Distancia
Membrillal	17 kilómetros
Puerto Cayo	26 kilómetros
Julcuy	24 kilómetros
El Anegado	19 kilómetros
La Unión	27 kilómetros
Pedro Pablo Gómez	42 kilómetros
América	17 kilómetros

Fuente: Municipio de jipijapa

2.2.2. VÍAS DE SEGUNDO ORDEN

El Cantón cuenta con una red de caminos vecinales que conecta a los centros parroquiales más importantes de Jipijapa.

2.2.3. VÍAS DE ACCESO A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Las vías de acceso a los atractivos turísticos, de acuerdo al inventario, en su mayoría son asfaltados y pocas son lastradas, de ésta forma facilita el acceso de los turistas, y es un factor muy importante al momento de decidir un destino. Gran parte de estos atractivos se puede ingresar por medio de automóvil o 4 x 4, a través de servicio de transporte público.

2.3. PLANTA TURÍSTICA

La Planta Turística es un subsistema en el desenvolvimiento de la actividad. Comprende el equipamiento, las instalaciones necesarias y los recursos básicos (atractivos turísticos) que motiva la producción a través de la organización empresarial.

2.3.1. ALOJAMIENTO

HOSTAL RESIDENCIA

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZAS
JIPIJAPA	Santiesteban y Eloy Alfaro	601365	Segunda	18	52
AGUA BLANCA	Alejo Lascano, vía a Puerto Cayo	601138	Segunda	22	50
MEJÍA	Mejía entre Colón y Santiesteban	600387	Tercera	24	48
RÍO DE AGUAS VIVAS	Soledispa Franco Klever Augusto	600540	Tercera	11	22

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

HOSTAL

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZAS
LOS FRAILES	Malecón Pto Cayo	52616020	Segunda	14	60
PUERTO CAYO	Final del Malecón	52616019	Segunda	23	82
VILLA DE ORO	15 de Octubre y P. Franco Maldonado	52601412	Tercera	20	48

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

HOSTERÍA

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZAS
LUZ DE LUNA	Vía a la Boca de Cantagallo		Segunda	30	101
		52407279			

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

CABAÑAS

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZAS
LAS PALMERAS	Puerto Cayo, vía a la Boca		Segunda		
ALEJANDRA	Vía a la Boca de Cantagallo	52616035	Segunda	10	38
EXPEDICIONES CAYO	Av. Guayas y Malecón	52922447	Segunda	7	39

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

PENSIÓN

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZAS
SAN VICENTE	Mejía entre Colón y Juan Montalvo	2601718	Tercera	10	12
SOUL TRAIN	Cdl. Los Ceibos y By pass		Tercera	7	14

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

2.3.2. ALIMENTACIÓN

RESTAURANTE

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA	MESAS	PLAZAS
J&B	Km. 2 Vía a Guayaquil	99645535	Segunda	10	40
COCO'S	Calle Colón 617 y 10 de Agosto	2601106	Segunda	11	44
ESQUINA DE ALES	Bolívar entre Colón y Montalvo	99751731	Tercera	10	40
CHICK	Juan Montalvo y Bolívar	52601457	Tercera	9	36
LA PANTERA	Víctor Manuel Rendón y 5 de Junio	52601387	Tercera	10	40

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

2.3.3. AGENCIAS DE VIAJES

AGENCIAS DE VIAJES

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA
PUERTO CAYO TOUR	Malecón de Puerto Cayo	52616028	Operadora
BALLENA TRANSMAR S.A.	Malecón de Puerto Cayo	52616065	Operadora
JIPITOUR	Bolívar y Rocafuerte	***	Operadora

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

2.3.4. TRANSPORTE TURÍSTICO

TRANSPORTE MARÍTIMO Y FLUVIAL

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	CATEGORÍA
MEGAPTERA	Malecón de Puerto Cayo	52616042	Yates

Fuente: Ministerio de Turismo 2010

2.4. SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

La superestructura turística es un “subsistema organizacional y los recursos humanos disponibles para operar el sistema turístico”. Comprende a los organismos públicos y privados que permiten optimizar o cambiar el funcionamiento para facilitar la producción y venta de servicios dispares. Por esto interviene activamente en el proceso de venta de un producto.

Los organismos públicos tienen como función la promoción turística, el control de calidad de los servicios, la planificación del desarrollo, la promoción de inversiones de la actividad privada, el desarrollo del turismo social. Mientras que el sector privado ha creado organizaciones con el objeto de compatibilizar y defender sus intereses particulares, por ello existen las asociaciones de hoteleros, restauranteros, agentes de viajes, transportistas, etc.

2.4.1. SECTOR PÚBLICO

Dentro del sector público, los organismos específicos que se ocupan de administrar el sector turístico en el Cantón Jipijapa tenemos:

- **Ministerio de Turismo**

Organismo máximo rector de la actividad turística en nuestro país, cuya función principal son: promover el desarrollo turístico, lograr la sustentabilidad de la actividad turística en el país, consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador, estimular procesos de investigación que permitan el desarrollo de áreas turísticas actuales o potenciales, facilitar el desarrollo turístico a través de la expedición de normas y políticas que regulen la actividad. En la actualidad el Ministro de Turismo es el Sr. Freddy Ehlers Zurita, designado por Decreto Ejecutivo No. 348, con fecha 10 de mayo de 2010.

- **Dirección Provincial de Turismo de Manabí**

La Dirección Provincial de Turismo de Manabí promueve las actividades turísticas de la provincia, a través de capacitaciones a emprendedores turísticos para fortalecer y ayudar la elaboración de planes de negocios, con la finalidad de mejorar el nivel de vida de los beneficiarios y ofrecer servicios de calidad a los turistas que visitan

los destinos en donde cumplen sus actividades. La Directora a cargo de la Dirección Provincial de Turismo de Manabí es la Dra. Cristina Castro.

- **Municipio de Jipijapa**

A través de la Dirección de Turismo fomenta la competitividad de la actividad turística en el Cantón, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental. De estas actividades la persona que se encuentra a cargo es la Lcda. Nadya González, Directora de Turismo del Cantón Jipijapa.

2.4.2. SECTOR PRIVADO

La gestión turística se da como resultado del trabajo de la empresa privada (hoteleros). Los propietarios de Hostales y Hosterías promueven el turismo de la playa de **Puerto Cayo** a través de agencias de viajes en Guayaquil y Quito.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, y cuyos resultados serán analizados y procesados mediante herramientas de estadísticas, para obtener como respuesta la aceptación o no de un producto o servicio dentro del mercado.

3.2. INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

La ejecución del proyecto de factibilidad de Turismo Comunitario, se requiere de una investigación meticulosa y sistemática obteniendo información mediante encuestas y opiniones a la población de Jipijapa para conocer cuál es su percepción acerca del Turismo en su Cantón, las necesidades básicas, y la propuesta de un turismo alternativo y su aceptación en la comunidad. De ésta forma y gracias a varios métodos de investigación empleados, se puede obtener una información real, concreta y necesaria no solamente de la oferta, sino también de la demanda y de los diferentes actores que promueven el turismo en la zona, con la finalidad de conseguir un panorama amplio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mercado en estudio.

3.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar el comportamiento de la oferta y la demanda del Cantón Jipijapa, con el propósito de que el Estudio de Factibilidad de Turismo de Comunitario que se plantee vaya acorde con los intereses y necesidades tanto de la comunidad y sus visitantes, y contribuya de esta manera al desarrollo turístico del Cantón Jipijapa y al mejoramiento del nivel de vida de sus habitantes, a través de la organización y gestión local.

3.4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.4.1. MÉTODOS

Para el presente estudio, se recurrió a los siguientes métodos de investigación para la recopilación, registro y análisis del mercado en estudio:

3.4.1.1. LA OBSERVACIÓN

La observación, como técnica de investigación científica, es un proceso que permitió conocer, de forma directa el objeto de estudio con el propósito de saber de forma más profunda las características generales de los pobladores del Cantón Jipijapa y de sus visitantes, para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada.

3.4.1.2. ANÁLISIS – SINTÉTICO

Para determinar cuál es el comportamiento del objeto de estudio, a través de la recopilación, registro, análisis e interpretación de datos, se recurrió a este método, con el fin de obtener los resultados de la investigación de campo y conocer el grado de aceptación de la comunidad para el desarrollo de la presente investigación.

3.5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para poder obtener la información necesaria fue conveniente utilizar las siguientes técnicas como instrumento para la recolección de datos:

3.5.1. LA ENTREVISTA

Esta técnica orientada a establecer contacto directo, fue utilizada para obtener información del movimiento turístico en el Cantón Jipijapa y su incidencia en el estilo de vida de sus pobladores; dicha información fue proporcionada por la Lcda. Nadya González, Directora de Turismo del Cantón Jipijapa.

3.5.2. LA ENCUESTA

Esta técnica para recolectar información fue utilizada en dos partes, la cual comprendió: la primera encuesta dirigida a una muestra de la población, cuya finalidad fue la de recopilar información y opiniones acerca de la importancia turística de

Jipijapa, y su disposición a participar en el desarrollo del turismo de su Cantón; la otra encuesta se realizó a visitantes que por motivos de comercio, estudios, turismo, etc., visitaron el Cantón Jipijapa, y dieron su punto de vista acerca de los servicios, atractivos turísticos, y su interés de participar en un turismo alternativo en donde se involucren con la comunidad.

De esta forma los datos que se obtuvo de dichas encuestas han sido muy valiosas para el cumplimiento de los objetivos de ésta investigación, y sirvieron de guía para el desarrollo del Plan de Estudio.

3.6. INSTRUMENTO

3.6.1. EL CUESTIONARIO

El instrumento utilizado fue el cuestionario, diseñado con preguntas orientadas a obtener información necesaria que ayude a complementar el presente estudio. Las preguntas fueron de tipo cerrado: algunas preguntas dicotómicas para que el encuestado responda de forma afirmativa o negativa; y otras preguntas de opción múltiple en las que se solicitó escoger una o varias de las alternativas presentadas. Debido a que las encuestas fueron dirigidas a dos grupos distintos, población y visitantes, fue necesario elaborar cuestionarios para cada grupo.

El primer cuestionario que se utilizó a la población, constó de 14 preguntas de tipo cerrado, de las cuales fueron seis preguntas dicotómicas y ocho de opción múltiple.

El segundo cuestionario estuvo dirigido a los visitantes o turistas, la encuesta se realizó el mes de abril del presente año, con motivo de la visita del Presidente Rafael Correa a la Provincia de Manabí, en el Cantón Jipijapa, y de la Feria de Turismo y

Gastronomía que se celebró en la ciudad de Jipijapa en el mes de abril del 2010. La encuesta incluyó 16 preguntas de las cuales fueron cuatro preguntas dicotómicas y doce fueron de opción múltiple. (Ver Anexo Encuestas).

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación, y determina el grado de credibilidad que concederá a los resultados obtenidos.

3.7.1. POBLACIÓN

De acuerdo a Fracica, población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”.²²

3.7.2. MUESTRA

Según Bernal, la muestra es “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”.²³

²² **FRACICA**, Germán, *Modelo de simulación en muestreo*, Bogotá, Universidad de la Sabana, 1988, p. 36.

²³ **BERNAL**, César, *Metodología de la Investigación*, México, Pearson Educación, 2006, p. 165.

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de un muestreo proporcional, en vista de que se tiene información del universo de estudio, margen de error y porcentajes de confiabilidad que permitan establecer el tamaño de muestra para aplicar en la recopilación de datos. Dicha fórmula es la siguiente:

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

n= Tamaño de la muestra.

Z= Margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar (para una confianza del 95%, esto equivale 1.96).

e= Error o diferencia máxima entre la media muestral y la media de la población que se está dispuesto a aceptar (máximo error permisible por unidad del 0.06).

N= Tamaño de la Población.

P= Probabilidad de que el evento ocurra (expresado en unidad del 0.50).

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra (expresado en unidad del 0.50).

3.7.3. ENCUESTA A LA POBLACIÓN

3.7.3.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA PARA ENCUESTAS A LA POBLACIÓN

Para realizar el cálculo de la muestra para la población del Cantón Jipijapa, se tomó en cuenta la Población económicamente Activa, que es de 20.561 personas; los

datos fueron proporcionados por el Municipio de Jipijapa según el último censo realizado por el INEC en el año 2001.

Operación:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.5 * 20561}{(0.06)^2 (20561 - 1) + (1.96)^2 * .050 * 0.50}$$

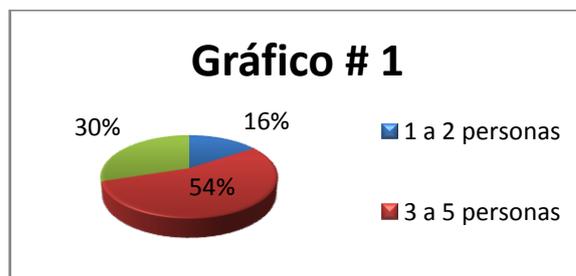
$$n = \frac{19746.7844}{74.9764}$$

n= 263 encuestas

3.7.3.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LA POBLACIÓN

1. ¿De cuántas personas comprende su núcleo familiar?

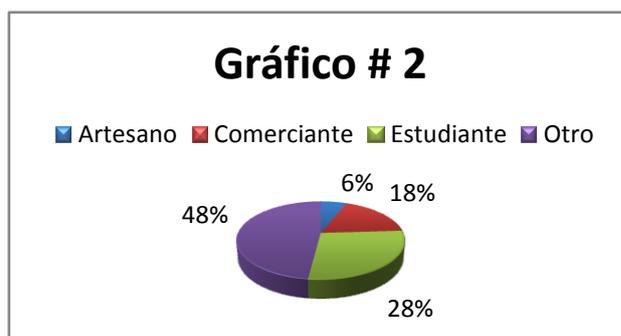
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
1 a 2 personas	41	16%
3 a 5 personas	143	54%
5 personas en adelante	79	30%
TOTAL	263	100%



Análisis: Según los datos obtenidos se puede determinar que dentro de los pobladores del Cantón Jipijapa, el 54% comprende su núcleo familiar de 3 a 5 personas; mientras que el 30% más de 5 personas; y un 16% cuyo núcleo familiar es de 1 a 2 personas.

2. ¿Cuál es su ocupación?

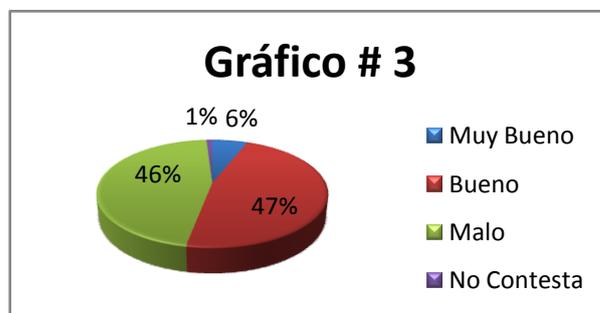
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Artesano	17	6%
Comerciante	47	18%
Estudiante	73	28%
Otro	126	48%
TOTAL	263	100%



Análisis: En cuanto a ésta pregunta, se determino que un 48% de los pobladores del Cantón Jipijapa su ocupación corresponde a: secretarias, profesionales, empleados públicos, asistentes, etc. Mientras que un 28% tiene como ocupación estudiantes, el 18% son comerciantes; y el 6% de la población encuestada son artesanos.

3. ¿De qué manera califica los servicios básicos existentes en el Cantón Jipijapa?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Muy Bueno	17	6%
Bueno	123	47%
Malo	120	46%
No Contesta	3	1%
TOTAL	263	100%



Análisis: Respecto a los servicios básicos existentes en el Cantón Jipijapa, un 47% de la población lo considera Bueno; el 46% piensa que es malo; mientras que el 6% de la población lo considera Muy Bueno; y el 1% se abstuvo de contestar.

4. ¿De acuerdo a su criterio la población de Jipijapa mantiene sus costumbres, tradiciones y cultura?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	183	70%
No	72	27%
No Contesta	8	3%
TOTAL	263	100%



Análisis: Según la información obtenida, el 70% de la población encuestada piensa que las costumbres, tradiciones y cultura en el Cantón Jipijapa ya no se mantienen; mientras que el 27% cree que se ha mantenido; y un 3% no contesta.

5. A su modo de ver, los valores culturales en la población joven ha sido:

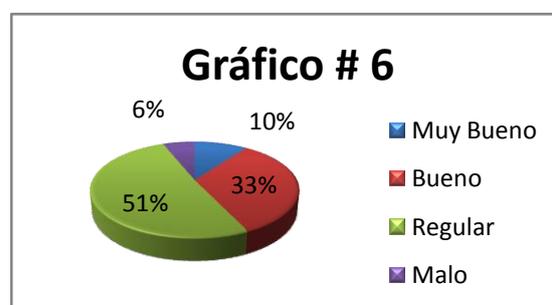
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Conservado	60	23%
Olvidado	148	56%
No Sabe	55	21%
TOTAL	263	100%



Análisis: Según el gráfico correspondiente, el 56% de la población encuestada piensa los valores culturales en la población joven ha sido olvidados ; mientras que el 23% piensa que son conservados; y el 21% no sabe.

6. En su Cantón, cree usted que la actividad turística es:

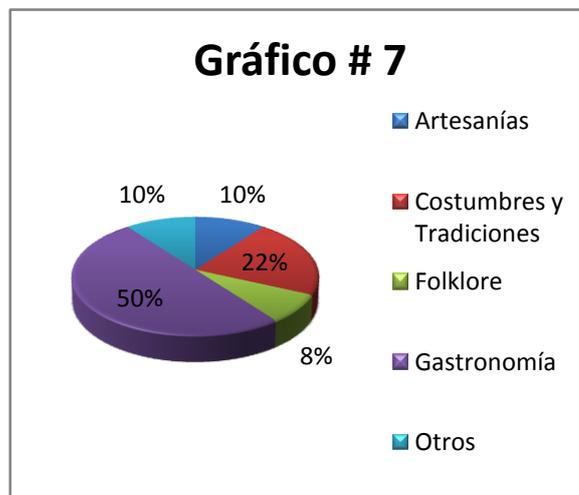
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Muy Bueno	26	10%
Bueno	86	33%
Regular	135	51%
Malo	16	6%
TOTAL	263	100%



Análisis: De acuerdo a la información recolectada, el 51% de las personas encuestadas piensa que la actividad turística en el Cantón Jipijapa es Regular; el 33% piensa que es Mala; el 10% Muy Bueno; y el 6% considera que es Mala

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos del Cantón Jipijapa, considera usted que atrae más al turismo?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Artesanías	28	10%
Costumbres y Tradiciones	62	22%
Folklore	22	8%
Gastronomía	144	50%
Otros	29	10%
TOTAL	285	100%



Análisis: El 50% de los encuestados considera que la Gastronomía es el principal atractivo turístico del Cantón; mientras que el 22% cree que son sus costumbres y Tradiciones; el 10% piensa que son sus Artesanías; existe otro 10% de la población encuestada donde piensa que son otros atractivos turísticos; y un 8% piensa que es por su folklore.

8. ¿Apoyaría la capacitación para jóvenes artesanos de la zona?

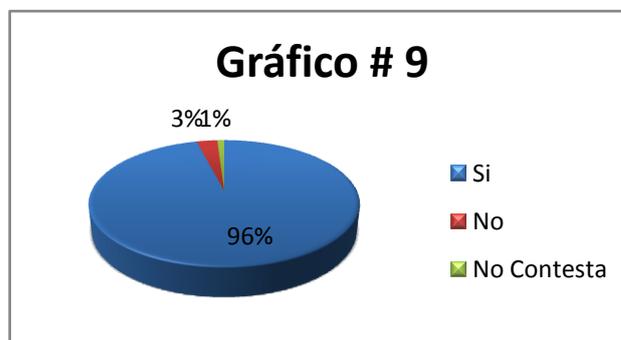
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	257	98%
No	3	1%
No Contesta	3	1%
TOTAL	263	100%



Análisis: Existe un 98% de los encuestados en donde apoyaría la capacitación para jóvenes artesanos, mientras que 1% no apoyaría; y 1% se abstiene de contestar.

9. ¿Estaría usted dispuesto a participar en actividades comunitarias que ayuden al desarrollo del turismo local?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	252	96%
No	8	3%
No Contesta	3	1%
TOTAL	263	100%



Análisis: Existe un 96% de la población encuestada en donde estaría dispuesta a participar en Actividades Comunitarias que ayude al desarrollo turístico del Cantón; mientras que un 3% No participaría de estas actividades; y un 1% se abstiene de contestar.

10. ¿Conoce o sabe usted que es Turismo Comunitario?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	158	60%
No	99	38%
No Contesta	6	2%
TOTAL	263	100%



Análisis: Pese a que existe una gran apertura en cuanto a participar en actividades comunitarias para el desarrollo turístico del Cantón; un 60% conoce que el significado de Turismo Comunitario; un 38% no sabe que es Turismo Comunitario; y 2% se abstiene de contestar.

11. ¿Considera importante que exista un Centro Cultural y Artesanal en el Cantón Jipijapa?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	245	93%
No	6	2%
No Contesta	12	5%
TOTAL	263	100%



Análisis: El 93% de los encuestados considera que es importante la existencia de un Centro Cultural y Artesanal, para el rescate y promoción de la cultura y artesanías del Cantón; mientras que un 2% No lo considera importante, y un 5% se abstiene de contestar.

12. ¿Cuál de las siguientes manifestaciones cree usted se debe dar mayor prioridad en la promoción turística del Cantón Jipijapa?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Artesanías sombrero Paja Toquilla	90	30%
Fiestas	23	8%
Gastronomía	77	26%
Café	108	36%
TOTAL	298	100%



Análisis: En cuanto a la prioridad que se debe dar a las diferentes manifestaciones culturales, artesanales y agrícolas que constituyen un punto de referencia para la visita a este Cantón; el 36% de los encuestados considera que la producción de Café es muy importante, para que constituya nuevamente un rasgo fundamental en la vida de los pobladores de Jipijapa y un atractivo turístico para los visitantes; el 30% piensa que las Artesanías como el sombrero de Paja Toquilla se debería tomar muy en cuenta, ay que en este Cantón fue donde por primera vez se fabricó los muy renombrados sombreros de Paja Toquilla; el 26% cree que la Gastronomía es una manifestación fundamental que de la misma forma se debería tomar en cuenta; ya que la Provincia de Manabí, a parte de sus atractivos turísticos naturales, la Gastronomía se lo considera como un punto preponderante para visitar estos lugares; de igual forma el 8% de los encuestados piensa que las Fiestas son manifestaciones de importancia para dar a conocer el Cantón y su cultura.

13. ¿Cree usted que el Municipio de Jipijapa debe apoyar este tipo de iniciativa?

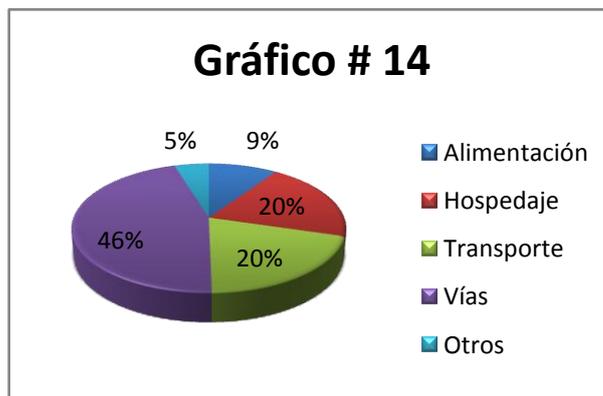
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	260	99%
No	0	0%
No Contesta	3	1%
TOTAL	263	100%



Análisis: El 99% de los encuestados cree que el Municipio de Jipijapa es el organismo indicado para promocionar, rescatar, y apoyar toda clase de iniciativa referente al desarrollo turístico del Cantón, mientras que el 1% no contesta.

14. ¿De los siguientes servicios turísticos, cuál cree usted que debe mejorar?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Alimentación	29	9%
Hospedaje	68	20%
Transporte	68	20%
Vías	152	46%
Otros	15	5%
TOTAL	332	100%



Análisis: De acuerdo a los servicios turísticos que presta el Cantón Jipijapa, el 46% de los encuestados considera las vías se encuentran en mal estado y se debería poner más importancia para que exista una mayor afluencia de turistas al Cantón; mientras que 20% considera que el transporte debería mejorar sus servicios, en vista de que existen pocas unidades de transporte urbano local, al igual que el servicio de transporte interparroquial hay pocas unidades y operan no muy altas horas de la noche; es decir si uno visita la playa de Puerto Cayo, como uno de los lugares más cercanos, debería regresar máximo a las 8pm, ya que de otra forma no encontraría transporte de bus; de igual forma existe otro 20% de la población encuestada en donde piensa que el hospedaje debería mejorar sus servicios; el 9% considera que la alimentación debe mejorar en cuanto que existen locales de comida en donde su aseo y presentación lo toman en segundo plano; y un 5% de los encuestados considera que otros son los servicios que deberían mejorar, tal es el caso como una red de alcantarillado y agua potable que es un problema de gran consideración dentro del Cantón.

3.7.4. ENCUESTA A LOS TURISTAS

3.7.4.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA PARA ENCUESTAS A LOS TURISTAS

Para realizar el cálculo de la muestra para los turistas del Cantón Jipijapa, se tomó en cuenta la información proporcionada por el Municipio de Jipijapa, considerando que en el año 2009 recibieron un total de 1222 turistas.

Operación:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.5 * 1222}{(0.06)^2 (1222 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

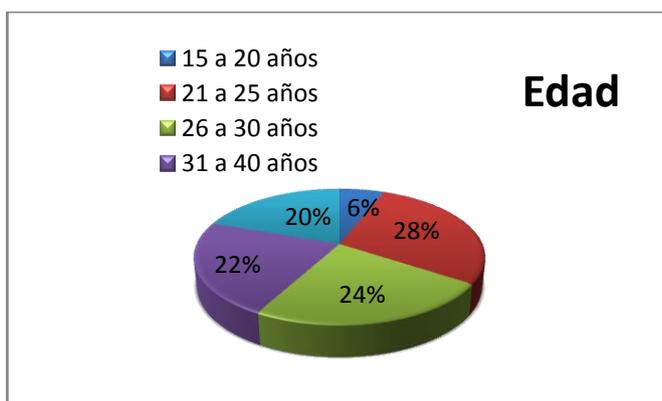
$$n = \frac{1173.60}{5.356}$$

n= 219 encuestas

3.7.4.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS

Edad

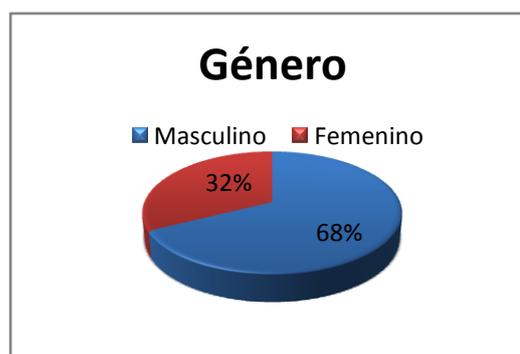
EDAD	No. PERSONAS	%
15 a 20 años	13	6%
21 a 25 años	62	28%
26 a 30 años	52	24%
31 a 40 años	49	22%
40 años en adelante	43	20%
TOTAL	219	100%



Análisis: Se puede ver claramente que existe una edad promedio de turistas que visitan el Cantón Jipijapa y alrededores que va desde los 21 hasta los 40 años.

Género

GENERO	No. PERSONAS	%
Masculino	148	68%
Femenino	71	32%
TOTAL	219	100%



Análisis: De acuerdo a los datos tabulados, se puede observar que existe un mayor número de visitantes de género masculino.

1. ¿Es la primera vez que visita Jipijapa?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	132	60%
No	87	40%
TOTAL	219	100%



Análisis: El 60% de la población encuestada contestó que es la primera vez que visita el Cantón Jipijapa, frente al 40% que contestó que había visitado en ocasiones anteriores por negocio o turismo.

2. ¿De acuerdo a su criterio los pobladores de Jipijapa poseen cultura turística?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	125	57%
No	94	43%
TOTAL	219	100%



Análisis: El 57% de las personas encuestadas manifiestan que los pobladores del Cantón Jipijapa poseen una cultura turística, al ser gente hospedadora y muy amable en responder preguntas que necesite el turista.

3. ¿Cuál de los siguientes aspectos turísticos del Cantón Jipijapa, es el que más le llama la atención?

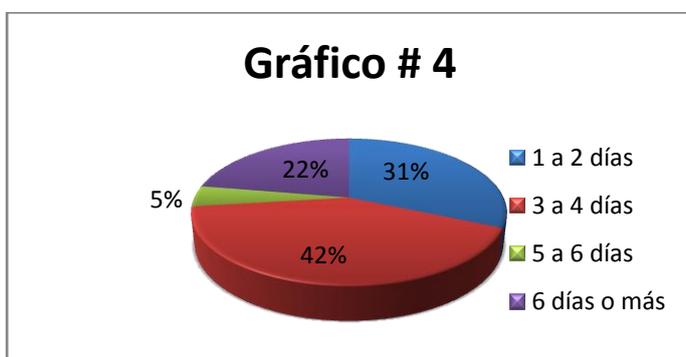
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Cultura Artesanal	54	25%
Costumbres y Tradiciones	110	50%
Folklore	55	25%
TOTAL	219	100%



Análisis: El 50% de los encuestados consideran que las Costumbres y Tradiciones son los aspectos más significativos que este Cantón posee, seguido de un 25% tanto para la Cultura Artesanal como el folklore.

4. ¿Qué tiempo de permanencia considera necesaria para realizar su visita a Jipijapa?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
1 a 2 días	69	31%
3 a 4 días	91	42%
5 a 6 días	10	5%
6 días o más	49	22%
TOTAL	219	100%

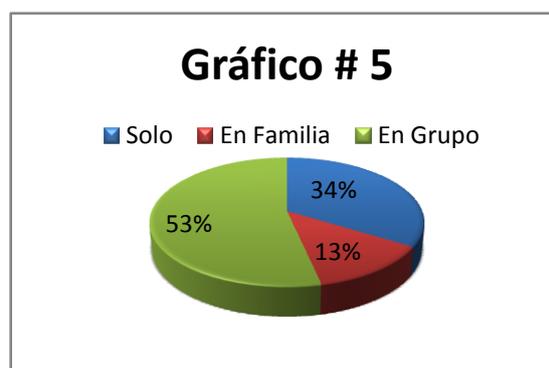


Análisis: La información obtenida de esta pregunta, el 42% de la población encuestada piensa que el tiempo ideal para visitar el Cantón Jipijapa y sus atractivos turísticos es de

3 a 4 días, seguida de un 31% de personas que consideran que 1 a 2 días es tiempo suficiente para conocer Jipijapa.

5. ¿De qué manera viaja o visita usted este Cantón?

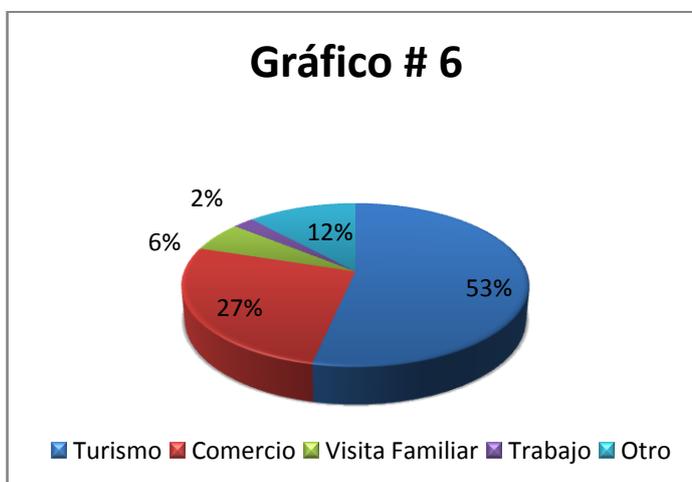
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Solo	74	34%
En Familia	28	13%
En Grupo	117	53%
TOTAL	219	100%



Análisis: Según los datos obtenidos, la mayor parte de los encuestados prefieren viajar en grupo con un 53% como respuesta a ésta pregunta, seguido de un 34% donde prefieren viajar solos, generalmente a ésta respuesta respondieron turistas Nacionales que vienen a este sector, a diferencia de turistas extranjeros que viajan en grupo.

6. ¿Con qué fin visita Jipijapa?

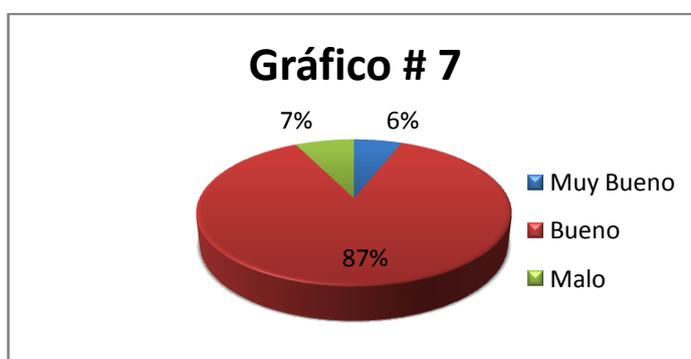
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Turismo	117	53%
Comercio	58	27%
Visita Familiar	13	6%
Trabajo	5	2%
Otros	26	12%
TOTAL	219	100%



Análisis: La finalidad con que visitan éste Cantón es por motivos turísticos con un 53%, seguido por comercio en un 27%. El 12% se refiere a motivos personales como reunir documentación para su negocio, visita de paso, etc. Por último el 6% de los encuestados visitan Jipijapa por tener alguna relación de parentesco o familiares viviendo en éste sector; y un 2% visitan el Cantón Jipijapa por motivos de trabajo.

7. Los servicios que ofrece Jipijapa, usted los considera:

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Muy Bueno	13	6%
Bueno	190	87%
Malo	16	7%
TOTAL	219	100%



Análisis: El 87% de los encuestados consideran que los servicios básicos del Cantón Jipijapa se encuentran en Buen estado, esto se debe por la falta de agua en ciertos sectores rurales del sector.

8. ¿Qué atractivos recuerda haber visitado o conoce?

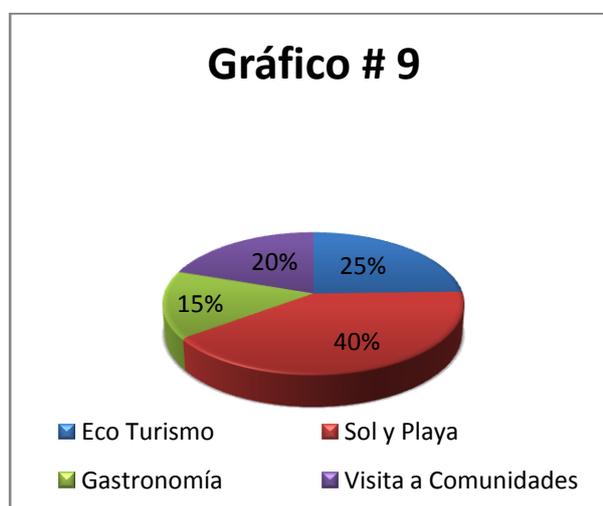
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Cerro La Mona	10	4%
Playa de Puerto Cayo	86	36%
Aguas Azufradas de Joa	39	16%
Pozos de Choconchá	30	12%
Fiesta Virgen de Agua Santa	39	16%
Otro	39	16%
TOTAL	243	100%



Análisis: En cuanto a ésta pregunta, el 36% de las personas encuestadas recuerdan haber visitado o conocido la playa de Puerto Cayo, siendo ésta playa uno de los principales atractivos turísticos que el Cantón posee; seguido con un 16% las Aguas Azufradas de Joa, Fiestas de Agua Virgen, entre otras. En menor cantidad recuerdan haber visitado los Pozos de Choconchá con un 12% y finalmente el Cerro La Mona con un 4%.

9. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Eco Turismo	56	25%
Sol y Playa	92	40%
Gastronomía	35	15%
Visita a Comunidades	45	20%
TOTAL	228	100%



Análisis: El 40% de los encuestados prefieren un turismo de Sol y Playa, esto se debe a que la provincia de Manabí es conocida por sus espectaculares playas. A continuación se encuentra con un 25%, el Eco Turismo como actividad de preferencia del turista que viene a esta zona. En cambio, el 20% prefiere las visitas a las comunidades como una forma alternativa de “hacer turismo” y compartir experiencias con gente oriunda del sector. Finalmente el 15% prefiere un turismo gastronómico, de igual forma por la fama que tiene ésta provincia por sus especialidades gastronómicas provenientes del mar.

10. ¿Qué entiende usted por turismo comunitario?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Visita Zonas Rurales	14	6%
Convivir con Comunidades	119	53%
Participar en Actividades propias	27	12%
Conocer nuevas formas de Vida	65	29%
TOTAL	225	100%



Análisis: Gran parte de las personas encuestadas perciben al Turismo comunitario como la convivencia con una comunidad, así lo refleja el 53%; inmediatamente lo relacionan con el conocimiento de nuevas formas de vida con un 29%; y en menor proporción consideran al turismo Comunitario con participar en actividades propias de la comunidad 12% y la visita de zonas rurales con el 6%.

11. ¿Le gustaría realizar Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa?

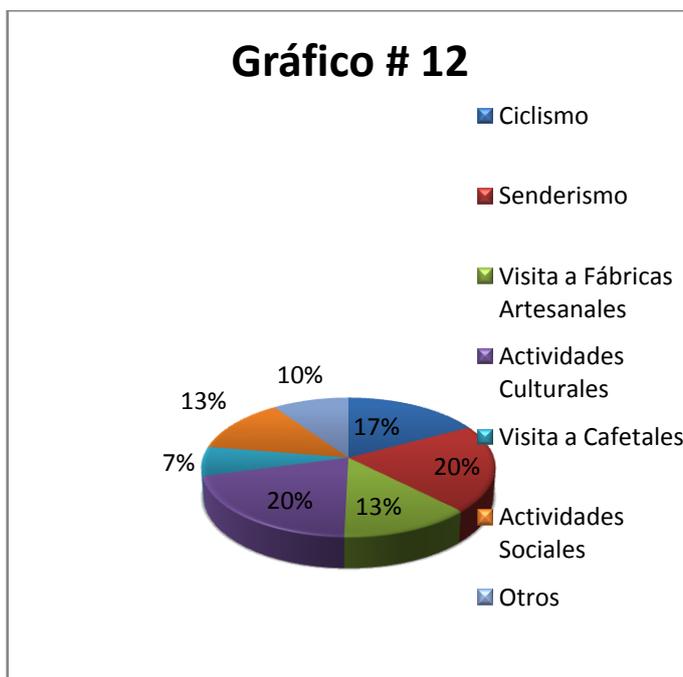
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Si	203	93%
No	16	7%
TOTAL	219	100%



Análisis: Según la información obtenida en esta pregunta, el 93% de los encuestados asintieron es su interés de realizar Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa, a diferencia del 7% que prefiere otras actividades.

12. ¿Qué otras actividades le gustaría realizar en la Comunidad?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Ciclismo	43	17%
Senderismo	51	20%
Visita Fábricas Artesanales	32	13%
Actividades Culturales	51	20%
Visita Cafetales	17	7%
Actividades Sociales	32	13%
Otros	24	10%
TOTAL	250	100%



Análisis: Se puede observar claramente que existe una ligera ventaja en cuanto a las actividades culturales que los turistas les gustaría realizar con un 20% de aceptación; estas actividades culturales se definen como tradiciones propias de un determinado lugar. Seguido con 17% tenemos actividades de ciclismo, haciendo hincapié que los turistas les gustaría visitar atractivos turísticos a través de este medio de transporte. Con 13% de aceptación las actividades sociales y vistas a fabricas artesanales son de interés por parte de los turistas; con el 7% de los encuestados les gustaría conocer las zonas cafetaleras del sector, y un 10% prefiere realizar otras actividades, principalmente realizar un turismo de Sol y Playa.

13. ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?

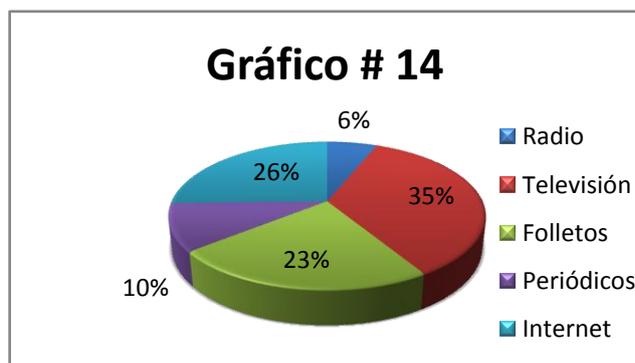
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Casa de Familia	44	20%
Finca	131	60%
Otros	44	20%
TOTAL	219	100%



Análisis: En cuanto al tipo de alojamiento que el turista le gustaría hospedarse, el 60% se inclina por un tipo de alojamiento tipo finca; un 20% tipo casa normal de la ciudad; y un 20% de los encuestados prefiere otro tipo de alojamiento, mencionando que las cabañas con un estilo de casa de campo o finca les llamaría mucho la atención.

14. ¿Cómo le gustaría enterarse acerca del Cantón Jipijapa?

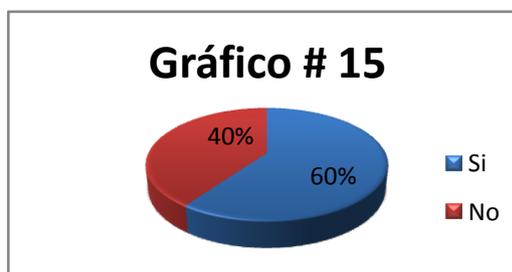
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
Radio	18	6%
Televisión	102	35%
Folletos	67	23%
Periódicos	30	10%
Internet	74	26%
TOTAL	291	100%



Análisis: La información recopilada de ésta pregunta muestra que el 35% de los encuestados les gustaría conocer de los servicios y atractivos turísticos del Cantón, a través de la televisión. Un 26% de los encuestados prefiere saber de estos servicios a través del Internet, el 23% a través de Folletos, el 10% a través del periódico y un 6% a través de la radio.

15. ¿Estaría dispuesto a comprar paquetes turísticos en una Agencia de Viajes para facilitar la visita a los atractivos culturales y naturales del Cantón Jipijapa?

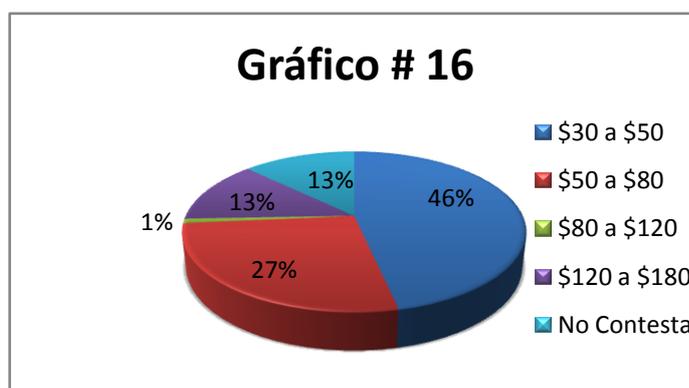
RESPUESTA	No. PERSONAS	%
No	131	60%
Si	88	40%
TOTAL	219	100%



Análisis: El 60% de los encuestados prefieren realizar sus viajes turísticos a través de una agencia de viajes; en cambio un 40% de los encuestados prefieren viajar y conocer los diferentes atractivos turísticos del Cantón por su propia cuenta.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

RESPUESTA	No. PERSONAS	%
\$30 a \$50	102	46%
\$50 a \$80	59	27%
\$80 a \$120	2	1%
\$120 a \$180	28	13%
No Contesta	28	13%
TOTAL	219	100%



Análisis: Se les pregunto el precio a pagar por los servicios turísticos que representaría conocer el Cantón Jipijapa, el 46% de los encuestados dice que el precio ideal sería de \$30 a \$50, un 27% comenta que de \$50 a \$80 es un precio aceptable. El 13% manifiesta que \$120 a \$180 es un precio razonable por conocer los atractivos turísticos de la zona; otro 13% prefiere no contestar, son aquellas personas que prefieren visitar por su propia

cuenta el Cantón; y finalmente el 1% de los encuestados se inclina por un precio \$80 a \$120.

3.8. ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

Para obtener los resultados deseados en la presente investigación, se necesita realizar un estudio de la oferta y demanda turística con la finalidad de conocer a profundidad las necesidades y requerimientos de los turistas, así como, la serie de productos y servicios ofertados en el sector, y el planteamiento de una actividad alternativa, como lo es el turismo comunitario.

3.8.1. ESTUDIO DE LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística está conformada por el conjunto de productos y recursos turísticos tangibles e intangibles, asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición en un mercado competitivo; de esta manera los turistas están dispuestos a adquirir estos servicios para satisfacción de necesidades propias al disfrute de atracciones turísticas, tales como: entretenimiento, recreación, alojamiento, transporte y alimentación; y que implica el desplazamiento de los consumidores en busca de dichos servicios.

3.8.1.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En base al concepto planteado, se distingue que los recursos turísticos constituyen el principal componente de la oferta, dentro del Cantón Jipijapa las manifestaciones culturales, acompañadas de los recursos naturales que el Cantón posee, pueden ser utilizadas como potencialidades turísticas y causa suficiente para originar el desplazamiento turístico. Entre ellas se puede nombrar como principales a las siguientes:

- La labor artesanal
- Las tradiciones y costumbres
- La Gastronomía
- Las festividades
- Actividades agrícolas

A estas manifestaciones culturales, se deben añadir como parte fundamental, todos aquellos atractivos turísticos que posee el Cantón y que se encuentran descritos en el respectivo inventario turístico de este trabajo investigativo, así como todos los servicios que ofrece la planta turística a sus visitantes, como alimentación, recreación, tiendas artesanales, etc., los mismos que se detallan en el Capítulo II.

3.8.1.2. OFERTA ACTUAL

SITIOS DE ALOJAMIENTO EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PLAZAS
HOSTAL			
LOS FRAILES	Malecón	Segunda	60
PUERTO CAYO	Final del Malecón	Segunda	82
VILLA DE ORO	15 de Octubre y P. Franco Maldonado	Tercera	48
HOSTAL RESIDENCIA			
JIPIJAPA	Santiesteban y Eloy Alfaro	Segunda	52
AGUA BLANCA	Alejo Lascano, vía a Puerto Cayo	Segunda	50
MEJÍA	Mejía entre Colón y Santiesteban	Tercera	48
RÍO DE AGUAS VIVAS	Soledispa Franco Klever Augusto	Tercera	22
HOSTERÍA			
LUZ DE LUNA	Vía a la Boca de Cantagallo	Segunda	101
CABAÑA			
LAS PALMERAS	Puerto Cayo, vía a la Boca	Segunda	30
ALEJANDRA	Vía a la Boca de Cantagallo	Segunda	38
EXPEDICIONES CAYO	Av. Guayas y Malecón	Segunda	39
PENSIÓN			
SAN VICENTE	Mejía entre Colón y Juan Montalvo	Tercera	12
SOUL TRAIN	Cdl. Los Ceibos y By pass	Tercera	14
TOTAL			596

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

La oferta turística se encuentra influenciada por la presencia de hostales, residencias, hosterías, cabañas y pensiones. Esta información permitió establecer el número de plazas disponibles en la zona de influencia del proyecto, dando un resultado de **596 plazas**. Sin embargo, de acuerdo al tipo de actividad y alojamiento que se pretende brindar, se determinó un número de **208 plazas**; éste cálculo se lo tomó del total de plazas de cabañas y hostería.

También se considera la competencia directa, de acuerdo al tipo de actividad que se pretende lograr con el presente estudio:

- **Centro Turístico Comunitario Salango**

Salango se encuentra asentada a orillas del pacífico sur de Manabí, en el Cantón Puerto López. El Centro Turístico Comunitario Salango, busca consolidar su proceso de desarrollo considerando como uno de los aspectos principales el ecoturismo comunitario, aprovechando el potencial recurso natural y cultural que posee como una herencia de los pueblos aborígenes que se asentaron en este sector. La diversidad de recursos naturales como la isla Salango, hábitat de especies de aves marinas como los piqueros patas azules, fragatas, pelícanos entre otros, son los atractivos principales del Centro Turístico; también posee un Centro de Investigaciones y Museo Salango CIMS donde se realizan los estudios e investigaciones, se exhiben los objetos hallados en los sitios arqueológicos de la zona.

El propósito principal de la Comunidad Salango es mostrar, difundir, conservar y preservar el ecosistema, forma de vida, costumbres, economía y demás aspectos de la vida de los habitantes de la Comuna. Dentro de los servicios que la Centro Turístico ofrece son:

- Centro de Información Turística.
- Restaurantes.
- Tours.
- Miraderos Ecológicos.
- Hospedaje en cabañas con una capacidad total para 50 personas.

3.8.1.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

También en esta parte del estudio es importante hacer una proyección de la demanda, en base a dicha proyección se pretende contar con un panorama a futuro de la oferta tomando en cuenta algunos factores económicos dentro del país; este procedimiento se lo realiza con la finalidad de conocer el grado de crecimiento de la oferta y evitar una saturación en el mercado.

Según estudios realizados por el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE) y la Agencia de Cooperación Alemana (GTZ), sobre las potencialidades, restricciones y estrategias para el desarrollo económico de Manabí, indica que en la provincia “*existen las potencialidades para un explosivo crecimiento del sector turístico en Manabí en los próximos años*”²⁴. Se calcula que existiría una tasa de crecimiento del 7.2% anual de plazas de ocupación, proyectándose en forma ascendente para los siguientes años:

AÑO	OFERTA FUTURA
2010	208
2011	223
2012	239
2013	256
2014	274
2015	294

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

3.8.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones; es decir, está

²⁴ <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/6945>

conformada por las corrientes de visitantes o turistas que dinamizan la actividad consumiendo el producto turístico y haciendo uso de los servicios correspondientes a la planta turística para la satisfacción total o parcial de sus necesidades y requerimientos.

“La demanda turística se clasifica en demanda actual o real y demanda potencial. La demanda real son las personas que en cierto momento ejecutan actividades turísticas, la demanda potencial son aquellas que las podrían ejecutar”²⁵, esos viajeros que aún no han sido captados por una región o centro turístico cualquiera. Los turistas reales también son consumidores potenciales cuando las necesidades inmediatas no están satisfechas.

La demanda turística se caracteriza por una demanda de atractivos, transporte, alojamiento, alimentación, productos manufacturados y servicios complementarios en el que inciden las diferencias sociales, económicas, políticas, culturales y psicológicas de los turistas reales y potenciales. Además, es expansiva porque tiende a aumentar, y es estratificada según clases sociales, motivaciones y disponibilidad de tiempo.

3.8.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es necesario realizar un análisis de la demanda turística con la finalidad de conocer al grupo de personas que se estaría orientando el presente estudio. Para este efecto, es importante conocer cuantas personas visitan el Cantón en general, así como estimar un número aproximado de visitantes a los centros artesanales.

De esta forma y gracias a los datos proporcionados por el Municipio de Jipijapa, a través de los Reportes de la Oficina Municipal de Información Turística i-Tur, se tiene conocimiento del ingreso de turistas nacionales y extranjeros, su motivación al

²⁵ **JIMÉNEZ.** Luís Fernando, *Teoría...* Ibid, 1990, p. 134

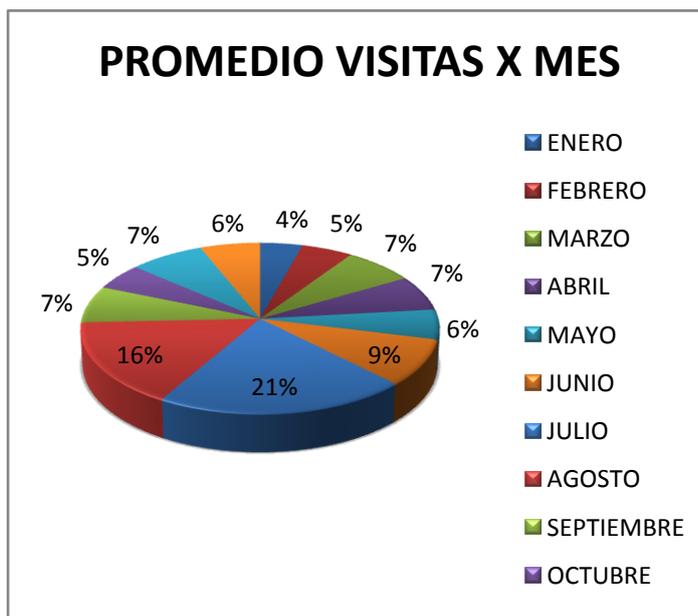
visitar el Cantón Jipijapa y los requerimientos de los mismos como: postales, trípticos, afiches, posters, mapas turísticos, etc.

A continuación se detalla la información obtenida del Municipio de Jipijapa, del ingreso de turistas durante el año 2009:

TURISTAS QUE VISITARON LA OFICINA DEL i-Tur 2009

MES	CANTIDAD VISITANTES
ENERO	52
FEBRERO	63
MARZO	87
ABRIL	82
MAYO	69
JUNIO	107
JULIO	253
AGOSTO	195
SEPTIEMBRE	86
OCTUBRE	62
NOVIEMBRE	92
DICIEMBRE	74
TOTAL	1222

Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa



VISITAS POR MES NACIONALES Y EXTRANJEROS

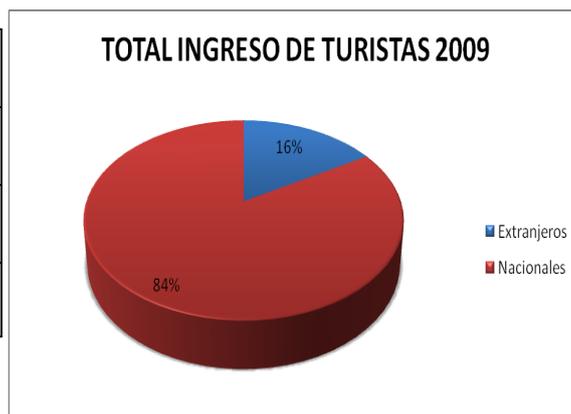
MES / PROCEDENCIA	NACIONALES	EXTRANJEROS
ENERO	38	14
FEBRERO	55	8
MARZO	72	15
ABRIL	69	13
MAYO	59	10
JUNIO	89	18
JULIO	207	46
AGOSTO	176	19
SEPTIEMBRE	75	11
OCTUBRE	45	17
NOVIEMBRE	73	19
DICIEMBRE	63	11
TOTAL	1021	201

Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa



TOTAL INGRESO TURISTAS DURANTE EL 2009

PROCEDENCIA	No.
Extranjeros	201
Nacionales	1021
TOTAL	1222



Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa

Al momento no se tiene un dato completamente registrado del lugar de procedencia de los turistas extranjeros, sin embargo e pudo obtener los siguientes resultados de los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2009, dicha información la proporcionó la Oficina de Munipal de Información Turística de Jipijapa:



Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa



Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa

3.8.2.2. DEMANDA FUTURA

3.8.2.2.1. PROYECCIONES DE LA DEMANDA

La demanda futura es una de los requisitos principales de un estudio de mercado, ya que permite establecer cuantos compradores estarán dispuestos a adquirir los servicios ofertados. Por lo cual es necesario contar con datos históricos del ingreso anual de turistas, los cuales fueron proporcionados por el Ministerio de Turismo. Para

calcular la proyección del número de turistas, el método utilizado que se utilizará en el presente estudio es el de Regresiones o Mínimos Cuadrados. La fórmula es la siguiente:²⁶

Fórmula:

$$Y = y + \left[\frac{\sum XY}{\sum X_2} \right] X$$

A continuación se muestra la cantidad aproximada de turistas que han ingresado al Cantón Jipijapa en los últimos cinco años:

Años	No. Turistas (y)		X= - x	Y= y - y	X ₂	XY
2005	980	0	-2	-111,6	4	223,2
2006	997	1	-1	-94,6	1	94,6
2007	1109	2	0	17,4	0	0
2008	1150	3	1	58,4	1	58,4
2009	1222	4	2	130,4	4	260,8
Totales	5458	10	0	0	10	637
Σ=	5458	10				
Media	1091,6	2				

Fuente: Oficina Municipal de Información Turística de Jipijapa

Reemplazando la fórmula con los valores respectivos se tiene como resultado lo siguiente:

Y = Número de turistas proyectado.

y = 1091.60 Media aritmética del total histórico de turistas durante el periodo de 5 años.

$$\sum XY = 937$$

$$\sum X_2 = 10$$

X = (Año) Tiempo a definir

²⁶ GALLARDO Juan, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, McGraw-Hill Editores, México, 1999.

3.8.2.2.2. DEMANDA TOTAL PROYECTADA

Las proyecciones realizadas para los próximos cinco años, tienden a crecer con respecto al ingreso de turistas como lo indica el cuadro:

AÑOS	FORMULA	No. Turistas Proyectado
2010	$1091,60 + (637/10) 5$	1410
2011	$1091,60 + (637/10) 6$	1474
2012	$1091,60 + (637/10) 7$	1538
2013	$1091,60 + (637/10) 8$	1601
2014	$1091,60 + (637/10) 9$	1665
2015	$1091,60 + (637/10) 10$	1729

Elaborado: Ricardo Sosa

3.8.3. RELACIÓN OFERTA – DEMANDA

Entre la **oferta** y la **demanda turística** se realiza un proceso de compra – venta en el que se determina los precios y se comercializan los servicios y bienes específicos tanto del sector turístico como de otros. Este proceso se caracteriza por el desplazamiento de la parte demandante hacia el lugar donde se ofrecen los productos.

Para ejercer la venta en el mercado, los precios deben ser competitivos y los programas de promoción a gran escala tanto para el turista potencial como para el turista real y consumidor potencial. El turista potencial necesita una información global del producto o servicio, en el que se destaque las características y precio, mientras que el turista real merece detalle de los servicios complementarios y otras alternativas con sus respectivos precios ordenados en niveles.

3.8.3.1. DEMANDA INSATISFECHA

Se conoce como demanda insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que probablemente el mercado consuma en los años futuros, sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.²⁷

3.8.3.2. DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

El análisis entre la oferta y la demanda permite conocer la demanda insatisfecha actual, dato que se obtiene de la diferencia entre la demanda actual con la oferta actual, el resultado determina la cantidad de turistas que la empresa puede captar.

En este caso la demanda insatisfecha actual es de **1014** turistas.

OFERTA ACTUAL	DEMANDA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
208	1222	1014

Elaborado: Ricardo Sosa

3.8.3.3. DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

A continuación se detalla la demanda insatisfecha proyectada en los próximos cinco años:

²⁷ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de proyectos, 4ta edición, México, 2001.

AÑOS	OFERTA FUTURA	DEMANDA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
2010	208	1410	1202
2011	223	1474	1251
2012	239	1538	1299
2013	256	1601	1345
2014	274	1665	1391
2015	294	1729	1435

Elaborado: Ricardo Sosa

3.8.3.4. DEMANDA POTENCIAL

Es importante conocer la demanda potencial del proyecto, es decir, los turistas que no necesariamente visitan el Cantón Jipijapa, pero que sin embargo tienen un gran interés por conocer y participar de actividades turísticas comunitarias en éste Cantón. También se considero las encuestas realizadas a los turistas que visitaron el Cantón Jipijapa, y se tomó el porcentaje de aceptación para las actividades propuestas en el presente estudio.

Para el cálculo correspondiente, se considero el número de turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Machalilla desde el año 2004 hasta el año 2008 (información proporcionada por el Ministerio del Ambiente), y que pueden ser considerados como posibles clientes del proyecto en estudio; posteriormente se realizó una proyección de la demanda para los siguientes años hasta el 2015.

Finalmente se sumo la demanda insatisfecha proyectada con la demanda potencial proyectada de turistas que visitarán el PNM, y se consideró que un 70% de ésta demanda estaría dispuesta a participar en actividades turísticas comunitarias, éste criterio se baso tomando en cuenta el grado de aceptación e interés que esta clase de actividades puede generar en los turistas y que fueron plasmadas en las encuestas realizadas a los visitantes. A continuación se detalla los cálculos correspondientes:

PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL DE EXTRANJEROS AL PNM

Años	No. Turistas (y)		X= - x	Y= y - y	X²	XY
2004	7672	0	-2	-2322,4	4	4644,8
2005	10054	1	-1	59,6	1	-59,6
2006	10847	2	0	852,6	0	0
2007	9192	3	1	-802,4	1	-802,4
2008	12207	4	2	2212,6	4	4425,2
Totales	49972	10	0	0	10	8208
Σ=	49972	10				
Media	9994,4	2				

Elaborado: Ricardo Sosa

PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL EXTRANJEROS PNM

AÑOS	FORMULA	No. Turistas Proyectado
2009	9994,4 + (8208/10) 5	14098
2010	9994,4 + (8208/10) 6	14919
2011	9994,4 + (8208/10) 7	15740
2012	9994,4 + (8208/10) 8	16561
2013	9994,4 + (8208/10) 9	17382
2014	9994,4 + (8208/10) 10	18202
2015	9994,4 + (8208/10) 11	19023

Elaborado: Ricardo Sosa

DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA LOCAL	DEMANDA POTENCIAL PNM	TOTAL DEMANDA POTENCIAL (LOCAL+POT PNM)	TOTAL DEMANDA POTENCIAL (70%)
2010	1202	14919	16121	11285
2011	1251	15740	16991	11894
2012	1299	16561	17860	12502
2013	1345	17382	18727	13109
2014	1391	18202	19593	13715
2015	1435	19023	20458	14321

Elaboración: Ricardo Sosa

En el análisis de la demanda potencial proyectada para el proyecto en estudio, se puede ver claramente como ésta va incrementando a través de los años, y lo cual

representa una excelente oportunidad para la captación de esta demanda para la implementación y crecimiento del Centro Turístico Comunitario en estudio.

3.8.3.5. CÁLCULO DE PLAZAS DEMANDADAS

Para el cálculo de las plazas demandadas, se tomo en consideración las visitas proyectadas que se espera recibir, un mínimo de estadía de 3 noches (según los datos obtenidos en las encuestas realizadas), un porcentaje de ocupación aceptable del 40%, relación de camas ocupadas y el lapso de apertura.

Fórmula:

$$HD = \frac{V \times E}{P \times R \times LA}$$

En donde:

HD = Habitaciones demandadas

V = Visitas esperadas (año 2010)

E = Estadía (mínimo de pernoctaciones 3 noches)

P = Porcentaje de ocupación aceptable (40%)

R = Relación camas ocupadas / habitaciones ocupadas (8)

LA = Lapso de apertura (360 días)

$$HD = \frac{11285 \times 3}{0.40 \times 8 \times 360}$$

$$HD = \frac{33855}{1152}$$

$$HD = 30$$

3.9. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Gracias a las encuestas realizadas a los pobladores y turistas del Cantón Jipijapa, y los resultados de las mismas se ha podido llegar a conclusiones que determinan el comportamiento de la oferta y la demanda, de esta manera se puede establecer a sector de la población estaría dirigido la propuesta en estudio. A continuación se detalla las siguientes conclusiones:

- Se puede concluir que el mes donde el Cantón Jipijapa recibe un mayor número de visitantes son entre los meses de junio, julio y agosto; en un menor número pero sin embargo considerable entre los meses de marzo, abril septiembre y noviembre; y una afluencia que decae entre los meses de enero, febrero, mayo, octubre y diciembre.
- Así mismo, el lugar de procedencia de los turistas se puede observar una relación bien marcada entre turistas Nacionales y Extranjeros, en donde el ingreso de turistas Nacionales supera con un 84% en relación al Extranjero que es de 16%.
- De acuerdo a la información proporcionada por el Municipio de Jipijapa, a través de la oficina de información turística de Jipijapa, se puede deducir que gran parte de los turistas extranjeros que visitan este sector son de Nacionalidad Estadounidense 21%, seguida por turistas colombianos 8%, seguido por España 8%, Chile 8% y Alemania 7%, considerando que estos viajeros visitan el Cantón Jipijapa de forma frecuente, y su motivación es el turismo.

- El comportamiento anual se divide en dos fases: el de la temporada alta que es del corresponde a tres meses de año, de junio, julio y agosto. Y el de la temporada baja encasillado en los meses de enero, febrero, mayo, octubre y diciembre.
- De acuerdo a las perspectivas de la población de Jipijapa, existe una gran apertura para desarrollar un turismo en donde la comunidad participe de forma activa en las diferentes actividades que se pueda plantear.
- En cuanto a las necesidades del Cantón Jipijapa, los pobladores concuerdan que no existe una buena infraestructura turística, lo cual es un punto negativo para el desarrollo óptimo del presente estudio.
- De acuerdo a la permanencia de sus costumbre, los pobladores de Jipijapa consideran que a pesar de que la población adulta mantiene sus costumbres y tradiciones, se debería poner más énfasis en la población joven, debido a que a través de los últimos años, se ha perdido estas manifestaciones culturales, debido a la falta de interés de las instituciones pertinentes y se ha dejado a un lado el intento de rescatar e incentivar un turismo en donde la población participe de forma activa.
- El Cantón Jipijapa posee varios atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados de forma sustentable, sin embargo los pobladores del Cantón creen que la actividad turística se ha limitado al turismo convencional como el de sol y playa, sin embargo creen que se puede ejercer una mayor participación en la actividad turística.
- En cuanto a los visitantes o turistas que llegan a éste sector existe una gran aceptación en la idea de participar en un turismo no convencional (sol y playa), y combinarlo con actividades que involucren la comunidad e intercambiar experiencias.

- Al ser el turismo comunitario una actividad nueva, los turistas están dispuestos a ser asesorados por personas que conozcan del tema, y pagar por estos servicios.
- La demanda potencial proyectada tiende a un crecimiento anual, que favorece al desarrollo de las actividades turísticas deseadas, con un enfoque principal al turista extranjero, que es la persona quien participa en este tipo de actividades turísticas comunitarias, sin dejar de un lado al turista nacional.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio de Factibilidad está compuesto por el Estudio Técnico, que es la reunión y análisis de la información que permite:

- Verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto.
- Determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.

Para desarrollar este capítulo, se tomó en cuenta los siguientes objetivos:

4.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer mediante un estudio técnico los lineamientos necesarios para la creación de un Centro de Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa, con el propósito de elaborar posteriormente un análisis que permita determinar financieramente la factibilidad financiera del proyecto.

4.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Precisar el lugar donde se ejecutará el proyecto.
- Identificar el espacio físico para cada área del Centro de Turismo Comunitario.
- Determinar el tipo de instalación, la materia prima e insumos que se requieren.

- Detallar los equipos e instalaciones físicas adecuadas para el proyecto.
- Definir los servicios turísticos propuestos a desarrollar en el Cantón.

4.2. LOCALIZACIÓN

Este es un punto muy importante en la elaboración del presente proyecto, tomando en cuenta que la ubicación del mismo determinará que sitio es el adecuado para producir un máximo de utilidades con un mínimo de costos.

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Ecuador, es un país ubicado en el noroeste de América del Sur. Limita por el Norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú y al Oeste con el océano Pacífico. Es igualmente el país con la mayor cantidad de especies por kilómetro cuadrado del mundo, y posee una gran diversidad de atractivos turísticos culturales distribuidos por todo su territorio.

El proyecto a desarrollar se ubica en la Provincia de Manabí, limitada al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con la provincia del Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Pichincha, y al oeste con el Océano Pacífico.

Esta provincia es la más privilegiada de la costa de Ecuador con sus 350 kilómetros de playa, geografía caracterizada por acantilados, desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas y rocas; pero también rica en historia, costumbres, tradiciones, gastronomía, que hace de ésta provincia un lugar ideal para realizar actividades de integración con las comunidades existentes.

De igual forma se consideró que el Proyecto a desarrollar se ejecutará en el Cantón Jipijapa, ubicado al sur de Manabí, conocido también como “La Sultana del Café”, por ser el principal productor de café en el Ecuador.

CANTÓN JIPIJAPA



Fuente: <http://www.manabi.gov.ec/cantones/jipijapa>

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

El Cantón Jipijapa posee una gran cantidad de atractivos turísticos naturales y culturales distribuidos dentro de todo el Cantón, sin embargo, y gracias a la información obtenida por el Municipio de Jipijapa, las encuestas realizadas a los pobladores, y el tipo de actividad que la comunidad posee, para tomar en cuenta como un potencial turístico, se determinó que la Comunidad de Sancán, será el punto de referencia para realizar actividades turísticas comunitarias; no obstante se tomará en cuenta atractivos turísticos de alta importancia del Cantón, para ser considerados como lugares a visitar dentro del itinerario que se desarrollará más adelante.

La Comuna Sancán, se encuentra localizada a 11 Km al norte de la cabecera Cantonal de Jipijapa, limita al norte con la Pila, por el sur con Santa Rosa y Seval, al

este con San Pablo y San Francisco, y al oeste con la Comuna Membrillar. La comunidad es eminentemente rural, tiene como principal actividad agrícola la producción de maíz, ya que la mayor parte de sus suelos están plantados de este cultivo, posee una gran variedad árboles frutales y maderables, los mismo que en tiempo de cosecha ayudan a paliar la difícil situación económica de los pobladores, por su ubicación geográfica posee un microclima, factor determinante para la calidad de sus productos.

El sitio escogido para establecer el proyecto de factibilidad se encuentra en una zona ideal para las actividades turísticas comunitarias, en donde existe una excelente interacción entre la naturaleza, y las actividades socioculturales del sector.

También se tomo como punto a considerar los siguientes factores que permitirán el correcto desempeño de las actividades:

- Seguridad
- Espacio Físico
- Visibilidad
- Apariencia
- Disponibilidad de Agua, luz, teléfono
- Accesibilidad

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto del Centro de Turismo Comunitario estará situado en la comunidad de Sancán, lugar propicio por cuanto existe gran actividad de tipo agrícola, ganadera y sus manifestaciones culturales han perdurado durante el tiempo. El lugar para levantar

la construcción posee 5000 metros cuadrados y existe la disposición por parte de la Comunidad Sancán, de ésta forma no hay ningún problema en la ejecución del proyecto.

4.3.1. LA DEMANDA

La realización del proyecto se lo ha considerado de gran importancia para el desarrollo turístico Cantonal, al notar que la mayor parte de turistas que llegan al Cantón lo hace solo de paso, ya que no consideran que exista una oferta turística alternativa que puedan realizar, y se limitan al turismo convencional de sol y playa.

Después de haber analizado los resultados de la investigación de mercado, se determinó que la demanda insatisfecha en función del mercado potencial, está dispuesta a realizar turismo comunitario en el Cantón Jipijapa, sin embargo estas actividades han sido truncadas por la falta de organización y oferta de la comunidad de Sancán; esto quiere decir, que la demanda no constituye un factor limitante para el desarrollo del proyecto.

Con este proyecto se pretende alcanzar toda esa demanda insatisfecha y generar utilidades que sean repartidas dentro de la comunidad involucrada; a pesar de que el Cantón posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales como culturales, no hay ningún programa en donde involucre las actividades agrícolas y manifestaciones culturales de la población rural con las actividades turísticas como fuente generadora de ingresos.

4.3.2. SUMINISTROS E INSUMOS

Se refiere a los materiales que se utilizarán en la elaboración de estructuras en el proceso constructivo, así como materiales complementarios.

En cuanto a los proveedores de insumos se encuentran en la ciudad de Jipijapa, ya que representa una gran ventaja en cuanto tiempo de transporte al encontrarse a 15 minutos de la comunidad de Sancán. Por lo tanto el abastecimiento de suministros e insumos no constituye un obstáculo en la ejecución del proyecto.

4.3.3. VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Este proyecto será de construcción mixta, basada en caña guadua y madera, el techo cubierto con hojas de palma para dar una apariencia de casa de campo típica de la región costanera. Según investigaciones realizadas sobre este tipo de material, se calcula una vida útil de 10 años, sin descuidar el mantenimiento preventivo que debe poseer toda la edificación, para evitar el desgaste y envejecimiento normal.

4.3.4. TECNOLOGÍA Y EQUIPO

La tecnología y equipo no representa ningún inconveniente en la realización del presente proyecto, ya que en el mercado nacional se puede encontrar muy fácilmente todos los equipos y tecnología a implementar, sin embargo la tendencia siempre va ser la de cuidar el medio ambiente y que vaya acorde con el medio en donde se desarrollará el proyecto.

4.3.5. ORGANIZACIÓN

Para la ejecución del proyecto se ve la obligación de contratar personal que coordinen las actividades de los visitantes dentro y fuera del Centro Turístico Comunitario, guías turísticos para cada programa y personal de atención al cliente, quienes deberán ser oriundos de la zona rural o haber nacido en el Cantón Jipijapa, equipos, materiales e insumos.

El recurso humano es importante para la realización del proyecto, por lo cual se ve en la obligación de brindar una adecuada capacitación a la comunidad involucrada, integrando de ésta forma a las diversas familias y formando una verdadera comunidad anfitriona.

4.3.5.1. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS ORGANIZACIONALES

Para el desarrollo de actividades del Centro Turístico Comunitario, se ve la necesidad de incorporar a dicho proyecto el personal encargado de la administración y operación, con el fin de alcanzar los objetivos del proyecto en estudio.

- **Personal Administrativo**

Será la persona encargada de representar legalmente al Centro Turístico Comunitario y por ende a la Comunidad Sancán. Para este efecto se consideró que la persona encargada de ocupar este puesto será el presidente de la comunidad. Las funciones como Administrador serán:

- Suscribir contratos o convenios que el CTC necesite.
- Rendición de cuentas a la Comunidad.
- Supervisar, planificar y coordinar todas las actividades de la empresa.
- Recibir y dar la bienvenida a los turistas.

También dentro del personal administrativo se ha considerado la contratación de un Contador, persona encargada de llevar toda la información financiera y de declarar todos los impuestos conforme a la ley.

La contratación de una persona encargada en Ventas facilitará los ingresos de turistas al CTC, y que la empresa alcance todos sus objetivos para alcanzar la utilidad deseada.

- **Personal Operativo**

Dentro del personal operativo están todas las personas de la comunidad que de una u otra forma contribuyen con el desarrollo de las actividades del CTC. Estas personas actuarán como guías nativos, quienes a través de sus conocimientos e identidad cultural tomarán un papel muy importante mientras dure la visita de los turistas.

Es indispensable la contratación de un guía profesional de turistas y un ayudante del guía, quienes ejercerán un papel importante de soporte para la comunidad. Las funciones que ejecutarán los guías son las siguientes:

- Recibir a los turistas en el CTC o a su vez en la ciudad de Jipijapa que actua como punto principal de arribo de turistas.
- Generar ideas para el mejoramiento del CTC.

- Dirigir a los visitantes en todas las actividades turísticas programadas en el CTC.
- Prestar ayuda en cualquier inconveniente y requerimiento del turista.
- Realizar la guianza en los lugares seleccionados de los diferentes tours a ofertar.
- Apoyar en todas las actividades que se realice en el CTC.
- Dar soporte y apoyo a la comunidad Sancán.
- Coordinar con las comunidades aledañas para visita a los atractivos.
- Seguir continuas capacitaciones que ayuden con el mejoramiento en el servicio del CTC.

Requisitos

- Haber nacido en el sector o lugares aledaños.
- Haber cumplido con la capacitación para Guías Nativos.,
- Tener el carnet otorgado por el Ministerio de Turismo que certifique el desenvolvimiento como guía Nacional.

También se ve conveniente la contratación de una persona encargada de la recepción quien facilitará el ingreso de los turistas que visiten el Centro Turístico Comunitario. Por último es necesario tener gente de soporte para el correcto desempeño de las actividades dentro del CTC, por lo que la contratación de un chofer ayudará en gran manera para que los turistas puedan desplazarse de un lugar a otro; una Ama de Llaves encargada de la limpieza y orden de las habitaciones del CTC, y dos ayudantes personas encargadas de la limpieza de todas las instalaciones y de velar por la seguridad, comodidad y requerimientos de los turistas.

Para un óptimo desarrollo de las actividades se propone algunas estrategias que involucra a la comunidad y a todo el personal inmerso en el presente proyecto, de ésta forma se plantea las siguientes acciones a tomar:

CAPACITACIÓN A PERSONAL ADMINISTRATIVO

Acción	Temas
Capacitación	Administración
	Contabilidad básica
	Marketing y Ventas
	Hostelería
	Primeros Auxilios
	Turismo

Elaborado: Ricardo Sosa

CAPACITACIÓN A PERSONAL OPERATIVO

Acción / Guías	Temas
Capacitación	Atención al Cliente
	Guianza
	Gestión e Impacto Ambiental
	Inglés Básico
	Primeros Auxilios
Acción / Personal cocina	
Capacitación	Atención al cliente
	Inglés Básico
	Hotelería
	Primeros Auxilios
	Técnicas de servicio de restaurante

Elaborado: Ricardo Sosa

CAPACITACIÓN A TODA LA COMUNIDAD

Acción	Temas
Capacitación	Atención al Cliente
	Administración Agrícola
	Gestión e Impacto Ambiental
	Inglés Básico
	Primeros Auxilios

Elaborado: Ricardo Sosa

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1. TIPOLOGÍA

El presente proyecto está dirigido a la aplicación de conocimientos basados en el estudio de mercado con la finalidad de crear una oferta turística en la cual esté involucrada la comunidad.

De esta forma el presente Estudio de Factibilidad ha considerado que la creación del Centro Turístico Comunitario (CTC) equipadas con cabañas en la comunidad Sancán, constituye la opción más adecuada para la implementación de la oferta turística deseada.

4.4.2. CONSTRUCCIÓN DEL ALOJAMIENTO EN EL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO

El proyecto estará constituido de una construcción mixta basada en caña guadua y madera, con pisos y estructura de madera. El techo tendrá una estructura en madera cubierta con hojas de palma que se encuentra fácilmente en la zona. Se tomo como alternativa estos materiales primeramente por su resistencia, durabilidad y porque son materiales que se consiguen fácilmente en la zona, además que no genera un impacto visual negativo.

La utilización de estos materiales permitirá crear un ambiente propicio de casa de campo, el espacio de cada cabaña está estimado en 90 metros cuadrados. El proyecto se desarrollará de la siguiente manera:

- Se construirá el Centro turístico Comunitario con un área de 5.000 metros cuadrados, donde se colocarán las áreas de: recepción que funcionará como centro de información turística, cocina, comedor, baños, una pequeña sala de estar donde los huéspedes podrán reunirse y 6 cabañas con capacidad para 5 personas cada una.
- Los materiales que se utilizarán en el proyecto tendrá una íntima relación con los utilizados en este tipo de construcciones rurales de la zona, con el propósito de tener una armonía con las construcciones aledañas.
- Todas las cabañas tendrán la misma dimensión (90 mts cuadrados), estas tendrán una capacidad para albergar a 5 personas.
- Se construirá 6 cabañas de la siguiente forma:

Total cabañas: 6	Capacidad: 5 personas c/u
5 Cabañas: 3 camas de 1 1/2 plazas + 2 camas de 2 plazas. Total 5 personas.	
1 Cabaña: 5 camas de 1 1/2 plazas	
*Cada cabaña tiene baño, y una pequeña sala de estar y un espacio en la parte de afuera para una hamaca.	

- Las cabañas contarán con camas de 2 plazas, camas de 1 1/2 plaza; los dormitorios estarán dotados de clósets, camas y sus respectivos veladores, una pequeña sala de estar y un baño completo.
- Las cabañas deberán tener acceso a las zonas agrícolas, ya que se pretende que el turista sea participe de las actividades agrícolas de la comunidad.
- Las cabañas deberán ser construidas con un diseño arquitectónico que vaya de acuerdo al espacio rural y su entorno.
- Se construirá una cabaña que será destinada como área administrativa y de recepción para el turista.

- Se construirá un área de 120 metros cuadrados destinado para la cocina y comedor comunal.
- Un pozo séptico que constituya una forma de permitir la sedimentación de los sólidos contenidos en las aguas residuales y retener material flotante.
- Finalmente se construirá una torre que servirá para colocar un tanque elevado de agua.

4.4.3. DESCRIPCIÓN Y DECORACIÓN DEL PROYECTO

4.4.3.1. PARTE EXTERNA

La parte externa del proyecto estará diseñada y decorada con plantas y adornos típicos del sector, resaltando de ésta forma las manifestaciones culturales de la zona. Adicional se tomará en cuenta un diseño vanguardista de las cabañas, sin olvidar que en este tipo de construcciones debe tener una estrecha relación al entorno que lo conforma.

Se ubicarán algunas hamacas en el exterior de las cabañas, para que el turista pueda descansar al aire libre, y pueda tener un momento de contacto con la naturaleza.

La iluminación en el exterior estará dado por faros cubriendo las cabañas, de igual forma se hará un pequeño sendero iluminado, para dar un espacio al turista en caso de que quiera salir por los alrededores.

Se delimitará la totalidad del terreno, para evitar confusión y salvaguardar la integridad del turista evitando que este se pierda por el campo. Se destinará la señalética apropiada dentro del entorno que sirva como instrumento de ubicación y orientación al turista, los materiales a utilizar deben ser propios de la zona.

Un espacio al aire libre, destinado para el desarrollo de actividades culturales y sociales, será un aspecto fundamental para el intercambio de experiencias y vivencias para el visitante.

4.4.3.2. PARTE INTERNA

Tanto la recepción como las cabañas poseerán decoraciones muy similares, con un estilo rural tradicional de la costa manabita. Las cabañas estarán equipadas con camas hechas de madera, al igual que todos los muebles, un toldo cubrirá las camas. En la recepción se encontrará un botiquín de auxilios.

4.4.4. REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mobiliario -Área de Recepción y Descanso	
Mesa de centro	3
Mueble para 2 personas	2
Mueble para 3 personas	5
Mini componente	1
Nevera	1
Ventilador de pedestal	2
DVD	1
Televisor	1
Mobiliario -Área Administrativa	
Escritorio	1
Sillas	3
Vitrina	1
Archivadores	2
Central Telefónica para 2 extensiones	1
Pizarrón para marcador de tiza líquida	1
Basurero de oficina	3
Mobiliario -Área Hospedaje	
Camas 2 plazas	10

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Camas 1 1/2 plaza	20
Colchones 2 plazas	10
Colchones 1 1/2 plaza	20
Veladores	35
Taburetes	35
Espejos	30
Toldo Mosquitero	30
Lámparas	35
Armarios	30
Cesto de basura	30
Hamacas	10
Mobiliario -Área Comedor y Cocina	
Mesa rectangular para comedor de 6 personas	5
Sillas para comedor	30
Muebles de Cocina	4
Equipo de Cocina	
Refrigerador	1
Licuadora	2
Extractor de jugos	1
Cafetera West Bend	1
Cocina semi-industrial 4 quemadores	1
Cilindro de gas	2
Sanduchera	2
Tostadora	1
Equipo de Computación	
Computador	1
Equipo de Oficina	
Teléfono	2
Fax	1
Impresora y copiadora Láser	1
Calculadora de oficina	3
Lencería	
Toallas Grandes	60
Toallas Pequeñas	60
Servilletas de tela	60
Toallas de cocina (docena)	1
Menaje	
Juego de sábanas 2 plazas	10
Juego de sábanas 1 1/2 plaza	20
Almohada	60
Cortinas de Baño	30
Cortinas	10
Planchador	3

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Plancha	3
Bicicletas	20
Cascos para bicicleta	22
Armadores (docena)	5
Botas (par, diferentes tamaños)	30
Ceniceros	34
Juegos de mesa (actividades lúdicas)	3
Botiquín de primeros auxilios	1
Cristalería y Cubertería	
Vasos para jugo	40
Vajilla Corona 20 pzs (5 platos soperos, 5 tendidos, 5 platos de tazas, 5 tazas)	6
Plato para postre	30
Bandejas	3
Juego de cubiertos 16 pzs para 4 puestos: cuchara sopera, tenedor, cuchillo de mesa, cuchara de café	8
Ollas altas de acero	2
Ollas medianas de acero	2
Olla express	2
Cuchillos para cocina (juego)	2
Cucharones	4
Espátulas	1
Sartén Imusa	3
Coladores (juego de diferentes tamaños)	1
Moldes de aluminio	2
Exprimidor	3
Tablas de picar	2
Jarra para jugo	5
Rayador	1
Azucareros, saleros y pimenteros (unidad)	6
Suministros de Oficina	
Esferográficos negros (caja)	2
Esferográficos azules (caja)	2
Lápices (caja)	2
Resma de Papel Bond A4	2
Perforadora	1
Almohadilla de Sellos	3
Tinta correctora	5
Papel Continuo (caja)	2
Grapadora	2
Clips (caja)	5
Carpetas para archivadores	15
Marcadores de Tiza líquida (caja)	5

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Inventario	
Shampoo (unidad personal)	500
Jabón de tocador (unidad personal)	500
Trapeadores	10
Escobas	10
Recogedor de basura	5
Tanques de basura	3

Elaborado: Ricardo Sosa

4.4.5. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

El estudio de factibilidad para la implementación de Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa que se desarrolla a continuación, es un instrumento estratégico que propone acciones para el desarrollo turístico del cantón Jipijapa.

El Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Sancán es un proyecto que busca dar a conocer la cultura de los pueblos montubios, para lo cual tenemos como actores principales a las propias comunidades que mediante una correcta organización podrá desarrollar una adecuada actividad turística.

Basado en el estudio de mercado que se realizó y que permitió identificar las necesidades y expectativas tanto de los pobladores, como de los turistas que ingresan al Cantón, se pudo identificar las siguientes opciones de servicio:

4.4.5.1. HOSPEDAJE

El Hospedaje se lo realizará en cabañas ecológicas, equipadas con todos los servicios necesarios para una permanencia confortable, sin que estas comodidades afecten el medio ambiente.

4.4.5.2. ALIMENTACIÓN

El servicio de alimentación está hecho a base de productos típicos del lugar como verde yuca, plátano, maíz, maní, mariscos, y muchos productos más que se producen en la zona de Jipijapa, así también los platos típicos del sector para la alimentación diaria de los turistas. Este servicio se realizará por personal de la comunidad, los cuales recibirán un aporte económico por los servicios prestados.

4.4.5.3. CAMINATAS, SENDEROS GUIADOS

El lugar del proyecto se encuentra ubicado en una zona perfecta para realizar este tipo de actividades, en los cuales se puede realizar caminatas dirigidas e interpretación ambiental. Para lo cual se ha diseñado senderos cortos para principiantes y personas de edad avanzada, y otros tipos de senderos para gente experimentada.

4.4.5.4. VISITA A PLANTACIONES AGRÍCOLAS

Este sector es conocido por su producción agrícola, actividad que se puede aprovechar para fines turísticos con participación de la comunidad. Para lo cual se ha diseñado actividades de reconocimiento de las plantaciones agrícolas de café, maíz, etc.

4.4.5.5. MANIFESTACIONES CULTURALES

El tiempo compartido entre turistas y miembros de la comunidad se convierte en una manifestación cultural, sin embargo, a través de un coordinado desempeño de las

personas involucradas con la administración y guianza, se puede organizar diferentes presentaciones culturales y actividades que involucre a la comunidad con los turistas, tales como danza y/o música, los “*amor fino*”, fogatas, narración de cuentos y leyendas, etc.

Estas presentaciones culturales se podrán llevar a cabo en gran parte gracias al apoyo y disposición del grupo de danza “*Xipi Danza*”, en la cual su representante Lcda. Norma Nieto, Directora del Centro Cultural de Jipijapa, manifestó su completa apertura para estos fines que ayudan al desarrollo cultural del Cantón.

4.4.5.6. INFORMACIÓN TURÍSTICA

La información turística es un elemento muy importante para el desarrollo del proyecto y desarrollo turístico del Cantón. De esta forma en el Centro de Turismo Comunitario existirá un espacio destinado para promocionar los destinos turísticos del Cantón Jipijapa.

Adicional se recabará información correspondiente para mejora del proyecto en sus servicios, así como sugerencias y comentarios de posibles destinos o actividades que el turista le gustaría realizar; información que será recopilada para tomar las acciones correspondientes y buscar una nueva oferta potencial dentro del sector turístico.

4.5. MISIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO

Proponer una alternativa de diversificación de turismo en el Cantón Jipijapa, buscando el mejoramiento del nivel de vida de sus habitantes a través del óptimo uso de los recursos naturales y culturales, por medio del trabajo y organización comunitaria.

4.6. VISIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO

Garantizar la conservación del medio ambiente, así como las distintas costumbres y tradiciones ancestrales de la población, mediante el posicionamiento del turismo comunitario como una fuente generadora de empleo y como un eje de desarrollo y progreso tanto económico como cultural para los habitantes.

4.7. OBJETIVOS DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO

- Generar propuestas coordinadas con la comunidad involucrada para la creación de una oferta de alojamiento y recreación.
- Ofrecer a los habitantes de las comunidades una fuente alternativa generadora de empleo, a través de actividades turísticas debidamente organizadas.
- Capacitar a los habitantes de las comunidades para que puedan desarrollar eficientemente sus actividades, satisfaciendo las necesidades de los turistas más exigentes.
- Estimular la recuperación de la artesanía local.
- Incentivar la recuperación de la gastronomía y cocina tradicional, con base en productos locales y naturales.

4.8. ACTIVIDADES PROPUESTAS

Las actividades propuestas son las siguientes:

- Visitas a explotaciones o agroindustrias tradicionales, tomando como base que el Cantón Jipijapa es una zona netamente agrícola.
- Caminatas por senderos.
- Participación en fiestas, juegos, narración de leyendas, mitos, costumbres de la comunidad.
- A través del Centro Cultural, se organizarán una noche cultural, con danzas, narración de leyendas, los amor fino.
- Visitas y recorridos del patrimonio artístico y arquitectónico rural.
- Promoción de la gastronomía local y cursos de cocina tradicional.

4.9. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

El Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Sancán – Cantón Jipijapa, es un proyecto que pretende brindar una oferta turística diferenciada, con una infraestructura de personal de gran calidad mediante la continua capacitación y creación de experiencias entorno de la vivencia rural, con la finalidad de dar a conocer la cultura montubia a través de la organización y gestión local. Para alcanzar los objetivos deseados y en base al estudio de mercado, la forma de comercializar y dar a conocer los servicios del CTC, será a través de anuncios publicitarios en televisión en fechas específicas como: carnaval, temporada de avistamiento de ballenas, etc. Otra forma de

comercializar los servicios será a través de una página web, folletos, trípticos, dípticos y vallas ecológicas.

4.10. DESCRIPCIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS

Se crearon algunos circuitos como opción para que los visitantes puedan conocer más de cerca las actividades que realiza la comunidad de Sancán, se tomó como referencia la actividad agrícola, como el cultivo de café, maíz, y también las actividades tradicionales que hacen únicas a este pueblo ancestral. El presente estudio sobre el Turismo Comunitario, se pretende involucrar a la comunidad, como ente participativo de los circuitos que se detallan a continuación:

4.10.1. CIRCUITOS TURÍSTICOS

“PAQUETES DE OPERACIÓN, PROYECTO CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SANCÁN”

CIRCUITO 2D/1N

Duración:	2 días – 1 noche
Ubicación:	Cantón Jipijapa – Comuna Sancán
Temperatura:	24°C – 26°C
Altura:	700 msnm
Precio:	\$60 por pax

Descripción del Circuito:

Día 1

Este circuito inicia en la ciudad de Jipijapa con dirección a la comuna Sancán. Llegada y acomodación en el Centro Turístico Comunitario. Visita a las instalaciones.

Charla sobre el proyecto, historia, actualidad comunitaria y geográfica de la zona. Vista a familias de la comunidad. Actividades habituales de la comunidad (agricultura y ganadería). Elaboración de los famosos platos típicos que caracterizan a este pueblo. Almuerzo en el comedor comunitario. Caminata con guía nativo por los senderos. Visita a un área de producción agrícola, donde podrá observar el proceso del cultivo del maíz. Regreso a las instalaciones. Actividades de recreación, fogata, cena de bienvenida. Noche cultural con el grupo de danza “*Xipi Danza*”. Acomodación.

Día 2

Desayuno montubio. Actividades de convivencia con la comunidad. Transporte en vehículo al sitio del El Anegado. Visita plantación de café. Caminata a la cascada de Bajo Grande. Almuerzo en El Anegado. Regreso a la comuna Sancán. Finalización del circuito.

Incluye:

- *Guía Nativo acompañante durante todo el tour.*
- *Alimentación descrita en los servicios.*
- *Transporte en vehículo.*
- *Alojamiento.*
- *Entrada a los atractivos turísticos a visitar.*

No Incluye

- *Servicios adicionales, bebidas y comidas no especificados en el circuito.*
- *Otros servicios no especificados en el paquete.*
- *Compra de artesanías.*
- *Los precios no incluyen IVA*

CIRCUITO 3D/2N

Duración:	3 días – 2 noches
Ubicación:	Cantón Jipijapa – Comuna Sancán
Temperatura:	24°C – 26°C
Altura:	700 msnm
Precio:	\$96 por pax

Descripción del Circuito:

Día 1

Este circuito inicia en la ciudad de Jipijapa con dirección a la comuna Sancán. Llegada y acomodación en el Centro Turístico Comunitario. Visita a las instalaciones. Charla sobre el proyecto, historia, actualidad comunitaria y geográfica de la zona. Vista a familias de la comunidad. Actividades habituales de la comunidad (agricultura y ganadería). Elaboración de los famosos platos típicos que caracterizan a este pueblo. Almuerzo en el comedor comunitario. Caminata con guía nativo por los senderos. Visita a un área de producción agrícola, donde podrá observar el proceso del cultivo del maíz. Regreso a las instalaciones. Actividades de recreación, fogata, cena de bienvenida. Noche cultural con el grupo de danza “*Xipi Danza*”. Acomodación.

Día 2

Desayuno montubio. Actividades de convivencia con la comunidad. Transporte en vehículo al sitio del El Anegado. Visita plantación de café. Caminata a la cascada de Bajo Grande. Almuerzo en El Anegado. Regreso a la comuna Sancán. Relato de leyendas y mitos de la zona. Cena con una familia de la comuna. Acomodación.

Día 3

Desayuno con una familia de la comuna. City Tour por la ciudad de Jipijapa. Visita a los pozos de Choconchá, Andil, Chade. Caminata a la cascada de *Maryland* en

la comunidad de Agualán, parroquia Pedro Pablo Gómez. Almuerzo en una casa de la comunidad. Regreso a la comuna Sancán. Finalización del circuito.

Incluye:

- *Guía Nativo acompañante durante todo el tour.*
- *Alimentación descrita en los servicios.*
- *Transporte en vehículo.*
- *Alojamiento.*
- *Entrada a los atractivos turísticos a visitar.*

No Incluye

- *Servicios adicionales, bebidas y comidas no especificados en el circuito.*
- *Otros servicios no especificados en el paquete.*
- *Compra de artesanías.*
- *Los precios no incluyen IVA*

CIRCUITO 4D/3N

Duración:	4 días – 3 noches
Ubicación:	Cantón Jipijapa – Comuna Sancán
Temperatura:	24°C – 26°C
Altura:	700 msnm
Precio:	\$142 por pax

Descripción del Circuito:

Día 1

Este circuito inicia en la ciudad de Jipijapa con dirección a la comuna Sancán. Llegada y acomodación en el Centro Turístico Comunitario. Visita a las instalaciones. Charla sobre el proyecto, historia, actualidad comunitaria y geográfica de la zona. Vista a familias de la comunidad. Actividades habituales de la comunidad (agricultura y ganadería). Elaboración de los famosos platos típicos que caracterizan a este pueblo. Almuerzo en el comedor comunitario. Caminata con guía nativo por los senderos. Visita a un área de producción agrícola, donde podrá observar el proceso del cultivo del maíz. Regreso a las instalaciones. Actividades de recreación, fogata, cena de bienvenida. Noche cultural con el grupo de danza “*Xipi Danza*”. Acomodación.

Día 2

Desayuno montubio. Actividades de convivencia con la comunidad. Transporte en vehículo al sitio del El Anegado. Visita plantación de café. Caminata a la cascada de Bajo Grande. Almuerzo en El Anegado. Regreso a la comuna Sancán. Relato de leyendas y mitos de la zona. Cena con una familia de la comuna. Acomodación.

Día 3

Desayuno en la ciudad de Jipijapa. Visita a los pozos de Choconchá, Andil, Chade. Caminata a la cascada de *Maryland* en la comunidad de Agualán, parroquia

Pedro Pablo Gómez. Almuerzo en una casa de la comunidad. Regreso a la comuna Sancán. Tiempo libre. Noche cultural con el grupo de danza “*Xipi Danza*” en el parque de Jipijapa. Cena en el comedor comunitario. Acomodación.

Día 4

Desayuno con una familia de la comuna. Curso de cocina tradicional manabita. Tour escénico por alrededores del Cantón. Almuerzo en Sancán. Finalización del circuito.

Incluye:

- *Guía Nativo acompañante durante todo el tour.*
- *Curso de cocina tradicional manabita.*
- *Alimentación descrita en los servicios.*
- *Transporte en vehículo.*
- *Alojamiento.*
- *Entrada a los atractivos turísticos a visitar.*

No Incluye

- *Servicios adicionales, bebidas y comidas no especificados en el circuito.*
- *Otros servicios no especificados en el paquete.*
- *Compra de artesanías.*
- *Los precios no incluyen IVA*

4.10.2. TOURS PROMOCIONALES

TOUR 1

Jipijapa – Comuna Sancán – El Anegado - Jipijapa

Nuestro tour comienza en la ciudad de Jipijapa “*La Sultana del Café*”, sitio de gran historia y cultura, donde una visita por la plazoleta nos remontará a la historia de este pueblo de grandes guerreros. Posteriormente nos dirigiremos a la comuna de Sancán, sitio donde fue la primera fundación de Jipijapa y lugar donde se preparan las exquisitas tortillas de maíz, en este lugar conoceremos de forma más cercana la vida del hombre *Montubio*, visitaremos las plantaciones agrícolas de maíz, yuca, sandía, y podremos participar de la elaboración de los famosos platos típicos que caracterizan a este pueblo. Un delicioso almuerzo preparado por especialistas de la comida manabita nos esperará en el comedor comunal de nuestras instalaciones.

A continuación nos dirigiremos a la comuna de El Anegado, sitio donde se cultiva grandes plantaciones de café. Degustaremos del exquisito café pasado y entenderemos porque esta tierra es conocida como “*La sultana del Café*”. Finalmente nuestro tour terminará sin antes conocer la majestuosa cascada de Bajo Grande en El Anegado.

TOUR No. 1

Itinerario	Actividades
9:30	Jipijapa City tour
10:30	Comuna Sancán Visita plantaciones agrícolas Elaboración de las tortillas de maíz con la gente de la comunidad
12:30	Almuerzo en el comedor del CTC
14:00	El Anegado Caminata a las plantaciones de café Caminata a la cascada de Bajo Grande
17:00	Finalización del Tour
Servicios Incluidos	Transporte, almuerzo, guía nativo, lunch, entrada a las plantaciones agrícolas.
Precio	\$39 por pax

Elaborado: Ricardo Sosa

- *Los precios no incluyen IVA*

TOUR 2

Jipijapa – El Anegado – Jipijapa – Choconchá – Andil – Chade - Comuna Sancán

En este tour de un día podrá conocer una gran variedad de paisajes característicos de la zona recorriendo ciertos parajes en bicicleta. El día comienza muy temprano en la ciudad de Jipijapa, lugar donde le esperara un guía especializado para dirigirnos al sitio de El Anegado, donde podrá conocer las plantaciones de café y su proceso productivo. En este lugar usted podrá degustar de las tortillas de yuca acompañado del famoso café pasado. Posteriormente nos dirigiremos nuevamente a la ciudad de Jipijapa donde nuestro guía nos esperara para seguir nuestro tour en bicicleta. Nuestro recorrido de 15 Km nos permitirá conocer los pozos de Choconchá, Andil y Chade, donde se dice que en estos sitios cavados por los nativos, se logró esconder una

parte del oro que poseían. Finalmente nuestro recorrido terminará en la Comuna Sancán, donde podremos participar y degustar de la elaboración de los famosos platos típicos que caracterizan a este pueblo.

TOUR No. 2

Itinerario	Actividades
7:30	Jipijapa Recorrido en vehículo al sitio de El Anegado
7:45	El Anegado Visita plantaciones de café Degustación de las totillas de yuca y del café pasado
9:30	Jipijapa Partida en bicicleta
10:00	Choconchá - Andil - Chade Recorrido en bicicleta hasta llegar a los pozos. Leyendas del sector
12:00	Comuna Sancán Elaboración de las tortillas de maíz con la gente de la comunidad
13:30	Almuerzo en el comedor del CTC Tiempo libre y de convivencia en la comunidad
16:00	Finalización del Tour
Servicios Incluidos	Transporte en vehículo, guía nativo, lunch, entrada a las plantaciones agrícolas, pozos, almuerzo, bicicletas.
Precio	\$46 por pax

Elaborado: Ricardo Sosa

- *Los precios no incluyen IVA*

TOUR 3

Jipijapa – Comuna Sancán – Jipijapa

El tour comienza en la ciudad de Jipijapa, donde un guía especializado lo llevará a la Comuna Sancán para pasar un día de convivencia con la comunidad. Ahí usted conocerá las plantaciones agrícolas del sector, esta caminata será enriquecida con las leyendas y mitos de la zona; el grupo de danza de Jipijapa “*Xipi Danza*” nos deleitara con los bailes montubios y los “*amor fino*”. Aprenderá a cocinar las especialidades culinarias de este Cantón, y vivirá más de cerca las tradiciones culturales de esta ancestral comuna. Finalmente un delicioso almuerzo será el punto final de este espectacular e inolvidable encuentro con este pueblo montubio.

TOUR No. 3

Itinerario	Actividades
9:00	Jipijapa Recorrido en vehículo a la comuna Sancán
9:15	Comuna Sancán Visita plantaciones agrícolas Actividades culturales con el grupo de danza <i>Xipi Danza</i> Elaboración de las tortillas de maíz con la gente de la comunidad
13:00	Almuerzo en el comedor del CTC Tiempo libre y de convivencia en la comunidad
16:00	Finalización del Tour
Servicios Incluidos	Transporte en vehículo, guía nativo, entrada a las plantaciones agrícolas, almuerzo.
Precio	\$38 por pax

Elaborado: Ricardo Sosa

- *Los precios no incluyen IVA*

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El presente Capítulo a desarrollar constituye la técnica financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, es decir, el Estudio Financiero es el encargado de demostrar la factibilidad económica del proyecto en el cual los puntos indispensables de ser analizados son: la cantidad de recursos económicos que el proyecto necesita para un óptimo funcionamiento, punto de equilibrio y todos los soportes financieros que estos requieren. Con estas variables se puede determinar el periodo de recuperación de capital e inversiones realizadas, ganancias, y sobre todo factibilidad económica del proyecto²⁸.

5.2. OBJETIVO GENERAL

Determinar la inversión necesaria para la viabilidad del proyecto en estudio, considerando las fuentes de financiamiento necesarias para el desarrollo de las actividades operacionales desde sus inicios, determinando de la manera más óptima y conservadora la rentabilidad y el tiempo de recuperación de la inversión.

²⁸ CAIMINAGUA, Margarita Alejandra, *Creación de un Centro de Turismo Comunitario Waskila – Yumbo ubicado en la Comunidad Santa Rosa de Suno, Cantón Loreto, Provincia de Orellana*, Tesis, UTE, Quito, 2009, p. 187.

5.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la rentabilidad del proyecto en estudio.
- Determinar el monto de inversión requerida para la creación del Centro de Turismo Comunitario en la comunidad de Sancán – Cantón Jipijapa.
- Establecer y analizar las posibles fuentes de financiamiento.
- Estipular el tiempo de recuperación de la inversión.
- Efectuar una evaluación económica a través del TIR y VAN.

5.3. INVERSIÓN

La inversión son todos los rubros y/o gastos que el proyecto debe desembolsar o realizar para dar inicio a su funcionamiento y lograr un óptimo desempeño, por ende lograr rentabilidad en periodos posteriores. Estos gastos tiene varios componentes contables, tales como: activos fijos, activos corrientes así como el capital de trabajo. Es decir la inversión es el monto de recursos financieros que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como las erogaciones que se requieren durante su funcionamiento para reponer los activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones (reinversión) integrando por capital propio de la empresa y préstamos, para destinarlo a las actividades productivas con el fin de obtener beneficios o utilidad²⁹.

Para la descripción de la inversión total del proyecto, se tomará como referencia el Estudio Técnico (Capítulo IV), para detallar cada uno dándole el valor comercial que estos tienen en el mercado.

²⁹ CAIMINAGUA, Margarita Alejandra, *Creación de un Centro.....*, Ibíd., p. 188 - 189.

5.3.1. INVERSIÓN FIJA

“Es la adquisición o aporte propio del socio hacia la futura instalación de la empresa que se les otorga como activos de larga duración que permiten la operación del negocio: terrenos, edificios e instalaciones, vehículos, maquinarias y equipos, muebles y enseres”³⁰.

Cabe mencionar que la comunidad de Sancán posee tierra que destinan para actividades productivas a favor de la Comunidad, por lo que están dispuestos a entregar 5000 metros cuadrados para el levantamiento del Centro Turístico Comunitario, y cuyo terreno está valorado en USD 25.00 el metro cuadrado, es decir por los 500 metros cuadrados USD 125000. A continuación detallo la inversión fija con la que cuenta la comuna de Sancán:

INVERSIÓN EXISTENTE

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD
Terreno	metro cuadrado	5000	25	125000

Elaborado: Ricardo Sosa

5.3.2. ACTIVOS FIJOS

Se consideran activos fijos a todos los elementos que son requeridos por la empresa de una manera permanente y que serán utilizados por esta sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas; estos suman la cantidad de **\$345646 dólares.**

³⁰ Manual de Proyectos de Desarrollo Económico, 2002

Activos Fijos	Cantidad	Valor Unitario	345646
Terreno			125000
Construcción (Obra Civil)			165700
Construcción Cabañas	10	12000	120000
Construcción Área Administrativa	1	15000	15000
Construcción Área Recepción y Descanso	1	13200	13200
Construcción Cocina y Comedor	1	15000	15000
Construcción Pozo Séptico	1	1500	1500
Tanque elevado	1	1000	1000
Vehículos			26000
Furgoneta	1	26000	26000
Maquinaria			750
Extintores	1	150	150
Bomba de Agua 100 HP	1	600	600
Mobiliario			25336
Mobiliario -Área de Recepción y Descanso			2344
Mesa de centro	3	80	240
Mueble para 2 personas	2	100	200
Mueble para 3 personas	5	150	750
Mini componente	1	280	280
Nevera	1	300	300
Ventilador de pedestal	2	42	84
DVD	1	140	140
Televisor	1	350	350
Mobiliario -Área Administrativa			722
Escritorio	1	150	150
Sillas	3	40	120
Vitrina	1	100	100
Archivadores	2	50	100
Central Telefónica para 2 extensiones	1	200	200
Pizarrón para marcador de tiza líquida	1	40	40
Basurero de oficina	3	4	12
Mobiliario -Área Hospedaje			19390
Camas 2 plazas	10	280	2800
Camas 1 1/2 plaza	20	240	4800
Colchones 2 plazas	10	200	2000
Colchones 1 1/2 plaza	20	145	2900
Veladores	35	40	1400
Taburetes	35	5	175
Espejos	30	25	750

Toldo Mosquitero	30	25	750
Lámparas	35	45	1575
Armarios	30	60	1800
Cesto de basura	30	8	240
Hamacas	10	20	200
Mobiliario -Área Comedor y Cocina			2880
Mesa rectangular para comedor de 6 personas	5	180	900
Sillas para comedor	30	50	1500
Muebles de Cocina	4	120	480
Equipo de Cocina			1683
Refrigerador	1	900	900
Licuadaora	2	60	120
Extractor de jugos	1	65	65
Cafetera West Bend	1	68	68
Cocina semi-industrial 4 quemadores	1	300	300
Cilindro de gas	2	50	100
Sanduchera	2	40	80
Tostadora	1	50	50
Equipo de Computación			800
Computador	1	800	800
Equipo de Oficina			377
Teléfono	2	40	80
Fax	1	135	135
Impresora y copiadora Láser	1	150	150
Calculadora de oficina	3	4	12

Elaborado: Ricardo Sosa

5.3.3. ACTIVOS OPERACIONALES

El activo operacional está constituido por todas aquellas partidas representativas de bienes y derechos que han sido adquiridos u obtenidos expresamente para ser utilizados en la explotación, y cuyo uso o consumo se espera se produzca durante el ejercicio. Esto suma un total de **\$9658 dólares.**

Activos Operacionales	Cantidad	Valor Unitario	9658
Lencería			2262
Toallas Grandes	60	16	960
Toallas Medianas	60	12	720
Toallas Pequeñas	60	6	360
Servilletas de tela	60	3,5	210
Toallas de cocina (docena)	1	12	12
Menaje			6321
Juego de sábanas 2 plazas	10	25	250
Juego de sábanas 1 1/2 plaza	20	20	400
Almohada	60	10	600
Cortinas de Baño	30	15	450
Cortinas	10	80	800
Planchador	3	20	60
Plancha	3	30	90
Bicicletas	20	120	2400
Cascos para bicicleta	22	25	550
Armadores (docena)	5	12	60
Botas (par, diferentes tamaños)	30	15	450
Ceniceros	34	4	136
Juegos de mesa (actividades lúdicas)	3	20	60
Botiquín de primeros auxilios	1	15	15
Cristalería y Cubertería			895
Vasos para jugo	40	2	80
Vajilla Corona 20 pzs (5 platos soperos, 5 tendidos, 5 platos de tazas, 5 tazas)	6	20	120
Plato para postre	30	4	120
Bandejas	3	7	21
Juego de cubiertos 16 pzs para 4 puestos: cuchara sopera, tenedor, cuchillo de mesa, cuchara de café	8	15	120
Ollas altas de acero	2	32	64
Ollas medianas de acero	2	20	40
Olla express	2	15	30
Cuchillos para cocina (juego)	2	32	64
Cucharones	4	4	16
Espátulas	1	3	3
Sartén Imusa	3	32	96
Coladores (juego de diferentes tamaños)	1	5	5
Moldes de aluminio	2	5	10
Exprimidor	3	4	12
Tablas de picar	2	8	16
Jarra para jugo	5	5	25
Rayador	1	5	5
Azucareros, saleros y pimenteros (unidad)	6	8	48

Suministros de Oficina			180
Esferográficos negros (caja)	2	3	6
Esferográficos azules (caja)	2	3	6
Lápices (caja)	2	2	4
Resma de Papel Bond A4	2	15	30
Perforadora	1	3	3
Almohadilla de Sellos	3	2	6
Tinta correctora	5	2	10
Papel Continuo (caja)	2	20	40
Grapadora	2	5	10
Clips (caja)	5	1	5
Carpetas para archivadores	15	2	30
Marcadores de Tiza líquida (caja)	5	6	30

Elaborado: Ricardo Sosa

5.3.4. ACTIVOS REALIZABLES MERCADERÍA

Corresponde a un activo que se puede vender rápidamente (menos de un año) a un precio predecible, con poco costo o modestia. Lo constituyen aquellos grupos de cuentas que representan bienes y derechos, fácil de convertirse en dinero o de consumirse en el próximo ciclo normal de operaciones de las empresas.³¹ Estos activos suman un total de **\$395 dólares**.

Activos Realizables - Mercadería	Cantidad	Valor Unitario	395
Inventario			395
Shampoo (unidad personal)	500	0,2	100
Jabón de tocador (unidad personal)	500	0,2	100
Trapeadores	10	5	50
Escobas	10	3	30
Recogedor de basura	5	5	25
Tanques de basura	3	30	90

Elaborado: Ricardo Sosa

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_circulante

5.3.5. ACTIVOS DIFERIDOS

Son todos los gastos con los cuales la empresa debe efectuar para empezar sus operaciones regulares, y que ya pagados no son recuperables o reembolsables. Estos gastos se efectúan al inicio de construcción y operación de la empresa y por ende son de valor considerable por lo cual se puede amortizarlos hasta en 5 años, los activos diferidos están conformados de la siguiente manera:

- **Gastos de constitución:** Pagos que efectúa una empresa, antes de iniciar sus operaciones comerciales. Ejemplo: gastos de notaria, registro, honorarios, decoración y adecuación de espacios para el negocio.
- **Gastos de investigación:** Gastos que realiza la empresa por pagos a profesionales para conocer mercados, analizar la situación socio-económica de la población de la cual van dirigidas las actividades de la empresa, al iniciar o ampliar el negocio.
- **Gastos de Promoción y Publicidad:** Son todos los pagos que realiza la empresa por concepto de promoción y publicidad, los cuales son medios utilizados para dar a conocer a la empresa a los potenciales clientes y posicionarlo en el mercado.

Todos los activos diferidos analizados en le presente proyecto, dan un total de **\$12000 dólares.**

Activos Diferidos		Cantidad	Valor Unitario	12000
Gastos de Constitución				5000
Gastos de Investigación				3000
Gastos de Promoción y Publicidad				2000
Otros Gastos				2000
Talleres a la comunidad		4	300	1200
Capacitación al personal		2	400	800

Elaborado: Ricardo Sosa

5.3.6. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo.

El objetivo del capital de trabajo es financiar parte del ciclo operativo para que la empresa pueda seguir operando con normalidad, ya que es habitual que una empresa no se encuentre con la capacidad de cubrir los costos y gastos de funcionamiento con el flujo normal de sus ingresos durante sus primeros meses de funcionamiento. Considerando que de igual manera que antes de que la empresa abra sus puertas a los clientes, debe costear con la dotación suficiente de insumos o mercancía para realizar las primeras ventas.

Este rubro se obtiene mediante el cálculo entre la suma de los costos de producción y los diferentes gastos que pueden ser requeridos por el CTC para iniciar su funcionamiento. El capital de trabajo calculado para los primeros tres meses de operación es de **\$13860 dólares**.

Capital de Trabajo		Cantidad	Valor U.	13860
Costo de Producción				6000
Costo Primo				5370
Recepcionista	meses	3	250	750
Guía Nativo		3	300	900
Ayudante del Guía		3	240	720
Chofer		3	280	840
Ama de llaves		3	240	720
Ayudante 1		3	240	720
Ayudante 2		3	240	720
Costos Indirectos				630
Agua	meses	3	50	150
Luz		3	60	180
Teléfono		3	65	195
Internet		3	35	105
Gastos				7860
Gastos Administrativos				3180
Administrador General	meses	3	400	1200
Contador		3	330	990
Ventas		3	330	990
Gasto de Ventas				4680
Vallas Ecológicas		2	500	1000
Trípticos		1000	1,1	1100
Dípticos		1000	0,7	700
Tarjetas de presentación		1000	0,15	150
Página Web		1	700	700
Hoja de sugerencias		1500	0,02	30
Otros				1000

Elaborado: Ricardo Sosa

5.3.7. INVERSIÓN TOTAL

La inversión total requerida para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Sancán, se obtiene mediante la suma de todos los costos y gastos incurridos de la empresa, para un año de funcionamiento.

INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		345646
Terreno	125000	
Obra Civil	165700	
Vehículos	26000	
Maquinaria	750	
Mobiliario -Área de Recepción y Descanso	2344	
Mobiliario -Área Administrativa	722	
Mobiliario -Área Hospedaje	19390	
Mobiliario -Área Comedor y Cocina	2880	
Equipo de Cocina	1683	
Equipo de Computación	800	
Equipo de Oficina	377	
ACTIVOS OPERACIONALES		9658
Lencería	2262	
Menaje	6321	
Cristalería y Cubertería	895	
Suministros de Oficina	180	
ACTIVOS REALIZABLES MERCADERÍA		395
Inventario	395	
ACTIVOS DIFERIDOS		12000
Gastos de Constitución	5000	
Gastos de Investigación	3000	
Gastos de Promoción y Publicidad	2000	
Otros Gastos	2000	
CAPITAL DE TRABAJO		13860
Costo de Producción	6000	
Gastos Administrativos y Ventas	7860	
INVERSIÓN TOTAL USD		381559

Elaborado: Ricardo Sosa

5.4. FINANCIAMIENTO

Determinado de esta forma la inversión total del proyecto, hay que buscar las fuentes de financiamiento que van hacer posible la ejecución y desarrollo de actividades del CTC. Es así que se ha considerado las siguientes opciones de financiamiento:

5.4.1. DONACIONES

Actualmente existen varios organismos que tienen el interés por invertir en programas de desarrollo comunitario, la actividad turística y cuidado de la naturaleza.

- **Organismos Gubernamentales**

Organismo gubernamental es toda entidad que depende directa o indirectamente de un gobierno. Organismos tales como el Gobierno Provincial de Manabí a través del Municipio de Jipijapa en su afán para promover el desarrollo económico del Cantón, mediante el impulso de la producción, el ambiente y la competitividad, facilitaría todo lo relacionado con los gastos de investigación, promoción y publicidad. Es decir, la asignación económica para el Centro de Turismo Comunitario sería de **\$30000 dólares**.

- **Organismos No Gubernamentales ONG's**

Organismo no gubernamental es toda entidad nacional o internacional integrada por personas naturales o jurídicas de carácter privado cuya finalidad es facilitar asesoría técnica y en algunos casos ayuda económica para el desarrollo de actividades que

promuevan el desarrollo económico en beneficio de las comunidades a través de un manejo sustentable de los recursos.

- **Organismos intergubernamentales y semioficiales**

Organismo intergubernamental es toda entidad establecida en virtud de un acuerdo entre dos o más Estados e integrada exclusivamente por éstos; y organismo semioficial toda entidad entre cuyos miembros no sólo figuran Estados sino también personas o entidades particulares³². La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), es una Entidad de Derecho Público, cuyo objetivo primordial es fomentar, la gestión y la ejecución de las políticas públicas de cooperación internacional para el desarrollo, dirigidas a la lucha contra la pobreza y la consecución de un desarrollo humano sostenible en los países en desarrollo, para el cumplimiento de sus objetivos la AECID tiene como una de sus funciones principales las de ejecutar y financiar conjuntamente programas y proyectos de desarrollo. Estos organismos asignarán con una contribución económica para completar las necesidades financieras referente a capacitaciones, publicidad, estudios de investigación y promoción.

5.4.2. CRÉDITO BANCARIO

Un crédito bancario es una operación financiera en la que una entidad financiera pone a disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado en un contrato y durante un período de tiempo determinado.

³² <http://www.civil-society.oas.org/General%20Assembly%20Resolutions/AG-RES-57-I-O-71-es.htm>

El Ministerio de Turismo por medio del Banco Nacional de Fomento concede préstamos bancarios al 10% de tasa de interés a proyectos en funcionamiento o por instalarse en las siguientes líneas:

- Microcréditos
- Línea créditos
- Créditos asociativos para turismo organizado

5.4.2.1. SECTORES SUSCEPTIBLES DE FINANCIAMIENTO

El sector susceptible de financiamiento está dentro de actividades turísticas como Alojamientos Extra Hoteleros, que comprende: Complejos vacacionales, Apartamento turístico, Campamentos Turísticos (camping), Ciudades vacacionales y **Centro Turístico Comunitario.**

5.4.2.2. DESTINO DEL CRÉDITO

- **Financiamiento de capital de trabajo:** Adquisición de insumos, materia prima, materiales, mercaderías, suministros, pago de mano de obra y servicios (incluye promoción y asistencia técnica especializada - Sistemas de mejoramiento de procesos, certificaciones de calidad, asesoría técnica para la elaboración de herramientas técnicas de gestión, investigación de mercado, marketing, comercialización y afines).
- **Activos Fijos Tangibles:** Obras civiles (Proyectos Nuevos, Ampliación, Mejoramiento y Remodelación), Adquisición de Terrenos en zonas rurales, Maquinaria, Equipos, Menaje, Mobiliario, Muebles y Enseres, Lencería,

Elementos decorativos, Transporte turístico, Semovientes, Adecuación de locales turísticos en sitios propios o arrendados.

5.4.3. MONTO DE CRÉDITO Y PLAZO

CRÉDITO	MONTO DE CRÉDITO		PLAZO
	DESDE	HASTA	
Microcrédito	USD 100,00	USD 7.000,00	Hasta 5 años
Crédito	USD 7.000,01	USD 300.000,00	Activo Fijo: Hasta 10 años
			Capital de trabajo: Hasta 3 años
Asociativo (Mín. 3)	USD 100,00	USD 300.000,00	Hasta 5 años

Fuente: http://www.turismo.gov.ec/Proyectos_TP/NegociosTuristicoProductivos.pdf

De esta manera se puede realizar una proyección del valor que se necesitaría para el funcionamiento del CTC, y que como último caso, se lo puede conseguir mediante crédito bancario.

VALOR REAL POR FINANCIAR	
DETALLE	VALOR USD
INVERSIÓN TOTAL	\$ 381.559,00
RECURSOS PROPIOS	\$ 125.000,00
DONACIONES	\$ 30.000,00
TOTAL FALTANTE A CONSEGUIR	\$ 226.559,00

Elaborado: Ricardo Sosa

En valores porcentuales, el total faltante a conseguir por medio de crédito bancario representa el **59.38%** del valor total de la inversión, de ésta forma:

FINANCIACIÓN (%)		
DETALLE	VALOR USD	PORCENTAJE %
RECURSOS PROPIOS	\$125.000,00	32,76%
DONACIONES	\$30.000,00	7,86%
CRÉDITO BANCARIO	\$226.559,00	59,38%
TOTAL	\$381.559,00	100,00%

Elaborado: Ricardo Sosa

5.4.3.1. TABLA DE AMORTIZACIÓN

Se refiere a la operación financiera de prestación única y contraprestación múltiple que constituye el reembolso de la deuda. Se denomina amortización a la cuota fija por periodo, que se carga al gato de éste y cuyo uso no es imputable a un solo periodo económico, permitiéndole a la empresa racionalizar sus activos diferidos y gastos en función del tiempo transcurrido.

A continuación se detalla la amortización de la cantidad total a financiar:

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital 226559 **Interés** 10%
Pago Mensual 48 **Plazo** 4

Periodos	Monto Inicial	Interés	Capital	Cuota	Saldo de Capital
1*		22.655,90			
2	226559	22.655,90	56639,75	79295,65	169919,25
3	169919,25	16.991,93	56639,75	73631,68	113279,50
4	113279,50	11.327,95	56639,75	67967,70	56639,75
5	56639,75	5.663,98	56639,75	62303,73	0,00

Totales

Interés	\$79.295,65
Capital + Interés	\$305.854,65

*Periodo de gracia.

Elaborado: Ricardo Sosa

5.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos son los desembolsos en efectivo o en especie, realizados en el pasado, presente o futuro. El presupuesto de costos y gastos está compuesto de la siguiente manera:

- Operacionales
- Administración
- Marketing
- Financieros

5.5.1. COSTOS OPERACIONALES

Los costos operacionales o de producción son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.³³ Corresponden a los costos, resultado de la operación de servicios y está por los siguientes aspectos:

Los costos operacionales también corresponden a la suma de dos grandes rubros que son el personal operativo y las depreciaciones, ya que son los que consideran el consumo de los activos y el pago de salarios por un tiempo determinado de operaciones del producto turístico, este periodo de tiempo generalmente se refiere al año comercial.

³³ <http://www.fao.org>

5.5.1.1. COSTO PRIMO

El personal operativo es el que se encuentra ligado directamente a la prestación de servicios operativos dentro del CTC, no realiza actividades de carácter administrativo y tiene contacto directo con el turista.

Dentro de la planificación en este estudio, se ha considerado que el personal labore de manera permanente y tiempo completo, con un salario básico unificado de acuerdo a la legislación laboral que rige en el Ecuador, más los beneficios de ley (horas extras, suplementarias, etc.). Igualmente se tomará en cuenta las competencias del personal a cargo, con la finalidad de incrementar su sueldo con un bono por desempeño. También se considera un punto importante a tratar, un rubro destinado para imprevistos e inconvenientes al momento de operar.

SALARIOS, GASTO ANUAL

CARGO	CANTIDAD PERSONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	PRESTACIONES SOCIALES 35%	TOTAL ANUAL
Recepcionista	1	250	750	1050	4050
Guía Nativo	1	300	900	1260	4860
Ayudante del Guía	1	240	720	1008	3888
Chofer	1	280	840	1176	4536
Ama de llaves	1	240	720	1008	3888
Ayudante 1	1	240	720	1008	3888
Ayudante 2	1	240	720	1008	3888
TOTALES	7	1790	5370	7518	28998

Elaborado: Ricardo Sosa

5.5.1.2. COSTOS INDIRECTOS

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto o del servicio:

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

CARGO	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL
Agua	50	150	600
Luz	60	180	720
Teléfono	65	195	780
Internet	35	105	420
TOTAL USD	210	630	2520

Elaborado: Ricardo Sosa

5.5.1.3. REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Es considerado todo rubro correspondiente al mantenimiento anual de la infraestructura y equipos, con la finalidad de evitar daños posteriores. El costo interno se calcula como el 2% del costo total del inmueble, excluyendo los activos que recibirán mantenimiento externo.

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	% ANUAL	VALOR TOTAL
Mantenimiento Activos Principales			
Construcción (Obra Civil)	165700	2%	3314
Maquinaria	750	2%	15
Vehículo	26000	2%	520
Mobiliario	25336	2%	506,72
Subtotal			4355,72
Mantenimiento Externo			
Equipo de Cocina			50
Equipo de Oficina			40
Equipo de Computación			200
Subtotal			290
TOTAL USD			4645,72

Elaborado: Ricardo Sosa

5.5.1.4. SEGUROS

Se considera este rubro en caso de eventualidades que puedan alterar el desarrollo de actividades del CTC.

SEGUROS

DETALLE	INVERSIÓN	ANUAL	VALOR TOTAL
Construcción (Obra Civil)	165700	3,50%	5799,5
Vehículo	26000	3,50%	910
Mobiliario	25336	3,50%	886,76
Equipo de Cocina	1683	3%	50,49
Equipo de Oficina	377	3%	11,31
Maquinaria	750	3%	22,5
Equipo de Computación	800	3%	24
Lencería	2262	1%	22,62
Menaje	6321	1%	63,21
Cristalería y Cubertería	895	1%	8,95
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL USD			7799,34

Elaborado: Ricardo Sosa

5.6. DEPRECIACIONES

El objetivo principal de la depreciación, es proveer lo necesario para recuperar el capital invertido, cuyo valor se prevé que declinará a consecuencia del tiempo (vida útil del activo), del uso a que se someta, así como de la obsolescencia derivada de mejoras tecnológicas. O bien de prever cómo afectará dicho valor la influencia de factores económicos, tales como: la inflación y la devaluación de la moneda.

Esta previsión se hace a través del mecanismo de los cargos por depreciación, los cuales son aplicaciones a cargos de tipo virtual, es decir, movimientos contables de ajuste que no se hacen en efectivo y que se efectúan periódicamente. La contabilidad de la depreciación, también proporciona un medio sistemático para dar un valor declarado o no amortizado a las propiedades, denominado valor en libros.

Al respecto, conviene señalar, que los cargos por depreciación son de carácter virtual, es decir, no son en si mismos movimientos de efectivo; sin embargo, afectan el cálculo y pago de los impuestos sobre la renta y, por consiguiente, afectan a los flujos de dinero o efectivo. Por esta razón, es que debe tomar en cuenta en el análisis y evaluación del presente proyecto en estudio. El cálculo se lo realiza según las normativas anuales vigentes, así como la estimación del 10% del valor residual correspondiente a activos fijos.

En esta depreciación no entran elementos de limpieza ni suministros de oficina. Tampoco terreno, ya que este no sufre depreciación contable. A continuación un detalle de la depreciación de los activos fijos del Centro de Turismo Comunitario:

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

DETALLE	%	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPR. ANUAL
Construcción (Obra Civil)	5%	165700	16570	149130	20	7456,5
Maquinaria	10%	750	75	675	10	67,5
Mobiliario	10%	25336	2533,6	22802,4	10	2280,24
Equipo de Cocina	10%	1683	168,3	1514,7	10	151,47
Equipo de Oficina	10%	377	37,7	339,3	10	33,93
Vehículo	20%	26000	2600	23400	5	4680
Equipo de Computación	33%	800	80	720	3	240
Lencería	50%	2262	226,2	2035,8	2	1017,9
Menaje	50%	6321	632,1	5688,9	2	2844,45
Cristalería y Cubertería	50%	895	89,5	805,5	2	402,75
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL USD						19174,74

Elaborado: Ricardo Sosa

5.7. AMORTIZACIONES

La amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles, debido a que con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el tiempo de amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

AMORTIZACIONES

DETALLE	%	VALOR ACTIVO	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Gastos de Constitución	20%	5000	5	1000
Gastos de Investigación	20%	3000	5	600
Gastos de Promoción y Publicidad	20%	2000	5	400
Talleres	20%	1200	5	240
Capacitación	20%	800	5	160
TOTAL AMORTIZACIÓN USD				2400

Elaborado: Ricardo Sosa

5.8. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se componen del total de los sueldos del personal que constituye el área administrativa. En este punto es importante aclarar que en el organigrama empresarial se necesitará los servicios de un contador, de manera mensual, de acuerdo a los requerimientos del CTC, por lo cual se asignará un valor tentativo mensual, para los cálculos financieros correspondientes.

GASTOS ADMINISTRATIVO

CARGO	CANTIDAD PERSONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	PRESTACIONES SOCIALES 35%	TOTAL ANUAL
Administrador General	1	400	1200	1680	6480
Contador	1	330	990	1386	5346
Ventas	1	330	990	1386	5346
TOTALES	3	1060	3180	4452	17172

Elaborado: Ricardo Sosa

5.9. GASTO DE VENTAS

Para el cálculo de Ventas o Marketing, se calcula los elementos necesarios para incurrir en ella, es decir, son aquellos gastos necesarios para dar a conocer los servicios ofertados:

GASTO VENTAS			
Descripción	Cantidad	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL
Vallas Ecológicas	2	500	1000
Trípticos	1000	1,1	1100
Dípticos	1000	0,7	700
Tarjetas de presentación	1000	0,15	150
Página Web	1	700	700
Hoja de sugerencias	1500	0,02	30
Otros	1000
TOTAL			4680

Elaborado: Ricardo Sosa

5.10. GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses que se debe pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo, es decir, el beneficiario es el Banco Nacional de Fomento, los cuales se encuentran detallados en el siguiente cuadro:

Periodos	Interés Anual
1	22.655,90
2	22.655,90
3	16.991,93
4	11.327,95
5	5.663,98
Total USD	56.639,76

Elaborado: Ricardo Sosa

5.11. CUADRO GENERAL DE COSTOS Y GASTOS

Tanto el costo como el gasto son erogaciones periódicas que la empresa debe efectuar para cumplir sus actividades, el costo se destinará a la producción y el gasto a la distribución, administración y financiamiento. A continuación se detalla los costos y gastos para los diez primeros años de la empresa.

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo de Producción										
Costo Primo	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998
Costos Indirectos	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520
Reparación y Mantenimiento	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72
Seguros	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34
Total Costo de Producción	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06	43.963,06
Depreciaciones	19174,74	19174,74	14909,64	14669,64	14669,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64
Amortizaciones	2400	2400	2400	2400	2400					
Gastos										
Gastos Administrativos	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172
Gastos Ventas	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680
Gastos Financieros (intereses)	22655,90	22655,90	16991,93	11327,95	5663,98					
TOTAL	110.045,70	110.045,70	100.116,63	94.212,65	88.548,68	75.804,70	75.804,70	75.804,70	75.804,70	75.804,70

Elaborado: Ricardo Sosa

5.12. PROYECCIÓN DE VENTAS

En el Estudio de Mercado (Capítulo IV), se estableció los datos provinciales y locales de la demanda insatisfecha, el cual es el mercado potencial al que se enfoca el CTC, posteriormente se estableció la ocupación del proyecto en base a su capacidad física, y se estableció un criterio de precios, basados en paquetes y tours promocionales.

Con los datos anteriormente mencionados se procede a realizar una proyección de ventas, haciendo uso de los precios establecidos. La proyección se realiza bajo los siguientes parámetros:

- La capacidad del CTC en plazas de alojamiento en cabañas es de 30 plazas.
- El proyecto dispone de 3 circuitos turísticos, sin embargo para el cálculo de la proyección de ventas se tomará en cuenta el circuito 4D/3N, debido a la respuesta de los turistas de realizar este tipo de actividades con un tiempo estimado de 4 días 3 noches. Los otros circuitos se plantearán como alternativas en caso de que el visitante no pueda permanecer más de 3 días.
- Los tours promocionales se considera como un ingreso adicional, pero no se puede determinar con exactitud la frecuencia con lo cual serán adquiridos, por lo que se estima la ventas de estos tours en una cantidad de 3 por mes.

Servicios	Días	Precio
Circuito 4D/3N	4D/3N	\$ 142,00
Tour 1	1 día	\$ 39,00
Tour 2	1 día	\$ 46,00
Tour 3	1 día	\$ 38,00

5.12.1. PRONÓSTICO DE INGRESOS

- CIRCUITOS**

Periodo	Detalle	Precio	Cantidad*	Ventas anuales al 100% de ocupación
1	Circuito 4D/3N	142,00	3600	511.200,00

Plazas disponibles: 30

frecuencia por persona al año: 120 (360/3 noches)

*Cálculo realizado en base al número de plazas multiplicado por el número de frecuencia de contrato por persona.

Circuito 4D/3N

Año	% Ocupación	Precio	Cantidad	Total
1	50%	142,00	1800	255.600,00
2	55%	142,00	1890	268.380,00
3	60%	142,00	1985	281.799,00
4	65%	142,00	2084	295.888,95
5	70%	142,00	2188	310.683,40
6	75%	142,00	2297	326.217,57
7	80%	142,00	2412	342.528,45
8	85%	142,00	2533	359.654,87
9	90%	142,00	2659	377.637,61
10	95%	142,00	2792	396.519,49

Elaborado: Ricardo Sosa

- TOURS PROMOCIONALES**

Tour #1

Año	Precio	Cantidad	Total
1	39,00	36	1.404,00
2	39,00	36	1.404,00
3	39,00	36	1.404,00
4	39,00	36	1.404,00
5	39,00	36	1.404,00
6	39,00	36	1.404,00
7	39,00	36	1.404,00
8	39,00	36	1.404,00
9	39,00	36	1.404,00
10	39,00	36	1.404,00

Tour #2

Año	Precio	Cantidad	Total
1	46,00	36	1.656,00
2	46,00	36	1.656,00
3	46,00	36	1.656,00
4	46,00	36	1.656,00
5	46,00	36	1.656,00
6	46,00	36	1.656,00
7	46,00	36	1.656,00
8	46,00	36	1.656,00
9	46,00	36	1.656,00
10	46,00	36	1.656,00

Tour #3

Año	Precio	Cantidad	Total
1	38,00	36	1.368,00
2	38,00	36	1.368,00
3	38,00	36	1.368,00
4	38,00	36	1.368,00
5	38,00	36	1.368,00
6	38,00	36	1.368,00
7	38,00	36	1.368,00
8	38,00	36	1.368,00
9	38,00	36	1.368,00
10	38,00	36	1.368,00

RESUMEN DE INGRESOS

Periodo	Circuito 4D/3N	Tour #1	Tour #2	Tour #3	Total
1	255.600,00	1.404,00	1.656,00	1.368,00	260.028,00
2	268.380,00	1.404,00	1.656,00	1.368,00	272.808,00
3	281.799,00	1.404,00	1.656,00	1.368,00	286.227,00
4	295.888,95	1.404,00	1.656,00	1.368,00	300.316,95
5	310.683,40	1.404,00	1.656,00	1.368,00	315.111,40
6	326.217,57	1.404,00	1.656,00	1.368,00	330.645,57
7	342.528,45	1.404,00	1.656,00	1.368,00	346.956,45
8	359.654,87	1.404,00	1.656,00	1.368,00	364.082,87
9	377.637,61	1.404,00	1.656,00	1.368,00	382.065,61
10	396.519,49	1.404,00	1.656,00	1.368,00	400.947,49

Elaborado: Ricardo Sosa

5.13. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.³⁴

³⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados

ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO A 10 AÑOS										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS TOTALES	260028,00	272808,00	286227,00	300316,95	315111,40	330645,57	346956,45	364082,87	382065,61	400947,49
(-) COSTO OPERACIONAL	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06	43963,06
(=) UTILIDAD BRUTA	216064,94	228844,94	242263,94	256353,89	271148,34	286682,51	302993,39	320119,81	338102,55	356984,43
(-) GASTOS ADM & MKT	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00	21852,00
(-) DEPRECIACIÓN	19174,74	19174,74	14909,64	14669,64	14669,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64
(-) AMORTIZACIÓN	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00					
(=) UTILIDAD ANTES DE INTERESES FINANCIEROS	172638,20	185418,20	203102,30	217432,25	232226,70	254840,87	271151,75	288278,17	306260,91	325142,79
(-) % FINANCIEROS	22655,90	22655,90	16991,93	11327,95	5663,98					
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO A TRABAJADORES	149982,30	162762,30	186110,38	206104,30	226562,72	254840,87	271151,75	288278,17	306260,91	325142,79
(-) 15% UTILIDAD REPARTO A TRABAJADORES	22497,35	24414,35	27916,56	30915,65	33984,41	38226,13	40672,76	43241,73	45939,14	48771,42
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	127484,96	138347,96	158193,82	175188,66	192578,31	216614,74	230478,98	245036,44	260321,77	276371,37
(-) 25% IMPUESTO RENTA	31871,24	34586,99	39548,45	43797,16	48144,58	54153,68	57619,75	61259,11	65080,44	69092,84
(=) UTILIDAD DE EJERCICIO ANTES RESERVA	95613,72	103760,97	118645,36	131391,49	144433,74	162461,05	172859,24	183777,33	195241,33	207278,53
(-) RESERVA LEGAL 10%	9561,37	10376,10	11864,54	13139,15	14443,37	16246,11	17285,92	18377,73	19524,13	20727,85
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	86052,34	93384,87	106780,83	118252,34	129990,36	146214,95	155573,31	165399,60	175717,20	186550,68

Elaborado: Ricardo Sosa

5.14. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Es decir, reporta las entradas y los pagos en efectivo realizados en un periodo de tiempo, también permite conocer cuando se puede invertir para aumentar mejoras.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.
- El flujo de caja también conocido como Flujo Neto de efectivo, permite conocer la cantidad exacta de dinero que recibirá el proyecto en todos los años de vida.

FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD FINAL	86052,34	93384,87	106780,83	118252,34	129990,36	146214,95	155573,31	165399,60	175717,20	186550,68
DEPRECIACIÓN	19174,74	19174,74	14909,64	14669,64	14669,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64
AMORTIZACIÓN	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00					
FLUJO DE CAJA BRUTO	107627,08	114959,61	124090,47	135321,98	147060,00	156204,59	165562,95	175389,24	185706,84	196540,32
(-) PRESTAMOS BANCARIOS		79295,65	73631,68	67967,70	62303,73					
FLUJO NETO CAJA	107627,08	35663,96	50458,79	67354,28	84756,28	156204,59	165562,95	175389,24	185706,84	196540,32
FLUJO ACUMULADO (-381559)	107627,08	143291,04	193749,84	261104,12	345860,40	502064,98	667627,94	843017,18	1028724,01	1225264,33

Elaborado: Ricardo Sosa

5.15. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

La evaluación económica financiera, permite conocer la rentabilidad del proyecto, para que sirva de base al momento de tomar decisiones. El objetivo de la evaluación es la obtención de elementos de juicios necesarios para la toma de decisiones de ejecutar o no el proyecto, respecto a las condiciones que ofrece dicho proyecto.

5.15.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es el valor actual de un flujo de caja, pero sin tomar en cuenta la inversión inicial; es decir, es un indicador que muestra el monto de beneficios reales que un proyecto va a generar. El resultante es la ganancia neta del proyecto, para lo cual la respuesta a este ejercicio debe ser positiva.

Interpretación

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.	El proyecto puede aceptarse.
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida.	El proyecto debería rechazarse.
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas.	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Elaborado: Ricardo Sosa

5.15.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es un instrumento que sirve para comparar los resultados obtenidos en el proyecto con la tasa del mercado bancario actual, es decir mide la rentabilidad del dinero que se mantendría dentro del proyecto.

A continuación se describe la operación realizada para obtener el VAN & TIR:

VAN & TIR

Años:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa de interés:	0,13									
Flujo Neto Caja:	107627,08	35663,96	50458,79	67354,28	84756,28	156204,59	165562,95	175389,24	185706,84	196540,32

VAN (OPERACIÓN)	576551,87
VALOR DE INVERSIÓN	-381559
VAN	194992,87
TIR	22%

-381559	107627,08	35663,96	50458,79	67354,28	84756,28	156204,59	165562,95	175389,24	185706,84	196540,32
22%	TIR									

Elaborado: Ricardo Sosa

5.15.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PR)

El Período de Recuperación es el tiempo requerido para la recuperación de la inversión inicial; para lo cual se estima que dentro de un proyecto el período de recuperación aceptable debe ser menor o igual a cinco años.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO CAJA	107627,08	35663,96	50458,79	67354,28	84756,28
TOTAL AÑO 1 AL 4	107627,08	143291,04	193749,84	261104,12	
INVERSIÓN INICIAL*				256559,00	

***INVERSIÓN TOTAL - RECURSOS PROPIOS**

Elaborado: Ricardo Sosa

De acuerdo al análisis realizado, el periodo de recuperación del presente proyecto es al cuarto año de operación, por lo que está dentro del promedio aceptable.

5.15.4. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO

El Análisis de Costo - Beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto, es decir, permite identificar el valor que se gana por cada dólar que se invierte. Para el cálculo de este valor se toma en consideración la suma de los flujos de caja y se divide para la inversión inicial.

ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

AÑO	10
FLUJO ACUMULADO	1225264,33

FLUJO ACUMULADO	1225264,332
INVERSIÓN INICIAL*	256559,00
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	4,78

Elaborado: Ricardo Sosa

En este caso la Relación Costo – Beneficio es de 4.78 USD, esto quiere decir que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se gana 4.78 dólares.

5.15.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la cantidad necesaria de ventas que debe alcanzar el proyecto para alcanzar sus costos fijos y variables; es decir, consiste en determinar el volumen de ventas necesario para no obtener ni pérdidas ni ganancias.

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el **punto de equilibrio**, se tendrá entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \text{Costos Fijos} / (1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas}))$$

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costos Variables	36198
Ventas Año 1	260028
cv (36198*100)/260028	13,92
PE= Cf/(1-cv)	
PE=73847,70/(1-13,92%)	
Punto de Equilibrio	\$ 85.789,61

Elaborado: Ricardo Sosa

Nota: Para el cálculo del Punto de Equilibrio, los datos se encuentran en el Cuadro de Costos y Gastos (Anexo 6).

Los datos obtenidos indica que para tener un punto de equilibrio y evitar tanto pérdidas o ganancias, se debe vender la cantidad de **85.789,61 USD**.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

6.1. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la era industrial hasta hace poco años, todas las actividades productivas se realizaban con la creencia en las posibilidades ilimitadas de la Tierra para sustentar el crecimiento económico. Sin embargo a principios de los años 70s, se introdujo por primera vez en Estados Unidos, el Estudio de Impacto Ambiental como respuesta a las actividades generadas por el hombre, y como estas afectaban de forma negativa al medio ambiente. Desde entonces, un creciente número de países han adoptado ésta modalidad, aprobando leyes y creando organismos para garantizar su implementación; el estado ecuatoriano no ha sido la excepción, promulgando la Ley de Gestión Ambiental, la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, etc.

Estudio de Impacto Ambiental se puede definir como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo las intrusiones del hombre en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde cualquier punto de vista.

Los estudios de impacto ambiental son un requisito para realizar cualquier actividad que determine alteraciones en el ambiente físico y humano. Es por esto, que

en el presente capítulo se realizará el estudio que analiza e investiga los distintos impactos que ocasionaría la construcción y posterior operación del Centro Turístico Comunitario en la Comuna Sancán, así como la elaboración planes de manejo y de mitigación.

6.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS FACTORES AMBIENTALES

El área de influencia de la construcción del Centro Turístico Comunitario, cuenta en la actualidad con las siguientes características:

- El territorio de la Comunidad de Sancán es muy accidentado, su ubicación se enmarca en la zona ecológica: Matorral Seco de Tierras Bajas.
- La zona de estudio presenta un terreno bastante irregular.
- La zona posee un clima cálido y seco, varía según la posición topográfica y está influenciado por las corrientes marinas de El Niño, que es cálida, y Humboldt, que es fría.
- La actividad principal de la zona de estudio es la agrícola con producción de: maíz, zapallo, algodón, entre otros.
- Dentro de la comunidad se suelen convocar a mingas para arreglar y limpiar la maleza. El desmonte sólo tiene lugar con la vegetación herbácea, la arbustiva y la arbórea se respeta.
- Se mantiene un tipo de arquitectura vernácula, sus casas son construcciones edificadas con materiales disponibles en el entorno inmediato.

6.3. OBJETIVO GENERAL

Identificar y evaluar los impactos potenciales del proyecto de implementación del Centro Turístico Comunitario en la comuna Sancán, Cantón Jipijapa, lo que permitirá definir las acciones de preventivas para mitigar, minimizar y/o eliminar los impactos negativos y maximizar aquellos positivos derivados del proyecto.

6.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar y caracterizar la magnitud e incidencia los impactos previstos por el proyecto sobre los diferentes factores ambientales.
- Implementar y desarrollar un programa de seguimiento y control ambiental, a fin de garantizar la protección ambiental, durante las etapas de implementación y ejecución del proyecto.
- Cumplir con la legislación ambiental vigente en nuestro país y aplicable a este tipo de proyectos
- Proponer el Plan de Manejo Ambiental con las medidas preventivas, correctivas o de compensación para los impactos detectados, durante las fases de planificación, construcción y operación del Centro de Turismo Comunitario.
- Preparar una lista de medidas ambientales para mitigar los efectos de los impactos negativos introducidos al ambiente.

6.4. BASE LEGAL

El Estudio de Impacto Ambiental esta desarrollado en concordancia con los siguientes aspectos jurídicos relacionados con el manejo ambiental de este tipo de actividades.

- *Constitución Política de la República*³⁵

La Carta Magna establece en el artículo 3, Título I, de los Principios Fundamentales, que son deberes primordiales del Estado, entre otros: “7: Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

El artículo 14 Titulo II, Capítulo segundo, sección segunda de los Derechos Civiles nos indica que el Estado reconocerá el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir. Como también se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Se declara de interés público y se regulará conforme a la Ley: La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados y los requisitos que para estos fines deberán cumplirlas actividades públicas y privadas.

³⁵ **Constitución de la República del Ecuador**, 2008.

- *Ley de Gestión Ambiental*³⁶

El artículo 12 del Capítulo IV De la participación de las Instituciones del Estado, define como obligaciones de las instituciones del Estado del sistema Descentralizado de Gestión Ambiental en el ejercicio de sus atribuciones y en el ámbito de su competencia: “2. Ejecutar y verificar el cumplimiento de las normas de calidad ambiental, permisibilidad, fijación de niveles tecnológicos y las que establezca el Ministerio del Ambiente.

Según el capítulo II, artículo 19 sobre la Evaluación de Impacto Ambiental y del Control Ambiental, las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que pueden causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

El artículo 20 indica que para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del Ambiente.

El artículo 21 establece que los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base, evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos, planes de manejo, planes de manejo de riesgo, sistemas de monitoreo, planes de contingencia y mitigación, auditorías ambientales y planes de abandono.

El artículo 23 define los componentes de la evaluación de impacto ambiental en los siguientes aspectos: 1. La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada; 2. Las condiciones de tranquilidad pública tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas,

³⁶ **Ministerio del Ambiente**, Ley de Gestión Ambiental del Ecuador, 2004.

cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y, 3. La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico escénico y cultural.

El artículo 28 establece que los ciudadanos tienen derecho a participar en la gestión ambiental, a través de consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. El incumplimiento del proceso de consulta al que se refiere el artículo 88 de la Constitución tornará inejecutable la actividad de que se trate y será causal de nulidad de los contratos respectivos.

En el artículo 29 que los ciudadanos tendrán derecho a ser informados oportuna y suficientemente sobre cualquier actividad que pueda producir impactos ambientales.

- *Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental*³⁷

Expedida mediante decreto Supremo N° 374 del 21 de Mayo de 1976 y publicada en el registro oficial N° 97, del mismo mes y año, tiene como finalidad precautelar la buena utilización y conservación de los recursos naturales del país, en pro del bienestar individual y colectivo. Muchos artículos de esta Ley han sido derogados por la Ley de Gestión Ambiental en tanto en cuanto se refieren a aspectos de institucionalidad y coordinación organizacional que ya no están vigentes en la actualidad.

³⁷ **Ministerio del Ambiente**, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, 2004.

- ***Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria***³⁸

Libro VI de la Calidad Ambiental, en donde se dan las pautas nacionales sobre el proceso de Evaluación de Impacto Ambiental a través del reglamento denominado Sistema Único de Manejo Ambiental SUMA, que establece las directrices y condiciones que se deben aplicar para la obtención de la licencia ambiental, las instancias en las que se deberá realizar la consulta y participación ciudadana y los elementos básicos requeridos para la elaboración del EIA. Complementariamente en este libro se destaca el Reglamento para la Prevención y Control de la Contaminación que define los elementos regulatorios para la gestión ambiental de obras o actividades para evitar la contaminación ambiental de los recursos ambientales apoyándose de las nuevas Normas de Calidad Ambiental. Esta normativa fue publicada el 31 de marzo del 2003 y promulgada mediante Decreto Supremo No. 3516 del 27 de diciembre de 2002.

- ***Ley de Patrimonio Cultural***³⁹

La tarea de velar por la protección del patrimonio cultural recae sobre el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, unidad con personería Jurídica adscrita a la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

En el Artículo 7 de la Ley de Patrimonio Cultural se especifica los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado. El Artículo 30 de la misma ley dice:

³⁸ **Ministerio del Ambiente**, Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria, 2004.

³⁹ http://www.inpc.gov.ec/marco_legal

“En toda clase de exploraciones mineras, de movimientos de tierra para edificaciones, para construcciones viales o de otra naturaleza, lo mismo que en demoliciones de edificaciones quedan a salvo los derechos del Estado sobre los monumentos históricos, objetos de interés arqueológico y paleontológico que puedan hallarse en la superficie o subsuelo al realizarse los trabajos. Para estos casos, el contratista, administrador o inmediato responsable dará cuenta al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y suspenderán las labores en el sitio donde se haya verificado el hallazgo”.

El Reglamento al Artículo 30 de la Ley de Patrimonio Cultural en su artículo 15 indica lo siguiente: “Todas las instituciones nacionales y seccionales, tales como Ministerios, Consejos Provinciales, Municipios, Entidades Autónomas y las de la Empresa Privada, que ejecuten proyectos de desarrollo que involucren la transformación del paisaje mediante el movimiento de tierra, inundación o recubrimiento de la superficie natural del terreno, o que analice, evalúen, financien y/o concedan permiso de construcción o ejecución de este tipo de proyectos a terceros, deberán asegurarse que en dichos proyectos se cumpla con lo dispuesto en este reglamento del artículo 30 de la Ley de Patrimonio Cultural”.

6.5. METODOLOGÍA

Existen diferentes métodos encaminados a identificar, predecir y evaluar los impactos ambientales de un determinado proyecto, de hecho, no existe una metodología única y universal. En general, se puede agrupar las metodologías disponibles en las siguientes categorías:

1. Métodos de identificación de impactos
 - a. Trabajo de equipos interdisciplinarios
 - b. Listas de chequeo de efectos
 - c. Flujo gramas y redes causales
 - d. Cartografía ambiental

2. Métodos de valoración de impactos
 - a. Matriz de Leopold
 - b. Sistema Batelle

Existen diferentes matrices para la elaboración del estudio de impacto ambiental, pueden ser consideradas como listas de control bidimensionales; en una dimensión se muestran las características individuales de un proyecto (actividades, propuestas, elementos de impacto, etc.), mientras que en otra dimensión se identifican las categorías ambientales que pueden ser afectadas por el proyecto. De esta manera los efectos o impactos potenciales son individualizados confrontando las dos listas de control.

Las diferencias entre los diversos tipos de matrices deben considerar la variedad, número y especificidad de las listas de control, así como el sistema de evaluación del impacto individualizado. Con respecto a la evaluación, ésta varía desde una simple individualización del impacto (marcada con una suerte de señal, una cruz, guión, asterisco, etc.) hasta una evaluación cualitativa (bueno, moderado, suficiente, razonable) o una evaluación numérica, la cual puede ser relativa o absoluta; en general una evaluación analiza el resultado del impacto (positivo o negativo). Entre los ejemplos más conocidos de matrices está la matriz de Leopold (1971).

6.6. MATRIZ DE LEOPOLD

Existen numerosos modelos y procedimientos para la evaluación de impactos sobre el medio ambiente, algunos son generales y otros específicos para situaciones concretas, pueden ser cualitativos o cuantitativos. La matriz de Leopold corresponde a una matriz de las llamadas causa-efecto, las que consisten en un listado de acciones humanas y otro de indicadores de impacto ambiental, que se relacionan en un diagrama matricial. Esta Matriz fue desarrollada en los años 70 por el Dr. Luna Leopold, para ser aplicada en proyectos de construcción; sin embargo ha ido expandiéndose su aplicabilidad a diversos tipos de proyectos.

Estructura:

- 100 acciones que pueden causar impactos en el ambiente (eje de las y).
- 88 factores o condiciones ambientales que pueden ser alterados (eje de las x).
- 8800 celdas con valores numéricos que califican a los impactos; pueden variar de acuerdo con acciones del proyecto y factores ambientales.

Limitaciones:

- Los factores ambientales son cargados hacia el análisis del medio físico.
- La matriz no es selectiva y no posee mecanismos para diferenciar áreas críticas de interés o impactos temporales de permanentes.
- Elevado nivel de subjetividad ya que la elección de los valores numéricos depende de la experiencia y calificación del especialista o el equipo.

Metodología para la preparación y análisis de la matriz:

1. Identificar todas las acciones que pueden presentarse dentro del proyecto; y luego para cada acción se consideran todos los factores ambientales que pueden ser afectados significativamente. Para señalarlos en forma manual, se traza una diagonal en la celda correspondiente a cada relación causa – efecto (acción – factor).
2. En la zona diagonal superior de cada celda se consigna el valor que se considera correspondiente a la magnitud de impacto. 1 para la mínima y 10 para la máxima, con signo (+) para los impactos benéficos y negativo (-) para los adversos.
3. En la zona diagonal inferior de cada casillero, el especialista debe anotar su valoración numérica (escala 1 a 10 de menos a más importante) de la importancia del impacto. Los aspectos a considerar para esta valoración debe incluir: intensidad, extensión, duración, persistencia y otros que contribuyan a definirlo más cercanamente a ésta característica.
4. Realizar las operaciones matemáticas y estadísticas necesarias para procesar los datos. Entre ellas las más comunes son: número de factores ambientales afectados, promedio de los impactos positivos totales por cada acción y por cada factor ambiental, promedio aritmético de los impactos negativos totales y específicos, número de acciones que afectan a un determinado factor.
5. Realizar la interpretación de resultados.

6.7. IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Un impacto ambiental, es todo cambio neto, positivo o negativo, que se pronostica se producirá en el medio ambiente como resultado de una acción de desarrollo a ejecutarse.

Para la identificación de los potenciales impactos ambientales que se producirán en el área de influencia se ha desarrollado una matriz-causa efecto en donde su análisis según filas posee los factores ambientales que caracterizan el entorno, y su análisis según columnas corresponde a las acciones de las distintas fases. La matriz de Leopold será una herramienta de gran ayuda para la identificación de impactos positivos y negativos de la presente propuesta, con adaptaciones acorde a la implementación de infraestructura turística.

6.7.1. MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Actividades proyecto		Planificación				Construcción			Operación				
Componentes Ambientales		Recon. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprob.	Transporte	Desbroce	Eje. Obra	Ingreso Turistas	Uso cabañas	Mantenimiento	TOTAL	
Físico	Suelo	Compactación	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
		Contaminación con desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Erosión	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
	Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	X	X	0	0	X	3
		Eutrofización	0	0	0	0	0	X	X	0	0	0	2
	Aire	Contaminación por ruido	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
Biótico	Flora	Pérdida de biodiversidad	0	0	0	0	0	X	X	0	0	0	2
		Perdida de cobertura vegetal	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	5
		Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	1
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	1
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cambio patrones de conducta	0	0	0	0	0	0	X	X	X	0	3
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Migración de especies	0	0	0	0	0	X	X	X	X	0	4
	Ecosistemas	Alteración de hábitats	0	0	0	0	X	X	X	0	X	0	4
Alteración de paisajes		0	0	0	0	X	X	X	0	0	0	3	

Socio - Económico Cultural	Población Local	Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	X	0	0	0	0	0	0	X	X	X	4
		Perdida de prácticas tradicionales y estilos de vida	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Generación de nuevos ingresos alternativos	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
		Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
TOTAL			4	0	0	0	10	14	15	14	13	10	80
Total Posibles Interacciones		230											
Total Interacciones		80											

Elaborado: Ricardo Sosa. Fuente:
Msc. Ángel Onofa Guayasamín.

Como resultado de la matriz de identificación de impactos ambientales se puede concluir:

- El total de interacciones se determina mediante la multiplicación de los posibles impactos ambientales por las etapas determinadas en el proyecto.
- El número total de posibles interacciones en el presente estudio tiene un resultado de **230**.
- Esto representa que de los posibles 230 impactos ambientales que puede ocasionar la creación del Centro de Turismo Comunitario, **80 interacciones** tienen relación directa o indirecta con el proyecto en estudio.
- Como resultado de la matriz de impactos ambientales, se concluye que las etapas que causarán mayor impacto al medio ambiente y a la comunidad, son las etapas de Construcción y de Operación.

Una vez identificado las afecciones positivas y negativas que provocará al ambiente y a la comunidad involucrada la construcción del Centro de Turismo Comunitario, a continuación describo los posibles impactos ambientales:

POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES DEL CTC

COMPONENTE AMBIENTAL	IMPACTO
SUELO	Alteración del suelo: Desbroce, excavaciones, relleno y compactación, lo cual afectará la calidad de los suelos. Pueden ser causados por vehículos motorizados, bicicletas, bestias de carga, etc. Todos los cuales causan compactación, lo que produce aumento en la densidad y disminución en la porosidad, además intervienen en la erosión de los suelos.
AIRE	<p>Este recurso se ve afectado por las alteraciones de la tierra al momento de construir el CTC, ya que el polvo se levanta y existe contaminación en el aire. Material en partículas.</p> <p>Presencia de ruido: Se considera que debido a las acciones propias de la construcción se originarán niveles de ruido por la utilización de cortadoras, taladros y demás equipos, sin embargo estas son acciones muy puntuales, necesarias e inevitables pero de carácter temporal.</p>
AGUA	<p>Contaminación del agua: La operatividad de las baterías sanitarias influirá un poco en la contaminación del agua.</p> <p>Contaminación por organismos, arrastre de partículas contaminantes inorgánicas y orgánicas.</p>
VEGETACIÓN	Perdida de cobertura vegetal: Se destina un espacio para la construcción de las cabañas y para actividades socio-culturales, por lo que la vegetación se verá afectada por estos requerimientos. Otras causas son caminatas, uso de vehículos motorizados, caballos, bestias de carga y bicicletas.
PAISAJE	<p>Alteración del paisaje: Generado por el desbroce de la tierra y la construcción de las cabañas.</p> <p>La actividad turística irresponsable puede producir graves impactos negativos sobre la zona de estudio. Los principales son tirar basura, desechos de alimentos, envases y envolturas, papel sanitario y plásticos.</p>
SOCIO-ECONÓMICO CULTURAL	<p>El proyecto favorece para la creación de nuevas fuentes de trabajo, tanto en la etapa de construcción, como en la etapa de operación.</p> <p>Grupos humanos influenciaron en el aspecto cultural, lo que puede ocasionar un cambio de mentalidad de los pobladores, dejando de lado su propia cultura e identidad; estos cambios se originarían en la etapa de operación del proyecto.</p>

6.7.2. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

La matriz de evaluación de impactos ambientales permitirá verificar la viabilidad del proyecto con el ambiente, se lo realiza mediante una escala de evaluación de impactos y rangos de calificación para comprobar la factibilidad del proyecto.

6.7.2.1. ESCALA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

CRITERIO	MAGNITUD	VALOR
Extensión (E)	Local	1
	Regional	3
	Nacional	5
Distribución (D)	Directa	0,5
	Indirecta	1
Ocurrencia (O)	Inmediata	1
	Mediata	2
Temporalidad (T)	Semanas	0,5
	Meses	1
	Años	2
Reversibilidad (R)	Reversible	1
	Irreversible	2
Signo (S)	Positivo	+1
	Negativo	-1
Magnitud (M)	Baja	1
	Mediana	3
	Alta	5

Elaborado: Ricardo Sosa

La fórmula para medir la calificación total del impacto es la siguiente:

$$EIA = (M * T + O) + (E * D) * R * S$$

Una vez establecido la valoración de cada criterio y la aplicación de la formula, se establece a continuación la valoración cualitativa de los impactos ambientales relacionados con la construcción y operación del CTC.

6.7.2.2. RANGOS DE CALIFICACIÓN

PUNTAJE	CALIFICACIÓN
30-50	CRITICO
15-30	SEVERO
5-15	MODERADO
MENOR 5	COMPATIBLE

Fuente: Msc. Ángel Onofa

6.7.3. DETERMINACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA DIRECTA E INDIRECTA

Área de influencia directa

El área de influencia directa la constituye el sitio sobre el cual se construirá el Centro Turístico Comunitario que abarca una extensión de 5000 metros cuadrados, y está localizado a 11 Km al norte de la cabecera Cantonal de Jipijapa en la comunidad de Sancán.

Área de influencia indirecta

Se considera como Área de Influencia Indirecta aquellas zonas alrededor de sitio del Centro Turístico Comunitario que son impactadas indirectamente por las actividades de construcción y operación. Estas zonas pueden definirse como zonas de

amortiguamiento con un radio de acción determinado o pueden depender de la magnitud del impacto y el componente afectado.

Para el Componente Físico, el área de influencia indirecta está limitada por los accidentes geográficos que se encuentran en el área, así como por las potenciales afectaciones paisajísticas.

Para el Componente Biótico, el área de influencia indirecta constituye las zonas afectadas por ruido de las actividades del proyecto, circulación de personal y maquinaria.

Para el Componente Social, el área de influencia indirecta es la zona de afectación a personas, centros poblados dentro del radio de acción alrededor de las obras del proyecto, por circulación y ruido de maquinaria, olores, vehículos, personal, demandas de servicios y cambios socio económicos.

Se determinó que la zona de amortiguamiento o área de influencia indirecta son todos los recintos cercanos al lugar de construcción y operación del CTC.

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calif. Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Mese	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
			1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
1, Planificación	1,1 Reconoc. Sitio	Suelo	Contaminación con desechos sólidos y líquidos		1	0,5	2	0,5	1	-1	1	-3									
		Aire	Contaminación por ruido		1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2									
		Población Local	Impactos en los valores culturales y comunitarios		1	0,5	2	1	1	1	1	3,5									
			Generación de nuevos ingresos alternativos		1	0,5	2	1	1	1	1	3,5									
	Subtotal		4	2	7	3	4	0	4	2											
2, Construcción	2,1 Transporte	Suelo	Compactación		1	1	1	1	2	-1	3	-10									
			Contaminación con desechos sólidos y líquidos		1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5									
			Erosión		1	1	1	0,5	2	-1	5	-9									
		Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos		1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5									
			Contaminación por ruido		1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5									
		Flora	Perdida de cobertura vegetal		1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5									
			Ecosistemas	Alteración de hábitats		1	1	1	1	1	-1	3	-5								
		Alteración de paisajes		1	1	2	1	1	-1	1	-4										
		Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	1	2	1	1	1	3	6									
			Provisión de fuentes de empleo		1	1	2	1	1	1	3	6									
	2,2 Desbroce	Suelo	Compactación		1	1	1	0,5	2	-1	5	-9									
			Contaminación con desechos sólidos y líquidos		1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5									
			Erosión		1	1	1	0,5	2	-1	5	-9									
		Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos		1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5									
			Sedimentación y turbidez		1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5									
			Eutrofización		1	1	2	2	1	-1	3	-9									
		Aire	Contaminación por ruido		1	1	1	1	2	-1	3	-10									
		Flora	Pérdida de biodiversidad		1	1	2	1	1	-1	3	-6									
			Perdida de cobertura vegetal		1	1	1	1	1	-1	3	-5									
		Fauna	Migración de especies		1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5									
Ecosistemas	Alteración de hábitats		1	1	1	1	1	-1	3	-5											
	Alteración de paisajes		1	1	1	1	2	-1	5	-14											
Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	1	2	1	1	1	5	8											

2,3 Ejecución de Obra		Provisión de fuentes de empleo	1	1	2	1	1	1	5	8		
	Suelo	Compactación	1	1	1	0,5	2	-1	3	-7		
		Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5		
		Erosión	1	1	1	0,5	2	-1	5	-9		
		Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	5	-4,5	
	Agua	Sedimentación y turbidez	1	1	1	1	1	-1	5	-7		
		Eutrofización	1	1	2	2	1	-1	5	-13		
		Aire	Contaminación por ruido	1	1	1	0,5	2	-1	5	-9	
	Flora	Pérdida de biodiversidad	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5		
		Perdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	0,5	2	-1	3	-6		
	Fauna	Cambio patrones de conducta	1	0,5	2	1	1	-1	1	-3,5		
		Migración de especies	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5		
	Ecosistemas	Alteración de hábitats	1	1	1	1	2	-1	3	-10		
		Alteración de paisajes	1	1	1	0,5	2	-1	3	-7		
	Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	5	7		
		Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	1	1	1	5	7		
	Subtotal			39	37	49	32	51	-27	133	-167,5	
	3, Operación	3,1 Ingreso Turistas	Suelo	Compactación	1	1	1	0,5	2	-1	5	-9
				Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5
				Erosión	1	1	1	1	2	-1	3	-10
Agua			Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5	
Aire			Contaminación por ruido	1	1	1	0,5	2	-1	1	-5	
Flora			Perdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2	
			Introducción de especies exóticas	1	1	2	2	1	-1	1	-5	
Fauna			Introducción de especies exóticas	1	1	2	2	1	-1	1	-5	
			Cambio patrones de conducta	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5	
			Migración de especies	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5	
Población Local		Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	0,5	2	1	1	1	5	7,5		
		Perdida de prácticas tradicionales y estilos de vida	1	1	2	1	1	-1	1	-4		
		Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	0,5	1	1	5	4,5		
		Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	1	1	1	5	7		
3,2 Uso Cabañas		Suelo	Compactación	1	1	1	0,5	2	-1	1	-5	
			Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5	
			Erosión	1	1	1	0,5	2	-1	3	-7	
		Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5	
		Aire	Contaminación por ruido	1	1	1	0,5	2	-1	3	-7	
		Flora	Perdida de cobertura vegetal	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5	
	Fauna	Cambio patrones de conducta	1	1	2	1	1	-1	1	-4		
		Migración de especies	1	1	2	1	1	-1	1	-4		
Ecosistemas	Alteración de hábitats	1	1	2	1	1	-1	1	-4			
Población Local	Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	1	1	2	1	1	5	12			

		Perdida de prácticas tradicionales y estilos de vida	1	1	1	2	1	-1	3	-8		
		Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	0,5	1	1	5	4,5		
		Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	0,5	1	1	5	4,5		
	3,3 Mantenimiento	Suelo	Compactación	1	1	1	0,5	2	-1	1	-5	
			Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5	
			Erosión	1	0,5	1	0,5	2	-1	3	-6	
		Agua	Contaminación con desechos sólidos y líquidos	1	1	1	0,5	1	-1	3	-3,5	
			Sedimentación y turbidez	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5	
		Aire	Contaminación por ruido	1	1	1	0,5	2	-1	3	-7	
		Población Local	Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	1	1	2	1	1	4	10	
			Perdida de prácticas tradicionales y estilos de vida	1	1	1	2	1	-1	1	-4	
			Generación de nuevos ingresos alternativos	1	1	1	0,5	1	1	5	4,5	
			Provisión de fuentes de empleo	1	1	1	0,5	1	1	5	4,5	
		Subtotal			37	34,5	44	32	46	-19	96	-71
		Total										

Elaborado: Ricardo Sosa. **Fuente:** Msc. Ángel Onofa Guayasamín.

6.7.4. RESULTADO MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

ETAPA	POSITIVO	NEGATIVO	TOTAL	MEDIA		TOTAL
				(+)	(-)	
PLANIFICACIÓN	7	-5	2	3,5	-2,5	1
CONSTRUCCIÓN	42	-209,5	-167,5	6	-6,35	-0,35
OPERACIÓN	57	-130	-73	6,33	-4,64	1,69
TOTAL	106	-344,5	-238,5	15,83	-13,49	2,34

Elaborado: Ricardo Sosa

El cuadro muestra claramente los resultados de la matriz de evaluación de impactos ambientales, la cual da como resultado una media promedio negativa de -13.49; y una media promedio positiva de 15.83, la diferencia entre ambas da como resultado un impacto ambiental de **2.34**, resultado que permite identificar que el presente proyecto tiene un impacto ambiental **compatible**, lo que significa que el proyecto es factible con el medio ambiente.

6.8. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

Se denomina plan de manejo ambiental al plan que, de manera detallada, establece las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar y compensar los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en desarrollo de un proyecto, obra o actividad.⁴⁰ El Plan de Manejo Ambiental, deberá cubrir las diferentes etapas del proyecto, para lo cual contendrá medidas de acciones.

⁴⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_manejo_ambiental

6.8.1. PROGRAMAS DE PREVENCIÓN, MITIGACIÓN, CONTROL Y COMPENSACIÓN

Los programas de prevención corresponden a las medidas técnicas, normativas, administrativas y operativas que tienden a prevenir, evitar, reducir los impactos negativos, antes de que sean producidos.

En cambio los programas de mitigación corresponden a las medidas que tienden a corregir, atenuar o disminuir los impactos negativos, una vez que se han producido.

Los programas de control permiten la verificación del cumplimiento de las normas técnicas para un correcto desempeño en las etapas del proyecto, y que estas no causen un impacto negativo significativo en el medio ambiente.

Por último los programas o medidas de compensación, comprende el diseño de las actividades tendientes a lograr consensos y compensaciones ambientales entre el proponente del proyecto y los actores involucrados.

Para lograr los objetivos del Plan de Manejo Ambiental y minimizar los impactos ambientales negativos que representaría la implementación de un Centro Turístico Comunitario en la comunidad de Sancán – Cantón Jipijapa, es necesario medidas correctoras que incentiven la optimización de los procesos, técnicas y tecnologías en las diferentes etapas del proyecto.

Los impactos derivados del proyecto en estudio pueden ser atenuados de acuerdo con las recomendaciones que se resumen en el siguiente cuadro:

COMPONENTE AMBIENTAL	ACCIONES DE MITIGACIÓN
SUELO	<p>Programa de manejo de desechos. Se deberá separar la basura orgánica de la inorgánica. Los desechos y residuos deben ser tratados, separados, y expedidos de una manera ecológica para que facilite la tarea de reciclaje.</p> <p>Identificar senderos adecuados para el transporte de materiales en la etapa de construcción.</p> <p>Vegetación para evitar erosión.</p> <p>Limpieza diaria de desechos</p>
AIRE	<p>Elegir equipos y maquinarias de baja emisión de ruidos, además deberá efectuarse un mantenimiento adecuado de los mismos.</p>
AGUA	<p>En las cabañas se debe utilizar jabones, shampoo y detergentes biodegradables, evitando productos con sustancias químicas fosfatadas y cloradas.</p> <p>Se Realizará un sistema de alcantarillado con una fosa séptica.</p>
VEGETACIÓN	<p>La extracción de madera debe ser de manera racional para la construcción de las cabañas, tratando de desperdiciar en lo mínimo cualquier residuo que esta pueda dejar, los cuales servirán para implementar senderos, o algún tipo de señalética donde sea necesario.</p> <p>Se debe llevar a cabo un programa de reforestación con especies propias de la zona.</p>
PAISAJE	<p>Los materiales para la construcción de las cabañas deben ser de materiales propios a la zona, siguiendo una arquitectura mantenida por los pobladores de la comunidad de Sancán y tratando de no alterar el paisaje natural.</p>
SOCIO-ECONÓMICO CULTURAL	<p>Programa de Capacitación Ambiental, estas actividades de entrenamiento y/o capacitación ambiental para los actores involucrados en el proyecto, ayudarán a concienciar acerca de los riesgos de un inadecuado manejo de los recursos naturales y el impacto en el medio ambiente.</p> <p>Inclusión de la participación comunitaria mediante procesos de concienciación ciudadana, mediante la implementación de programas de capacitación a los pobladores, con el fin de dar a conocer el valor de su cultura y la importancia de mantener una identidad propia.</p>

Elaborado: Ricardo Sosa.

6.8.2. OTRAS MEDIDAS DE MITIGACIÓN

- Charlas a los visitantes acerca de cuidado del medio ambiente favorecerán al cuidado del medio ambiente.
- Programa de educación ambiental a todas las personas involucradas en el desarrollo de las actividades.
- La supervisión al momento de la construcción del CTC se realizará mediante la supervisión regular y oportuna de un profesional con experiencia en este tipo de construcciones y será responsable de velar por el cumplimiento de los diseños y especificaciones técnicas, operacionales y de seguridad del proyecto.
- Se colocará basureros para reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos.
- Letreros de señalización en español e inglés indicando a los turistas sobre la conservación de la biodiversidad y del paisaje.

6.9. FACTOR SOCIAL

Cabe resaltar que los impactos anteriormente citados, se consideran significativos, pero no presentan en la mayoría de los casos inconvenientes graves en las características citadas y en el entorno inmediato o directo.

El impacto social que incurriría el proyecto, se ha determinado que en las etapas de Planificación, Construcción y Operación favorecerá para la creación de nuevas fuentes de trabajo, tanto directa como indirecta; las mismas que contribuirán con el desarrollo económico y social para la Comunidad Sancán y para todo el Cantón Jipijapa.

En lo que respecta las fuentes de trabajo directas, se encuentran todos los empleados operacionales, administrativos y en sí toda la comunidad involucrada en Centro de Turismo Comunitario, quienes participarán de todas las actividades turísticas 7a desarrollarse.

De la misma forma las fuentes de trabajo indirectas, están todos los empleados de la construcción; los técnicos quienes aportarán de sus conocimientos al momento de la construcción del CTC; los capacitadores que serán necesarios para brindar una asesoría turística a la comunidad. Otra forma de generar fuentes de trabajo de forma indirecta son la cooperación y trabajo en conjunto con todos los proveedores de insumos, que en su gran mayoría serán del Cantón Jipijapa.

Al proponer una nueva oferta turística, grupos humanos influenciaran en el aspecto cultural, lo que puede ocasionar un cambio de mentalidad de los pobladores, dejando de lado su propia cultura e identidad; estos cambios se originarían en la etapa de operación del proyecto, sin embargo una forma de mitigar este impacto que puede ser negativo para la comunidad, se ha programado talleres de capacitación para los pobladores, con el fin de dar a conocer el valor de su cultura y la importancia de mantener una identidad propia.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación se presentan las principales conclusiones del estudio, así como algunas recomendaciones consideradas como relevantes para tomarse en cuenta en futuras investigaciones sobre el tema.

7.1. CONCLUSIONES

- El Cantón Jipijapa tiene potencialidades turísticas necesarias para atraer al turista tanto nacional como extranjero. De esta forma favorece para la creación de una oferta de turismo alternativo como lo es el Turismo Comunitario, en donde la convivencia con gente lugareña, hace de éste turismo una experiencia inolvidable.
- La ubicación de la Comunidad Sancán favorece la visita de los atractivos naturales y culturales que se encuentran distribuidos a lo largo del Cantón Jipijapa.
- El Turismo Comunitario permite el desarrollo de la comunidad y del Cantón, en vista de que permite la participación de la población local en todas las etapas del Proyecto, los beneficios económicos quedan dentro de la misma Comunidad, y permite la posibilidad de un verdadero diálogo intercultural entre los turistas y la población.

- La Comunidad de Sancán está consciente de que el turismo es una fuente alternativa de ingresos económicos, por lo cual su disposición de participar y estar involucrados con el presente proyecto favorece a la realización del mismo.
- Varios objetivos de las autoridades del Cantón Jipijapa y el Centro Cultural del Cantón es el desarrollo turístico, y rescate de las manifestaciones culturales de Jipijapa, por lo cual la propuesta de **Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa** ayuda en gran manera a lograr sus objetivos.

7.2. RECOMENDACIONES

- El Cantón Jipijapa tiene muchas falencias en cuanto a los servicios básicos por lo que la pronta atención a estas necesidades favorecerá al desarrollo del Cantón en un periodo de tiempo más corto.
- Es importante realizar otros estudios referentes a turismo, ya que el Cantón Jipijapa posee varias potencialidades turísticas las cuales no han sido exploradas de forma correcta, y se limita a un turismo experimental.
- El turismo en los últimos años se ha diversificado en gran manera, por lo que se han ampliado las diferentes ofertas turísticas y no se limita al clásico turismo de Sol y Playa; dado el caso que Jipijapa se encuentra a escasos minutos de la playa se puede diversificar el turismo y las actividades turísticas que el presente proyecto propone, y se puede ofertar un turismo comunitario con gente de la Comunidad Sancán, pero también de la mano con visitas a la Playa.

- Es importante realizar estudios cada cierto tiempo en cuanto a las tendencias de la oferta y la demanda, en vista de que el mundo del turismo es un constante cambio en pos de ofrecer un mejor servicio que satisfaga las necesidades siempre cambiantes de la demanda.
- Solicitar la intervención de las respectivas autoridades con el fin de mejorar la infraestructura de acceso y señalización de y hacia los atractivos turísticos del cantón.
- Las entidades reguladoras de la actividad turística del cantón, deberían considerar implementar un programa por el cual se enseñe la preparación de los platos típicos de la zona, con la finalidad de dar a conocer a futuras generaciones esta información y evitar que esta identidad se pierda.

BIBLIOGRAFÍA

ABERCROMBIE, Nicholas, Hill Stephen & Turner Beyan, *Diccionario de Sociología*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1998.

ALVEAR, María del Carmen, *Diagnóstico de los sistemas de producción familiar del café en el cantón Jipijapa*, Tesis, PUCE, Quito, 2000.

BOULLÓN, Roberto, *Actividades turísticas y recreacionales*, Tercera Edición, México, Editorial Trillas, 1992.

- *Planeación del Espacio Turístico*, México, Edición Trillas, 1994.

- *Un nuevo tiempo libre*, México, Editorial Trillas, 1993.

CAIMINAGUA, Margarita Alejandra, *Creación de un Centro de Turismo Comunitario Waskila – Yumbo ubicado en la Comunidad Santa Rosa de Suno, Cantón Loreto, Provincia de Orellana*, Tesis, UTE, Quito, 2009.

CAÑADAS, Luís, *Mapa Bioclimático y Ecológico del Ecuador*, Quito, Ediciones del Banco Central, 1983.

CÁRDENAS Tabares, Fabio, *Comercialización del Turismo*, Segunda Edición, México, Editorial Trillas, 1983.

CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TURISMO, *Metodología para inventarios de Atractivos Turísticos*, Quito, 1993.

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN AGROPECUARIA – MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA, *Estimación anual – 2001 Provincia de Manabí-Asa Jipijapa*, Quito, 2001.

EL DIARIO, *Manabí por cantones, "Jipijapa"*, Segunda Edición, Portoviejo, mayo 1999.

ENRIQUES Fuentes, Alfredo, *Manabí hacia el Ecuador y el Mundo*, Manta, Ediciones de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, 1992.

ESTRADA Icaza, Julio, *andanzas de Cieza por Tierras Americanas*, Primera Edición, Guayaquil, Imprenta Cromos, 1987.

GAVILÁNEZ Pazmiño, Ramón, *Monografía del Cantón Jipijapa*, Roma, Imprenta Scuola Tip. Salesianas, 1924.

GONZÁLEZ, Jorge, *Ecología*, Segunda Edición, México, Editorial Trillas, 1986.

HERNÁNDEZ Díaz, Edgar, *Proyectos Turísticos*, México, Editorial Trillas, 1994.

INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, *Carta Topográfica Portoviejo-escala 1:250.000*, Ecuador, 1988.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS – INEC, *Cifrando y descifrando Manabí*, Guayaquil, 1995.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS – INEC, *Provincia de Manabí – VI Censo Nacional de Población y V Vivienda 2001*, Quito 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS – INEC, *Proyecciones de la población por provincia, cantón, área año: 2001*, Quito, 2000.

JIMÉNEZ, Luis Fernando, *Teoría Turística*, Colombia, Ediciones del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia, 1990.

LOOR, Wilfrido, *Manabí Prehistoria y Conquista*, Quito, Editorial La Salle, 1956.

MALDONADO, Luis, *La identidad de Manabí. Realidad Actual y perspectivas*, Primera Edición, Ecuador, Editorial Porvenir, 1993.

MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL – MBS & INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA – IICA, *Evaluación final del PRONADER*, Quito, 2000.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, *Catastro Multifinalitario Nacional*, Quito, 2001.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Investigaciones Turísticas – 2001 Turismo Receptivo Terrestre*, Quito, 2002.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Movimiento Migratorio en el Ecuador*, Quito, 2002.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Principales indicadores turísticos del Ecuador*, Quito, 2000.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Registro de visitantes nacionales y extranjeros a las áreas naturales del Ecuador*, Quito, 2000.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *Manual de Información Cultural, Educativa, Turística, Industrial, Comercial Agrícola y Ganadera*, Pág. 38. Quito, 2004.

MONTANER, Antich, & Arcaros, *Diccionario de turismo*, España, Editorial Síntesis, 1998.

PÉREZ García, Próspero Antonio, *Relatos Protohistóricos y Prehistóricos de la Antigua provincia de Jipijapa*, Primera Parte, Primera Edición, Jipijapa, 1965.

PÉREZ García, Próspero Antonio, *Relatos Protohistóricos y Prehistóricos de la Antigua provincia de Jipijapa*, Segunda Parte, Primera Edición, Jipijapa, 1970.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, *Diccionario de la Lengua Española*, España, Editorial España-Calpe, 1970.

SAVILLE Marshall, *Relaciones Históricas y Geográficas de Manabí*, Tomo VII, traducido al español por Wilfrido Loor, Guayaquil, Impresiones Oroncio Portugal, 1938.

SUTTON, David, *Principios Fundamentales de Ecología*, Traducido por Gabriel Velasco, México, Limusa Noriega Editores, 1994.

SUBJEFATURA DEL SERVICIO RURAL DE LA POLICÍA NACIONAL – JIPIJAPA, *Estudio del Área del Cantón Jipijapa*, Jipijapa, 1999.

VANSINA, Jan, *La tradición oral*, Segunda Edición, trad. al español por Miguel María Llongueras, España, Editorial Labor, 1967.

BIBLIOGRAFÍA INTERNET

<http://es.wikipedia.org/wiki/Jipijapa>

<http://www.cofenac.org>

<http://www.eldiario.com.ec>

<http://www.eluniverso.com>

<http://www.jipijapa.gov.ec>

<http://www.jipijapa.org>

<http://www.manabi.gov.ec/cantones/jipijapa>

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	<i>Marcos Suárez / Equipo Dirección Provincial de Turismo</i>	FICHA: JI025
SUPERVISOR EVALUADOR:	<i>Lcda. Gina Molina</i>	FECHA: <i>Octubre 2007</i>
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<i>Manantial de Agua Azufrada de Joa, Manejo del Agua.</i>	
PROPIETARIO:	<i>Comunidad de Joa</i>	
CATEGORÍA:	<i>Manifestaciones Culturales</i>	TIPO: <i>Etnografía.</i>
		SUBTIPO: <i>Uso del Agua.</i>
2. UBICACIÓN		
	LATITUD: <i>0545936</i>	LONGITUD: <i>9850252</i>
PROVINCIA:	<i>MANABI</i>	CANTÓN: <i>Jipijapa</i>
CALLE:	<i>Carretero Jipijapa – Puerto Cayo</i>	LOCALIDAD: <i>Joa</i>
	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
	NOMBRE DEL POBLADO: <i>Jipijapa</i>	DISTANCIA(km): <i>4,3 km.</i>
	NOMBRE DEL POBLADO: <i>Portoviejo</i>	DISTANCIA(Km): <i>56 Km.</i>
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R I N T R I N S E C O	V A L O R I N T R I N S E C O	<p>ALTURA (m.s.n.m.): <i>191 msnm</i></p> <p>TEMPERATURA (°C):</p> <p>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm/año):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Localización: <i>Manantiales en zona tectónica del cuaternario, expulsados por presión de gas, alrededor del cual se encuentra asentada la comunidad de Joa, antiguo asentamiento indígena – campesino de Jipijapa.</i> – Acceso: <i>El acceso al recurso es libre para todo el cantón, recientemente (siglo XX) el gobierno local modifico la configuración inicial y natural del manantial ampliando su capacidad de almacenar.</i> – Origen: <i>El manantial es cuaternario y se presume que el origen del agua es de tipo marina que aflora en varios puntos alrededor de las formaciones geológicas locales resultando la tectónica pleistocenita que provee de la energía para expulsar el agua en forma de burbujas cargadas de compuestos de azufre por lo que el agua tiene el sabor y el olor característico de su disolución. Durante cientos de años la comunidad ha explotado el acuífero, el cual se encuentra bajo la protección advocativa de un santo católico, exponiendo lo colonial, imposición de reemplazar los lugares sacros indígenas. En la comuna se ha alimentado la creencia de un cierto volcanismo vinculado a la existencia de este fenómeno. La intervención humano-ambiental deriva en el uso del manantial por la comunidad local, siendo herederos de una tradición milenaria que llamaría la atención de los hispanos en el siglo XVI.</i>

C A L I D A D	V A L O R	<p>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Consumo Humano</i> - <i>Higiene Personal</i> - <i>Aseo de prendas de vestir.</i> <p><i>Tradiciones del uso del "agua amarga" en Manabí Sur.</i></p>	<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Sobre explotación</i></p>														
	E X T R I N S E C O	<p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Nombre:</td> <td colspan="3"><i>Etnografía</i></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="3"><i>Junio 1979</i></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table> <p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Erosión, laguna de oxidación de Jipijapa.</i></p>	Nombre:	<i>Etnografía</i>			Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>		Patrimonio del Ecuador	<input checked="" type="checkbox"/>
Nombre:	<i>Etnografía</i>																
Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>																
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>															
	Patrimonio del Ecuador	<input checked="" type="checkbox"/>															

A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4	X				
	ACUATICO	SENDERO				TREN					Culturales: Día Inicio:
		MARITIMO				BARCO					Día Fin:
						BOTE					Naturales:
		FLUVIAL				CANOA					
AÉREO					OTROS					HORAS AL DIA 24	
					AVION					Culturales: Día Inicio:	
					AVIONETA					Día Fin:	
					HELICOPTEROS					Naturales:	
OBSERVACIÓN:											

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *Coactur, Manglaralto, Reina del Camino, Urbanas, Transportes Jipijapa*

DESDE: *Jipijapa* **HASTA:** *Puerto Cayo* **FRECUENCIA:** *Diaría* **DISTANCIA:** *4,5 km.*

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIO

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Observación : _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

- *Formación rocosa Chocotete*
- *Playas de Puerto Cayo*

- *1,2 km.*
- *3,5 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL NACIONAL
PROVINCIAL INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALES			
ENCUESTADOR:	<i>Marcos Suárez / Equipo Dirección Provincial de Turismo</i>		FICHA. JI026
SUPERVISOR EVALUADOR:	<i>Lcda. Gina Molina</i>		FECHA: <i>Noviembre 2007</i>
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<i>Museo de Jipijapa</i>		
PROPIETARIO:	<i>Municipalidad de Jipijapa</i>		
CATEGORÍA:	<i>Manifestaciones Culturales</i>	TIPO: <i>Históricas</i>	SUBTIPO: <i>Museos</i>
2. UBICACIÓN		LATITUD:	LONGITUD:
PROVINCIA:	<i>MANABI</i>	CANTÓN:	<i>Jipijapa</i>
CALLE:		NÚMERO:	
			LOCALIDAD: <i>Jipijapa</i>
			TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO			
NOMBRE DEL POBLADO:	<i>Jipijapa</i>		DISTANCIA(km): <i>0 km.</i>
NOMBRE DEL POBLADO:	<i>Portoviejo</i>		DISTANCIA(Km): <i>54 km.</i>
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
C A L O R A R I O S D E A S E D O	V	ALTURA (m.s.n.m.):	PRECIPITACIÓN
	A		PLUVIOMETRICA (mm/año):
	L		
	O		
	R	<ul style="list-style-type: none"> - Localización: <i>Casco central de la ciudad de San Lorenzo de Jipijapa.</i> - Distribución especial: <i>A una cuadra del Municipio y del Parque.</i> - Colecciones al interior: <i>Arqueológicas, etnográficas e históricas.</i> - Clasificación de la muestra arqueológica: <i>Por criterios crono culturales desplegados en la sala principal del local se incluyen réplicas de figurines cerámicos estilos Bahía y Jama, predominantemente la histórica, no presenta criterios explícitos de clasificación pero toda la muestra parece corresponder a la época cafetalera, la etnografía comprende una clasificación por materiales; mocora, toquilla, cabuya, madera y cerámica. Hay fotos antiguas del siglo XX.</i> 	
	I		
	T		
	R	<ul style="list-style-type: none"> - Mueblería: <i>Estantes y vitrinas.</i> - Decoración: <i>Ilustraciones, dibujos, fotos.</i> - Materiales utilizados: <i>Barro, arena, fibras vegetales, piedra, madera.</i> - Pureza de colección: <i>Originales en vitrinas, replicas en estanterías.</i> - Estado de conservación: <i>arqueológica.- se mantienen de manera elemental. Las históricas.- no tienen protección, no hay curaduría.</i> - Muestras relevantes: <i>todos los periodos aborígenes; época del café y su auge; artesanías en cerámica, fibras vegetales y madera.</i> - Objetos arqueológicos: <i>figurines de diversos períodos y estilos.- torteros, vasijas, piedras labradas, metales, filigranas y hachas, urnas de Milagro y Manteño.</i> - Restos fósiles: <i>madera petrificada, estrella de mar, caracoles y conchas petrificados.</i> - Objetos varios: <i>documentos y fotografías.</i> 	
	D		
	E		
C			
O			

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4.1. USOS (SIMBOLISMO) - <i>Educativo</i> - <i>Difusión turística.</i> <i>Es un ejemplo de continuidad artesanal e histórica.</i>	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: <i>Incuria</i>													
		ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) - <i>Exposición permanente.</i> - <i>Eventos culturales en fechas cívicas y patronales.</i>	5.2 PATRIMONIO (Atractivos Culturales) <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Nombre:</td> <td colspan="3"><i>Arqueológico</i></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="3"><i>Junio 1979</i></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td colspan="2" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td colspan="2" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table> 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: <i>Urbanismo no planificado.</i>	Nombre:	<i>Arqueológico</i>			Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>		Patrimonio del Ecuador
Nombre:	<i>Arqueológico</i>															
Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>															
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>														
	Patrimonio del Ecuador	<input checked="" type="checkbox"/>														

A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				
		EMPEDRADO				4X4	X				
	ACUATICO	SENDERO				TREN					Culturales: Día Inicio: Día Fin:
		MARITIMO				BARCO					
						BOTE					Naturales:
			FLUVIAL				CANOA				
					OTROS					HORAS AL DIA 24	
AÉREO					AVION					Culturales: Día Inicio: Día Fin:	
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	
OBSERVACIÓN:											

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *Jipijapa tiene Terminal interprovincial e intercantonal*

DESDE: *Variable* HASTA: *Jipijapa* FRECUENCIA: *Diaria* DISTANCIA: *Variable.*

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIO

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Observación : *Alcantarillado es parcial*

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

- *Parque central de Jipijapa*
- *Gastronomía de Jipijapa*

- *0,25 km.*
- *0,25 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL NACIONAL
PROVINCIAL INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	<i>Marcos Suárez / Equipo Dirección Provincial de Turismo</i>	FICHA: JI027
SUPERVISOR EVALUADOR:	<i>Lcda. Gina Molina</i>	FECHA: <i>Octubre 2007</i>
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<i>Pozos de Choconcha y Andil, Manejo del Agua</i>	
PROPIETARIO:	<i>Comunidad de Choconcha y Andil</i>	
CATEGORÍA:	<i>Manifestaciones Culturales</i>	TIPO: <i>Etnografía.</i>
		SUBTIPO: <i>Manejo del Agua</i>
2. UBICACIÓN		
LATITUD:		LONGITUD:
PROVINCIA: <i>MANABI</i>	CANTÓN: <i>Jipijapa</i>	LOCALIDAD: <i>Choconcha y Andil</i>
CALLE: <i>Carretero</i>	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: <i>Jipijapa</i>		DISTANCIA(km): <i>12 km.</i>
NOMBRE DEL POBLADO: <i>Portoviejo</i>		DISTANCIA(Km): <i>56 km.</i>
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R I N T R I N S E C O	V A L O R I N T R I N S E C O	<p>ALTURA (m.s.n.m.): <i>350 msnm</i></p> <p>TEMPERATURA (°C): <i>22° -25°</i></p> <p>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm/año): <i>0 – 500 mm</i></p> <p>– Localización: <i>Choconcha y Andil son comunidades tradicionales de la parte alta de Jipijapa. Ellas se asentaron alrededor de pozos de agua de origen natural, manantial provocado por presión de gas a consecuencia de los fenómenos tectónicos e hidrostáticos naturales. El manejo del agua sigue siglos de convivencia comunitarias y su acceso es abierto a sus miembros que la emplean para consumo, higiene y regadío mediante infraestructura emplazada en la boca de los pozos. Los gobiernos locales resuelven problemas de regadío accediendo a este recurso. Los pozos son patrimonio geológico para incrementar la capacidad de almacenamiento bajo la misma presión. Parámetros de calidad y morfología no pudieron ser determinados por limitaciones técnicas del equipo.</i></p>

C A L I D A D	V A L O R	<p>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Consumo Humano</i> - <i>Higiene personal</i> - <i>Aseo de prendas de vestir</i> <p><i>Tradiciones de uso del agua en Manabí.</i></p>	<p>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Sobre explotación</i></p>										
	E X T R I N S E C O	<p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>5.3 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Nombre:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Mal manejo de cuencas hidrográficas.</i></p>	Nombre:			Fecha de Declaración:			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>	Patrimonio del Ecuador
Nombre:													
Fecha de Declaración:													
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>											
	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>											

A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4						
	ACUATICO	SENDERO				TREN					Culturales: Día Inicio: Día Fin:	
		MARITIMO				BARCO						
		FLUVIAL					BOTE					Naturales: HORAS AL DIA 24
							CANOA					
						OTROS						
AÉREO					AVION					Culturales: Día Inicio: Día Fin:		
					AVIONETA							
						HELICOPTEROS					Naturales:	
OBSERVACIÓN:												

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *Camioneta*

DESDE: *Jipijapa*

HASTA: *Choconcha y Andil*

FRECUENCIA:

Diaria

DISTANCIA: *7 km.*

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE

ENTUBADA

TRATADA

DE
POZO

NO EXISTE

OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO

GENERADOR

NO EXISTE

OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA

POZO CIEGO

POZO SEPTICO

NO EXISTE

OTROS

PRECIO

SI

NO

ENTRADA
LIBRE

OTROS

Observación :

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

- *Puente La Mona*
- *Cascada de Agua Dulce*

- *5,5 km.*
- *11 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

NACIONAL

PROVINCIAL

INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	Marcos Suárez / Equipo Dirección Provincial de Turismo	FICHA: JI023
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lcda. Gina Molina	FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Gastronomía de Maíz (Tortillas y Greñoso)	
PROPIETARIO:	Artesanos de Sancán	
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía Campesina
		SUBTIPO: Comidas y Bebidas Típicas
2. UBICACIÓN		
PROVINCIA:	MANABI	CANTÓN: Jipijapa
		LOCALIDAD: Sancán
CALLE:	Carretero Jipijapa – La Pila	NÚMERO:
		TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	Jipijapa	DISTANCIA(km): 12 km.
NOMBRE DEL POBLADO:	Portoviejo	DISTANCIA(Km): 56 Km.
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R A L I N T R I N S E D O	V A L O R I N T R I N S E C O	<p>ALTURA (m.s.n.m.): msnm</p> <p>TEMPERATURA (°C):</p> <p>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (mm/año): mm</p> <ul style="list-style-type: none"> – El Maíz: La culinaria a partir de esta planta es muy extensa la Harina y el almidón de esta gramínea ha dado lugar a dos preparaciones: la Tortilla y el Greñoso, este último en asociación con el maní, también local y el primero incorpora el Queso. – La Preparación: Ambos es a partir del llamado “maíz maduro” o criollo. Cada Tortilla se hace a partir de cantidades iguales de masa. Para el Greñoso la cantidad dependerá del tamaño del molde. – Calidad y presentación: Las Tortillas presentan cocción uniforme, peso y forma también. Las sirven calientes para favorecer la masticación y mantener la cohesión de la masa. El punto del Queso le da un sabor adicional al maíz. Los moldes que consiguen normalmente por presión de las palmas de las manos. El Greñoso exige una combinación de harina de maíz y de maní en proporción asimétrica (aproximadamente diez partes a una). El almidón de maíz y el aceite del maní contribuyen a darle el sabor y consistencia característico. Esta última se logra mediante batido lento durante la cocción. Le favorece un color envolvente del recipiente en que se prepara de allí la preferencia por el “fogón de leña”. Obtenida la pasta, se pone a descansar nuevamente antes de verterla en el molde final, donde termina su enfriamiento. Cada porción del gel de maíz – maní forma “cubos” de aproximadamente 8 onzas. Se sirve frío, hay la creencia de que ingerirlo caliente provoca malestar estomacal. Es más bien un mito que condiciona la necesidad de su enfriamiento para que las porciones tengan forma regular. Puede acompañarse de salsas y bebidas frías o calientes.

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	<p>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gastronomía tradicional - Alimentación <p><i>El maíz es una planta icono del mundo aborigen americano sobre cuya productividad se erigiera la civilización en su diversidad de expresiones e interrelaciones.</i></p> <hr/> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p> <p><i>Ferias diarias en carretera, ofrecen tortillas. Ferias extraordinarias ofrecen Greñoso.</i></p>	<p>8. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Transmisión de la tradición y exigencias culinarias de la población.</i></p> <p>5.4 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Nombre:</td> <td colspan="2"><i>Etnografía</i></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="2"><i>Junio 1979</i></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Afectaciones climáticas, deforestación, decaimiento del suelo afectan producción de maíz criollo; mal manejo de cuencas y competencia con productos industriales del maíz.</i></p>	Nombre:	<i>Etnografía</i>		Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>		Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>	Patrimonio del Ecuador	<input checked="" type="checkbox"/>
		Nombre:	<i>Etnografía</i>											
Fecha de Declaración:	<i>Junio 1979</i>													
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>												
	Patrimonio del Ecuador	<input checked="" type="checkbox"/>												
A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO													
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO			
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365			
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X							
		EMPEDRADO			X	4X4					DIAS AL MES 30			
		SENDERO				TREN					Culturales: Día Inicio: <i>Lunes</i> Día Fin: <i>Domingo</i>			
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:			
						BOTE								
		FLUVIAL				CANOA								
AÉREO					OTROS					HORAS AL DIA 24				
					AVION					Culturales: Día Inicio: <i>6 a.m.</i> Día Fin: <i>9 p.m.</i>				
					AVIONETA					Naturales:				
					HELICOPTEROS									
OBSERVACIÓN:														

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *Urbanas para Greñoso; Tortillas en Sancán, Coactur, Reina del Camino, Rutas Portovejenses, Manglaralto, Aray, Jipijapa.*

DESDE: **HASTA:** **FRECUENCIA:** *Diaria* **DISTANCIA:** *Variable*

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS *Tanqueros*

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIO

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Observación : *Cada tortilla se expende a 0,25 centavos; la porción de Greñoso a 0,50 centavos pero se expende por moldes multiporción a 15 dólares 4 libras.*

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

- *Replica de Carros en Sambembe*
- *Artesanos en cerámica y yeso de La Pila*

DISTANCIA

- *6 km.*
- *17 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL NACIONAL
PROVINCIAL INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	<i>Ing. Gabriel Reinoso</i>	FICHA: JI010
SUPERVISOR EVALUADOR:	<i>Ministerio de Turismo</i>	FECHA: 22/10 2007
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<i>Pozos de Chade</i>	
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA:	<i>Sitio Natural</i>	TIPO: <i>Aguas subterráneas</i> SUBTIPO: <i>Aguas Minerales</i>
2. UBICACIÓN		
	LATITUD: <i>551500</i>	LONGITUD: <i>9855071</i>
PROVINCIA:	<i>MANABI</i>	CANTÓN: <i>Jipijapa</i> LOCALIDAD: <i>San Miguel de Chade</i>
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	<i>Jipijapa</i>	DISTANCIA(km): <i>6 Km.</i>
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (Km):
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R I N T R I N S E C O	V A L O R I N T R I N S E C O	<p>ALTURA (m.s.n.m.): <i>356</i> TEMPERATURA (°C): <i>23-26</i> PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm/año): <i>500-1000</i></p> <p>a. <i>Aguas que emanan en forman natural, de origen subterráneo y se tiene la creencia que todo visitante debe tomar agua de los tres pozos principales para que no le dé mal de aire.</i></p> <p>b. <i>Se trata de varios pozos que se encuentran al costado de la carretera que va hacia el cantón 24 de Mayo, los pozos están a lo largo de todo el poblado. En la actualidad se han construido bases y tapas de cemento en todos los pozos, así como cubiertas que protegen los mismos, toda esta infraestructura fue hecha en el año de 1981. La profundidad de los pozos va desde los 8 a los 12 m., las paredes originales de los pozos originalmente están recubiertas de piedras, también se debe mencionar que el agua que sale de los pozos es salobre y su emanación es constante razón por la cual los pobladores la usan en los servicios diarios excepto para hacer la comida. Una creencia muy generalizada es que con el uso constante de esta agua la piel toma una contextura muy suave.</i></p>

C A L I D A D	V A L O R	4.1. USOS (SIMBOLISMO) <i>Agua que sale de los pozos son usadas en las casas cercanas, menos para el consumo humano.</i>	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: <i>Construcción de bases de cemento y cubiertas de madera</i>														
	E X T R I N S E C O	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales) <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 150px;">Nombre:</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="3"></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td style="width: 30px;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30px;"></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>	Nombre:				Fecha de Declaración:				Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>		Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>
Nombre:																	
Fecha de Declaración:																	
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>															
	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>															

A P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X					365	
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL							
		EMPEDRADO				4X4						DIAS AL MES 30	
		SENDERO				TREN						Culturales:	Día Inicio:
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:	
						BOTE					Naturales:		
		FLUVIAL				OTROS/camion etas	X					HORAS AL DIA 24	
AÉREO					AVION						Culturales:	Día Inicio: 24	
					AVIONETA						Día Fin:		
					HELICOPTEROS					Naturales:			
OBSERVACIÓN:													

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *Carros particulares, cooperativas que van hacia 24 de Mayo y cooperativas de camionetas que salen desde Jipijapa.*

DESDE: *Jipijapa*

HASTA: *24 de Mayo*

FRECUENCIA:

cada hora

DISTANCIA:

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE

ENTUBADA

TRATADA

DE
POZO

NO EXISTE

OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO

GENERADOR

NO EXISTE

OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA

POZO CIEGO

POZO SEPTICO

NO EXISTE

OTROS

PRECIO

SI

NO

ENTRADA
LIBRE

OTROS

Observación : _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

– *Iglesia Central San Lorenzo*

– *6 Km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

NACIONAL

PROVINCIAL

INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALESENCUESTADOR: *Ing. Patricio Santana*

FICHA: JI014

SUPERVISOR EVALUADOR: *Ministerio de Turismo*

FECHA: 27/10 2007

NOMBRE DEL ATRACTIVO: *Salto de la Margarita*

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: *Sitio Natural*TIPO: *Río*SUBTIPO: *Remanso***2. UBICACIÓN**LATITUD: *0549553E*LONGITUD: *4819582N*PROVINCIA: *MANABI*CANTÓN: *Jipijapa*LOCALIDAD: *Pedro Pablo Gómez*

CALLE:

NÚMERO:

TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVONOMBRE DEL POBLADO: *Pedro Pablo Gómez*DISTANCIA(km): *2.9 Km*NOMBRE DEL POBLADO: *Portoviejo*DISTANCIA (Km): *82.2 km*

C A L I D A D E S E C O	V A L O R I N T R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.): <i>357-363</i>	TEMPERATURA (°C): <i>25-29</i>	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm/año):
	<p>a. Tamaño: <i>cauce del río Chantal 15 m aproximadamente</i></p> <p>b. Calidad del agua: <i>Turbia y estancada llena de material orgánico en descomposición.</i></p> <p>c. Descripción del paisaje: <i>afloramiento rocoso provocando una pequeña caída de aproximadamente de 2 a 5m. para luego continuar el cauce del río Chantal. Es un bosque intervenido y las riberas ocupadas por árboles emergentes que dan sombra.</i></p> <p>d. Flora y Fauna (Biodiversidad): <i>Caña guadua – bambura guadua. Tutumbre – cordia sp. Fernán Sánchez – triplaris cumingiana.cojojo ocnistus arborescens. Guarumo – cecropia peltata. Cedro – swieinia sp laurel – cordia alliodora. Matapalo blanco – Picus sp. Hornero – furnarus leucopus. Perdiz – crypturellus stri. Negrofino – molothrus bonariensis. Púdrete – momotus momota</i></p> <p>e. Descripción de sus riberas: <i>Estrechas hasta el afloramiento rocoso donde se amplían hasta 8 m. de largo, formando riberas de tipo talud.</i></p> <p>f. Usos existentes: <i>lavandería, balneario, recreación.</i></p> <p>g. Actividades varias: <i>abrevaderos para ganado bovino, animales domésticos y aves silvestres.</i></p> <p>Salto: <i>se forma un pequeño salto de dos niveles originado cuando el río salva niveles del afloramiento rocoso.</i></p>			

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4.1. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		<i>Lavandería Descarga de aguas servidas a través de conexiones de colector natural por los pobladores de la parroquia.</i>	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: <i>Descarga de basura y aguas servidas alterando la fauna en el lecho hídrico.</i>
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
			Nombre: _____ Fecha de Declaración: _____ Categoría: Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>
			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
			ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: <i>Deforestación, pastizales y monocultivos y presencia de animales.</i>

P O Y O	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365	
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL					DIAS AL MES 30	
		EMPEDRADO				4X4					Culturales:	Día Inicio:
		SENDERO				TREN						Día Fin:
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA						
AÉREO					OTROS/caminatas	X				HORAS AL DIA 24		
					AVION					Culturales:	Día Inicio:	
					AVIONETA						Día Fin:	
					HELICOPTEROS					Naturales:		
OBSERVACIÓN: Asfaltada desde Jipijapa entrada P. Pablo Gómez. Lastrada desde entrada p. Pablo Gómez hasta parroquia. <i>Bus: un turno diario desde Jipijapa hasta P. Pablo Gómez y viceversa. Camionetas c/hora desde entrada P. Pablo Gómez hasta cabecera parroquial.</i>												

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:NOMBRE DE LA RUTA: *s/n bus*DESDE: *Pedro Pablo Gómez*HASTA: *Jipijapa y viceversa*

FRECUENCIA:

*1 turno*DISTANCIA: *36.9 km.***9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA** (la que existe en la Parroquia Pedro Pablo Gómez)**AGUA**

POTABLE

ENTUBADA

TRATADA

DE
POZO

NO EXISTE

OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO

GENERADOR

NO EXISTE

OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA

POZO CIEGO

POZO SEPTICO

NO EXISTE

OTROS

PRECIO

SI

NO

ENTRADA
LIBRE

OTROS

Observación : _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

- *Cascada Mariland*
- *Saltos sin cabeza*

DISTANCIA

- *6.1 km.*
- *2.9 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

NACIONAL

PROVINCIAL

INTERNACIONAL

Otros:

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	<i>Ing. Patricio Santana</i>	FICHA: JI009
SUPERVISOR EVALUADOR:	<i>Ministerio de Turismo</i>	FECHA: 22/10 2007
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<i>Cascada Mariland</i>	
PROPIETARIO:	<i>AGD</i>	
CATEGORÍA:	<i>Sitio Natural</i>	TIPO: <i>Río</i> SUBTIPO: <i>Cascada intermitente</i>
2. UBICACIÓN		
	LATITUD: <i>0549160E</i>	LONGITUD: <i>9814392N</i>
PROVINCIA:	<i>MANABI</i>	CANTÓN: <i>Jipijapa</i> LOCALIDAD: <i>Pedro Pablo Gómez</i>
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	<i>Pedro Pablo Gómez</i>	DISTANCIA(km): <i>7.6 Km</i>
NOMBRE DEL POBLADO:	<i>Jipijapa</i>	DISTANCIA (Km): <i>44.5 km.</i>
	<i>Portoviejo</i>	<i>87.9 km</i>
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R L I N T R I N S E D A D O	ALTURA (m.s.n.m.): <i>418-500</i>	TEMPERATURA (°C): <i>23-26</i>
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm/año): <i>° C 500-1000</i>
	<p>a. Tamaño: <i>Tiene una altura de 80 m, considerando el primer piso. Ancho 40 m.</i></p> <p>b. Calidad del agua: <i>Turbia con poca fauna por falta de oxígeno debido a la presencia de desechos orgánicos de animales y actividades de descarga de agua servidas por filtración de comunidades vecinas. Agualón, San Vicente y la Crucita.</i></p> <p>c. Descripción del paisaje: <i>es un bosque seco que recorre los perfiles del río y la cascada, teniendo la particularidad de recibir las aguas por filtración de la parte superior de la montaña del bosque húmedo. El cauce es abrupto por la presencia de rocas de gran tamaño de la formación período cuaternario. Próximo a la cascada se encuentra un basamento rocoso muy amplio.</i></p> <p>d. Flora y Fauna (Biodiversidad): <i>Amarillo – centrolobium patinense. Ceibo – Ceiba trichis tandra. Jigua blanco – inga marginata. Chonta – bactris macana. Guasmo – guazuma ulmifolia. Caña guadua – bambura guadua. Fernán Sánchez – triplaris cumingiana. Pepito colorado – eritrina velutina. Cade – phytelephas aequatorialis. Niguito – muntingla clabura.</i></p> <p><i>Perdiz – crypturellus stri. Negrofino – molothrus bonariensis. Pedrote – momotus momota. Pigpiga – speotyto cunicularia. Guacharaca – ortatis erythroptiva. Ardilla sabanera – sciurus stramineus. Paloma santa cruz – Columba cayennensis.</i></p> <p>e. Descripción de sus riberas: <i>Van de Oeste a Este con riberas poco pronunciadas al inicio pero que se pronuncian a medida que se aproximan a la cascada donde se observa la formación rocosa levantada por la presión tectónica de la placa del litoral hacia adentro.</i></p>	

		<p>f. Usos existentes: <i>la zona próxima a la cascada está sometida a actividades de extracción de recursos forestales, cultivos de café, pastizales, y presencia de ganado bovino. Las comunidades vecinas utilizan el lecho del río para lavandería y descargas de basura que se recopilan en la cascada.</i></p> <p>g. Actividades varias: <i>a la cascada llegan visitantes locales a bañarse pero que dejan todos los desechos de basura. El monocultivo del maíz y en dirección a la pendiente también gana espacio.</i></p>
--	--	---

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	<p>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</p> <p><i>Paseos en bicicleta, paseo a caballo retiros (usos futuros)</i></p> <p><i>Lavandería por la poblaciones cercanas: Agualón, San Vicente, La Crucita, además descarga de basura.</i></p> <p><i>Bebedero para animales</i></p> <p><i>Caminatas</i></p> <p><i>Balnearios</i></p>	<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Presencia de basura y residuos orgánicos en el agua. Incrementos de vegetales y decrecimiento de fauna por falta de oxígeno.</i></p> <p>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Nombre:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Nombre:			Fecha de Declaración:			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>
		Nombre:												
Fecha de Declaración:														
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>												
	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>												
		<p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <i>Deforestación, presencia de bovinos y pastizales provocando erosión y cambios en la capacidad de captación de agua en estado gaseoso por la cobertura foliar en las partes altas.</i></p>											

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

A
P
O
Y
O

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365	
	LASTRADO		X		AUTOMOVIL					DIAS AL MES 30	
	EMPEDRADO				4X4					Culturales: Día Inicio:	
	SENDERO		X		TREN					Día Fin:	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA						
AÉREO					OTROS/camionetas	X				HORAS AL DIA 24	
					AVION					Culturales: Día Inicio:	
					AVIONETA					Día Fin:	
					HELICOPTEROS					Naturales:	

OBSERVACIÓN: *Asfaltada desde Jipijapa entrada P. Pablo Gómez.
 Lastrada desde entrada p. Pablo Gómez hasta parroquia.
 Bus: un turno diario desde Jipijapa hasta P. Pablo Gómez y viceversa.
 Vía veranera y sendero hasta la Cascada.
 Bus un turno diario desde jipijapa hasta P. Pablo Gómez y viceversa.
 Camionetas c/hora desde entrada P.P. Gómez hasta la cabecera parroquial.*

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: *s/n bus*

DESDE: *Pedro Pablo Gómez*

HASTA: *Jipijapa y viceversa*

FRECUENCIA: *1 turno*

DISTANCIA: *36.9 km.*

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA (la que existe en la cabecera Parroquial Pedro Pablo Gómez)

AGUA

POTABLE

ENTUBADA

TRATADA

DE POZO

NO EXISTE

OTROS *Salto de agua intermitente*

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO

GENERADOR

NO EXISTE

OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA

POZO CIEGO

POZO SEPTICO

NO EXISTE

OTROS

PRECIO

SI

NO

ENTRADA LIBRE

OTROS

Observación : _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

- *Salto de la Margarita.*
- *Saltos sin cabeza*

- *6.1 km.*
- *5.0 km.*

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

NACIONAL

PROVINCIAL

INTERNACIONAL

Otros:

ANEXO 2

TRABAJO ARTESANAL

SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA

Ésta importante manifestación cultural delata como a través de los años, el Cantón Jipijapa fue considerado como un importante centro artesanal en la elaboración de sombreros de paja toquilla, y como ésta motivó al desarrollo económico, político y social de Jipijapa en el siglo XVII, XVIII y parte del XIX.

El sombrero de paja toquilla constituyó uno de los motivos de desarrollo no solo económico sino social de los indios de Jipijapa y de Montecristi, gracias a sus ingresos lograron tener autonomía, muchos de ellos se relacionaron con los principales comerciantes de la época y esto contribuyó a que su actitud ante los blancos fuera de igual a igual, muestra de ello es la preocupación de las autoridades por la forma de arreglar sus asuntos legales, sus denuncias no se quedaban a nivel de Portoviejo ni de Guayaquil o Quito, sino que trascendían hacia El Virreinato de Santa Fe, incluso hasta Madrid, llegándose a afirmar que *“cien indios de la sierra que generalmente son quietos y humildes no equivalen a diez de esta provincia que viven y duermen sobre papel sellado, lo cual hace mas molesta su defensa”*.

Durante la colonia, muchos de los levantamientos protagonizados por los nativos se debieron a que estos tenían ingresos económicos gracias a la agricultura y a la artesanía, en especial del tejido de sombreros de paja toquilla, cuya comercialización era controlado por los propios indígenas.

El cambio de la actividad artesanal, a una de tipo agrícola como la siembra del cacao y la tagua, se debió a que durante las primeras décadas del siglo XIX los tejedores

de Jipijapa, se cansaron de los problemas ocasionados, tanto por los delegados del gobierno que se enriquecían a su costilla, como por personas que comercializaban la paja toquilla hacia el Perú. Esta es la razón también para el cambio de nombre al concentrarse el tejido en Montecristi, y dejará de llamarse **“Jipijapa”** para ser conocido como **“Montecristi”** y por convertirse Panamá en el centro de la comercialización y exportación al mundo en **“Panamá Hat”**.

PROCESO Y TECNICAS DE ELABORACION DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA

Ésta actividad se encuentra ligada a una serie de técnicas y secretos basadas en la sabiduría popular de aquellas personas que las confeccionan, de este modo todo empieza con clasificar la paja, ya que de acuerdo al tipo de fibra, se puede concluir cual es buena, regular y defectuosa; la paja selecta sirve para elaborar los mejores sombreros y es necesario que quien vaya a tejer prepare él mismo la paja. Una vez escogida la fibra, a ésta se la tiende en cordeles, luego que está media seca se la lava y se coloca en un recipiente grande que contenga agua para hervir por espacio de media hora; luego se la vuelve a lavar y se la tiende al sol. Después, en una especie de casita cercada, se arregla la fibra, de manera que pueda recibir el calor y el humo que salen de un brasero con azufre colocado en el centro inferior de la casita. A este paso se lo denomina sahumero la paja y sirve para blanquearla; una vez sahumada, se la tiende al sol para que le salga la humedad y se pasa a elaborar los mazos de paja con doce cogollos. Algunas personas se dedican sólo a este proceso y venden los mazos ya clasificados. El artesano los compra, corta el cogollo, coge

las hebras, las abre una a una y las divide de acuerdo al grosor del sombrero que va a confeccionar.

El tejido se inicia con ocho hebras divididas en grupos de dos, éstas se cruzan entre sí y se comienza a tejer la plantilla; en cada vuelta hay que ingerir más hebras de paja, se debe dejar un centímetro más de largo antes de iniciar el tejido de la copa; para esto se utilizan dos hormas: una horma que esté de acuerdo al tipo de sombrero a tejerse, encima de ésta se coloca la plantilla y, sobre esto, la otra horma para presionar el tejido; estas dos hormas se las ubica en un taburete alto, de manera que se pueda ejercer la presión de la horma con el pecho; el trabajo se realiza de pie. El tejido de la copa, igual que el de la falda, tiene sus variaciones: puede hacerse calado o llano; al terminar la copa se deja un centímetro más de largo antes de empezar la falda y se vuelve a ingerir más hebras, aumentando así los hilos para poder dar vuelo a la falda; se coloca las hormas en una banca más ancha y larga, así uno puede sentarse, aunque la posición del cuerpo sobre la horma sea la misma; una vez terminada la falda, se remata, luego se azoca a fin de que el remate quede fino y se estira para que no se arrisque el tejido. Se procede a lavar el sombrero con agua y jabón, se lo tiende para que medio se seque, luego se lo sahúma con azufre y se lo coloca al sol, cambiando su posición a fin de que los rayos se filtren por todo el sombrero y de esta forma se fije mejor el color. Después se lo dobla para proceder a apalearlo con una maceta de madera, sin olvidar de colocar azufre dentro y fuera del sombrero; una vez realizado esto se lo ubica en una horma aun de darle la forma que se desea obtener y con una piola se lo azoca para proceder a plancharlo, regando sobre éste azufre molido; esto sirve para blanquear más el sombrero. Terminado este proceso de lo saca de la horma y se procede a despeluzar y a recortar las pajitas del remate. El sombrero está concluido.

ANEXO 3

JIPIJAPA, LA SULTANA DEL CAFÉ

El café, ha sido uno de los cultivos que se han destacado en las exportaciones agrícolas del país, el mismo que conjuntamente con el cacao y el banano han constituido fuente de empleo y de divisas por décadas para la economía ecuatoriana; dieron origen al desarrollo de otras importantes actividades económicas como el comercio, la industria, entre otras.

Tradicionalmente, el Cantón Jipijapa, ha sido uno de los lugares preponderantes en los cuales se ha cultivado este producto. Actualmente, este cultivo se encuentra ubicado a nivel nacional, según los datos del último Censo Agropecuario existen 151,900 hectáreas de cultivo de café solo y 168,764 hectáreas de cultivo de café asociado.

En el Ecuador, el sector cafetalero tiene relevante importancia en los órdenes económico, social y ecológico. La importancia económica del cultivo de café radica en su aporte de divisas al Estado y la generación de ingresos para las familias cafetaleras y otros actores de la cadena productiva como: transportistas, comerciantes, exportadores, industriales, obreros vinculados a los procesos productivos y de procesamiento, entre otros, que dependen de las contingencias de producción y precios del café, en el mercado internacional.

Históricamente, la zona de Jipijapa, en la provincia de Manabí ha sido uno de los lugares preponderantes en los cuales se ha cultivado el Café, teniéndose datos que a partir del año 1.860, ya se cultivaba este producto en el lugar. En la actualidad esta provincia mantiene el 32 % de la superficie total cultivada del país.

Por el año 1.903 se tienen datos que sostienen, que el cultivo del café pierde importancia y es abandonado por quienes se dedican a esta actividad, pero en el año 1.905 se retoma la producción llegando a consolidarse la producción y cultivo de esta planta, gracias a las exportaciones que se dan a los países europeos, desde la provincia de Manabí a través del puerto de Manta.

De ésta forma a mediados del siglo XIX se introdujo el cultivo de café, lo que fue desplazando la producción de sombreros de paja toquilla a poblaciones específicas y a otros cantones como Montecristi. Jipijapa se convirtió entonces en una zona cafetera, productora y exportadora, tomando en cuenta que comprendía toda el área del sur de Manabí incluyendo los cantones de Paján y 24 de Mayo.

PRODUCCION Y SU DISTRIBUCION

La caficultura ocupa el 80% de las superficies cultivadas y genera más de las dos terceras partes de los ingresos agrícolas monetarios de los agricultores de las mesetas altas del Cantón. Este cantón es el primer productor de café de la provincia de Manabí y sus 25000 ha de cafetales representan el 10% de la superficie cultivada en el Ecuador, de café arábica. En el sector, la “cadena” de comercialización del café es corta. En su gran mayoría los caficultores venden su café a los comerciantes mayoristas de Jipijapa y Paján.

Los comerciantes

Jipijapa es sin duda el primer centro de comercialización interna del país. Es la ciudad en donde se encuentra la mayor parte de comerciante, treinta y siete inscritos en el

registro de comercio. Por su lado, Paján tiene tres comerciantes. Los comerciantes compran el café lavado en pergamino y el café bola, pero también las cerezas verdes y maduras, y en ínfimas cantidades, el café “chimbilaco” (café caído al suelo donde se estropea, y es recogido después de la cosecha) y el café bola. Para un comerciante de Jipijapa que compra café proveniente de toda región, la campaña de comercialización se extiende casi seis meses con un pico de dos meses en el momento de la cosecha. En una feria (sábado y domingo, principales día de compra y venta) un gran mayorista puede negociar 5000 quintales de café. Hay poca competencia entre ellos, en cierta forma cada uno tiene su propia “clientela” de productores a la que está ligada por un préstamo o un adelanto, por su origen (el mismo lugar de nacimiento) o una cierta confianza. Los comerciantes venden a los exportadores el café tal como lo compraron. No realizan ninguna transformación o preparación.

PERSPECTIVAS DEL CAFÉ EN EL MERCADO

El cantón Jipijapa es conocido como la “Sultana del Café” por la alta producción y exportación de este producto en años anteriores. A nivel nacional, se espera una lenta recuperación de las plantaciones cafetaleras, y si las condiciones climáticas lo permiten, la etapa de floración transcurrirá con normalidad para los últimos trimestres del año.

Sin embargo la producción del café ha decaído dramáticamente, lo que ha causado que la población busque otras alternativas de subsistencia; muchos agricultores de la zona sur se están retirando del campo para migrar a las ciudades importantes.

En la actualidad, Jipijapa busca nuevas oportunidades para su desarrollo en el nuevo y difícil mundo globalizado y competitivo que permitan volver al auge económico que tuvo en el pasado.

Para los trabajos de poda, de deshierbe, de cosecha, de siembra en el caso de cultivos de ciclo corto, el trabajo comienza a las 07h00 de la mañana y se termina hacia el mediodía. Después del almuerzo, el jefe de la explotación regresa a veces a trabajar una o dos horas en su cafetal o en un campo cercano, pero se dedica generalmente a trabajos más domésticos de reparación o mantenimiento de la casa, de una cerca o de las herramientas, del aprovisionamiento del agua.

El trabajo de recogida se detiene también a medio día porque inmediatamente hay que separar las cerezas maduras que van a poder ser tratadas por beneficio húmedo de las verdes o demasiado secas que serán piladas por vía seca. Luego, hay que despulpar las cerezas maduras y ponerlas a fermentar. Igualmente en la tarde hay que remover, vigilar, el café que se está secando. Al amanecer, antes de salir al cafetal, el agricultor lava el café fermentado durante la noche y le pone a secar. En caso de mano de obra invitada o más tarde contratada, el par de trabajadores contratados debe dejar el café pilado.

La repartición de tareas agrícolas

Las mujeres, los jóvenes y adolescentes participan con los hombres, así es necesario, a la cosecha y al tratamiento (separación de los granos maduros de los verdes secada) del café, pero sobre todo a las cosechas y a las siembras de los cultivos de ciclo corto y a la cosecha de frutos. Por otro lado, las mujeres que cargadas de niños, de la cocina y de la mayor parte de los trabajos domésticos, pasan bastante de su tiempo en el hogar, se

ocupan de la cría de aves y chanchos. Solo los hombres adultos y adolescentes, podan y desbrozan. Son igualmente los hombres que se encarga de los bovinos.

Al comienzo de la colonización agrícola, cuando la mano de obra familiar no era suficiente, sobre todo durante lo largo del trabajo que representa la cosecha en el caso de las grandes explotaciones, el jefe de la explotación llamaba a una minga, o invitación colectiva, a trabajar en su propiedad el número de días necesarios. En contrapartida él debía alimentar a los trabajadores que acudían y corresponder a las invitaciones que se le hagan para ir a trabajar en otras propiedades. Mientras el rango del explotante es más alto en la comunidad, más alto es su poder de convocatoria.

ANEXO 4

Modelo de encuesta para la Población Local

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA
CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

Señor (es) solicito a usted (es) se sirvan participar en la siguiente encuesta, la información obtenida se utilizará para el desarrollo de una investigación exclusivamente de carácter universitario de tipo turístico.

Objetivo

Conocer sobre la importancia turística del Cantón Jipijapa y su incidencia en el estilo de vida de sus pobladores.

Por favor marque con una X los espacios que se encuentran con líneas, en el caso que amerite seleccionar una o más respuestas, si necesita ayuda, pídale a la persona que le facilitó esta hoja.

1. ¿De cuantas personas comprende su núcleo familiar?

1 a 2 personas ___ 3 a 5 personas ___ 5 personas en adelante ___

2. ¿Cuál es su ocupación?

Artesano ___ Comerciante ___ Estudiante ___ Otro especifique _____

3. ¿De qué manera califica los servicios básicos existentes en el Cantón Jipijapa?

Muy Bueno ___ Bueno ___ Malo ___

4. ¿De acuerdo a su criterio la población de Jipijapa mantiene sus costumbres, tradiciones y cultura?

Si ___ No ___

5. A su modo de ver, los valores culturales en la población joven ha sido:

Conservados ___ Olvidados ___ No Sabe ___

6. En su Cantón, cree usted que la actividad turística es:

Muy Buena ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos del Cantón Jipijapa, considera usted que atrae más al turismo?

Artesanías ____ Costumbres y Tradiciones ____
Folklore ____ Gastronomía ____ Otros ____

8. ¿Apoyaría la capacitación para jóvenes artesanos de la zona?

Si ____ No ____

9. ¿Estaría usted dispuesto a participar en actividades comunitarias que ayuden al desarrollo del turismo local?

Si ____ No ____

10. ¿Conoce o sabe usted que es Turismo Comunitario?

Si ____ No ____

11. ¿Considera importante que exista un Centro Cultural y Artesanal en el Cantón Jipijapa?

Si ____ No ____

12. ¿Cuál de las siguientes manifestaciones cree usted se debe dar mayor prioridad en la promoción turística del Cantón Jipijapa?

Artesanías sombreros paja toquilla ____ Fiestas ____
Gastronomía ____ Café ____

13. ¿Cree usted que el Municipio de Jipijapa debe apoyar este tipo de iniciativa?

Si ____ No ____

14. ¿De los siguientes servicios turísticos, cuál cree usted que debe mejorar?

Alimentación ____ Hospedaje ____ Transporte ____
Vías ____ Otros especifique _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5

Modelo de encuesta para Turistas

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERIA Y
GASTRONOMIA
CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

Señor (es) solicito a usted (es) se sirva participar en la siguiente encuesta, la información obtenida se utilizará para el desarrollo de una investigación exclusivamente de carácter universitario de tipo turístico.

Por favor marque con una X los espacios que se encuentran con líneas, en el caso que amerite seleccionar una o más respuestas, si necesita ayuda, pídala a la persona que le facilitó esta hoja.

Edad: ____ **Género:** M ____ F ____

1. ¿Es la primera vez que visita Jipijapa?

Si ____ No ____

2. ¿De acuerdo a su criterio los pobladores de Jipijapa poseen cultura turística?

Si ____ No ____

3. ¿Cuál de los siguientes aspectos turísticos del Cantón Jipijapa, es el que más le llama la atención?

Cultura Artesanal ____ Costumbres y Tradiciones ____
Folklore ____

4. ¿Qué tiempo de permanencia considera necesaria para realizar su visita a Jipijapa?

1 a 2 días ____ 3 a 4 días ____
5 a 6 días ____ 6 días o más ____

5. ¿De qué manera viaja o visita usted este Cantón?

Solo ____ En familia ____ En grupo ____

6. ¿Con qué fin visita Jipijapa?

Turismo ____ Comercio ____ Visita Familiar ____
Trabajo ____ Otro _____

7. Los servicios que ofrece Jipijapa, usted los considera:

Muy Bueno ____ Bueno ____ Malo ____

8. ¿Qué atractivos recuerda haber visitado o conoce?

Cerro La mona ____ Playa de Puerto cayo ____ Aguas Azufradas de Joa ____

Pozos de Choconchá ____ Fiesta de la Virgen de Agua Santa ____

Otro especifique _____

9. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

Eco Turismo ____ Sol y Playa ____
Gastronomía ____ Visita a comunidades ____

10. ¿Qué entiende usted por turismo comunitario?

Visitar zonas rurales ____ Convivir con comunidades ____
Ser partícipe de actividades propias ____ Conocer nuevas formas de vida ____

11. ¿Le gustaría realizar Turismo Comunitario en el Cantón Jipijapa?

Si ____ No ____

12. ¿Qué otras actividades le gustaría realizar en la Comunidad?

Ciclismo ____ Senderismo ____
Visita a fábricas artesanales ____ Actividades Culturales ____
Visita a cafetales ____ Actividades Sociales ____ Otros ____

13. ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?

Casa de Familia ____ Finca ____ Otros ____

14. ¿Cómo le gustaría enterarse acerca del Cantón Jipijapa?

Radio ____ Televisión ____ Folletos ____
Periódicos ____ Internet ____

15. ¿Estaría dispuesto a comprar paquetes turísticos en una Agencia de Viajes para facilitar la visita a los atractivos culturales y naturales del Cantón Jipijapa?

Si ____

No ____

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

\$30 a \$50 ____

\$50 a \$80 ____

\$80 a \$120 ____

\$120 a \$180 ____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 6

CUADRO DE COSTOS Y GASTOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTOS VARIABLES										
Costo Primo	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998	28998
Costos Indirectos	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520
Gastos Ventas	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680
TOTAL COSTOS VARIABLES	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00	36198,00
COSTOS FIJOS										
Seguros	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34	7799,34
Depreciaciones	19174,74	19174,74	14909,64	14669,64	14669,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64	9989,64
Amortizaciones	2400	2400	2400	2400	2400					
Reparación y Mantenimiento	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72	4645,72
Gastos Administrativos	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172	17172
Gastos Financieros (intereses)	22655,90	22655,90	16991,93	11327,95	5663,98					
TOTAL COSTOS FIJOS	73847,70	73847,70	63918,63	58014,65	52350,68	39606,70	39606,70	39606,70	39606,70	39606,70
TOTAL	110045,70	110045,70	100116,63	94212,65	88548,68	75804,70	75804,70	75804,70	75804,70	75804,70

ANEXO 7

CUADRO DE ELABORACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

CIRCUITO 2D/1N

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Hospedaje	20	1	20
Desayuno	2,5	1	2,5
Almuerzo	2,5	2	5
Cena	2,5	1	2,5
Movilización	3	2	6
Entradas atractivos	5	1	5
Aporte Comunidad	5	1	5
Aporte Grupo de Danza Xipi Danza	5	1	5
Imprevistos	3,5	1	3,5
Subtotal			54,5
Utilidad 10%			5,45
Total			59,95

CIRCUITO 3D/2N

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Hospedaje	20	2	40
Desayuno	2,5	2	5
Almuerzo	2,5	3	7,5
Cena	2,5	1	2,5
Movilización	3	3	9
Entradas atractivos	5	2	10
Aporte Comunidad	5	1	5
Aporte Grupo de Danza Xipi Danza	5	1	5
Imprevistos	3,5	1	3,5
Subtotal			87,5
Utilidad 10%			8,75
Total			96,25

CIRCUITO 4D/3N

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Hospedaje	20	3	60
Desayuno	2,5	3	7,5
Almuerzo	2,5	4	10
Cena	2,5	3	7,5
Movilización	3	4	12
Entradas atractivos	5	2	10
Aporte Comunidad	5	1	5
Aporte Grupo de Danza Xipi Danza	5	2	10
Imprevistos	3,5	2	7
Subtotal			129
Utilidad 10%			12,9
Total Precio			141,9

Elaborado: Ricardo Sosa

ANEXO 8

CUADRO DE ELABORACIÓN DE TOURS PROMOCIONALES

TOUR 1

Jipijapa – Comuna Sancán – El Anegado - Jipijapa

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Almuerzo	3,5	1	3,5
Movilización	3	1	3
Entradas atractivos	5	1	5
Aporte Comunidad	5	1	5
Guía	15	1	15
Subtotal			31,5
Gastos Adm y Ventas 10%			3,15
Publicidad 5%			0,75
Utilidad 10%			3,15
Total			38,55

TOUR 2

*Jipijapa – El Anegado – Jipijapa – Choconchá – Andil – Chade -
Comuna Sancán*

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Almuerzo	3,5	1	3,5
Movilización	3	1	3
Entradas atractivos	5	1	5
Aporte Comunidad	5	1	5
Guía	15	1	15
Lunch	2	1	2
Bicicletas	4,44	1	4,44
Subtotal			37,94
Gastos Adm y Ventas 10%			3,794
Publicidad 5%			0,222
Utilidad 10%			3,794
Total			45,75

TOUR 3

Jipijapa – Comuna Sancán – Jipijapa

Concepto	V. Unitario	No. Usos	Valor Total
Almuerzo	3,5	1	3,5
Movilización	3	1	3
Aporte Comunidad	5	1	5
Guía	15	1	15
Aporte Grupo de Danza Xipi Danza	5	1	5
Subtotal			31,5
Gastos Adm y Ventas 10%			3,15
Publicidad 5%			0,25
Utilidad 10%			3,15
Total			38,05

Elaborado: Ricardo Sosa

ANEXO 9

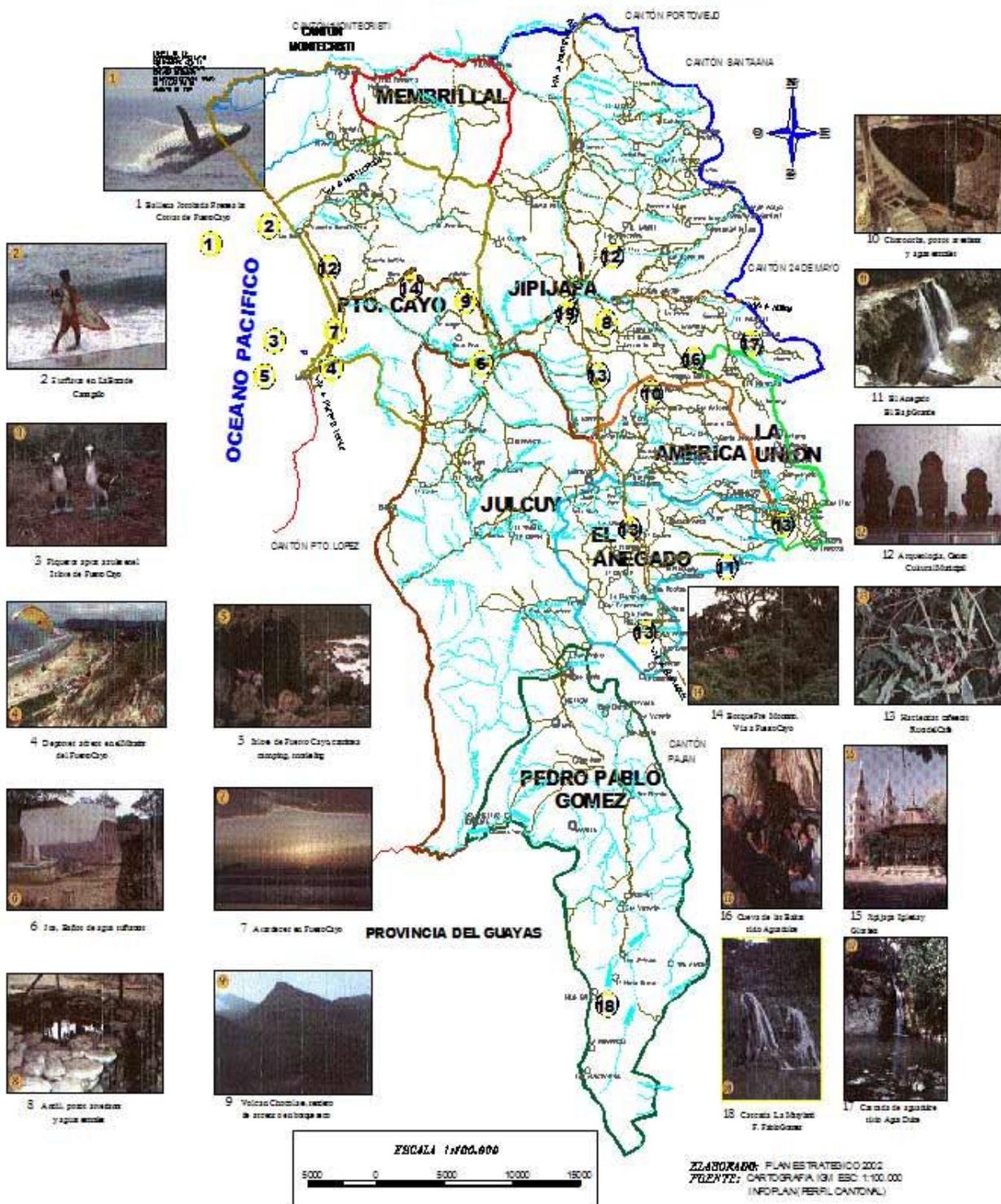
MAPA DEL CANTÓN JIPIJAPA



Fuente: www.manabi.gov.ec

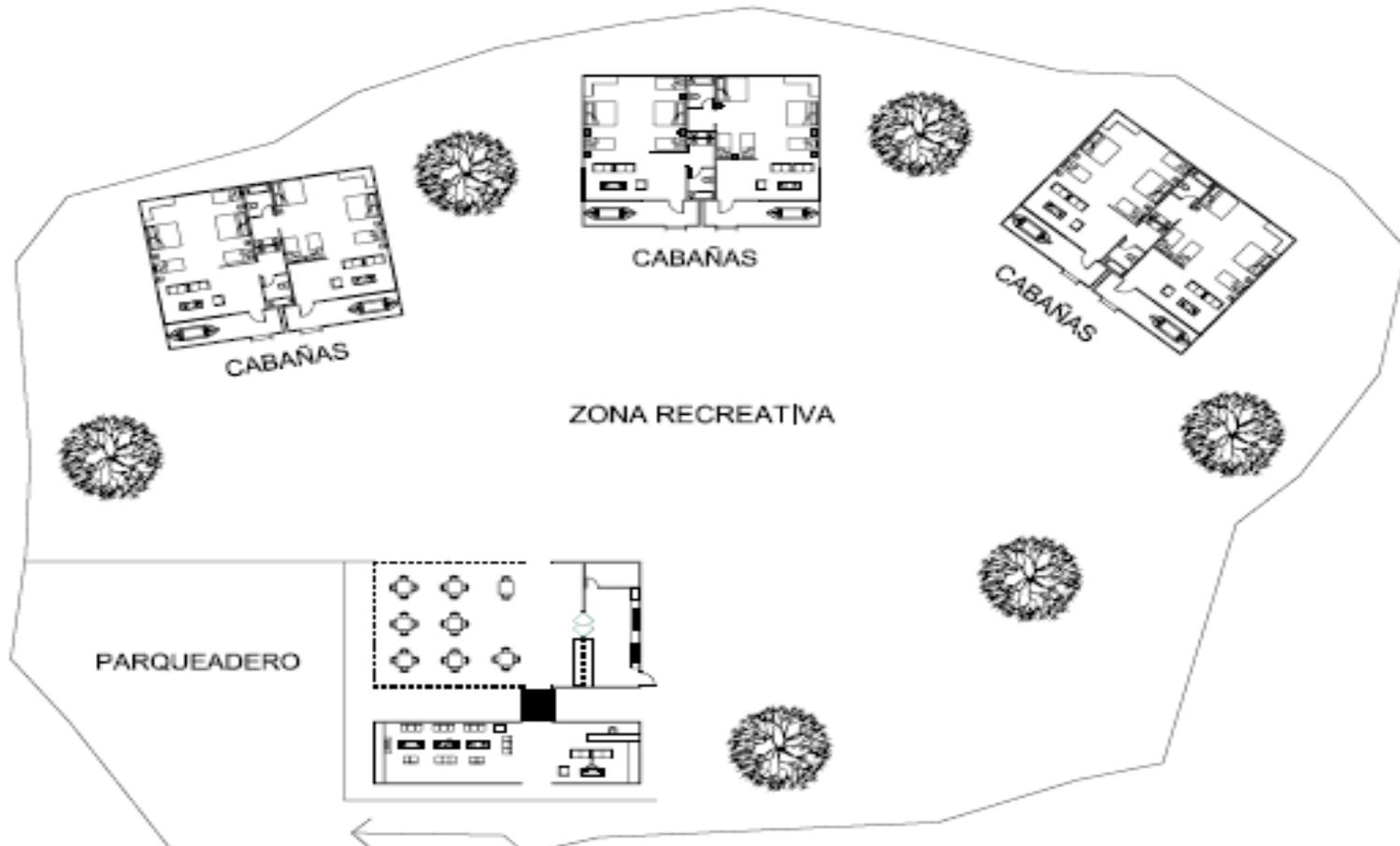
ANEXO 10

LUGARES TURISTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA



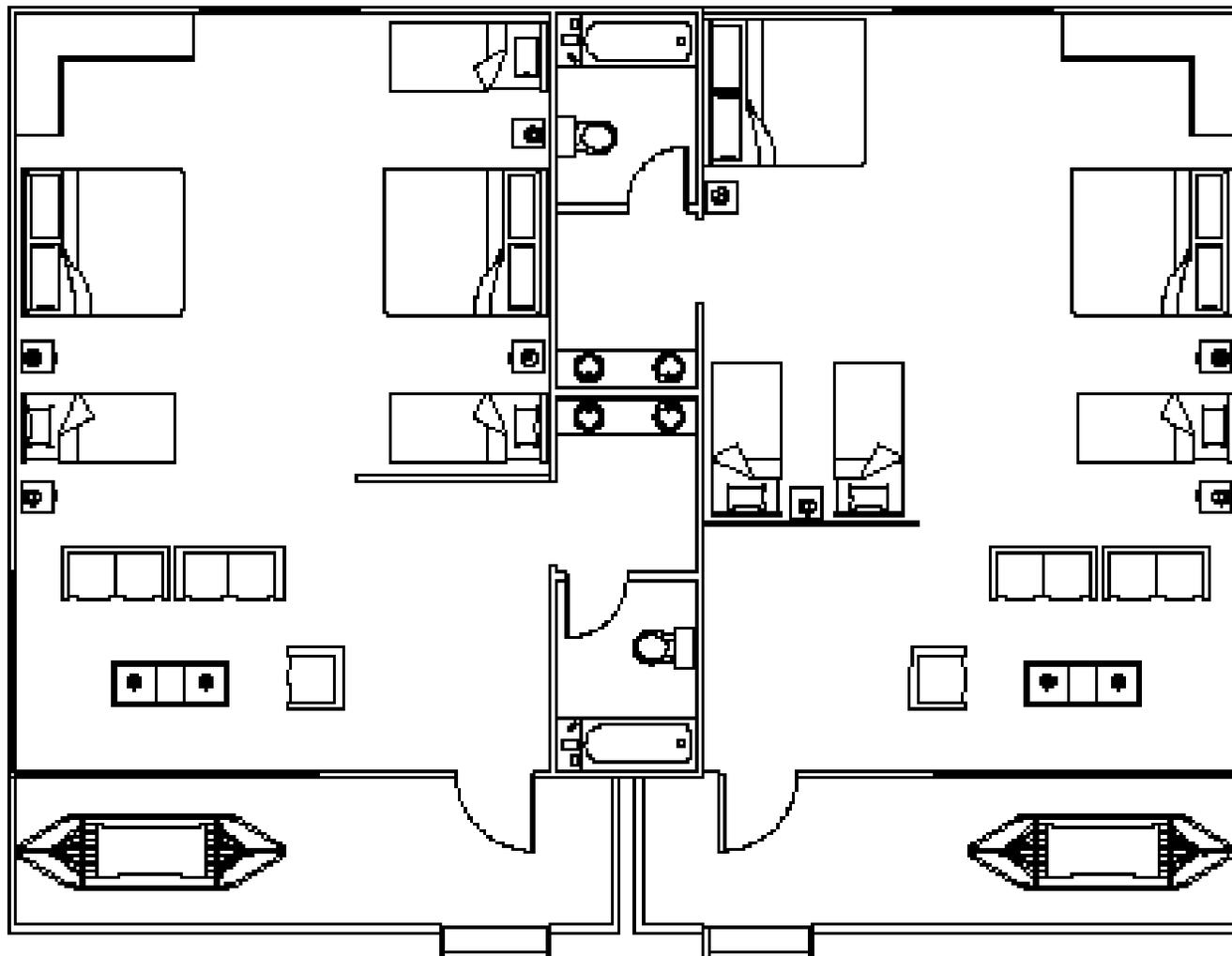
ANEXO 11

DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL PROYECTO

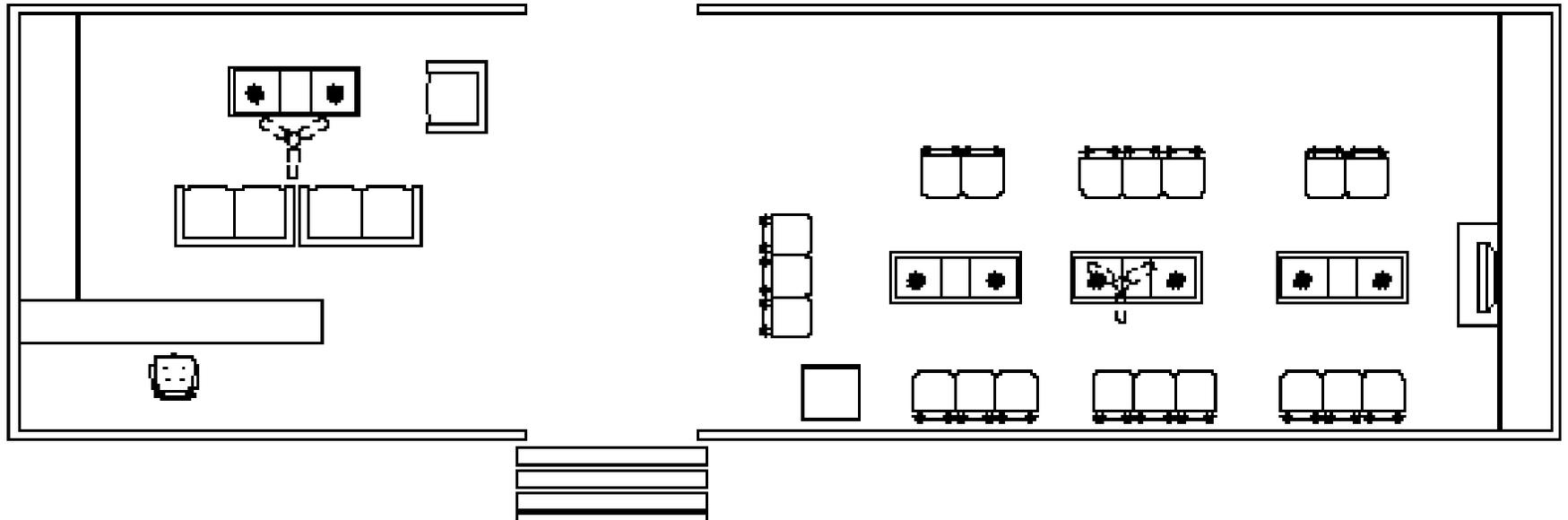


PLANTA PROYECTO CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO

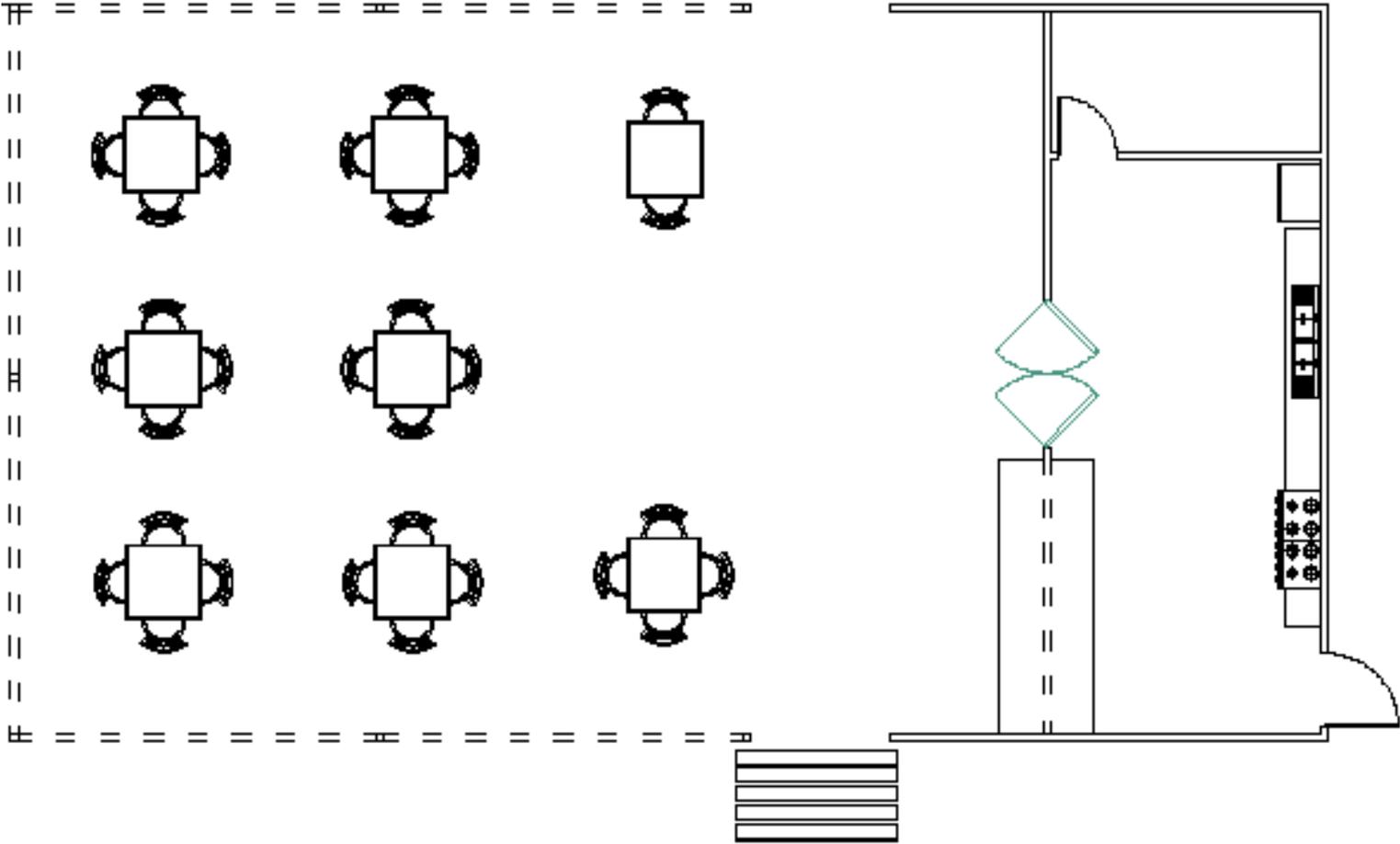
PLANTA CABAÑA TIPO



PLANTA ÁREA RECEPCIÓN Y DESCANSO



PLANTA COCINA COMEDOR



ANEXO 12

FOTOGRAFÍAS

Foto No. 1



Ricardo Sosa, 2010. Terminal Terrestre de Jipijapa

Foto No. 2



Ricardo Sosa 2010, Collage de fotos. Museo Nacional de Jipijapa

Foto No. 3



Ricardo Sosa 2010, Lcda. Norma Nieto (2da izquierda).

Directora Departamento de Cultura

Foto No. 4



Ricardo Sosa 2010, Personal del Departamento de Turismo de Jipijapa

Foto No. 5



Ricardo Sosa 2010, "Sombrero de Jipijapa" I-Tur Jipijapa

Foto No. 6



Ricardo Sosa 2010, Agricultor de Café - Jipijapa

Foto No. 7



Ricardo Sosa 2010, Artesanías de Jipijapa

Foto No. 8



Ricardo Sosa 2010, Parque Central de Jipijapa

Foto No. 9



Ricardo Sosa 2010, Grupo de Danza "Xipidanza"

Foto No. 10



Ricardo Sosa 2010, Lavanderías de Andil

Foto No. 11



Ministerio de Turismo 2007, Preparación tortillas de Sancán