

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado

MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y GESTIÓN TURÍSTICA

TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

La estacionalidad turística en el perfil costanero de la
Provincia de Manabí

AUTOR: MARÍA VICTORIA CARBO MENDOZA

DIRECTOR: ADRIANA ROMERO

MAYO, 2017

DEDICATORIA

Éste proyecto de tesis, está dedicado primero a Dios por ser mi mentor, a mis padres, que han sido el pilar fundamental de mi vida, que creyeron en mí, dándome dignos ejemplos de superación y entrega que hicieron todo en la vida por lograr cumplir mis sueños y darme la mano cuando sentía que el camino terminaba, a ustedes por siempre mi corazón, respeto y agradecimiento.

A la Sra. Raquel Ponte y al Dr. Norberto Campas, que me abrieron las puerta de su hogar, haciéndome sentir parte de su familia, un agradecimiento infinito, por cada palabra de aliento, de apoyo; por su paciencia y por cada momento compartido con ellos, que los guardare con mucho respeto y cariño.

Para todos ustedes, con mucho amor.

María Victoria Carbo Mendoza

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto de tesis expresar mi agradecimiento y reconocimiento a todos quienes de una u otra manera han colaborado con la realización de esta meta académica en mi vida profesional.

A la Universidad de Buenos Aires, institución de muy alto nivel que procura los mejores servicios educativos. A la Facultad de Ciencias Económicas y la Escuela de Estudios de Posgrado entidades de la más alta calidad y competitividad.

A los docentes de la Maestría en Economía y Gestión Turística, por su gran aporte en mi fortalecimiento académico; a mis compañeros y compañera de la maestría.

A mi director de tesis: Adriana Romero, por sus acertadas directrices en la realización del presente documento.

A los promotores turísticos y autoridades del perfil costero de Manabí por la predisposición y amabilidad en todo momento.

María Victoria Carbo Mendoza

RESUMEN

Manabí cuenta con una amplia gama de flora y fauna así como diversos ecosistemas que permiten el desarrollo y práctica de diferentes modalidades turísticas; pero a pesar de contar con esta potencialidad no ha podido solventar los problemas de estacionalidad que se han presentado durante varios años; considerando lo previamente mencionado, la presente investigación que se titula “la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí” cuyo objetivo general fue el “diseñar aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico para disminuir la estacionalidad en el perfil costanero de la provincia de Manabí” proceso que se llevó a cabo mediante la aplicación de una metodología detallada, por medio de la que se aplicó instrumentos de recolección de información, mediante los que se concluyó que: el 9.38% lo determinó como excelente, el 15.89% lo determinó como muy bueno, el 24.48% lo calificó como regular el 20.57% y el 20.57% lo calificó como pésimo. Se determinó que cantones cuentan con mayor demanda turística como se lo presenta a continuación: el 5.12% de los turistas han estado en Pedernales, el 11.72% en San Vicente, el 7.81% en Jama, el 3.91% en Sucre, el 8.07% ha visitado Portoviejo, el 3.91% Jaramijó, el 23.44% Manta, el 14.06% Montecristi, el 21.88% Puerto López y el 15.89% Jipijapa. Siendo los cantones más visitados Manta y Puerto López; así como el perfil de los turistas que visitan la localidad.

Palabras claves:

Plan de marketing turístico, estacionalidad turística, perfil costero de la provincia de Manabí.

ABSTRACT

Manabí has a wide range of flora and fauna as well as diverse ecosystems that allow the development and practice of different tourist modalities; But despite having this potential has not been able to solve the problems of seasonality that have been presented for several years, Considering the previously mentioned, the present investigation that is titled "the tourist seasonality in the coastal profile of the province of Manabí" whose general objective was the "design contributions for the elaboration of a tourist marketing plan to diminish the seasonality in the coastal profile Of the province of Manabí, "a process that was carried out through the application of a detailed methodology, through which data collection instruments were applied, which concluded that: 9.38% determined it to be excellent, 15.89 % Determined it to be very good, 24.48% rated it as regular 20.57% and 20.57% rated it as lousy. It was determined that cantons have the highest tourist demand as presented below: 5.12% of tourists have been in Pedernales, 11.72% in San Vicente, 7.81% in Jama, 3.91% in Sucre, 8.07% have Visited Portoviejo, 3.91% Jaramijó, 23.44% Manta, 14.06% Montecristi, 21.88% Puerto López and 15.89% Jipijapa. The most visited cantons are Manta and Puerto López; as well as the profile of the tourists that visit the locality.

Keywords:

Tourist marketing plan, tourist seasonality, coastal profile of the province of Manabí.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.....	4
1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA.....	4
1.1. Formulación del problema.....	5
1.1.1. Preguntas específicas.....	5
1.2. Objetivos.....	6
1.2.1. Objetivo general.....	6
1.2.2. Objetivos específicos.....	6
1.3. Hipótesis.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Marco conceptual.....	7
2.1.1. Características de la provincia de Manabí.....	7
2.1.1.1. Comercialización del turismo en Manabí.....	8
2.1.1.2. Estadística turística en la provincia de Manabí.....	10
2.1.1.3. Equipamiento hotelero de la provincia de Manabí.....	11
2.1.1.4. Problemática del turismo en la provincia de Manabí.....	13
2.1.2. Cantones que conforman el perfil costanero de la provincia de Manabí.....	14
2.1.2.1. Cantón Pedernales.....	14

2.1.2.2. Cantón Jama	16
2.1.2.3. Cantón San Vicente	19
2.1.2.4. Cantón Sucre	21
2.1.2.5. Cantón Portoviejo.....	24
2.1.2.6. Cantón Jaramijó.....	27
2.1.2.7. Cantón Manta	29
2.1.2.8. Cantón Montecristi	31
2.1.2.9. Cantón Jipijapa	33
2.1.2.10. Cantón Puerto López	35
2.1.3. Estacionalidad en la provincia de Manabí	36
2.1.3.1. Definición de estacionalidad turística.....	36
2.1.3.2. Causas que generan la estacionalidad turística.....	38
2.1.3.3. Consecuencias de la estacionalidad en el turismo	39
2.2.4. Evento sísmico en el Ecuador – 16 de abril.....	44
2.2.4.1. Políticas de Estado para la reconstrucción de la provincia de Manabí.....	45
2.2. Marco legal.....	47
2.2.1. Ley de Turismo Ecuatoriana.....	47
2.2.2. Reglamento General de la Ley de Turismo	49
2.2.3. Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador.....	49
CAPÍTULO III	52
3. METODOLOGÍA.....	52
3.1. Tipo de estudio/diseño	52
3.2. Fuentes de datos/herramientas de recolección utilizadas/ herramientas de procesamiento de los datos.....	53
3.3. Universo, muestra y unidad de análisis/variables/ejes temáticos relevantes, indicadores	54
CAPÍTULO IV	56
4. HALLAZGOS	56

4.1. Caracterización de los servicios turísticos (calidad de servicios, atractivos, transporte, accesibilidad, infraestructura, entre otros) que se presenta en el perfil costanero de la provincia de Manabí desde la perspectiva de los turistas.....	56
4.2. Caracterización del perfil de los turistas (nivel socioeconómico, procedencia, estudios, composición de grupo de viaje, entre otros) que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí.....	64
4.3. Determinación de los efectos que genera la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.....	78
CAPÍTULO V	82
5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	82
5.1. Introducción	82
5.2. Misión, visión y valores del modelo.	82
5.3. Plan estratégico de marketing.	84
5.3.1. Objetivos del plan de marketing.....	84
5.3.2. Estrategias de producto.	84
5.3.2.1. Transporte.	84
5.3.2.2. Alojamiento	86
5.3.2.3. Alimentación.....	87
5.3.2.4. Servicios de apoyo	88
5.3.2.5. Diseño de paquetes turísticos.....	88
5.3.3. Estrategia de precio	92
5.3.4. Estrategia de plaza	94
5.3.4.1. Análisis del entorno	94
5.3.4.2. Diagnóstico del perfil costanero de la provincia de Manabí FODA.....	99
5.3.4.3. Definición de Mercado Meta.	100
5.3.4.3.1. Mercado meta primario.....	100
5.3.4.3.2. Mercado meta secundario.....	101
5.3.5. Estrategia de promoción.	101

Estrategias de promoción.....	102
Estrategias de distribución.....	104
5.3.6. Estrategias complementarias	104
CONCLUSIONES.....	117
RECOMENDACIONES	119
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	120
ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Principales atractivos en el cantón pedernales	15
Tabla N° 2: Principales atractivos en el cantón Jama	18
Tabla N° 3: Principales atractivos en el cantón San Vicente	21
Tabla N° 4: Principales atractivos en el cantón Sucre	23
Tabla N° 5: Principales atractivos en el cantón Portoviejo.....	27
Tabla N° 6: Principales atractivos en el cantón Jaramijó.....	29
Tabla N° 7: Principales atractivos en el cantón Manta	31
Tabla N° 8: Principales atractivos en el cantón Montecristi	33
Tabla N° 9: Principales atractivos en el cantón Jipijapa	34
Tabla N° 10: Principales atractivos en el cantón Puerto López	36
Tabla N° 11: Estadística de los turistas extranjeros que ingresan a Manabí	42
Tabla N° 12: Estadística de los turistas nacionales que ingresan en Manabí	42
Tabla N° 13: Base imponible para contribución.....	46
Tabla N° 14: Percepción servicio turístico	56
Tabla N° 15: Calidad de atención en los hoteles	57
Tabla N° 16: Nivel de calidad en equipamiento hotelero.....	58
Tabla N° 17: Calificación de alimentos y bebidas.....	59
Tabla N° 18: Calidad de atención en los restaurantes	60
Tabla N° 19: Calidad en el transporte.....	61
Tabla N° 20: Facilidad de información de atractivos turísticos de la ciudad	62
Tabla N° 21: Servicios de guías turísticos en la localidad.....	63
Tabla N° 22: Sexo.....	64
Tabla N° 23: Edad.....	65
Tabla N° 24: Estudios	66
Tabla N° 25: Situación laboral.....	67
Tabla N° 26: Nivel de ingreso	68

Tabla N° 27: Estado civil	69
Tabla N° 28: Nacionalidad.....	70
Tabla N° 29: País	71
Tabla N° 30: Provincia.....	72
Tabla N° 31: Composición de grupo de viaje	73
Tabla N° 32: Principal motivación para visitar Manabí	74
Tabla N° 33: De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado .	75
Tabla N° 34: Duración de visitantes	76
Tabla N°35: Frecuencia de visitantes	77
Tabla N° 36: Aplicación de procesos orientados al aumento de la oferta turística.....	78
Tabla N° 37: Nivel de promoción de los servicios turísticos	79
Tabla N° 38: Nivel de ingreso según temporada	80
Tabla N° 39: Ventas de productos turísticos según temporada.	81
Tabla N° 40: Hoteles y hosterías por cantón.....	86
Tabla N° 41: Precios de paquetes vacacionales temporada baja.....	93
Tabla N° 42: Precios de paquetes vacacionales temporada alta	93
Tabla N° 43: Equipamiento turísticos que presenta el perfil costanero de la provincia de Manabí.....	94
Tabla N° 44: Servicios básicos que presenta el perfil costanero de la provincia de Manabí	95
Tabla N° 45: Información general de la provincia de Manabí.....	97
Tabla N° 46: Matriz FODA estratégico	99
Tabla N° 47: Proyecto 1.....	105
Tabla N° 48: Proyecto 2.....	106
Tabla N° 49: Proyecto 3.....	107
Tabla N° 50: Proyecto 4.....	108
Tabla N° 51: Proyecto 5.....	109
Tabla N° 52: Proyecto 6.....	110

Tabla N° 53: Proyecto 7.....	111
Tabla N° 54: Proyecto 8.....	112
Tabla N° 55: Proyecto 9.....	113
Tabla N° 56: Proyecto 10.....	114
Tabla N° 57: Proyecto 11.....	115
Tabla N° 58: Proyecto 12.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Buques turísticos que desembarcaron en el puerto de Manta 1998 – 2014 ..	10
Gráfico N° 2: Pasajeros que desembarcaron en el puerto de Manta 1998 – 2014.....	10
Gráfico N° 3: Sitios visitados por extranjeros	43
Gráfico N° 4: Porcentaje mensual del ingreso de los turistas a Manabí, año 2015.....	43
Gráfico N° 5: Percepción servicio turístico	56
Gráfico N° 6:Calidad de atención en los hoteles	57
Gráfico N° 7:Nivel de calidad en equipamiento hotelero.....	58
Gráfico N° 8:Calificación de alimentos y bebidas.....	59
Gráfico N° 9:Calidad de atención en los restaurantes	60
Gráfico N° 10:Calidad en el transporte.....	61
Gráfico N° 11:Facilidad de información de atractivos turísticos de la ciudad	62
Gráfico N° 12:Servicios de guías turísticos en la localidad	63
Gráfico N° 13:Sexo.....	64
Gráfico N° 14:Edad	65
Gráfico N° 15:Estudios.....	66
Gráfico N° 16: Situaciónlaboral	67
Gráfico N° 17: Nivel de ingreso	68
Gráfico N° 18: Estado Civil.....	69
Gráfico N° 19: Nacionalidad	70
Gráfico N° 20: País	71
Gráfico N°21: Provincia	72
Gráfico N° 22: Composición de grupo de viaje.....	73
Gráfico N° 23: Principalmotivación visitar Manabí.....	74
Gráfico N° 24: De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado	75
Gráfico N° 25: Duración de visitantes	76
Gráfico N° 26: Frecuencia de visitantes	77
Gráfico N° 27: Aplicación de procesos orientados al aumento de la oferta turística	78
Gráfico N° 28: Nivel de promoción de los servicios turísticos	79
Gráfico N° 29: Nivel de ingreso según temporada	80
Gráfico N° 30: Ventas de productos turísticos según temporada	81

INTRODUCCIÓN

Una de las provincias de Ecuador que presenta un mayor movimiento turístico, es Manabí, gracias a los diversos recursos que posee, desde la fauna y flora, además de los diversos ecosistemas que la conforman, permitiendo la práctica de una amplia gama de modalidades de esta actividad; a pesar de las marcadas ventajas que propician el accionar turístico, no ha sido posible mantener un movimiento turístico, generando una marcada estacionalidad en este sector de la economía, afectando a negocios y familias que dependen de esta actividad.

El desarrollo de la presente investigación fue direccionado al análisis de uno de los factores que afectan el desarrollo del turismo como fuente económica; la estacionalidad turística se presenta como uno de los elementos que repercuten y condicionan el desarrollo del turismo, especialmente en aquellos destinos que se caracterizan por la práctica turística de sol y playa.

Considerando lo mencionado, la presente investigación fue titulada “la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí” y su objetivo fue “diseñar aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico para minimizar la estacionalidad en el perfil costanero de la provincia de Manabí”, proceso que se llevó a cabo por medio de la recolección de información tanto primaria como secundaria, haciendo uso del enfoque mixto, y la aplicación de instrumentos y técnicas de recolección de información.

Como aporte teórico se generaron técnicas y procedimientos con el fin de tratar la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia, además de que se seleccionaron estrategias de promoción y marketing que puedan servir de bases para otras investigaciones de similar índole. En lo que respecta al desarrollo turístico se determinaron los principales atractivos de cada cantón que conforman el perfil costanero de la provincia de Manabí y el perfil de los turistas que visitan la localidad.

Como contribución del estudio, se demostró cómo afecta a largo plazo la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí y cómo gestionar este fenómeno mediante el desarrollo de aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico.

Por medio de los aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico, se pretende impulsar a los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta el perfil costanero de la provincia de Manabí. La investigación no sólo pretendió destacarlos y caracterizarlos: la verdadera finalidad, fue la selección de estrategias que se encuentren orientadas al desarrollo de estos atractivos como una herramienta para la generación de economía de la localidad.

Como beneficiarios directos de la investigación se consideró a los turistas, que se encontrarán mejor informados sobre los destinos turísticos que ofertan la provincia, así mismo los proveedores turísticos y los habitantes debido al aumento del flujo de visitantes en la localidad.

En este sentido la investigación se encuentra orientada a generar estrategias para la promoción de los destinos turísticos que se localizan en el perfil costanero de la provincia; proceso que será llevado a cabo a partir del análisis de la estacionalidad turística. Por medio de ésta, se determinarán las principales características de la estacionalidad, los cantones que presentan una mayor afectación generada por este fenómeno, y en qué nivel crea un impacto en la economía de la localidad.

Partiendo de los puntos previamente expuestos, la investigación fue conformada en cinco capítulos, con el fin de detallar los aspectos más relevantes relacionados a la temática tratada. Dichos aspectos se encuentran detallados a continuación:

En el capítulo uno se encuentra, detallados los aspectos relacionados con el planteamiento del tema; en éste se detallan los cuestionamientos del porqué de la selección del tema y bajo que problemática fue abordado, adicionado a dicho capítulo se encuentra la formulación del problema, las preguntas específicas, objetivos generales y específicos así como la hipótesis que aborda el estudio.

En el capítulo dos, se presenta el marco teórico de la investigación, siendo el soporte científico y bibliográfico que respalda el desarrollo del presente documento. Este capítulo cuenta con los siguientes epígrafes; antecedentes históricos de Manabí, turismo en Manabí; cantones de Manabí; el marco conceptual en donde se abordan las teorías de las temática; el marco de referencia, siendo los aspectos del área de estudio (perfil costanero de la

provincia de Manabí) con el fin de caracterizarlo de forma apropiada; el marco legal, respaldo legal que recorre la normativa vigente sobre el tema.

En el capítulo tres se encuentra estructurada la metodología del estudio, dando direccionamiento al proceso de investigación. En este apartado se abordan puntos como tipo de estudio, fuentes de datos primarias y secundarias, población y muestra del estudio.

Como capítulo cuatro de la investigación, se generaron los hallazgos, en donde se encuentra toda la recolección de información de carácter primario; en este punto se encuentran desarrollado los instrumentos de recolección de información mediante la aplicación de gráficas y tablas con el fin de lograr un diagnóstico de los atractivos turísticos del perfil costanero de la provincia y de los turistas que visitan la localidad, además de determinar en qué nivel afecta la estacionalidad turística de la localidad.

En el capítulo cinco, se encuentra el desarrollo de la propuesta de intervención, proceso en el que se generan los siguientes puntos: síntesis del problema a resolver, objetivos de la propuesta, estrategia a implementar, descripción del procedimiento y actividades a desarrollar, acciones previstas para la evaluación de la intervención.

Como último punto se encuentra el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones de la investigación, la bibliografía que sirvió para el desarrollo del marco teórico y los anexos en donde se encuentra información complementaria del desarrollo investigativo que se llevó a cabo.

CAPÍTULO 1

1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA

“Debido a la amplia gama de ecosistemas que posee la provincia de Manabí, ésta ha llegado a ser conocida a nivel nacional e internacional como un destino multidiverso para la práctica de diferentes modalidades de turismo, esto, gracias a la gran variedad de flora y fauna que posee, pero a pesar de contar con estas ventajas, el turismo en la localidad ha estado caracterizado por una marcada estacionalidad, generando afectaciones económicas en aquellas personas que dependen en forma directa de la actividad turística y su crecimiento provincial” (Alonso, 2010).

La problemática de la estacionalidad turística, afecta también a los sectores que dependen del desarrollo del turismo, los cuales ven mermadas sus ganancias en más de un 50% por la disminución de la afluencia de los turistas, durante la temporada baja; desaprovechándose, de esta manera, la amplia diversidad que ofrece esta provincia.

“A pesar de que Manabí cuenta con un amplio abanico de atractivos turísticos (gastronomía, artesanía, atractivos naturales, sociales, y culturales, entre otros) durante los últimos años no ha podido generar una demanda constante, estando únicamente sujeta al turismo de temporada, ocasionando un estancamiento económico” (Balanzá, 2011).

En Manabí, se considera como temporada baja los meses desde marzo a mayo y de septiembre a noviembre, dando un total de seis meses de decrecimiento económico, por ello el desarrollo de estrategias que se orienten a la disminución de la estacionalidad se convierte en un punto fundamental para el desarrollo de la provincia.

En este sentido, la investigación se direccionó a ser un aporte al desarrollo de estrategias enfocadas al estudio de la estacionalidad (cantones del perfil costanero que presentan mayor estacionalidad, nivel de impacto en la economía de los proveedores turístico, entre otros) con el fin de estructurar aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico.

“Es posible considerar que la marcada estacionalidad turística que se presenta en la provincia y en su perfil costanero, se debe a la falta de estrategias que permitan un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos con que cuenta, los cuales pueden

fortalecer la economía de la localidad” (Echarri, 2008). El análisis de la estacionalidad turística que se presenta en la provincia de Manabí, puede ser considerado como un aspecto de amplia importancia; con el fin de orientar las acciones para el crecimiento de la dinámica turística en la provincia.

Se espera que el estudio contribuya a la generación de procesos de marketing y promoción de los recursos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí, potencializando los recursos turísticos con la finalidad de impulsar el crecimiento económico y buen vivir en la ciudadanía de la localidad.

1.1. Formulación del problema

- ¿Cómo minimizar la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí?

1.1.1. Preguntas específicas

- ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí y que modalidades turísticas se pueden desarrollar en la localidad?
- ¿Con qué servicios turísticos (calidad de servicios, atractivos, entre otros) cuenta el perfil costanero de la provincia de Manabí?
- ¿Cuáles son los cantones con mayor demanda turística del perfil costanero de la provincia de Manabí?
- ¿Cuál es el perfil de los turistas (nivel socioeconómico, procedencia, cantones visitados, tiempo de visita, entre otros) que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí?
- ¿Cuáles son las características de la estacionalidad turística del perfil costanero de la provincia de Manabí y cómo se presenta en los diferentes cantones que lo componen?
- ¿Cuáles son los principales efectos que genera la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí?
- ¿Cuáles son las principales estrategias de promoción y marketing que deben de ser consideradas para un plan de marketing turístico?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Diseñar aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico para minimizar la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar cuáles son los principales atractivos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí y las modalidades turísticas que se pueden desarrollar en la localidad.
- Caracterizar los servicios turísticos (calidad de servicios, atractivos, entre otros) que se presenta en el perfil costanero de la provincia de Manabí.
- Determinar qué cantones cuentan con mayor demanda turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.
- Caracterizar el perfil de los turistas (nivel socioeconómico, procedencia, cantones visitados, tiempo de visita, entre otros) que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí.
- Caracterizar la estacionalidad turística del perfil costanero de la provincia de Manabí y cómo se presenta en los diferentes cantones que le componen.
- Determinar cuáles son los principales efectos que genera la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.
- Desarrollar aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico analizando el producto, el precio, la plaza y la promoción, con el fin de impulsar el turismo en los destinos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí.

1.3. Hipótesis

El desarrollo de un plan de marketing turístico incidirá en la disminución de la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Características de la provincia de Manabí

En medio de la zona costera perteneciente al Ecuador se encuentra la provincia de Manabí, una tierra caracterizada por sus grandes encantos y su belleza. “En esta provincia se cuenta con la posibilidad de practicar diversas modalidades de turismo, ya sea turismo de aventura, deportivo, gastronómico, arqueológico, ecológico, artesanal, de ocio, religioso, cultural o de sol y playa” (Landacay, 2012).

Manabí cuenta con un área de 18.893,7 km² que corresponde al 7,36% del territorio nacional, posee una población 1.395.249 habitantes según datos obtenidos del (INEC, 2010) cifra correspondiente al 9,08% del total poblacional y ubicándola como la tercera provincia más poblada de la nación ecuatoriana; cuenta con una longitud costera de 350 km de largo, desde Cojimies hasta Ayampe, contando con una amplia gama de destinos turísticos para el desarrollo de la modalidad turística de sol y playa.

La capital de la provincia es Portoviejo que a su vez es el cantón que cuenta con mayor densidad poblacional; Manabí limita al oeste con el Océano Pacífico, al norte con la provincia de Esmeraldas, al este con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos, al sur con la provincia de Santa Elena y al sur y este con la provincia de Guayas. Manabí se encuentra dividida políticamente en 24 cantones y entre las principales actividades económicas de la provincia se encuentran el comercio, la ganadería, la industria, el sector agropecuario en la vida rural; y, el turismo, principalmente en sus extensas playas.

El clima de la localidad oscila de subtropical seco a tropical húmedo, cuenta con dos estaciones; la invernal, que se inicia a periodos de diciembre concluyendo en mayo es calurosa debido a la presencia de la corriente del Niño. “El verano que va de junio a diciembre es menos caluroso estando influenciado por la presencia de la corriente fría de

Humboldt. La temperatura no es uniforme en toda la provincia, la temperatura media en Portoviejo, la capital, oscila en 25~ C y en la ciudad puerto, Manta, de 23°C” (Gonzales, 2011).

La población manabita en su mayoría es joven dado que el número de habitantes de más de 45 años únicamente corresponde al 13% poblacional, la tasa de natalidad es elevada y a pesar al crecimiento acelerado en la población urbana, la de carácter rural es mayoritaria. “Entre sus principales características demográficas se presenta una tasa anual de crecimiento que es de 1.65%, la edad media de la población es de 28.2 años, el analfabetismo ≥ 15 años representa el 10.2% poblacional, mientras que el analfabetismo digital ≥ 10 años es del 34.3%. La composición población es del 68.02% mestizos, 5.12% blancos, 19.2% montubios, 6% afroecuatorianos, 0.2% indígenas y el 0.3% otros” (INEC, 2010).

En el ámbito cultural cuenta con una amplia gama de artesanías cuyas bondades son conocidas tanto a nivel nacional, como internacional, sus tradiciones se mantienen fuertemente arraigadas, esencialmente la cortesía y hospitalidad, siendo una parte intrínseca de la forma de ser de los manabitas, marcando un estilo de vida propio.

“La provincia de Manabí cuenta con innumerables zonas de gran atractivo turístico, que se encuentran destacadas por su variada cultura, gastronomía y gran biodiversidad de ecosistemas; cuentan con una gran variedad de flora y fauna, siendo reconocido a nivel nacional e internacional por contar con una amplia gama de recursos y atractivos turísticos” (Esparcia Pérez, Noguera Tur, & Pitarch, 2009).

2.1.1.1. Comercialización del turismo en Manabí

Entre los atractivos turísticos con los que cuenta la provincia de Manabí se puede mencionar sus 350 km de playa además de contar con bosques húmedos y secos, islas e islotes, manglares, arrecifes marinos, montañas, valles, entre otros, también destacando su cultural y su gastronomía.

“El turismo en esta provincia es una actividad productiva, en esta se agrupan diversos sectores como la hotelería, gastronomía, entretenimiento, agencias de viajes, transporte

aéreo, terrestre, marítimos y fluviales y un sinnúmero de otros servicios que presentan relación a esta actividad, además de diversidad de insumos, agricultura, que influyen de forma directa o indirecta, constituyendo una enorme red generadora de empleo y distribución de ingresos” (Gonzales, 2011).

Debido a la importancia que tiene la provincia para el sector turístico, en los principales cantones se han situado algunas agencias de viajes para ofrecer al turista un servicio más. Entre los principales puntos turísticos de la provincia se encuentran los cantones Manta, Montecristi, Portoviejo, Santa Ana, Sucre y Puerto López, en los cuales se presentan la mayor concentración de turistas nacionales y extranjeros. “Manabí es el segundo destino turístico con el 15.54% de los visitantes que ingresan al país, superado por la provincia de Guayas que maneja alrededor del 22% de la demanda turística” (El Diario, 2011).

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2015) en base a la información obtenida de grupos turísticos nacionales y extranjeros que visitan la provincia, determinó que “los turistas extranjeros provienen de diversas partes del mundo, su distribución porcentual puede encontrarse de la siguiente manera: el 29.5% provienen de Chile, el 16.8% de Argentina, el 13.7% de USA, el 9.2% de Perú, el 7.4% de España, el 7.2 de Colombia, el 2.7% de Canadá, el 1.9% de Alemania, el 1.3% de México, el 1.0% de Uruguay y el 9.0% de otros países”.

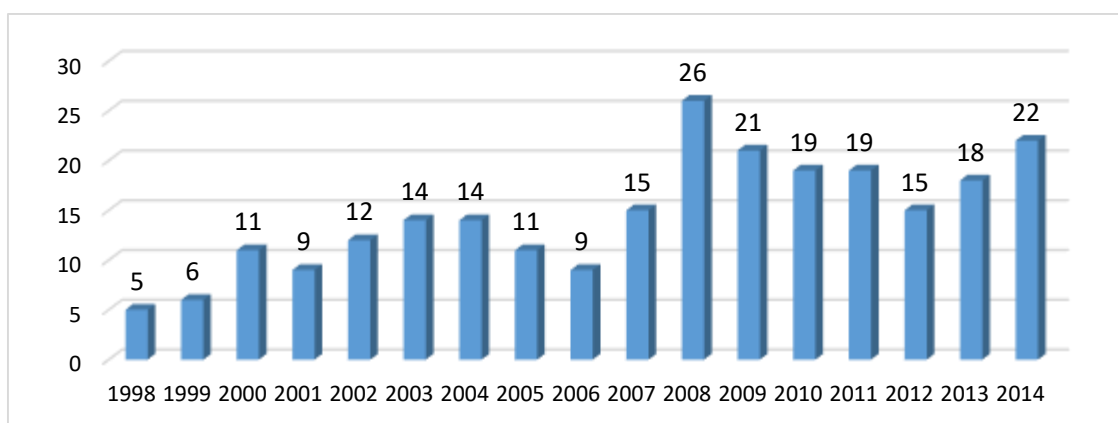
En lo que respecta a los turistas internos, según el estudio generado “el 28.46% de los turistas provienen de pichincha, el 27.41% de Guayas, el 12.64% de Azuay, el 9.14% de Loja, el 7.01% de Santa Elena, el 5.4% de Los Ríos, el 4.04% de Santo Domingo, el 3.07% de Chimborazo y el 2.83% del Oro” (FEPTCE, 2015).

“El sector turístico en la provincia de Manabí se ha convertido en el cuarto generador de divisas en los últimos 10 años, aumentando en 94.19% la cantidad de visitas desde el extranjero, para el año 2015 ingresaron en Manabí aproximadamente 169.378 turistas de acuerdo a cifras expedidas por el Ministerio de Turismo, los ingresos generados hasta el tercer trimestre del 2015 fueron de US\$210,5 millones, un incremento de 6% con respecto al mismo periodo del 2013 según esta misma fuente” (El Diario, 2011).

2.1.1.2. Estadística turística en la provincia de Manabí

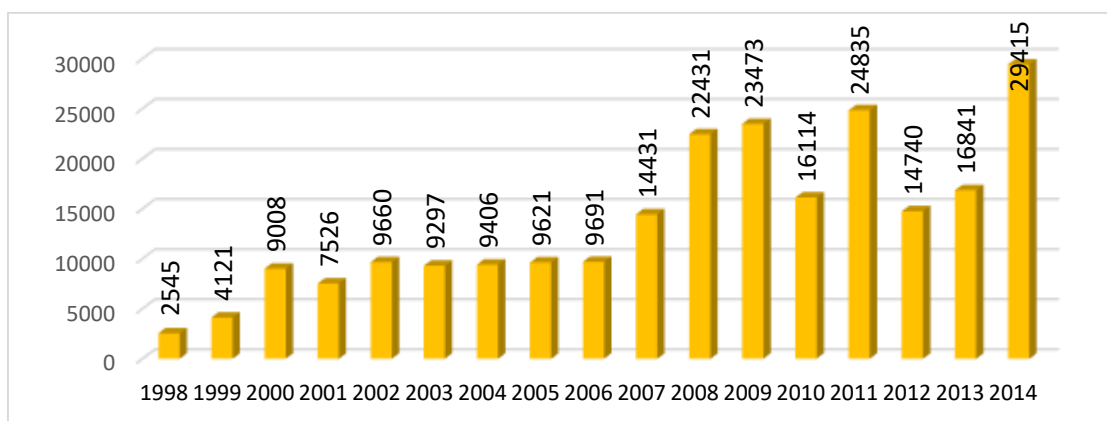
“Desde el año de 1997 se han desarrollado estadísticas del arribo de los buques turísticos a Manabí, mediante el puerto de Manta pudiendo determinar la cantidad y los turistas que arribaron al puerto” (Autoridad Portuaria de Manta, 2014).

Gráfico N° 1: Buques turísticos que desembarcaron en el puerto de Manta 1998 – 2014



Fuente: (Autoridad Portuaria de Manta, 2014)

Gráfico N° 2: Pasajeros que desembarcaron en el puerto de Manta 1998 – 2014



Fuente: (Autoridad Portuaria de Manta, 2014)

El crecimiento de los turistas mediante el ingreso de los buques al puerto de Manta ha aumentado considerablemente, siendo así que en el año de 1998 hubo una afluencia turística de 2.545 personas y para el año del 2014 una afluencia de 29.415 visitantes. Para el 30 de noviembre del 2014, Ecuador percibió un total de 1.027.686 turistas según el Ministerio de Turismo de los que 130.802 optaron por visitar Manabí para la generación de

actividades turísticas, número equivalente al 14,79% de los turistas que ingresaron en ese año.

2.1.1.3. Equipamiento hotelero de la provincia de Manabí

Según datos del MINTUR, (2016) Manabí en lo que respecta a capacidad de alojamiento contaba con 557 establecimientos hasta la afectación percibida por el evento sísmico del “16 de abril” quedando en 407 establecimientos distribuidos por la provincia cuyo total representa 9.616 habitaciones contando con 18.704 plazas, cuya distribución por categoría se encuentra dada de la siguiente manera: lujo 1, primera 46, segunda 115, tercera 243, cuarta 2.

Los establecimientos hoteleros o de alojamiento en Manabí se encuentran regidos por el Reglamento de Alojamiento Turístico en su Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.- Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

a) Hotel.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones (MINTUR, 2016).

b) Hostal.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (MINTUR, 2016).

c) Hostería.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin

perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (MINTUR, 2016).

d) Hacienda turística. “Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados” (MINTUR, 2016).

e) Lodge. “Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría” (MINTUR, 2016).

f) Resort. “Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble” (MINTUR, 2016).

g) Refugio. “Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios” (MINTUR, 2016).

h) Campamento turístico. “Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre” (MINTUR, 2016).

i) Casa de huéspedes. Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. “Debe cumplir con los requisitos

establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la provincia de Galápagos” (MINTUR, 2016).

2.1.1.4. Problemática del turismo en la provincia de Manabí.

“Los cantones de la provincia de Manabí, se han caracterizado por un crecimiento turístico desordenado, sin contar con procesos de planificación que permitan el adecuado crecimiento de esta actividad” (Acerenza, 2010). Pero es esencial destacar que varios cantones cuentan con procesos orientados al desarrollo de dicha actividad, por ello en ciertos cantones se puede encontrar emprendimiento de inversión local, que ha dado empuje a la creación de plazas hoteleras u otra actividad relacionada al rubro, que hoy forma una amplia gama de alternativas para el visitante, con el fin de promover el desarrollo de la provincia de Manabí.

Es posible indicar que no ha existido una política turística a nivel de los gobiernos autónomos descentralizados de los cantones que apoye en forma continua un crecimiento en materia de turismo. “Otro factor a considerar es la escasez de agua potable y alcantarillado en zonas rurales de la provincia, que cuentan con importantes atractivos turísticos, donde el visitante tiene la oportunidad de realizar actividades de recreación y esparcimiento, pero sin las obras que deben ser promovidas por el Estado, se dificulta la inversión privada para la oferta turística en dichas zonas, además de no haber motivación de emprendimiento a través de políticas gubernamentales” (Flores, 2012).

“En lo que refiere a la promoción de los atractivos de la localidad, las campañas publicitarias se encuentran a cargo del Gobierno Provincial, el mismo que en las temporadas playeras emplea el slogan “Manabí primero”. Para la difusión se utilizan medios televisivos, y de radio, cada cantón es responsable de promocionar individualmente sus atractivos” (Echarri, 2008).

Actualmente los medios más utilizados para la promoción turística son las redes sociales, principalmente *Facebook* mediante el cual se dan a conocer las maravillas naturales que

ofrece cada cantón; en su mayoría estos anuncios son patrocinados por empresas privadas, en los que ofertan sus servicios como agentes turísticos, restaurantes, hotelería, entre otros.

2.1.2. Cantones que conforman el perfil costanero de la provincia de Manabí

2.1.2.1. Cantón Pedernales

Pedernales cuenta con una extensión territorial de 1.932,20 km² presentando terrenos ondulados y montañosos que se encuentran en paralelo a la costa y poseen altitudes que van desde los 0 m.s.n.m (metros sobre el nivel del mar) hasta 860 m.s.n.m, su cabecera cantonal es la ciudad de Pedernales; cuenta con una población de 55.128 habitantes y contando con una densidad de población de 24.30 habitantes por km².

Limita al norte con el cantón Muisne (provincia de Esmeraldas) al sur con el cantón Jama (provincia de Manabí), al este con los cantones Quinindé (provincia de Esmeraldas) y Chone (provincia de Manabí), al oeste con el Océano Pacífico. Encontrándose dividida en una parroquia urbana (Pedernales) y tres rurales (10 de Agosto, Cojimíes, Atahualpa).

Las vías de comunicación se presentan como uno de los instrumentos esenciales para el desarrollo turístico y en el caso de Pedernales este valioso recurso cuenta con carreteras como:

- Santo Domingo – El Carmen – Pedernales
- San Vicente - Jama – Pedernales
- Esmeraldas – Pedernales esta comunica directamente con Quito, Guayaquil, Portoviejo, Esmeraldas entre otros puntos importantes siendo de tipo terrestres y hoy en día son de primer orden, lo que garantiza al turista facilidad y comodidad para alcanzar su destino.

Servicios Básicos.

Cuenta con energía eléctrica, servicio de agua potable y alcantarillado así como servicio de telefonía fija y celular, que cubren incluso la zona del malecón, donde se asientan diversos comercios. La recolección de desechos sólidos, es realizada por la municipalidad de Pedernales, especialmente en la zona urbana; no obstante, en la zona de playa, la limpieza

es realizada esporádicamente; en esta área, no existen recipientes para la deposición de desechos sólidos de los turistas.

Turismo

Pedernales gracias a su privilegiada geografía y gran extensión costera de 54 km de playa se revela como un centro turístico de gran proyección, pero con los eventos del “16 de abril” en donde se generó una afectación de casi el 80% de los servicios turísticos (entre ellos los servicios hoteleros y de restaurantes) el sector turístico se vio ampliamente afectado. Las posibilidades de actividades turísticas son muy amplias gracias a los recursos naturales y culturales con los que cuenta la localidad, pero el nivel de inversión en renovación de equipamiento hotelero es ampliamente costoso, especialmente cuando está básicamente quedo devastada.

Se espera que en unos dos años la actividad turística llegue a ser recuperada así como el sector productivo primario, tomando en cuenta las ventajas de distribución de la riqueza que trae el turismo. Se necesita más inversión de los gobiernos seccionales y el gobierno central para brindar servicios básicos aptos para el desarrollo de la sociedad, y que a su vez las autoridades regulen la actividad de tal forma que se preserve el recurso panorámico natural y evitar el deterioro por las sobrecarga turística, en fin promover un turismo consiente y sustentable.

Tabla N° 1: Principales atractivos en el cantón pedernales

Atractivos naturales	Atractivos culturales y sociales
1. Playa Pedernales.	1. Escultura El Corcovado.
2. Playa de Cañaverl	2. Sitio arqueológico Cheve.
3. Playa Chorrera	3. Sitio arqueológico Coaque.
4. Playas de Cojimíes.	4. Museo La Mitad del Mundo.
5. Playa Punta de los Frailes.	5. Arquitectura religiosa María Auxiliadora.
6. Río Coaque.	6. Las leyendas del cantón Pedernales.
7. Reserva Ecológica Mache Chindul.	7. Eventos deportivos 4X4.
8. Cerró Pata de Pájaro.	8. Grupo étnico “Los Chaettis”.
9. Estuario del Río Cojimíes.	9. Gastronomía: queso criollo.
10. Playa de Punta Palmar.	
Total 19 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.2. Cantón Jama

El cantón Jama es una pequeña población del norte de la provincia de Manabí, un poblado que se encuentra en vías de desarrollo, cuya ubicación es 0°15" de latitud sur y a 80°19" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Limita al norte con el cantón de Pedernales y al sur con el cantón San Vicente, cuenta con una extensión territorial de 579 km², cuenta con una población de 23.253 habitantes. Su cabecera cantonal es la ciudad de Jama, así como su única parroquia. La mayoría de la población se dedica a la ganadería, pesca y al turismo, ya que posee playas por ubicarse en la costa del Océano Pacífico.

El cantón presenta una gran trascendencia a nivel histórico, es la localidad donde se asentó una de las culturas más sobresalientes a nivel de la provincia de Manabí, la cultura Jama Coaque, considerada como uno de los pueblos de mayor antigüedad en la costa ecuatoriana, es además una de las culturas más avanzadas de América Latina. Su nombre deriva de uno de los caciques más importantes de la antigua ciudad, y su significado es iguana pequeña.

Infraestructura de la localidad

- **Vías de comunicación:** El cantón Jama se encuentra conectado por la red vial nacional haciendo uso de las siguientes carreteras:
 - Jama – San Vicente – Bahía de Caráquez – Portoviejo con Guanín distancia relativa de 120km de distancia.
 - Jama – Pedernales con una distancia de 50 km esta carretera permite la conexión con la parte norte del país.
 - Jama – Balneario de Canoa con una distancia de 45 km.
 - Jama - Puerto Pesquero El Matal con una distancia de 5.5 km.
 - Jama – Puerto Pesquero Don Juan con una distancia de 10 km.

- **Energía eléctrica:** Jama presenta algunas falencias en este servicio por lo que no se ha logrado dotar de alumbrado a toda la población, por lo que se puede dar a conocer que el sector urbano el alumbrado está terminado en un 98%, pero en el área rural cubre solo el 71% de las diferentes comunidades, es importante señalar que toda la superficie del cantón posee alumbrado público.

- **Agua para el consumo humano:** El abastecimiento es mediante dos pozos profundos, cuentan con un caudal de 6 litros por segundo, funcionando con dos bombas de succión. El agua una vez succionada es transportada a una cisterna de 400m³, localizada a una altura de 65m, que a base de gravedad es distribuida a la población. Para el control de este servicio el municipio a instalados aproximadamente 290 medidores en la cabecera cantonal.
- **Alcantarillado sanitario:** El 70% del área urbana posee el tendido de tuberías para alcantarillado primario y secundario, pero no está en funcionamiento de las obras complementarias. En el área rural el 80% de la población elimina las excretas al aire libre, existiendo algunas familias que tienen instalados pozos sépticos para la eliminación de sus aguas servidas.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

“Es uno de los cantones que forma parte de la Ruta del Spondylus lo que ha fortalecido la actividad turística del cantonal constituyéndola actualmente en una importante fuente de ingresos económicos para la población residente en la franja costera, las temporadas de mayor afluencia turística registradas están entre los meses de junio a septiembre, diciembre a marzo, también los feriados de carnaval y semana santa” (Alarcón, 2002).

En forma general el cantón Jama tiene un gran potencial turístico, que no lo está aprovechando por diferentes razones y motivos que son de fácil corrección si las autoridades del GAD, la empresa de turismo y principalmente sus habitantes toman la conciencia, de que tienen una joya en este sector y que no se han aprovechado todavía como se merece.

Entre las principales actividades a generar en la localidad se encuentran: los visitantes que llegan a la localidad en busca de actividades turísticas de sol y playa cuentan con la posibilidad de visitar las paradisíacas playas, entre las que se encuentran: El Matal, Playa División, Playa de Don Juan, Punta Ballena, Tasaste. En el cantón también es posible disfrutar del turismo de deporte y aventuras, mediante la práctica de caminatas, cabalgatas, ciclismo, buceo deportivo (Punta Ballena).

Jama es además un referente de cultura demostrado durante el desarrollo de las fiestas de cantonización y las fiestas religiosas que se realiza desde hace muchos años en honor a San Pedro y San Pablo considerado patrono de los pescadores. La visita a la galería de arte y la exposición arqueológica de la cultura Jama Coaque, así como la elaboración de artesanías o degustar de la gastronomía propia de la zona permiten conocer y disfrutar de la cultura local.

Contando además con productos ecoturísticos entre los que se pueden mencionar, la observación de flora y fauna en los bosques del cantón acompañado de caminatas ecológicas, otro de los atractivos de gran importancia es el avistamiento de ballenas jorobadas, a lo largo de la línea costera y algunos saltos de agua que se presentan en el recorrido del río Jama.

Servicios turísticos de la localidad:

- Sitios de alojamiento: 4 hosterías, 2 hoteles, 9 hostales, 154 habitaciones, 641 camas.
- Discotecas: 1 discoteca, 32 plazas.

Tabla Nº 2: Principales atractivos en el cantón Jama

Atractivos naturales	Atractivos culturales y sociales
1. Playas Camarones.	1. Iglesia Nuestra Señora del Carmen.
2. Playas “De Don Juan”.	2. Reserva Arqueológica en el Colegio Nacional Jama.
3. Playas Tasaste.	3. Parque Arqueológico Salima.
4. Siete Saltos del río Jama.	4. Vía Kitito - La Mina.
5. Playa Punta Ballena.	5. Sitio Arqueológico Estero Tabuga.
6. Punta Prieta.	6. Expoferia Jama.
7. Ensenada Tabuga.	7. Yogur Don Lalo.
8. Playa El Matal.	8. La Mocora Talabartería.
9. Playa La División.	9. Fiesta de San Pedro y San Pablo.
10. Playa Puerto Paraíso.	10. Arqueología de Don Juan.
11. Riachuelo Boca de Jama.	
12. Cascada de Simón.	
13. Cascada de Bigua.	
14. Reserva Ecológica Don Juan.	
15. Bosque El Paraíso.	
16. Bosque La Laguna.	
17. Bosque El Venado.	
18. Bosque Cerro Nueve.	
19. Reserva Bosque Seco “Lalo Loor”.	
20. Playa Punta Blanca.	
Total 30 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.3. Cantón San Vicente

San Vicente se encuentra ubicado al noreste de la provincia de Manabí a 0°36'30" y 24'0" longitud occidental del meridiano de Greenwich, cuenta con una superficie aproximada de 739km², limita al norte con el Océano Pacífico y el cantón Jama, al sur con el estuario del Río Chone que separa a los cantones Sucre sur y Tosagua, al este con las parroquias San Antonio, Boyacá y Eloy Alfaro del cantón Chone y el cantón Sucre norte y al oeste el Océano Pacífico. El Cantón San Vicente se encuentra dividido en dos parroquias siendo estas Canoa y San Vicente. Según datos proporcionados por el INEC la localidad cuenta con 22.025 habitantes.

Fue creado el 16 de noviembre de 1999. Se formó a partir de la desmembración del cantón Sucre, antiguo asentamiento de Los Caras. El barrio Los Perales es uno de los más antiguos del cantón y es conocido en la historia por haber sido el lugar de combate de soldados sublevados durante la época Floreana en el año de 1832. En los últimos años es visible el desarrollo turístico en el cantón, el cual cuenta 33 km de playa y alternativas ecoturísticas en la zona rural, que hacen de esta una zona de enorme potencial turístico, el cual se ve fortalecido con la construcción del puente Bahía San Vicente, que ha facilitado el acceso y ha permitido la dinamización económica de la zona.

Infraestructura de la localidad

- **Vías de comunicación**

- Existen tres vías, 2 de ellas se encuentran en regular estado; la que se dirige a Pedernales y la vía San Antonio-Chone-Portoviejo, y la vía a San Isidro.
- San Vicente – Portoviejo comunica con la capital manabita y anexo con las demás provincias, por medio de San Antonio y su desvío con el cantón Chone y hacia el norte con los cantones Jama y Pedernales siguiendo la costanera hasta llegar a la provincia de Esmeraldas.
- San Vicente – Pedernales atraviesa la parroquia de Canoa y el cantón Jama.

- **Energía eléctrica:** La mayor parte de la población de las parroquias del cantón “si” cuentan con acceso a alguna fuente de energía, así: San Vicente 91,03% y Canoa 85,31%.

- **Agua para el consumo humano:** En cuanto al abastecimiento de agua por medio de red pública se toma en consideración que este es el sistema que presta mejor atención a esta necesidad Bahía de Caráquez presenta un acceso de 4,47% al líquido vital; Charapotó el 37,19% de acceso y San Isidro el 32,27% acceden de forma oportuna a este servicio según datos del último censo del INEC.

- **Alcantarillado sanitario:** Según el censo de población y vivienda INEC 2010 el 12,30% de las viviendas están conectados a los servicios de red pública de alcantarillado; mientras que el resto utiliza otras formas de eliminación de excretas, por ejemplo el 45,75% de las viviendas poseen pozos sépticos; el 24,54% pozos ciegos; el 0,69% descargan sus desechos directamente al mar, río, lago o quebrada; el 7,59% evacúa por medio de letrinas y uno de los porcentajes más altos 9,13% no posee ningún mecanismo de eliminación.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

El cantón San Vicente cuenta con espacios naturales, clima, gastronomía, historia, distintas actividades festivas, es un balneario que ofrece diferente tipos de alojamiento para la estadía de sus visitantes con una tranquilidad que garantice un pleno goce y experiencia, con áreas confortables e inolvidables entre las que se pueden mencionar las siguientes:

Los visitantes que disfrutan del turismo de sol y playa y buscan diversión y relax la localidad cuenta con playas de arena blanca como: Los Perales, San Vicente, Punta Napo, Briceño, Canoa, Cabo Pasado, La Saiba, Puerto Cabuyal entre otras; con relación a turismo de deporte y aventura; en este cantón es posible disfrutar de caminatas, cabalgatas, ciclismo, buceo deportivo, motos acuáticas, entre otros; también se puede practicar surf y parapente.

El turismo de cultura también se hace presente en la localidad en las fiestas de cantonización y las fiestas religiosas que se realiza desde hace muchos años en honor a San Pedro y San Pablo considerado patrono de los pescadores. La visita a las zonas arqueológicas ubicadas en Tubuchile, Rosa Blanca de Briceño, El Recreo. La flora y fauna de la localidad así como los manglares del Rio Chone y el avistamiento de ballenas a lo

largo de la línea costera junto con las visitas al sendero interpretativo en la isla Corazón, hacen posible desarrollar actividades ecoturísticas en la localidad.

Servicios turísticos

- **A y B:** 1 bares de tercera categoría. 10 fuentes de soda de tercera categoría. 45 restaurantes de los cuales.
- **Hospedaje:** 7 moteles, 9 hostales, 2 hosterías, 4 hoteles.

Tabla N° 3: Principales atractivos en el cantón San Vicente

Atractivos naturales	Atractivos culturales y sociales
1. Playa de San Vicente.	1. Parapente en canoa.
2. Playa de Canoa, Briceño, Punta Napo y Charco.	2. Deportes surf.
3. Bosque Transnacional Seco Húmedo “San Ignacio”.	3. Campesinos de Río Muchacho.
4. Bosque Húmedo Tropical “Cabo Pasado”.	4. Iglesia Santa Rosa.
5. Playa Los Perales.	5. Artesanías de conchas.
	6. Gastronomía (canelazo).
	7. Gastronomía (rompopé).
	8. Gastronomía (suero blanco).
Total 13 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.4. Cantón Sucre

El cantón Sucre se encuentra ubicado en la zona noroeste de la provincia de Manabí, a pocos kilómetros debajo de la Línea Equinoccial, cuenta con una extensión de 764 km², limita al norte con Jama; al sur con Portoviejo; al este con Chone, Tosagua y Rocafuerte y al oeste con el Océano Pacífico. Se encuentra a 0°35'0”S y 80° 25'0”O, tiene una población de 57.159 habitantes. Su cabecera cantonal es la ciudad de Bahía de Caráquez. Sucre se divide en cuatro parroquias: dos urbanas (Bahía de Caráquez, Leónidas Plaza Gutiérrez) dos rurales (Charapotó San Isidro).

El 21 de octubre de 1867 el Congreso Nacional creó el cantón Sucre, con las parroquias: Bahía de Caráquez, Canoa, Pedernales y Mompiche, pero la resolución legislativa fue anulada en marzo de 1869. Las gestiones continuaron y es el 3 de noviembre de 1875, en una de las sesiones del Senado y la Cámara de Diputados, que se acuerda crear definitivamente el quinto cantón de Manabí

Infraestructura de la localidad

- **Vías de comunicación**

Bahía de Caráquez consta de acceso por vía terrestre en donde confluyen carreteras que vienen desde Quito y Guayaquil. El 3 de noviembre del 2010, se inauguró el puente "Los Caras", que une San Vicente con Bahía. Las demás carreteras que unen a las otras parroquias se encuentran en mejor estado.

- **Energía eléctrica:** la localidad aun cuenta con algunas dificultades para proveer de este servicio a todas las parroquias que le conforman, es posible dar a conocer que el alumbrado en el sector urbano es de un 89% y en área rural cubre un 60% de las diferentes comunidades según datos del (INEC, 2010).

- **Agua para el consumo humano:** el abastecimiento a las viviendas del líquido vital es mediante tuberías, haciendo uso de sistemas de pozos y presenta un 90% de cobertura de las áreas urbanas.

- **Alcantarillado sanitario:** el 65% del área urbana cuenta con alcantarillado, el resto de la misma utiliza pozos sépticos, mientras que en zonas que corresponden al área rural alrededor del 85% usan este sistema de pozos.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

Este cantón tiene gran riqueza natural, cultural e histórica, Sucre es visitado por turistas que buscan la naturaleza y la aventura.

Sucre cuenta con un amplio abanico de playas para el turismo y la recreación, más de 25km, además de contar con condiciones adecuadas para la práctica de deportes acuáticos como jet ski y buceo deportivo.

En los recursos ecoturísticos, el turista cuenta con un sinnúmero de opciones para relajarse en convivencia con la naturaleza, este cantón posee manglares, bosques secos tropicales,

bosques pre-montanos; además de poseer, Bosque seco tropical de Chirije, Bosque seco tropical San José, Colina La Cruz, Estuario del Río Chone, entre otros.

Además de ser un referente cultural que se demuestra en las construcciones con estilo colonial, el cantón Sucre cuenta con diversas expresiones artesanales que son admiradas por propios y por quienes visitan los distintos puntos turísticos del cantón, se celebran las fiestas de cantonización y las fiestas religiosas

Servicios turísticos

- **A y B:** 3 bares de tercera categoría, 12 fuentes de soda de tercera categoría y 58 restaurantes.
- **Hospedaje:** 10 moteles, 13 hostales, 10 hosterías, 4 hoteles (es necesario resaltar que varios de los sitios de alojamiento fueron afectados por el evento sísmico del 16 de abril, por lo que se encuentran en estado de reconstrucción).

Tabla N° 4: Principales atractivos en el cantón Sucre

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
1. Bosque seco tropical de Chirije.	1. Iglesia San Isidro.
2. Bosque seco tropical San José.	2. Banco Central del Ecuador.
3. Mirador Bella Vista.	3. Casa Americana.
4. Colina La Cruz.	4. Casa de la Cultura (Americana).
5. Estuario del Río Chone.	5. Museo de Chirije.
6. Isla Fragata.	6. Zoológico Saiananda.
7. Isla Corazón.	7. Museo Casa Velasco.
8. Playa de Chirije.	8. Alimento con Soya.
9. Playa Punta Bellaca, Bejuco La Gringa, La Mesita, Punto de la Mesita.	9. Artesanías con papel reciclado.
10. Playa Pajonal.	10. Iglesia La Merced.
11. Playa de Bahía de Caráquez.	11. Sector Histórico de Bahía de Caráquez.
12. Valle de Charapotó.	12. Casas coloniales de Bahía de Caráquez.
13. Cerró Verde.	13. Sitio arqueológico La Tolita.
14. Manglar La Boca.	14. Sitio arqueológico ollas de Tutumbe.
15. Cascada de Río Grande y 9 de Octubre.	
16. Playa San Clemente.	
Total 30 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.5. Cantón Portoviejo

Portoviejo se encuentra ubicada a escasos kilómetros de la costa ecuatoriana, situado a 136 m.s.n.m., ubicado en el centro de la provincia, cuenta con 303.034 habitantes, tiene una superficie de 967,5km; limita al norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, mientras que al sur con el cantón Santa Ana, al oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico y al este con los cantones Pichincha y Santa Ana.

Los portovejenses cuentan con una amplia cultura de respeto a las tradiciones y costumbres de su tierra; Portoviejo dio a la provincia poetas de la talla de Vicente Amador Flor y músicos de la categoría de Constantino Mendoza. Fundada el 12 de marzo de 1535 por el español Francisco Pacheco, capitán que pertenecía al ejército conquistador Diego de Almagro. Pasando los años, la ciudad y sus habitantes participaron de manera activa en las campañas libertarias del Ecuador, logrando su independencia el 18 de octubre de 1820.

Portoviejo fue cantonizada y designada como capital provincial de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia del 25 de junio de 1824, despachada por el Gral. Francisco de Paila Santander, pero posteriormente perdió su condición de capital cuando esta designación pasó a Montecristi, que la tuvo hasta el 14 de octubre de 1867, en que por decreto sancionado por el presidente de la República, Dr. Jerónimo Carrión, recuperó dicha categoría.

Infraestructura de la localidad

- **Vías de comunicación**

- Portoviejo - Ruta Guayaquil.
- Portoviejo - Ruta Ambato.
- Portoviejo - Ruta Cuenca.
- Portoviejo - Ruta Esmeraldas.
- Portoviejo - Ruta Loja.
- Portoviejo - Ruta Quito.

- **Energía eléctrica:** La mayor parte de la población de las parroquias del cantón Portoviejo si cuentan con acceso a alguna fuente de energía, así: Portoviejo 96,35%; Abdón Calderón 96,53%; Alhajuela 95,99%; Crucita 91,47%; Pueblo Viejo 85,71%; Río Chico 95,42%; San Plácido 91,53% y Chirijos 95,83%.
- **Agua para el consumo humano:** en Portoviejo éste servicio se ha visto incrementado en parroquias como Portoviejo (26,75%); Abdón Calderón (384,17%); Crucita (105,60%); Pueblo Nuevo (216,67%); Río Chico (15,76%) y disminuyó en las parroquias de Alhajuela (53,39%); San Plácido (46,19%) y Chirijos (100%). Sin embargo, el acceso de las viviendas a éste servicio disminuyó en parroquias como Portoviejo (6,44%); Alhajuela (21,66%); Río Chico (2,13%); San Plácido (7,35%) y Chirijos (0,50%). Según datos del (INEC, 2010).
- **Alcantarillado sanitario:** Según datos del INEC (2010), el 50,24% de las viviendas están conectados a los servicios de red pública de alcantarillado; mientras que el resto utiliza otras formas de eliminación de excretas, por ejemplo el 26,92% de las viviendas poseen pozos sépticos; el 15,97% pozos ciegos; el 0,14% descargan sus desechos directamente al mar, río, lago o quebrada; el 3,51% evacúa por medio de letrinas y el 3,21% no posee ningún mecanismo de eliminación.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

La ciudad de Portoviejo cuenta con un gran número de establecimientos que brindan alojamiento y alimentación; cuenta con hoteles, pensiones, hostería, moteles, complejos, entre otros. Existen restaurantes de comida típica manabita e internacional, centros de recreación y esparcimiento diurno y nocturno de gran variedad y un sistema bancario excelente, a través del GAD municipal tiene un centro de información turística que está localizado en el departamento de la Dirección de Turismo del mismo cantón.

Los turistas tienen la oportunidad de vivir de grandes experiencias en la localidad, aquellos que se encuentran interesados en el turismo de sol y playa, podrán realizar dichas actividades en la playa de Crucita a solo 30 min del centro, en su trayecto es posible encontrara comida tradicional, almacenes y talleres en los que expenden artesanías elaboradas tagua o marfil vegetal. Por su parte en cuanto al turismo de deporte y aventura,

los turistas encontrarán la oportunidad perfecta para practicar deportes de vuelo libre como es el parapente, alas delta y winsurf.

Otro de las motivaciones que el turista puede encontrar para visitar Portoviejo, es el turismo de cultura, modalidad que se hace presente durante las fiestas de cantonización las fiestas religiosas que se realiza desde hace muchos años en honor a San Pedro y San Pablo mediante una procesión acuática realizada en barcos pesqueros que va desde Crucita hasta las playas de San Clemente y de regreso; además se puede visitar ciertos lugares representativos como el museo histórico Portoviejo, iglesia de la Merced, La Catedral, las actividades turísticas del cantón alcanzan su mayor apogeo en feriados y fines de semana, los visitantes llegan desde diversos poblados del mismo cantón o cantones cercanos.

Entre los productos ecoturístico de la localidad encontramos el manglar La Boca a 5 km de Crucita, hermoso estuario que es hábitat de muchas especies de flora y fauna propias del sector y migratorias; entre ellas que se destacan los pelícanos, fragatas, loros, galleteras, patos maría, gaviotas, entre otros, especies que anidan en las ramas y alrededores de los manglares. Entre los atractivos turísticos relacionados con el ecoturismo y turismo de naturaleza es posible identificar lugares como: Estuario del Río Portoviejo y Río Chico, cascada de Mancha Grande, Cerro de Hojas, Laguna Encantada, entre otros.

Portoviejo también se distingue por ser poseedora de un área natural denominada "La Ruta del Encanto", un rincón en el que se atesora la tranquilidad, naturaleza, aire puro. En esta ruta se encuentran balnearios de agua dulce como, La Playita, Caña Brava, establecimientos de prestación de servicios como el Centro turístico comunitario "Bamboo", "Ciudad Turismo" y hacienda turística "Las Delicias".

Servicios turísticos

A y B: 2 bares de tercera categoría, 3 cafeterías de tercera categoría, 14 fuentes de *soda* de tercera categoría, 78 restaurantes de los cuales: 5 son de segunda categoría, 48 de tercera categoría y 25 de cuarta categoría.

Hospedaje: 9 moteles: 1 de segunda categoría y 8 de tercera categoría, 7 pensiones de tercera categoría, 11 hostales: 5 de segunda categoría y 6 de tercera categoría, 15 hostal

residencia de tercera categoría, 5 hosterías: 3 de segunda categoría y 2 de tercera categoría, 11 hoteles: 3 de primera categoría, 5 de segunda categoría y 3 de tercera categoría, 3 hoteles residencia: 1 de primera categoría y 2 de tercera categoría, 1 cabaña de tercera categoría.

Tabla N° 5: Principales atractivos en el cantón Portoviejo

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
1. Playa de Crucita.	1. Iglesia Catedral.
2. Estuario del Río Portoviejo.	2. Iglesia La Merced.
3. Laguna encantada de San Plácido.	3. Monumento al Inti Raymi.
4. Cascada del Cuchucho.	4. Comida criolla manabita.
5. Cerro de hojas.	5. Artesanías en lana de ceibo – colchones de Picoazá.
6. Balneario de agua dulce “El Refugio”.	6. Artesanías en algodón – Hamacas -. Rio Chico.
	7. Parque Central.
	8. Parque Eloy Alfaro.
	9. Complejo La California.
	10. Balneario de agua dulce Chirijo.
	11. Trapiche y panelera – Chirijo.
	12. Fiesta de San Pedro y San Pablo – Picoazá.
	13. Bajada de las balsas.
	14. Fiestas de independencia.
	15. Jardín Botánico.
Total 21 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.6. Cantón Jaramijó

El cantón Jaramijó se encuentra localizado al oeste de la provincia de Manabí y está a 12km del cantón Manta por lo que se puede acceder al sector por vía terrestre y marítima ya que toma parte del perfil costanero del país, tiene una superficie de 96.8km, cuenta con una sola parroquia que lleva su mismo nombre. El cantón comprende la mayor parte de bosque tropical de la provincia, que desde hace años atrás se viene acelerando en su proceso de deforestación. Limita al norte con el Océano Pacífico, al sur con Montecristi, este con Portoviejo, oeste con Manta. Tiene una población de 18.486 habitantes en área urbana, su economía está basada en la industria pesquera, los alrededores del lugar hacen del recurso pesquero su principal fuente de ingreso.

Su nombre de origen prehispánico, destaca la existencia de asentamientos humanos desde épocas antiguas. En el arribo de los españoles, los indígenas del sector estaban en conjunto a la Confederación Manteña. “El 6 de Mayo de 1927, Jaramijó fue elevada a la categoría

de parroquia rural de Montecristi, mediante acuerdo 499, tras la desmembración de su territorio, cuando Charapotó pasó a formar parte del cantón Sucre”

Infraestructura de la localidad

- **Energía eléctrica:** Jaramijó cuenta con una distribución de electricidad para el área urbana de un 94%, mientras que para las zonas rurales de la localidad solo es del 35%.
- **Agua para el consumo humano:** El abastecimiento es mediante dos pozos profundos, cuentan con sistema de tuberías para su distribución, pero solo el 85% cuentan con este servicio por medio de este sistema.
- **Alcantarillado sanitario:** El 60% del área urbana posee el tendido de tuberías para alcantarillado primario y secundario, pero no está en funcionamiento de las obras complementarias. En el área rural el 86% de la población elimina las excretas mediante pozos sépticos para la eliminación de sus aguas servidas y excretas.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

Jaramijó ofrece extraordinarios atractivos naturales de interés turístico, lugares encantadores y de fácil acceso, como el pozos de agua azufrada, propicio para el turismo de salud, así como el centro cívico turístico “El Pescador”, el faro y sus demás atractivos como la playa Punta Blanca, playa Balsamaragua, y playa Jaramijó, que no tienen afluencia turística.

Los turistas que disfrutan de las actividades de sol y playa cuentan con la posibilidad de disfrutar los 2.5km de playa. En el cantón también es posible disfrutar del turismo de deporte y aventuras, mediante la práctica de caminatas, cabalgatas, ciclismo, buceo deportivo, buceo, pesca deportiva.

La cultura de la localidad es evidente durante el desarrollo de las fiestas de cantonización y las fiestas religiosas que se realiza desde hace muchos años en honor a San Pedro y San Pablo, así como la fiesta al Señor de los Milagros, fiesta a la Virgen del Quinche y

carnaval fecha donde concurren turistas para disfrutar de los eventos que se realizan en la playa.

Entre los productos ecoturísticos con los que cuenta Jaramijó, es posible mencionar que la localidad se caracteriza por contar con un bosque húmedo muy seco, cuenta con una riqueza natural extraordinaria entre las que se puede mencionar la picana de agua sulfuradas visitadas por los turistas debido a que posee propiedades curativas, además es posible apreciar gran variedad de fauna y flora.

Servicios turísticos

- **A y B:** Existen 3 restaurantes: 2 de tercera categoría y 1 de cuarta categoría; pero además existen establecimientos como fuentes de *soda*, asaderos de pollo, heladerías, puestos de comida rápida, que aún no están categorizados.
- **Hospedaje:** El cantón posee poca infraestructura hotelera ya que existen 2 moteles: 1 de segunda categoría y 1 de tercera categoría, además cuenta con un hostel que aún no está con categorización.

Tabla N° 6: Principales atractivos en el cantón Jaramijó

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
1. Playa de Punta Blanca.	1. Fiestas de San Pedro y San Pablo en Jaramijó.
2. Playa de Jaramijó.	2. Astillero de Jaramijó.
3. Playa de Balsamaragua	3. Centro Cívico el Pescador
4. Playa de Fondeadero	
5. Aguas Sulfurosas.	
6. Bosque seco tropical de Jaramijó.	
Total 6 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.7. Cantón Manta

El cantón Manta es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la provincia. Su cabecera cantonal es la ciudad de Manta, lugar donde se agrupa gran parte de su población total, cuenta con una extensión de 309 km², sus límites son: al norte y oeste con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Montecristi, al este con los cantones Montecristi y Jaramijó.

El cantón se divide en 5 parroquias urbanas (Los Esteros, Manta, San Mateo, Eloy Alfaro, Tarqui) y dos rurales (San Lorenzo, Santa Marianita), contando con una población de 226477 habitantes.

- **Vías de comunicación.**

- Desde Quito se puede acceder mediante la vía Alóag, Santo Domingo, El Carmen, Chone, con una duración de alrededor de 7 horas de viaje.
- Desde Guayaquil se puede tomar la ruta Pedro Carbo, Jipijapa, Montecristi, con una duración del viaje de alrededor de 3 horas de viaje.
- Diariamente parten buses desde los terminales de Quito, Guayaquil y principales ciudades del país, rumbo a Manta. Reina del Camino, Coactur, Carlos Alberto Aray, Trans. Esmeraldas y Flota Imbabura son las cooperativas más conocidas, así como buses intercantonales que vas desde Jipijapa, Montecristi y Portoviejo.

Atractivos/experiencias turísticas de la localidad

Manta de forma anual se encuentra frecuentada por turistas extranjeros y nacionales que se acercan a este cantón con la finalidad de disfrutar las amplias y seguras playas las cuales son ideales para el descanso y la práctica de deportes como el surf, buceo, pesca, fútbol y voleibol playero, surf, vela, bodyboard y pesca.

Manta es conocido por la vida nocturna que se presenta en los malecones de la playa del Murciélagos y de Tarqui y por su vibrante “zona rosa” nombre con el que se le denomina a la calle “Flavio Reyes” donde se ubican centros de diversión nocturna como karaokes, discotecas y bares conjuntamente con los locales que se encuentran en la “Plaza del Sol”. Manta a su vez cuenta con una variada y exuberante gama de restaurantes (GAD de San Pablo de Manta, 2014).

“En lo referente a turismo religioso o de peregrinación Manta cuenta con iglesias que son representativas de esta ciudad, ya sea la iglesia de la Virgen de la Merced y la Iglesia Virgen de la Dolorosa, que caracterizan parte de la vida religiosa de Manta”

Servicios turísticos

- **Alojamiento:** cuenta con 41 hoteles, con una capacidad de 1.115 habitaciones y 2.401 plazas.
- **A y B:** cuenta con 131 restaurantes, 14 discotecas, 22 bares, fuente de soda y cafeterías.
- **Operadoras y transporte turístico:** cuenta con 17 agencias de viajes y 3 furgonetas turísticas.

Tabla N° 7: Principales atractivos en el cantón Manta

Atractivos naturales	Atractivos culturales y sociales
1. Playa de Tarqui. 2. Playa el Murciélago. 3. Playa de San Mateo. 4. Playa la Tiñosa. 5. Playa Santa Marianita. 6. Playa San Lorenzo. 7. Playa Las Piñas. 8. Playas de Santa Rosa. 9. Bosque de Pacoche y San Lorenzo. 10. Cascada “El Salto de San Lorenzo”. 11. Playa de Piedra Larga. 12. Playa de Barbasquillo. 13. Playa de Pile. 14. Playa de Piñas.	1. Muelle del Puerto de Manta. 2. Museo del Banco Central. 3. Museo Etnográficos del Malecón escénico. 4. Faro de San Lorenzo. 5. Casa de Arquitectura Valdivia. 6. Sector de edificaciones antiguas. 7. Fiesta del Comercio – 23 y 24 de octubre. 8. Iglesia La Dolorosa. 9. Astillero de Manta. 10. El Faro de Manta. 11. Ruta de la Bioarquitectura. 12. Festival de teatro.
Total 26 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.8. Cantón Montecristi

El cantón Montecristi se encuentra ubicado al sur oriente de la provincia en las coordenadas geográficas 1°02'00"S 80°39'00"O, su cabecera cantonal lleva su mismo nombre, cuenta con una extensión aproximada de 734.20 km², se encuentra limitado al norte con los cantones Manta, Jaramijó y Portoviejo, al sur con el Océano Pacífico y el cantón Jipijapa, al este con el cantón Portoviejo y al oeste con el Océano Pacífico y el cantón Manta. Está conformado por cinco parroquias urbanas (Aníbal San Andrés, Colorado, General Alfaro, Leónidas Proaño, Montecristi) y por una parroquia rural (La Pila). Cuenta con una población de 70.294 habitantes según datos estadísticos del (INEC, 2010).

El cantón Montecristi es conocido por ser la principal localidad de fabricación de los conocidos sombreros de paja toquilla y por ser testigo de grandes hechos históricos que marcaron la nación, siendo además cuna del revolucionario y presidente de la República Gral. Eloy Alfaro, también sede de la Asamblea Nacional Constituyente en el 2008.

Se dice que Montecristi se formó durante los primeros años de la conquista española con pobladores de Manta que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas, su fundación se encuentra en fechas de 1741, siendo una de las principales ciudades que plegó a la revolución del 9 de Octubre de 1820. Durante los primeros años de la república, este cantón fue la capital de la provincia de Manabí, pero tras un terrible incendio que arrasó considerablemente la ciudad, en el año de 1867 entregó, por decreto su categoría de capital a Portoviejo, siendo así desde ese año.

Entre sus atractivos turísticos se presenta el cerro de Montecristi de 443 m.s.n.m. Dentro de la jurisdicción de Montecristi, está ubicada la isla de la Plata a 23 km. al occidente de la costa sur de Manabí. Basílica Menor Virgen de Monserrat y el monasterio del Carmen de Cristo Crucificado, que fue construido hace 17 años y es el hogar de las monjitas de clausura o enclaustradas como generalmente se las llama. Montecristi cuenta con playas hermosas como la playa de San José, con su precioso manglar. La isla de la Plata y las vertientes naturales del río de Caña y Camarón. Además del museo-mausoleo de Eloy Alfaro en Ciudad Alfaro.

Infraestructura de la localidad

Transporte: Montecristi se encuentra ubicado a 53 km, de Manta sobre la carretera E30, se puede llegar a él por medio de cooperativas de transporte interprovincial e intercantonal. Entre las principales empresas de transporte se encuentran: Cooperativa Reina del Camino, Rutas Portovejenses, Transporte Jipijapa, COACTUR, entre otras.

Comunicaciones. Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) con oficinas en Montecristi, provee el servicio de líneas telefónicas convencionales. En cuanto a las operadoras de telefonía móvil se encuentran CONECEL S.S (Claro) y OTECEL S.A. (Movistar).

Servicios básicos: Según los datos del GAD el 92% de la población no cuenta con alcantarillado, el 98% no tiene agua potable y el 82% no tiene caminos pavimentados. El 65% de la población no tiene luz eléctrica y el 2% que cuenta con el servicio de agua no lo recibe de manera regular.

Tabla N° 8: Principales atractivos en el cantón Montecristi

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aguas subterráneas La Pila. 2. Playa San José. 3. Cerró Montecristi. 4. Isla de la Plata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Eloy Alfaro. 2. Artesanía – Sombrero de paja toquilla. 3. Artesanías de La Pila. 4. Fiestas de San Pedro y San Pablo. 5. Santuario de la Virgen de Monserrate. 6. Casas patrimoniales. 7. La ciudad Alfaro. 8. El gol club Montecristi. 9. Fiesta de la Virgen de Monserrate. 10. El paseo lúdico desde la ciudad Alfaro. 11. Museo Marlac. 12. Sitio Pile.
Total 16 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.9. Cantón Jipijapa

El cantón Jipijapa se localiza en el extremo sur occidental de Manabí, sus coordenadas son: 1°20 'S, 80°35 'O; tiene una superficie de 1.420 km², limitando al norte: con los cantones Montecristi, Portoviejo y Santa Ana; al sur: por la provincia del Guayas y cantón Puerto López, al este: por los cantones Paján y 24 de Mayo; y oeste: por el Océano Pacífico. Cuenta con tres parroquias urbanas y siete rurales. La cabecera cantonal San Lorenzo de Jipijapa cuenta con 71.083 habitantes. Las vías de acceso al cantón son las siguientes: Vía Manta – Jipijapa; Guayaquil – Jipijapa; Jipijapa – Puerto López.

El cantón Jipijapa tiene sus raíces prehispánicas, heredadas de las culturas Machalilla, Valdivia y Manteña, plasmando su historia en piezas arqueológicas, actualmente exhibidas en el Museo del Centro Cultural Municipal, existiendo otros vestigios históricos enraizados a las costumbres y tradiciones propias de la localidad.

En sus inicios tuvieron como tradición la elaboración de piezas e instrumentos de cerámica y tallados en piedra (aspecto cultural que se presenta aun en las artesanías en La Pila). En la vida republicana hasta la actualidad el cantón 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”.

En Jipijapa hay varias opciones para visitar, tales como: la cascada de agua dulce, los pozos de agua dulce en Andil, los pozos de agua azufrada del volcán Chocotete en Joa, las cascadas en el Anegado, la gastronomía una de las más llamativas y representativas a nivel nacional, el ceviche con maní y aguacate, bollo especial, greñoso, adicional la playa de Puerto Cayo y para los amantes a los monumentos “la gran mazorca" que se encuentra en las afueras de Jipijapa en la vía entre Portoviejo y Manta representando la cultura agrícola.

Desde 2013, a la iniciativa de la Unión Provincial de Organizaciones campesinas de Manabí, se está impulsando el turismo comunitario en las comunidades de Agua Dulce, Cantagallo, Casas Viejas, Chade, La América, Pedro Pablo Gómez, Pisloy de Abajo y San Pedro de la América.

Tabla N° 9: Principales atractivos en el cantón Jipijapa

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
1. Playa Puerto Cayo.	1. Parque Central.
2. Cueva del Sitio Agua Dulce.	2. Museo de historia y artesanías Municipales.
3. Cascada de Maryland.	3. Casas Coloniales.
4. Bosque Cerro de la Mona.	4. Fiestas de 15 de octubre.
5. Cascada de Bajo Grande.	5. Iglesia Central San Lorenzo.
6. Ensenada de Puerto Cayo.	6. Alfarería de Chade.
7. Pozo de Chade.	7. Artesanías de San Bembe (construcción de vehículos en miniaturas).
8. Cascada la Botija.	8. Artesanías Bermúdez.
9. Cascada de agua dulce.	9. Greñosos.
10. Pozo de agua azufrada Joa.	10. Gastronomía Sancán.
11. Volcán apagado Chocotete.	11. Fiesta del 8 de Septiembre “La Virgen de Agua Santa”.
12. Cascada el Salto.	
13. Islote Pedernales.	
14. Bosque de Cantagallo.	
15. Salto de Flor del Salto.	
16. Pozo de Choconcha, Andil y Positos.	
Total 27 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.2.10. Cantón Puerto López

Puerto López tiene una extensión de 449 km²; su cabecera cantonal lleva su mismo nombre, ubicado en las coordenadas 1°33'28" S y 80°48' 28" 0, sus límites son: al norte y este con el cantón Jipijapa, al sur con la provincia de Santa Elena, al oeste con el Océano Pacífico. Estando dividido en tres parroquias, una urbana y dos rurales, cuenta con una población de 20.451 habitantes según el (INEC, 2010).

Las jurisdicciones territoriales que lo componen son tres parroquias: Salango, Puerto López y Machalilla, dentro de ellas existen cuatro comunas jurídicas: La Tunas, Salango, El Pital y Agua Blanca. “El cantón se encuentra conformado por cuatro zonas: el bosque espinoso tropical, bosque seco tropical (ubicado a lo largo de la costa ecuatoriana), bosque muy seco tropical y bosque premontano tropical” (Jara, 2014).

La flora dentro del cantón Puerto López es muy rica; existen diversas especies, tales como: Algarrobo, tuna, barbasco, palo santo, ceibo, muyuyo, matapalo, guayacán, balsa y laurel. La fauna se destacan con mamíferos como: el venado, guanta, liebres guatusa, petigrís, mono aullador y oso hormiguero.

Este cantón presenta una amplia relevancia a nivel turístico, en especial por contar con aguas que permiten el avistamiento de ballenas jorobadas en la costa, uno de sus atractivos locales más emblemático es el Parque Nacional Machalilla. El turismo se perfila con el principal rubro económico de la zona, las proyecciones indican un incremento de turismo del 200% en los próximos 5 años. Se desarrollan actividades ecoturísticas; en Salango se cuenta con pequeños talleres de cerrajería, mecánica, confección y panadería algunos artesanos que producen artículos de barro y tagua.

Servicios Turísticos

- Sitios de alojamiento: 7 hosterías, 9 hoteles, 15 hostales, 2 residenciales; 370 habitaciones, 925 camas.
- Discotecas: 1 discoteca, 32 plazas.
- Operadoras Turismo: 15 establecimientos.

- Yates: 19 yates, con capacidad máxima para 16 personas c/u.
- Transporte turístico: 2 furgonetas de uso turístico.

Tabla N° 10: Principales atractivos en el cantón Puerto López

Atractivos naturales	Atractivos culturales y social
1. Parque Nacional Machalilla.	1. Fiestas de Las Cruces.
2. Playa de Puerto López.	2. Festividades religiosas de San Pedro y San Pablo.
3. Playa la Playita.	3. Festividad religiosa de La Virgen de la Merced.
4. Pozo de agua sulfurosa.	4. Festividad religiosa de La Virgen Inmaculada Concepción.
5. Playa Salango.	5. Museo de Salango.
6. Parcela Marina de Salango.	6. Festival de la Balsa Manteña.
7. Playa Las Ciriales.	7. Sitio Arqueológico Agua Blanca.
8. Playa Machalilla.	8. Fiestas del 31 de Agosto (fiestas de cantonización).
9. Playa Los Frailes.	9. Festival Mundial de observación de ballenas jorobadas.
10. Bosque Húmedo San Sebastián.	10. Comuna de Agua Blanca.
11. Playa La Tortuguita.	11. Fiesta parroquialización Machalilla.
12. Sendero Bola de Oro.	12. Museo de Piqueros de Patas Azules.
13. Playa Bálsamo 1 y Bálsamo 2.	13. Iglesia de Caña de Bambú.
14. Playa la Chocolatera.	14. Fiesta de bajada de los Reyes Magos.
15. Islote Horno de Pan.	
16. Playa Dorada.	
17. Islote de los Horcados.	
18. Sendero El Rocío.	
19. Sendero El Sombrerito.	
20. Bosque Nublado de San Sebastián.	
21. Mirador Los Frailes.	
22. Islote Viuda.	
23. Playa Piqueros.	
24. Islote Pedernales.	
25. Isla Salango.	
26. Islote Sucre.	
27. Río Ayampe.	
28. Mirador de Puerto López.	
Total 42 atractivos turísticos	

Fuente: (MINTUR, 2016)

2.1.3. Estacionalidad en la provincia de Manabí

2.1.3.1. Definición de estacionalidad turística

Al momento de generar análisis de los efectos que derivan de la actividad turística sobresalen dos variables a ser consideradas, siendo estas el volumen de turistas y el grado de estacionalidad de la llegada de los mismos. “En el caso de la segunda variable, la estacionalidad, puede darse ya sea por factores naturales o institucionales, en especial el

clima; pero también puede deberse a presiones sociales como el caso de temporadas deportivas (en especial las que se relacionan con la actividad turística) y la inercia o tradición (entendiéndose como actividades culturales generadas en la localidad)” (Cardenas, 2011).

La estacionalidad en turismo es un problema universal que aparece en diferente grado de importancia según el destino y que ha tenido cobertura en la literatura académica. En unos casos han modelado, en otros han medido, en otros han estudiado la temporada baja y sus posibilidades de desarrollo, y, en algunos, han planteado cómo hacer frente al problema. “A nivel general todos los destinos cuentan con un tipo de estacionalidad, dependiendo del tipo de destino, estas llegan a ser extremas como en el caso de los destinos de la costa o de deportes de invierno; en otros casos esta puede ser mínima como en los destino de tipo urbano” (Balanzá, 2011).

Una amplia parte de los destinos turísticos que basan sus actividades en atractivos de tipo climático, por ejemplo destinos de nieve y muchos de sol y playa llegan a enfrentar grandes problemas de estacionalidad. “Se encuentran condicionados por las normas y prácticas sociales (periodos de vacaciones, peregrinaciones religiosas, feriados o congresos, entre otros) que pueden incidir en la estacionalidad en un punto o zona turística. De la misma manera otro aspecto a considerar es el tipo de turistas y su origen para determinar las pautas estacionales” (Alban, 2004).

Hay autores que mencionan variables económicas que influyen en la estacionalidad como es el nivel económico de los turistas, los precios relativos con el destino y en relación a los precios, el tipo de cambio vigente. Si el ingreso económico de los turistas es elevado y los precios relativos del destino son bajos la estacionalidad tiende a disminuir, debido a que las personas que cuentan con mayores ingresos tienden a dividir sus vacaciones a lo largo del año entre destinos que le resulten económicamente atractivos.

“La estacionalidad es considerada una de las características intrínsecas al turismo y de igual forma para diversas otras actividades productivas, como es el caso que la agricultura, la pesca, los servicios de salud, las comunicaciones, el comercio, el transporte y la industria manufacturera presentan fluctuaciones estacionales” (Barco, 2011).

A nivel económico, cuando una actividad productiva evidencia estacionalidad, implica la existencia de dos etapas diferentes de demanda: el periodo pico que se caracteriza esencialmente por ser la etapa de mayor consumo y el periodo valle, siendo la etapa de menor demanda de ese producto o servicio que se esté ofertando. “Cada uno de estos periodos se repite de un año a otro, en la misma época del año, mientras que en algunos casos el intervalo llega a presentarse en forma trimestral, en otros puede ser mensual, semanal o incluso diaria” (Barco, 2011).

2.1.3.2. Causas que generan la estacionalidad turística

Las causas que originan la estacionalidad se suelen agrupar en dos grandes categorías: factores naturales y factores institucionales. El clima es el principal causante natural de las fluctuaciones en la demanda para determinados tipos de turismo, definiendo tanto la longitud como la calidad de las estaciones turísticas. “Las condiciones climáticas específicas que se requieren para llevar a cabo la actividad no se presentan en todas las estaciones y esto es lo que genera la estacionalidad en la demanda del destino” (Echarri, 2008).

Es el caso del turismo de sol y playa, del turismo basado en deportes de invierno y del turismo de salud, por otra parte, la ocurrencia de eventos climáticos extremos imposibilita la visita de los turistas o los hacen menos accesibles en ciertas épocas del año. Los eventos más comunes que se han verificado son el accionar de prolongadas precipitaciones, la incidencia de fuertes vientos y/o la existencia de temperaturas extremas.

La pesca como atracción turística también presenta estacionalidad, en este caso la altura de los ríos condiciona la explotación generando temporadas altas y bajas de pesca. Otro ejemplo se presenta con las migraciones anuales de las aves.

Dentro de las causas institucionales se encuentran el período de descanso de las personas y la realización de eventos sociales, culturales, religiosos y de negocios. Los períodos de descanso están condicionados por las obligaciones laborales y escolares de los individuos, limitando la realización de las actividades turísticas en determinadas épocas del año.

En nuestro país se distinguen claramente dos períodos de descanso, durante los meses de verano y un receso invernal, originados principalmente por la actividad escolar que se inicia, aproximadamente, en el mes de abril de cada año y culmina a mediados del mes de enero, con un receso a mitad de año de dos semanas en el invierno.

La realización de eventos sociales, culturales, religiosos y de negocios que se repiten año tras año aproximadamente en la misma fecha calendario por tradición genera estacionalidad en el turismo. “Es el caso de fiestas culturales, fiestas patrias, fiestas nacionales, festivales cinematográficos, las celebraciones de Semana Santa y Navidad. También es pertinente mencionar las realizaciones de convenciones, exposiciones, ferias, congresos y reuniones destinadas a la difusión e intercambio de información en relación a una actividad productiva específica o a un área del conocimiento científico” (Bolesina, 2015).

Los tipos de turismo que pueden estar condicionados por estos factores institucionales pueden ser el turismo cultural que se basa en el conocimiento de productos culturales como puede ser contemplar las costumbres y los monumentos de una civilización ancestral, o productos relacionados con el arte como puede ser la visita a museos y monumentos históricos.

Otro es el turismo de negocios relacionado con la realización de eventos especiales o con la actividad económica. Dado que los mismos no necesitan de condiciones climáticas especiales y pueden ser demandados a lo largo de todo el año. “De forma general, las causas que originan la estacionalidad de la demanda de turismo pueden clasificarse en endógenas, que pueden ser modificadas por las preferencias de la sociedad levantando restricciones legales, sociales y/o culturales y en exógenas, las que escapan del accionar humano y, por tanto, nos vienen dadas” (Echavarren, 2011).

2.1.3.3. Consecuencias de la estacionalidad en el turismo

Los autores Peligros Espada & Casado, (2010) en su estudio “una comunidad para las cuatro estaciones: análisis empírico de la estacionalidad en la comunidad de Madrid consideran los siguientes aspectos negativos de la estacionalidad turística”.

- **Efectos económicos:** pérdida de rentabilidad e ineficiencia de los recursos.
- **Efectos laborales:** inestabilidad y precariedad en el empleo.
- **Efectos ecológicos:** sobreexplotación de recursos (deterioro vegetación, trastornos de la fauna y erosión).
- **Efectos socioculturales:** aculturación de la comunidad receptora.
- **Efectos sobre la imagen del destino:** masificación, pérdida de calidad del destino.

La estacionalidad en sí misma no siempre es el verdadero problema, sino que constituye una consecuencia muy visible de otros factores, como pueden ser una escasa diversificación del destino o una deficitaria o mal enfocada comercialización del mismo, o una excesiva identificación del destino con una determinada característica especialmente estacional.

La oferta del mercado de turismo está conformada por un grupo diverso de empresas y de organizaciones que le proporcionan al demandante de turismo una variedad de bienes y servicios que, en conjunto, le permiten conformar su experiencia turística. Para proveer estos servicios se encuentran con la necesidad de realizar grandes inversiones de capital tanto físico como financiero para el manejo de operaciones y con funciones de producción de coeficientes fijos. “Esto hace que las empresas estén sujetas a restricciones de capacidad y a altos costos fijos de operación; dadas estas características, las empresas del sector deben hacer frente a las siguientes consecuencias provocadas por la estacionalidad de la demanda” (Luna & Damaris, 2009):

- Imposibilidad de sostener beneficios positivos a lo largo de todo el año, debido a que durante el período valle, disminuyen las cantidades transadas en los mercados y los altos costos fijos no pueden ser solventados, generando, en muchos casos, ganancias negativas y en algunos otros hasta se llegue al cierre temporal o definitivo del negocio.
- Desincentiva futuros proyectos de inversión; la existencia de flujos de ingresos irregulares implican menores tasas de rentabilidad previstas a largo plazo.

- Problemas en el mercado de trabajo. El turismo incrementa la demanda de trabajadores altamente calificados como así también de baja calificación. En el primer caso, los salarios son elevados, los puestos de empleo tienden a ser permanentes y las calificaciones se pueden transferir internacionalmente.
- Congestión espacio-temporal. En los momentos de mayor afluencia turística la infraestructura y la provisión de servicios públicos y privados llegan a saturarse y congestionarse por los excesos de demanda, y hasta, en ciertas circunstancias, se agota la capacidad de la atracción turística del lugar; sin embargo, en los períodos de demanda valle, las grandes dotaciones en infraestructura y servicios provocan un sobredimensionamiento, lo que dificulta potenciales iniciativas de inversión.

Se manifiestan efectos negativos cuyas intensidades van a depender del tipo de empresa, destino o producto turístico que se considere, de ahí que un análisis del fenómeno estacional más completo implica la consideración de perspectivas y situaciones muy diferentes.

La temporada turística hace referencia al conjunto de condiciones homogéneas que presentan las zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante del precio distinguiendo entre tres tipos de temporadas: alta, media y baja. En el Ecuador como en la mayoría de países la demanda turística tiene un comportamiento estacional, es decir que se centra en unos meses del año como febrero, julio, agosto, noviembre y diciembre y coincide con la temporada de vacaciones escolares y los feriados más representativos de nuestro país como carnaval, semana santa, navidad y fin de año, dividiendo la temporada turística en tres:

Temporada alta 100%: Se la da esta denominación a la época del año en la que es más abundante el turismo, coincidiendo con períodos de vacaciones o fiestas, y en la que los precios de los hoteles y viajes suelen ser más elevados.

Media 90% - 60%: A diferencia de la temporada alta, esta es la época del año en la que hay cierta abundancia de turismo, sin ser la época en que este es más abundante, y en la que los precios de los hoteles y viajes se sitúan en un término medio entre la temporada alta y la baja.

Baja 20%: Esta es la época del año en donde hay una menor abundancia del turismo, representándose esencialmente por los periodos laborales y en la que los precios de los hoteles y viajes suelen ser menos elevados.

Tabla N°11: Estadística de los turistas extranjeros que ingresan a Manabí

Nº	Primer trimestre	%	Segundo trimestre	%	Tercer trimestre	%
1	Chile	29.5	USA	20	USA	18
2	Argentina	16.8	Colombia	11	Perú	11
3	USA	13.7	Argentina	10	Argentina	8
4	Perú	9.2	Perú	8	Colombia	8
5	España	7.4	Chile	7	España	7
6	Colombia	7.2	Canadá	5	Chile	6
7	Canadá	2.7	Alemania	5	Canadá	5
8	Alemania	1.9	España	5	Alemania	4
9	México	1.3	México	4	Italia	3
10	Uruguay	1.0	Francia	4	México	3

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Tabla N°12: Estadística de los turistas nacionales que ingresan en Manabí

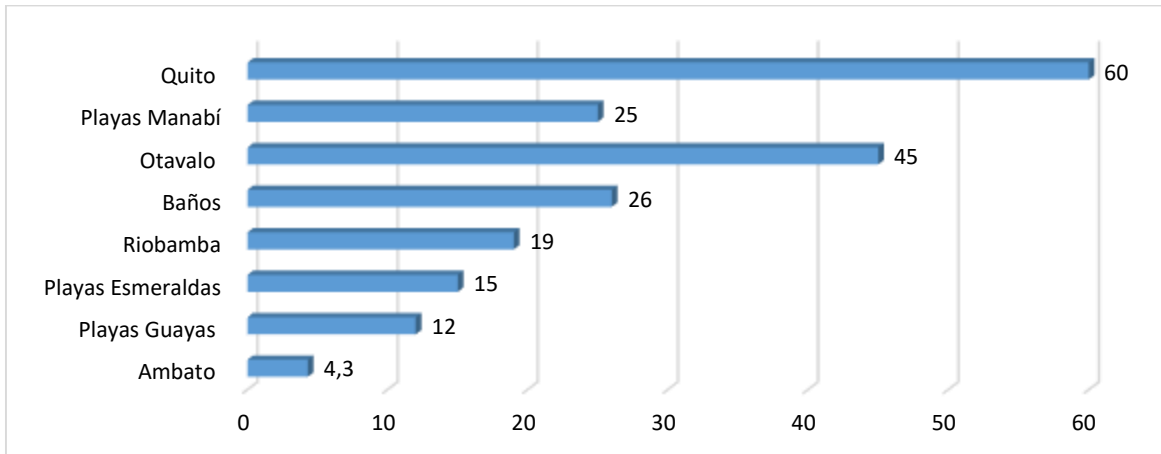
Nº	Primer trimestre	%	Segundo trimestre	%	Tercer trimestre	%
1	Pichincha	24.29	Pichincha	26	Pichincha	15
2	Guayas	24.06	Azuay	14	Guayas	13
3	Azuay	11.56	Sta. Elena	12	Azuay	10
4	Loja	7.55	Guayas	9	El Oro	9
5	Sta. Elena	4.48	Loja	6	Los Ríos	9
6	Los Ríos	4.25	Los Ríos	6	Santa Elena	9
7	Sto. Domingo	4.01	Cañar	6	Esmeraldas	7
8	Chimborazo	3.07	El Oro	5	Loja	7

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Demanda de turistas extranjeros

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo los principales sitios visitados por los turistas extranjeros en el año 2015, en porcentaje sobre el total de llegadas son los siguientes:

Gráfico N° 3: Sitios visitados por extranjeros



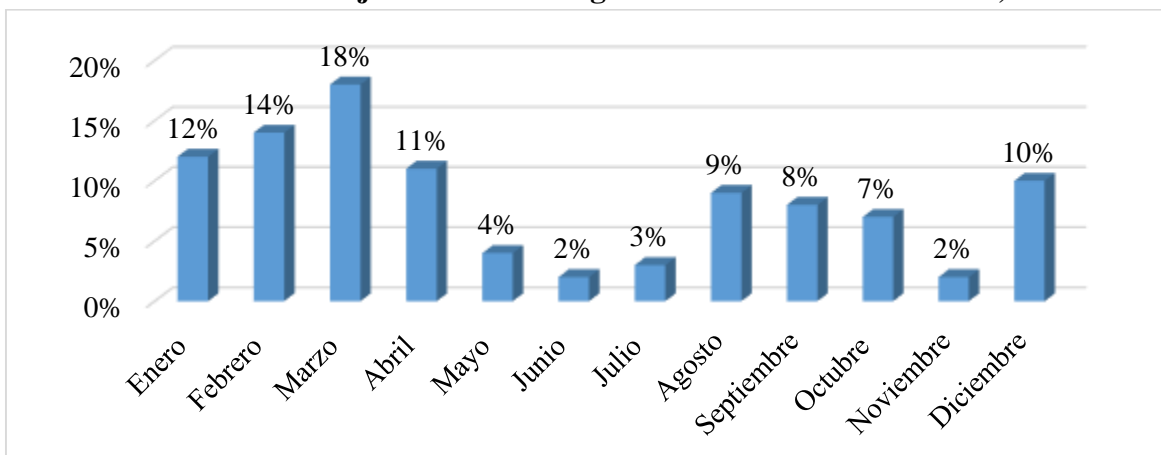
Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador, 2016)

Del total de llegada de turistas extranjeros al Ecuador, la provincia de Manabí que es el objeto de estudio cuenta con un 25% de ingreso de turistas para el año 2015.

Demanda de turistas nacionales

En la provincia de Manabí en diferentes fechas del año la demanda turística se hace visible gracias a los diversos atractivos turísticos que posee, como se lo presenta en el siguiente cuadro.

Gráfico N° 4: Porcentaje mensual del ingreso de los turistas a Manabí, año 2015



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2007)

Como se lo presenta en la gráfica los meses con mayor afluencia turística coincide con la época de temporada que da diciembre – abril y agosto – octubre.

2.2.4. Evento sísmico en el Ecuador – 16 de abril

El sábado 16 de abril del 2016, aproximadamente a las 18:58 la población ecuatoriana fue víctima de un terremoto cuya magnitud fue de 7,8 en la escala de Richter, cuyo epicentro se ubicó entre las localidades de Muisne y Cojimíes; las poblaciones más afectadas fueron en la provincia de Esmeraldas, el cantón de Muisne; mientras que en Manabí fueron las poblaciones de Pedernales, San Isidro, Jama, Canoa, Bahía, Portoviejo y Manta.

En el caso de Pedernales, su economía tiene dos principales actividades que son la producción de camarón y el turismo, con el hecho sísmico, las piscinas de crianza del camarón sufrieron bastantes daños, y en lo que concierne al sector turístico cerca del 80% de las edificaciones se derrumbaron, incluyendo gran parte de la plaza hotelera, cuya estructura quedó inservible.

Canoa, parroquia perteneciente al cantón San Vicente es una zona netamente turística, en la cual sufrieron varias afectaciones gran parte de las estructuras principalmente aquellos locales dedicados a la actividad del turismo; como bares y hoteles, los que quedaron inservibles y aquellos que quedaron en pie la mayoría deben ser derrumbados para edificar nuevamente, pero con normas técnicas que permitan soportar eventos de esta naturaleza. En Bahía de Caráquez la situación fue devastadora principalmente a las viviendas del sector y una pequeña parte de la infraestructura hotelera.

En la ciudad de Manta, la zona con mayores daños reportados fue Tarqui donde se encontraban ubicados la mayoría de hoteles y además de tratarse del corazón comercial de la localidad, muchos de los comerciantes que tenían sus negocios en dicho sector tuvieron muchas pérdidas, ya que se derrumbaron los locales donde tenían sus negocios, lo que conlleva a que el sector esté imposibilitado de laborar en esa área comercial.

La ciudad de Portoviejo es la segunda con mayor afectación principalmente en el casco comercial, donde se vieron comprometidas las estructuras de edificaciones dedicadas a hotelería, infraestructura de uso público, viviendas, centros comerciales, entre otros, obligando a los comerciantes que lograron salvar parte de su mercadería reubicarse en otras zonas de la ciudad.

Cabe destacar que luego de sucedido, el evento sísmico que conmocionó al Ecuador las ayudas internacionales se hicieron presente con médicos, rescatistas, y donaciones de alimentos, vestimentas, y todo tipo de ayudas humanitaria para las personas que quedaron damnificadas por tan terrible hecho; internamente empresas constructoras facilitaron maquinarias y equipos pesados para la remoción de escombros, facilitando las labores de ayuda y rescate.

Mediante informe de situación N° 71 emitido por la Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, se detalló que hasta las 20:30 del 19 de mayo del 2016 las cifras ascendían a 663 personas fallecidas, 9 desaparecidos, 6.274 personas heridas y otras afectaciones directas, 28.775 personas albergadas, 1.136 edificaciones dañadas y 280 escuelas afectadas. Entre las principales afectaciones a la economía se contabiliza un aproximado de \$4'000.000,00 (cuatro millones 00/100 dólares americanos) diarios de no exportación por parte de la provincia de Manabí.

De acuerdo al mismo informe de la Secretaría de Gestión de Riesgos se estima que la recuperación y reconstrucción de la infraestructura dañada tomará un aproximado de tiempo de 2 a 3 años, además en término económicos los costos representan aproximadamente 3 puntos del PIB nacional, que traducidos a términos monetarios son unos \$3.400 millones de dólares.

2.2.4.1. Políticas de Estado para la reconstrucción de la provincia de Manabí

A través del decreto ejecutivo 1001 del 17 de abril del 2016, un día después del terremoto, se hizo la declaratoria del estado de excepción para las provincias de Manabí, Esmeraldas, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, los Ríos y Guayas; con la finalidad de que todas las entidades de la administración pública, especialmente las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional, en conjunto con los Gobiernos Autónomos Descentralizados pudieran coordinar esfuerzos que permitieran ejecutar las acciones necesarias e indispensables para mitigar y prevenir los riesgos; ordenando también al Ministerio de Finanzas se disponga de los fondos necesarios para enfrentar el Estado de Excepción.

Para afrontar esta situación la presidencia de la República del Ecuador expidió la “Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana por las Afectaciones del Terremoto”.

De lo principal, como primer punto se tiene la contribución de las personas naturales en relación de dependencia tanto pública como privada, con un día de sueldo el mismo que será progresivo; esta contribución será retenida por el empleador y pagada al ente de control de la gestión tributaria que es el Servicio de Rentas Internas (SRI) de manera mensual de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla N°13: Base imponible para contribución

Base imponible USD		Tarifa mensual	Equivalente en días de remuneración mensual	Número de meses de contribución
Mayor o igual a	Menor a:			
1.000	2.000	3,33%	1	1
2.000	3.000	3,33%	1	2
3.000	4.000	3,33%	1	3
4.000	5.000	3,33%	1	4
5.000	En adelante	3,33%	1	5

Fuente: Presidencia de la república del Ecuador (2016)

Otra de las medidas contenidas es la Ley es la contribución del 0,90% sobre el patrimonio individual de las personas naturales cuyo valor sea mayor a 1.000.000,00 (un millón 00/100 dólares americanos), a excepción de aquellos cuyos bienes se encuentren dentro de las zonas afectadas por el movimiento telúrico como las provincias de Manabí y Esmeraldas.

Como parte del plan de recuperación y reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto, se establece una contribución del 3% sobre las utilidades, incluidos los fideicomisos que hayan obtenido utilidades en el ejercicio fiscal 2015, independientemente de que estén o no obligados al pago del Impuesto a la Renta; exceptuando a las personas naturales y sociedades que hayan sido afectados directamente por el desastre natural y que sus domicilios tributarios se encuentren en las zonas afectadas, como es la provincia de Manabí y Muisne de Esmeraldas.

En la referida Ley como disposición general se dispone la remisión de intereses y multas que se hayan generado por obligaciones tributarias pendientes de pago para los contribuyentes que hayan sido afectados por el terremoto y cuyos domicilios se encuentren en la provincia de Manabí y Muisne en Esmeraldas; de igual forma para las obligaciones pendientes que los empleadores tuvieran con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Además, como disposición transitoria se dispone el aumento del impuesto al valor agregado (IVA) del 12% al 14%, medida que rige para todo el país excepto a la provincia de Manabí y el cantón Muisne en Esmeraldas.

Como incentivo a las zonas afectadas dentro de la referida ley, se establece el fomento a las concesiones de créditos mediante rebajas al anticipo del impuesto a la renta a las instituciones financieras, además dichas entidades no considerarán los ingresos obtenidos por los créditos otorgados a las personas naturales o jurídicas cuyo domicilio se encuentre en la provincia de Manabí o Muisne en la provincia de Esmeraldas, para el pago del impuesto a la renta a liquidarse en el año 2017.

Además, se ordena la suspensión de todo trámite administrativo o coactivo por obligaciones pendientes de pago con el BIESS para efectos de estabilizar la economía de los usuarios de esta entidad, también quienes tuvieran deudas por créditos con el BIESS se otorgará un plazo de hasta 3 meses posteriores a la promulgación de la ley para el pago de sus haberes, sin que esta extensión de tiempo genere intereses o multas.

Un dato importante de mencionar dentro de la Ley recientemente expedida, es que las nuevas inversiones que se realicen en las zonas afectadas por el terremoto como lo es la provincia de Manabí y Muisne en la provincia de Esmeraldas durante los siguientes 3 años a la promulgación de la Ley, gozarán de la exoneración del Impuesto a la Renta sobre los ingresos grabados durante un lapso de cinco años, mientras que el sector turístico mediante resolución del Comité de Política Tributaria podría extender dicho plazo hasta por el doble de tiempo.

2.2. Marco legal

2.2.1. Ley de Turismo Ecuatoriana

En el **Art. 5** determina que: “se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

De la misma manera en su **Art.8** expresa que: “para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes”

Art.10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, licencia única anual de funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario, instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor, a falta de otra; y,
- e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento, salvo en el caso de las licencias ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

En el mismo cuerpo legan en el Capítulo V. de las categorías, en su **Art. 19** determina que: “El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría”.

2.2.2. Reglamento General de la Ley de Turismo

En el Reglamento de la Ley General de Turismo en su Art. 43 se definen las actividades turísticas de:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas
- c) Transportación.
- d) Operación
- e) Intermediación
- f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

El ejercicio de las actividades turísticas se encuentra detallada en el **Art. 45**: el ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

De la misma manera detalla a aquellos quienes no pueden ejercer dichas actividades en el **Art. 46.-** Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

- a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano.
- b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la república del Ecuador.

2.2.3. Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador

En Ecuador las actividades turísticas se encontraban esencialmente reguladas por la Ley de turismo bajo Registro Oficial Suplemento 733 de 27 de diciembre del 2002 (actualmente

vigente), conjunto a esta ley se encuentra el Reglamento General a la Ley de Turismo emitida bajo Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244 de 05 de enero del 2004 (actualmente vigente) con el fin de ajustarse a los aspectos normativos de la Constitución del Ecuador 2008 (actualmente vigente).

Mediante la última modificación al Reglamento General de la Ley de Turismo se volvió imperante la creación del Reglamento de Alojamiento Turístico, con el fin de ajustarse a la realidad turística actual y a los nuevos aspectos legales que secundieran a nivel legal.

Dicho reglamento fue emitido mediante Acuerdo Ministerial 24, Registro Oficial Suplemento 455 de 24 de marzo del 2015 cuya última modificación fue el 18 de febrero del 2016 (actualmente vigente).

Art. 1, como “Los (...) que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas por períodos no menores al de una pernoctación, a personas que no constituyan su domicilio permanente en ellos (...)”.

Art. 4, expresando que “para ejercicio de la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley”.

El Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador en su art. 12 los clasifica en los siguientes:

- Hotel H
- Hostal HS
- Hostería HT
- Hacienda turística HA
- Lodge L
- Resort RS
- Refugio RF
- Campamento turístico CT
- Casa de huéspedes CH

De las categorías

La clasificación de las categorías y cómo estas se encuentran diferenciadas entre cada ley se presentan la siguiente clasificación:

- Hotel: 2 estrellas a 5 estrellas
- Hostal: 1 estrella a 3 estrellas
- Hostería - Hacienda Turística: 3 estrellas a 5 estrellas
- Lodge: categoría única
- Resort: 4 estrellas a 5 estrellas
- Refugio: categoría única
- Campamento turístico: categoría única
- Casa de huéspedes: categoría única.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de estudio/diseño

Tipo de estudio

La investigación se basó en el enfoque mixto o cualicuantitativo, proceso que fue llevado a cabo mediante la recolección de información como se lo detalla a continuación: el enfoque mixto es una combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, por ello comprende la búsqueda de información calificable y cuantificable; en lo que refiere a la información calificable se aplicaron instrumentos de recolección de información como ficha de observación y las entrevistas con el fin de describir las características de la localidad (atractivos e infraestructura turística) además de servir como herramienta para conocer los procesos que se han llevado a cabo para la disminución de la estacionalidad turística en la localidad.

En lo que respecta a los aspectos cuantificables (información medible) se recolectaron datos de los turistas y de los proveedores turísticos para determinar el perfil de los turistas (edad, sexo, información socioeconómica, apreciación de los atractivos, aspecto a mejorar en los atractivos) así como niveles de ingreso en los proveedores según la temporada turística que se presenta, mediante la aplicación de encuestas.

Tipo de diseño

No experimental: este es aplicado sin manipular deliberadamente las variables. Está orientado fundamentalmente a la observación de fenómenos tal y como se presentan en su entorno de estudio, para ser analizados; este proceso fue seleccionado debido a que se genera un análisis de la realidad de la provincia y de la estacionalidad que se presenta, pero no se aplicaran reactivos a las variables de estudio.

3.2. Fuentes de datos/herramientas de recolección utilizadas/ herramientas de procesamiento de los datos

Fuentes de información

Fuentes de datos primarios. Como fuentes de datos primarios se presentan los resultados obtenidos de los instrumentos de recolección de información, los cuales fueron procesados en forma estadística.

Fuentes de datos secundarios. Como fuente de datos secundarios se presentan la información obtenida de bibliografía especializada.

Herramientas de recolección de información

Encuestas: se elaboraron tres cuestionarios diferentes, el primero orientado a los turistas con el fin de conocer su percepción de los servicios turísticos (calidad de servicios, atractivos, tiempo de permanencia, guías) que brinda la localidad (anexo 1); el segundo cuestionario (anexo 2) direccionado a los turistas con el fin de determinar el perfil turístico (sexo, edad, cantones de la provincia visitados, gastos promedio en la visita, temporada en que generar estos movimientos, nivel de satisfacción, entre otros); la tercer entrevista fue dirigida a los proveedores turístico (anexo 3) con el fin de determinar los efectos que genera la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

Ficha de recolección de información: aplicada para caracterizar la planta turística del perfil costanero de la provincia de Manabí (anexo 4).

Procesamiento de los datos

Los datos obtenidos por medio del proceso de recolección de información fueron tabulados mediante la aplicación del programa informático Excel, por medio del que se desarrollaron cuadros y gráficos estadísticos.

3.3. Universo, muestra y unidad de análisis/variables/ejes temáticos relevantes, indicadores

Universo

La población fue formada por dos universos, siendo el primero los turistas que visitan del perfil costanero de la provincia de Manabí que según datos del MINTUR para el año 2015 en fechas de feriados llegó 300.000 visitantes dato al que se le aplicó la fórmula de muestra, para lograr una aproximación al perfil de los turistas y cuál es su consideración referente a los destinos más visitados; el segundo universo será el de los proveedores turísticos cuyo sustento es la actividad turística, con el fin de determinar el impacto que presenta la estacionalidad turística en su economía.

Muestra

Para el caso de los turistas se aplicará fórmula de muestra para reducir la población de estudio, con el fin de lograr un adecuado análisis de datos.

$N = \text{Población o universo.} = 300.000$

$P = \text{Probabilidad de ocurrencia.} = 0.50$

$Q = \text{Probabilidad de no ocurrencia.} = 0.50$

$Z = \text{Nivel de confianza.} = 1.96$

$e = \text{Nivel de significancia.} = 0.05$

$n = \text{Muestra.}$

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

$$n = \frac{(300000)(0,5)^2(1,96)^2}{(0,05)^2[300000 - 1] + [(0,5)^2(1,96)^2]}$$

$$n = \frac{(300000)(0,25)(3,8416)}{(0,0025)(299999) + (0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{288120}{749,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{288120}{750,9579}$$

$$n = 383,6699767 \approx 384$$

De la misma manera se aplica fórmula de muestra a la segunda población.

$N =$ Población o universo. $= 557$

$P =$ Probabilidad de ocurrencia. $= 0.50$

$Q =$ Probabilidad de no ocurrencia. $= 0.50$

$Z =$ Nivel de confianza. $= 1.96$

$e =$ Nivel de significancia. $= 0.05$

$n =$ Muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{(557)(0,5)^2(1,96)^2}{(0,05)^2[557 - 1] + [(0,5)^2(1,96)^2]}$$
$$n = \frac{(557)(0,25)(3,8416)}{(0,0025)(556) + (0,25)(3,8416)}$$
$$n = \frac{534,9428}{1,39 + 0,9604}$$
$$n = \frac{534,9428}{2,3504}$$
$$n = 227,5964942 \approx 228$$

Variables

- **Variable dependiente:** Perfil costanero de la provincia de Manabí
- **Variable independiente:** Estacionalidad turística

CAPÍTULO IV

4. HALLAZGOS

4.1. Caracterización de los servicios turísticos (calidad de servicios, atractivos, transporte, accesibilidad, infraestructura, entre otros) que se presenta en el perfil costanero de la provincia de Manabí desde la perspectiva de los turistas

Resultados del anexo 1

1. Percepción de servicio turístico

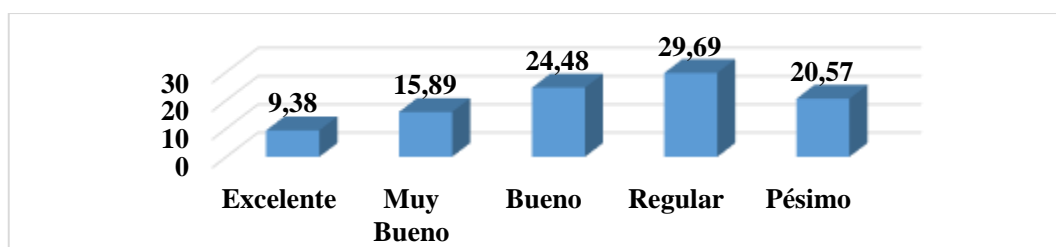
Tabla N° 14: Percepción de servicio turístico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	36	9,38
Muy bueno	61	15,89
Bueno	94	24,48
Regular	114	29,69
Pésimo	79	20,57
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 5: Percepción servicio turístico



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación: Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionada a los turistas con el fin de caracterizar su percepción de los servicios turísticos, fue posible determinar que el 9.38% de los encuestados calificó como excelente los servicios turísticos de la localidad; mientras que el 15.89% los determinó como muy bueno; el 24.48% los calificó como buenos; el 29.69% expresó que los servicios eran regulares y el 20.57% los determinó como pésimo.

2. Calidad de atención en los hoteles

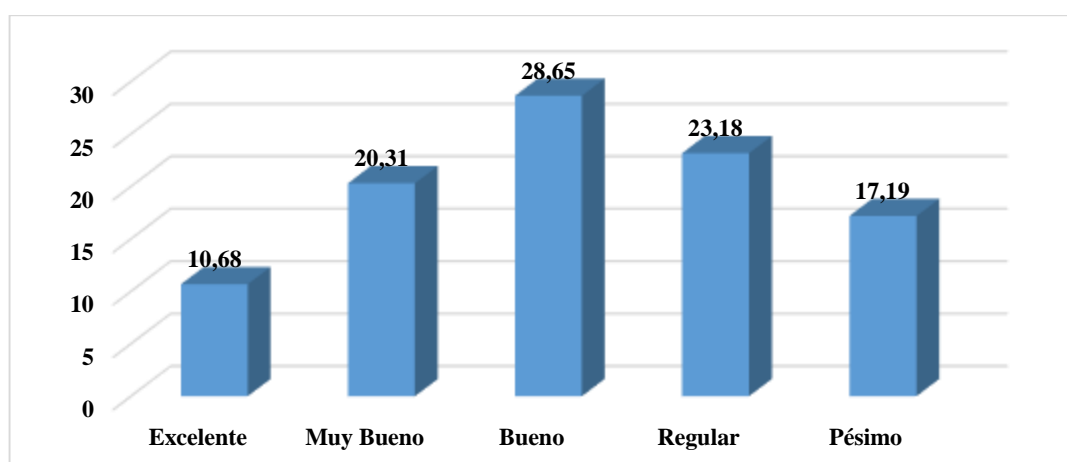
Tabla N° 15: Calidad de atención en los hoteles

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	10,68
Muy bueno	78	20,31
Bueno	110	28,65
Regular	89	23,18
Pésimo	66	17,19
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 6: Calidad de atención en los hoteles



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionada a los turistas con el fin de caracterizar su percepción de la calidad de atención en los hoteles, fue posible determinar que el 10.68% considera que la atención en los establecimientos de alojamiento visitados en el perfil costanero de Manabí es excelente, el 20.31% lo determinó como muy bueno, el 28.65% lo calificó como regular el 23.18% y el 17.19% calificó la calidad de atención en los hoteles como pésima.

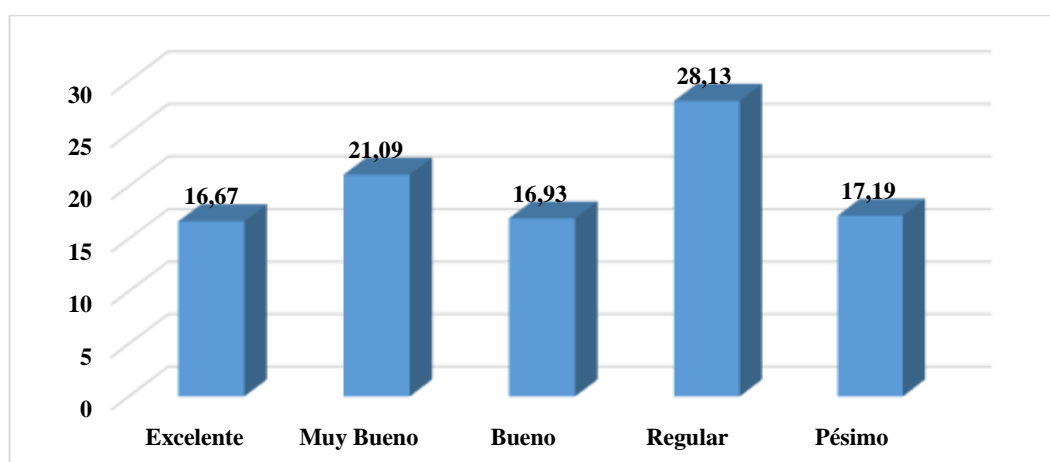
3. Nivel de calidad en equipamiento hotelero

Tabla N° 16: Nivel de calidad en equipamiento hotelero

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	64	16,67
Muy bueno	81	21,09
Bueno	65	16,93
Regular	108	28,13
Pésimo	66	17,19
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 7: Nivel de calidad en equipamiento hotelero



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionada a los turistas con el fin de caracterizar su percepción referente a la calidad en infraestructura hotelera, fue posible determinar que el 16.67% determina como excelente, el 21.09% la determinó como muy bueno, el 16.93% la calificó como regular el 28.13% y el 17.19% la calificó como pésimo.

4. Calificación de las bebidas y gastronomía

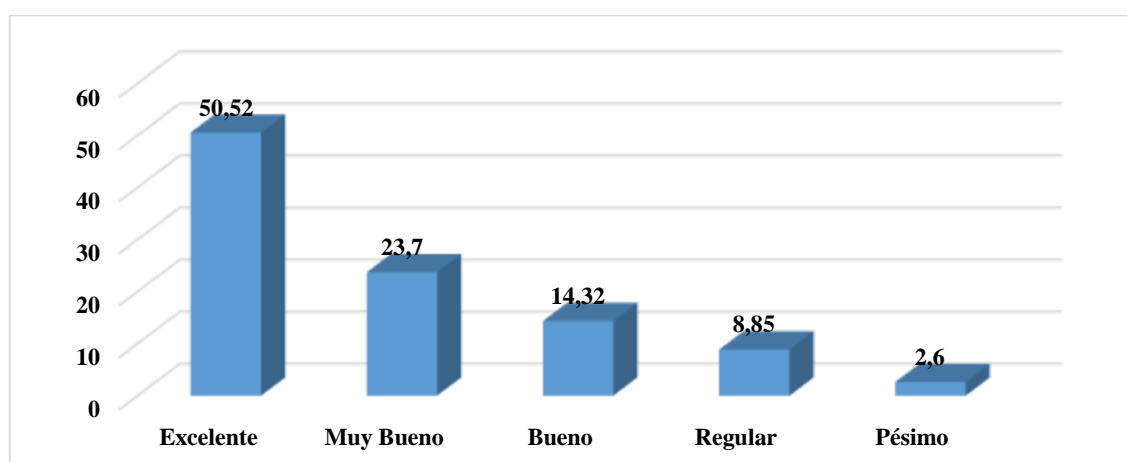
Tabla N° 17: Calificación de alimentos y bebidas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	194	50,52
Muy bueno	91	23,70
Bueno	55	14,32
Regular	34	8,85
Pésimo	10	2,60
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 8: Calificación de alimentos y bebidas



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionada a los turistas con el fin de caracterizar su percepción de alimentos y bebidas de la localidad, fue posible determinar que el 50.52% las determinan como excelente, el 23.70% las determinaron como muy bueno, el 14.32% las calificó como regular, el 8.85% y el 2.60% las calificó como pésimo.

5. Calidad de atención en los restaurantes

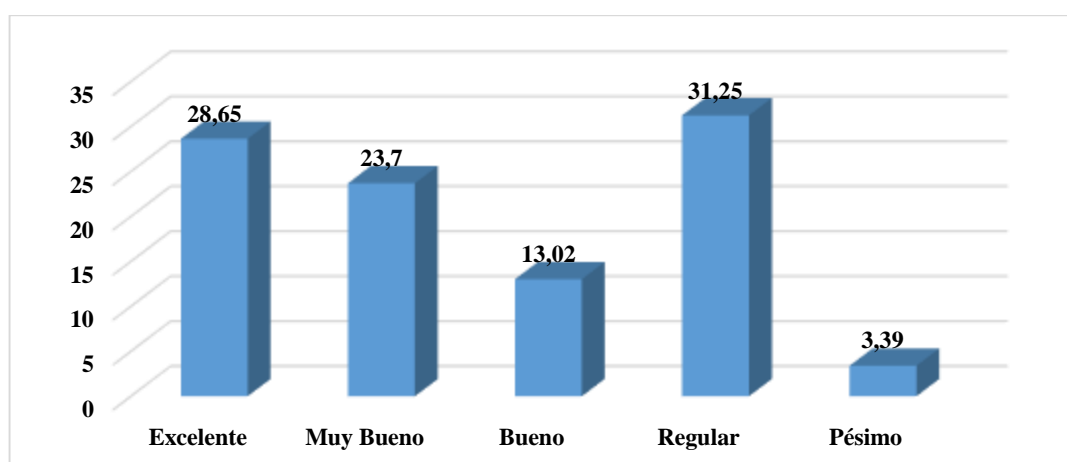
Tabla N° 18: Calidad de atención en los restaurantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	110	28,65
Muy bueno	91	23,70
Bueno	50	13,02
Regular	120	31,25
Pésimo	13	3,39
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 9: Calidad de atención en los restaurantes



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionado a los turistas con el fin de caracterizar su percepción referente a la calidad de atención en los restaurantes, fue posible determinar que el 28.65% lo determinó como excelente, el 23.70% lo determinó como muy bueno, el 13.02% lo calificó como regular el 31.25% y el 3.39% lo calificó como pésimo.

6. Calidad en el transporte

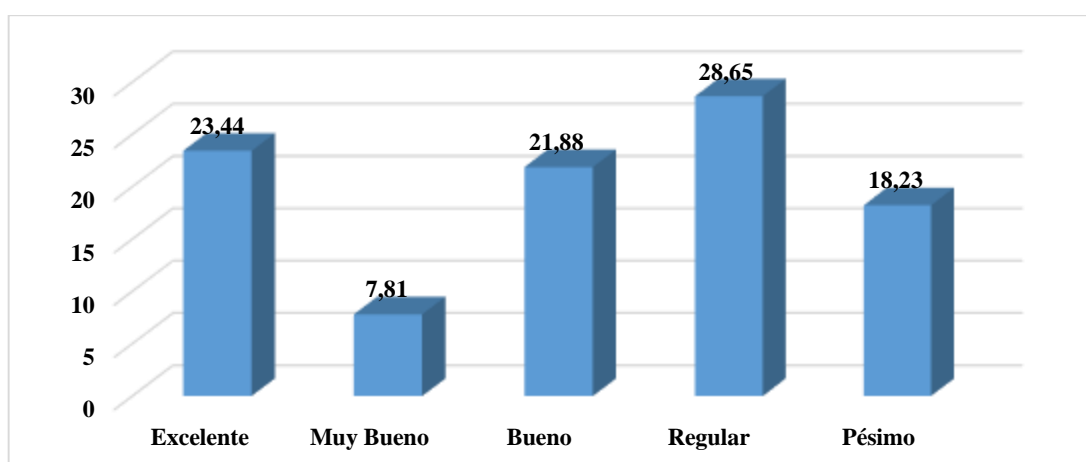
Tabla N° 19: Calidad en el transporte

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	90	23,44
Muy bueno	30	7,81
Bueno	84	21,88
Regular	110	28,65
Pésimo	70	18,23
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 10: Calidad en el transporte



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionada a los turistas con el fin de caracterizar su percepción referente a la calidad del servicio de transporte, fue posible determinar que el 23.44% lo determinó como excelente, el 7.81% lo determinó como muy bueno, el 21.88% lo calificó como regular el 28.65% y el 18.23% lo calificó como pésimo.

7. Facilidad de información de los atractivos turísticos de la ciudad

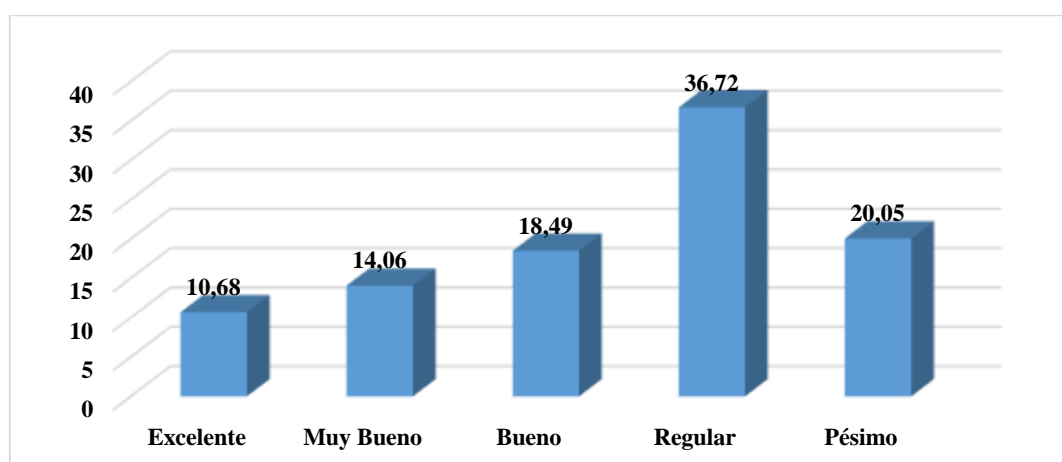
Tabla N° 20: Facilidad de información de atractivos turísticos de la ciudad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	10,68
Muy bueno	54	14,06
Bueno	71	18,49
Regular	141	36,72
Pésimo	77	20,05
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 11: Facilidad de información de atractivos turísticos de la ciudad



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionadas a los turistas con el fin de caracterizar la facilidad de información de los atractivos turísticos de la ciudad, fue posible determinar que el 10.68% lo determinó como excelente, el 14.06% lo determinó como muy bueno, el 18.49% lo calificó como regular el 36.72% y el 20.05% lo calificó como pésimo.

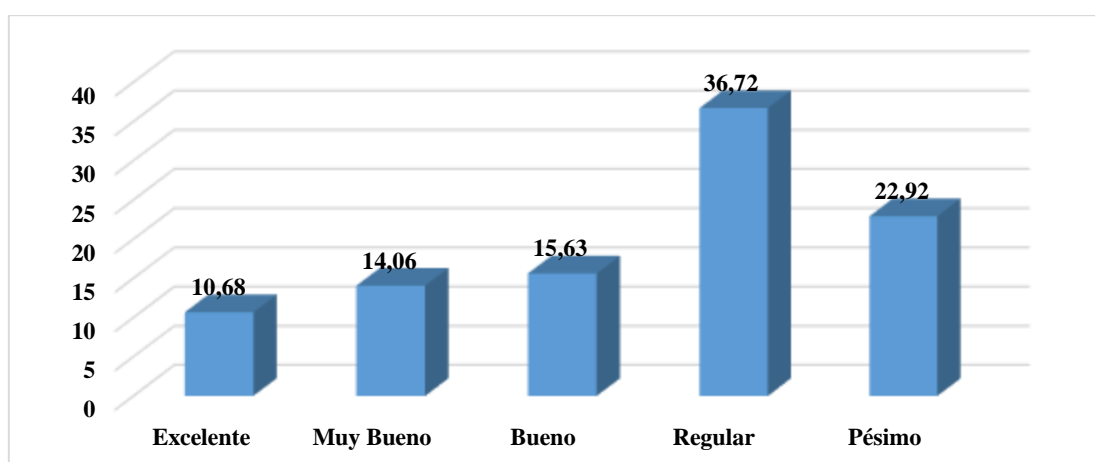
8. Servicios de guías turísticos en la localidad

Tabla N° 21: Servicios de guías turísticos en la localidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	10,68
Muy Bueno	54	14,06
Bueno	60	15,63
Regular	141	36,72
Pésimo	88	22,92
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 12: Servicios de guías turísticos en la localidad



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante la encuesta direccionado a los turistas con el fin de caracterizar su percepción referente a servicios de guías turísticos, fue posible determinar que el 10.68% lo determinó como excelente, el 14.06% lo determinó como muy bueno, el 15.63% lo calificó como regular el 36.72% y el 22.92% lo calificó como pésimo.

4.2. Caracterización del perfil de los turistas (nivel socioeconómico, procedencia, estudios, composición de grupo de viaje, entre otros) que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí

Resultados del anexo 2

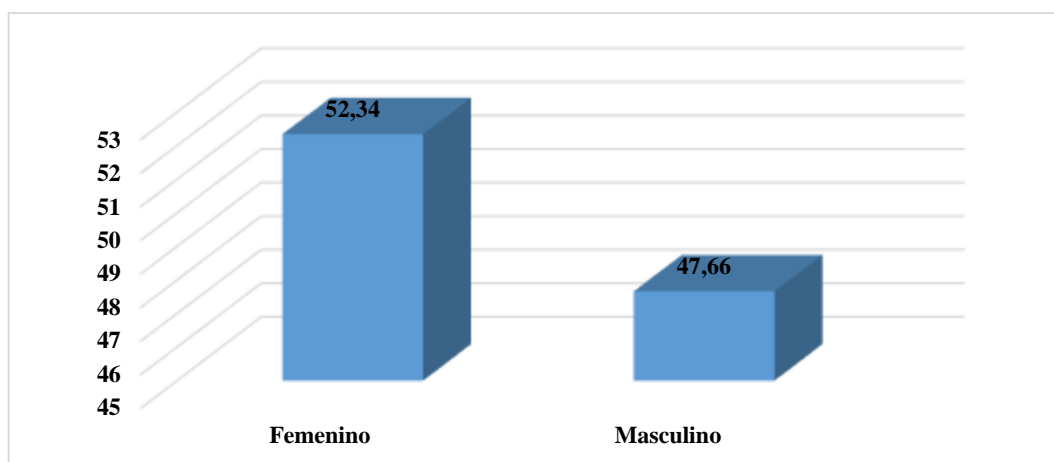
1. Sexo

Tabla N° 22: Sexo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	201	52,34
Masculino	183	47,66
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 13: Sexo



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 52.34% de los turistas son de sexo femenino, mientras que el 47.66% son de sexo masculino.

2. Edad

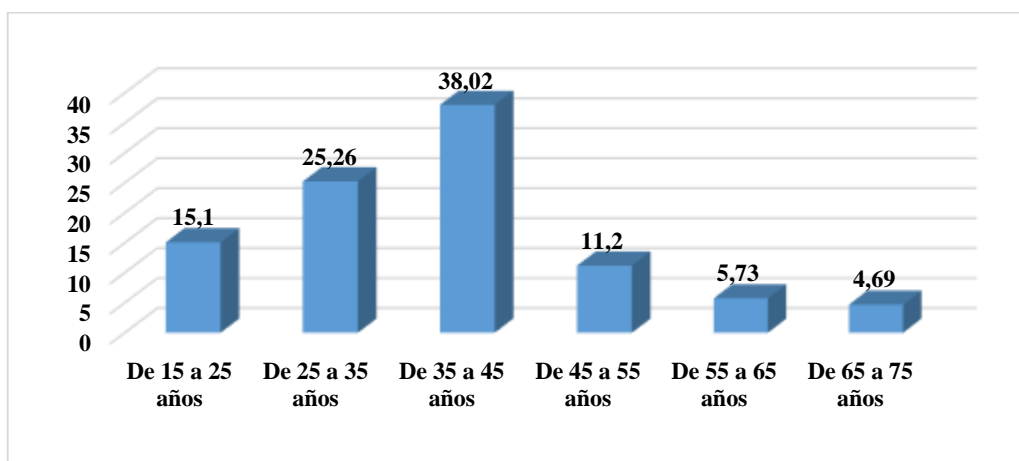
Tabla N° 23: Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 25 años	58	15,10
De 25 a 35 años	97	25,26
De 35 a 45 años	146	38,02
De 45 a 55 años	43	11,20
De 55 a 65 años	22	5,73
De 65 a 75 años	18	4,69
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 14: Edad



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 15.10% se encuentra entre las edades de 15 a 25 años, el 25.26% en edades de 25 a 35 años, el 38.02% en edades de 35 a 45 años, el 11.20% en edades de 45 a 55 años, el 5.73% entre edades de 55 a 65 años y el 4.69% se encuentra en edades de 65 a 75 años.

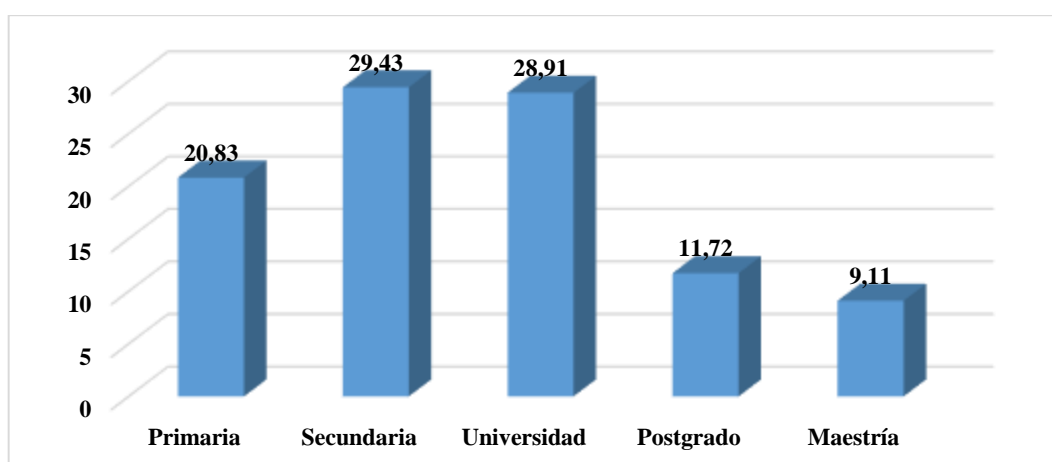
3. Estudios

Tabla N° 24: Estudios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	80	20,83
Secundaria	113	29,43
Universidad	111	28,91
Postgrado	45	11,72
Maestría	35	9,11
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 15: Estudios



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 20.83% se encuentran en primaria, mientras que el 29.43% se encuentra en secundaria, el 28.91% en universidad, el 11.72% se encuentran cruzando en posgrado y el 9.11% una maestría.

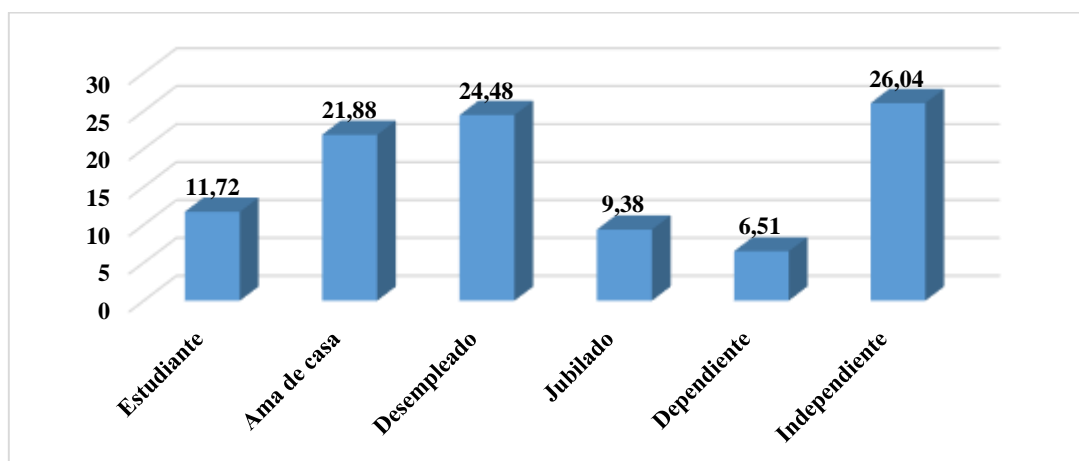
4. Situación Laboral

Tabla N° 25: Situación laboral

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	45	11,72
Ama de casa	84	21,88
Desempleado	94	24,48
Jubilado	36	9,38
Dependiente	25	6,51
Independiente	100	26,04
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 16: Situación laboral



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 11.72% son estudiantes, el 21.88% ama de casa, el 24.48% se encuentra desempleado, el 9.38% es jubilado, el 6.51% trabaja en forma de dependencia y el 26.04% en forma independiente.

5. Nivel de ingreso

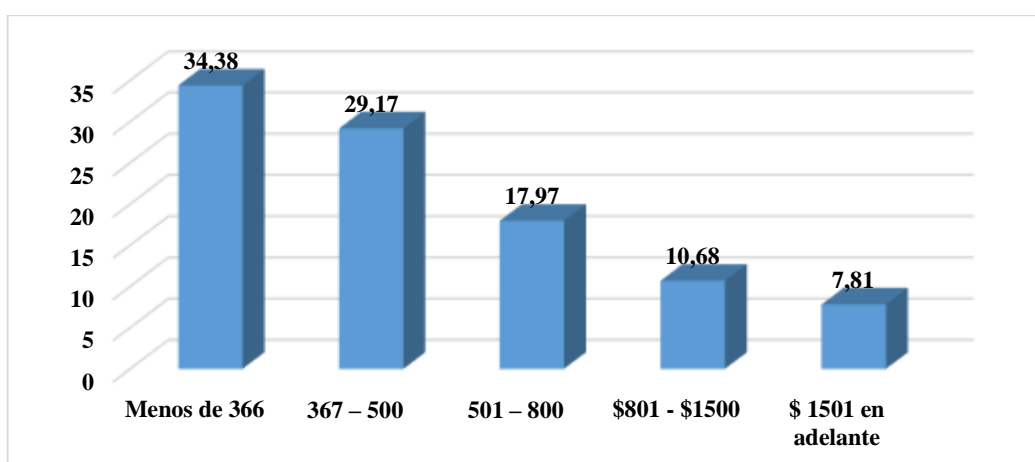
Tabla N° 26: Nivel de ingreso

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 366	132	34,38
367 – 500	112	29,17
501 – 800	69	17,97
\$801 - \$1500	41	10,68
\$ 1501 en adelante	30	7,81
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 17: Nivel de ingreso



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 17.97% cuenta con un ingreso que va de \$501 a \$800; el 10.68% posee un ingreso de \$801 a \$1.500 y el 7.81% restante, percibe un ingreso de \$1.501 en adelante.

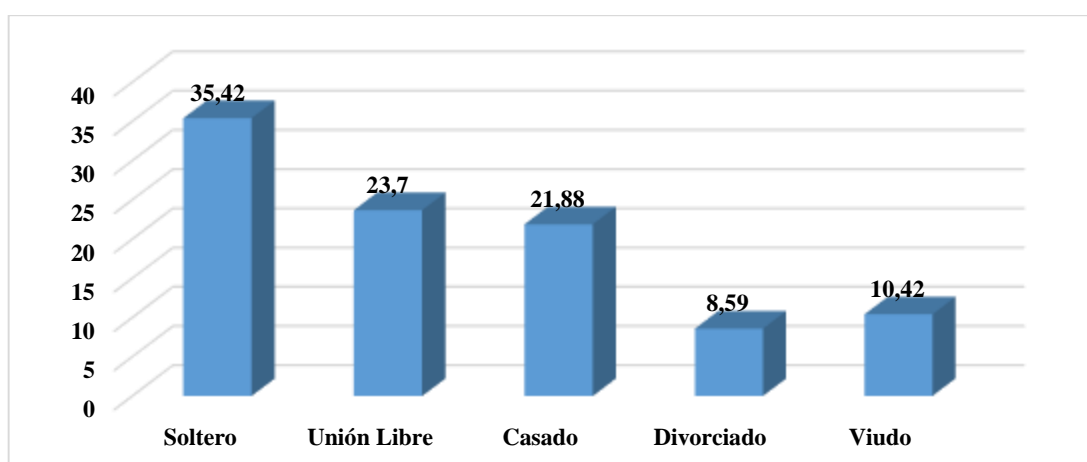
6. Estado civil

Tabla N° 27: Estado civil

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	136	35,42
Unión libre	91	23,70
Casado	84	21,88
Divorciado	33	8,59
Viudo	40	10,42
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 18: Estado civil



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 35.42% son solteros, mientras que el 23.70% se encuentran en unión libre, el 21.88% son casados, el 8.59% se encuentran divorciados y el 10.42% restante son viudos.

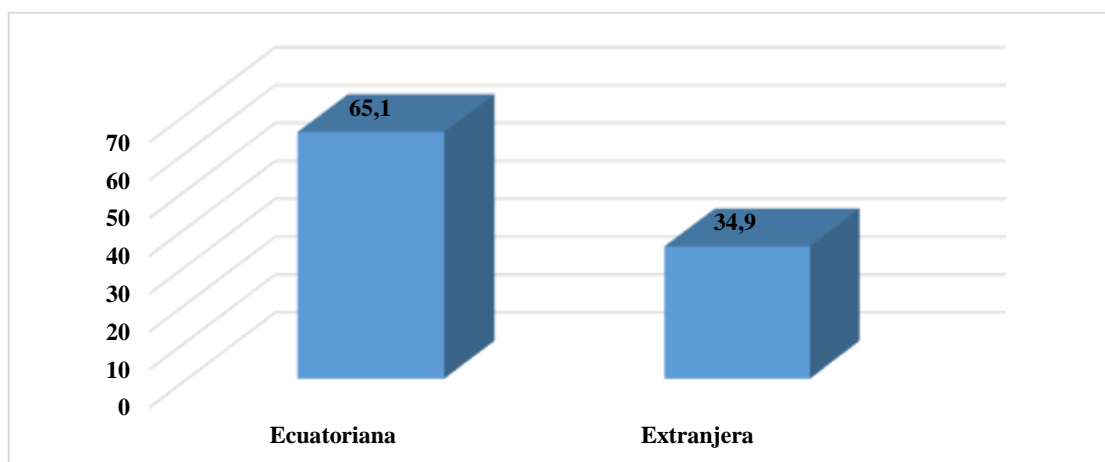
7. Nacionalidad

Tabla N° 28: Nacionalidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana	250	65,10
Extranjera	134	34,90
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 19: Nacionalidad



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 65.10% son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 34.90% restante de turistas son de nacionalidad extranjera.

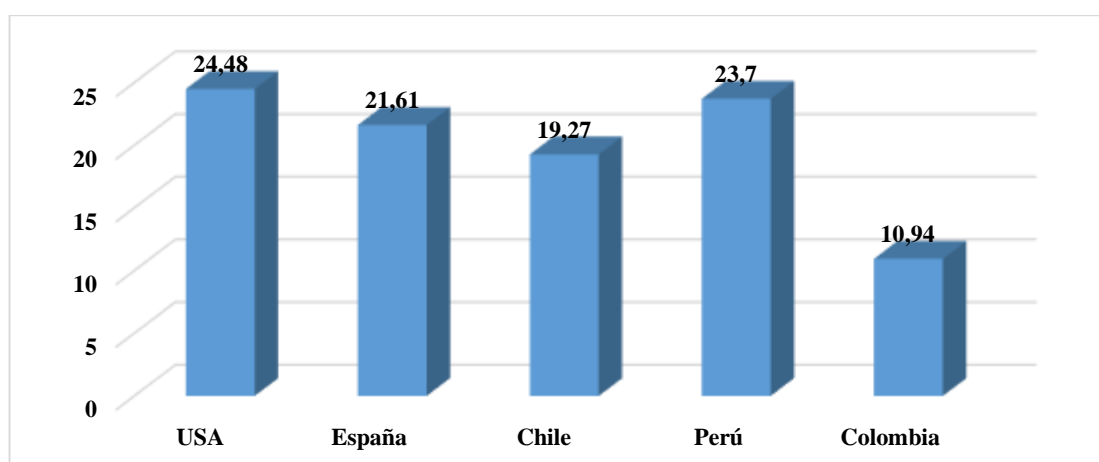
7.1. País

Tabla N° 29: País

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
USA	33	24,48
España	29	21,61
Chile	26	19,27
Perú	32	23,70
Colombia	15	10,94
Total	134	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 20: País



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 24.48% son de USA, el 21.61% de España, el 19.27% de Chile, el 23.70% de Perú y el 10.94% de Colombia.

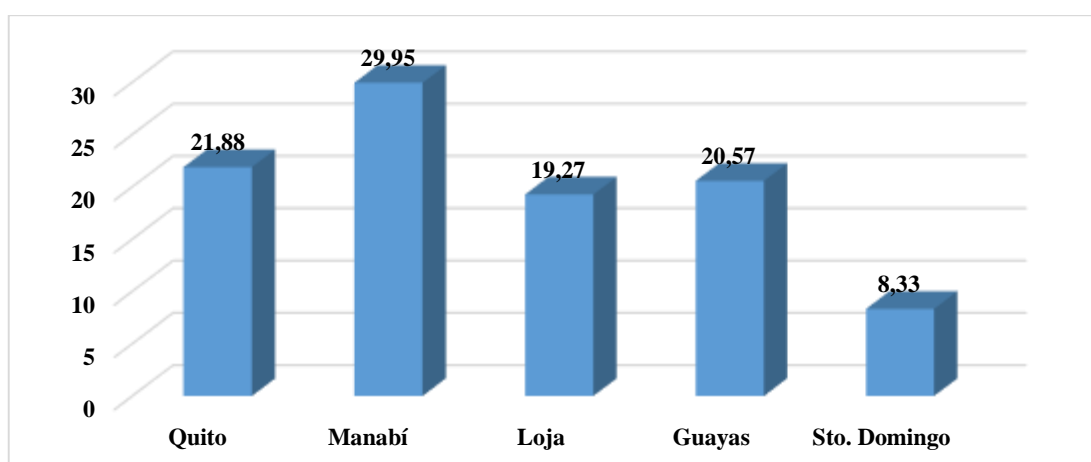
7.2. Provincia

Tabla N° 30: Provincia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Quito	55	21,88
Manabí	75	29,95
Loja	48	19,27
Guayas	51	20,57
Sto. Domingo	21	8,33
Total	250	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 21: Provincia



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 21.88% provienen de Quito, el 29.95% son de Manabí, el 19.27% son de Loja, el 20.57% son del Guayas y el 8.33% restante son de Santo Domingo.

8. Composición de grupo de viaje

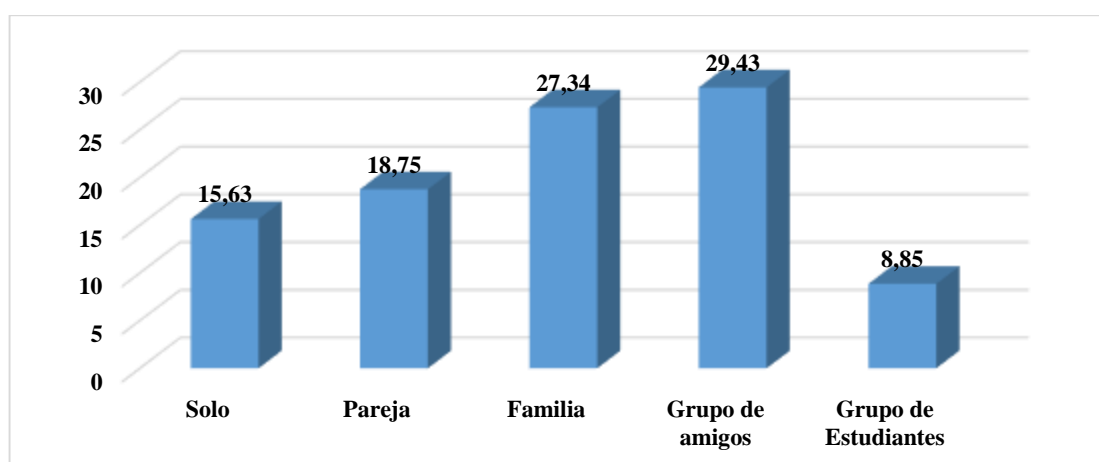
Tabla N° 31: Composición de grupo de viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	60	15,63
Pareja	72	18,75
Familia	105	27,34
Grupo de amigos	113	29,43
Grupo de estudiantes	34	8,85
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 22: Composición de grupo de viaje



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 15.63% de los turistas optaron por viajar solos, el 18.75% viaja en parejas, el 27.34% viaja en familia, el 29.43% prefiere grupo de viaje organizados en forma de tour y el 8.85% expreso viajar en grupo de estudiantes a modo de excursiones.

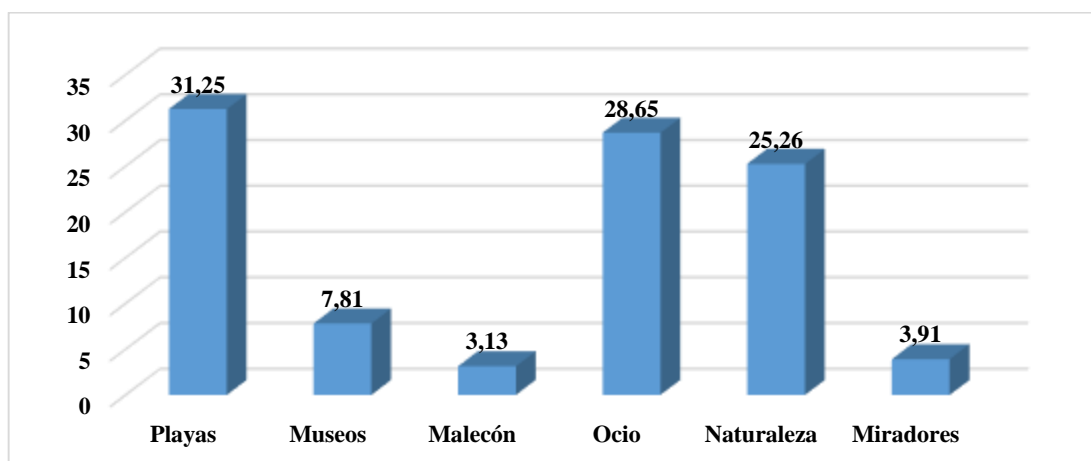
9. Principal motivación para visitar Manabí

Tabla N° 32: Principal motivación para visitar Manabí

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Playas	120	31,25
Museos	30	7,81
Malecón	12	3,13
Ocio	110	28,65
Naturaleza	97	25,26
Miradores	15	3,91
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 23: Principal motivación visitar Manabí



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 31.25% por las playas, el 7.81% por los museos, el 3.13% por los malecones en las áreas costeras, el 28.65% genero el viaje por ocio, el 25.26% lo realizo para observar la naturaleza, el 3.91% lo genero para conocer los miradores de la localidad.

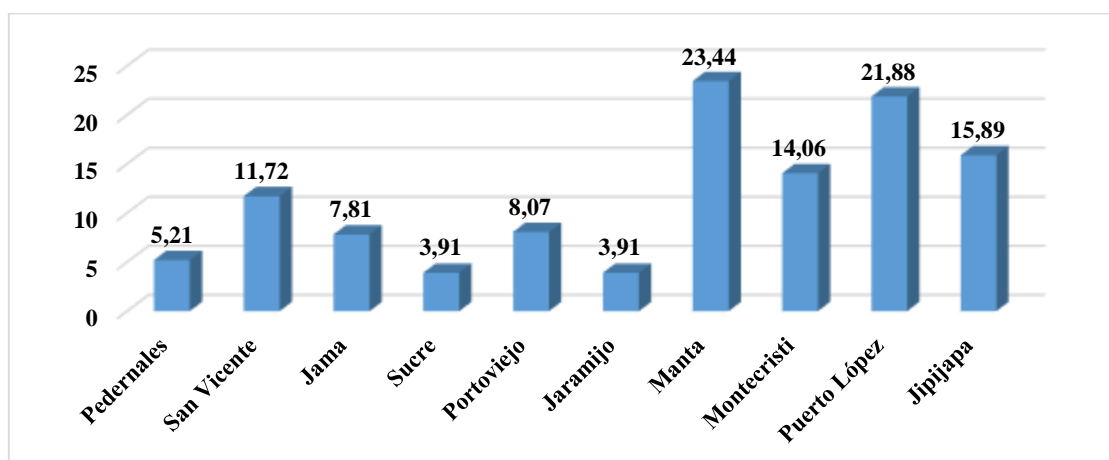
10. De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado

Tabla N° 33: De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pedernales	20	5,21
San Vicente	45	11,72
Jama	30	7,81
Sucre	15	3,91
Portoviejo	31	8,07
Jaramijó	15	3,91
Manta	90	23,44
Montecristi	54	14,06
Puerto López	84	21,88
Jipijapa	61	15,89
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 24: De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 5.12% de los turistas han estado en Pedernales, el 11.72% en San Vicente, el 7.81% en Jama, el 3.91% en Sucre, el 8.07% ha visitado Portoviejo, el 3.91% Jaramijó, el 23.44% Manta, el 14.06% Montecristi, el 21.88% Puerto López y el 15.89% Jipijapa. Siendo los cantones más visitados Manta y Puerto López.

11. Duración de visitantes

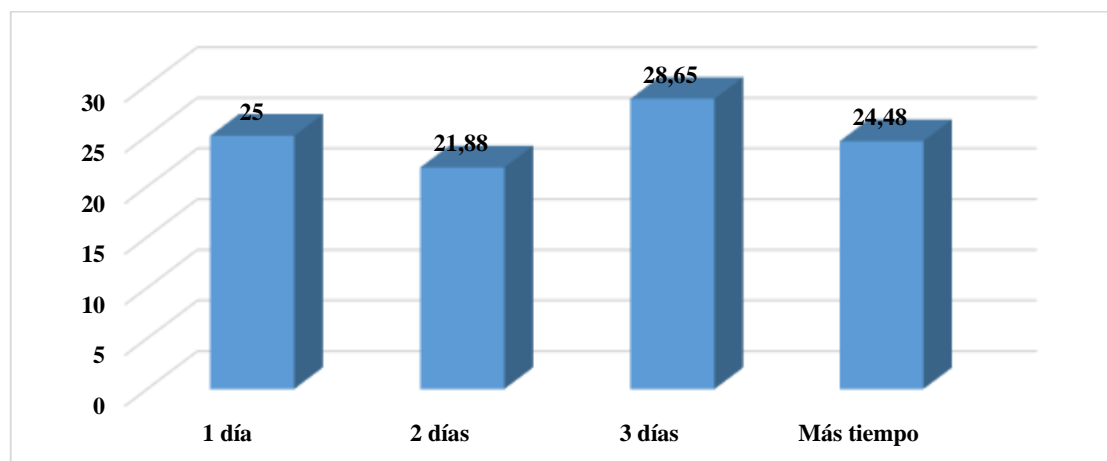
Tabla N° 34: Duración de visitantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 día	96	25,00
2 días	84	21,88
3 días	110	28,65
Más tiempo	94	24,48
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 25: Duración de visitantes



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 25% pernocta un día en la localidad, el 21.85% dos días, el 28.65% tres días y el 24.48% extiende su visita por más tiempo. Mientras que en la frecuencia de visita, el 24.45% visita el perfil costanero por primera vez y el 75.52% repite la visita.

12. Frecuencia de visitantes

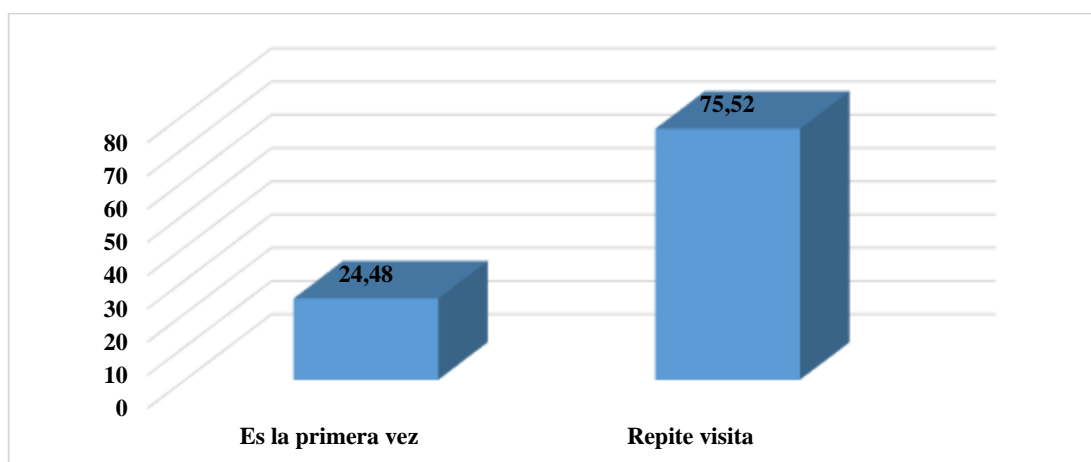
Tabla N°35: Frecuencia de visitantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Es la primera vez	94	24,48
Repite visita	290	75,52
Total	384	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 26: Frecuencia de visitantes



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento de recolección de información dirigido a caracterizar el perfil de los turistas que visitan las costas de Manabí, fue posible determinar que el 24.48% es la primera vez que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí, mientras que el 75.52% repiten la visita a la localidad.

4.3. Determinación de los efectos que genera la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí

Resultados del anexo # 3

1. ¿Los organismos turísticos de la provincia aplican procesos orientados a aumentar la demanda turística durante la temporada baja?

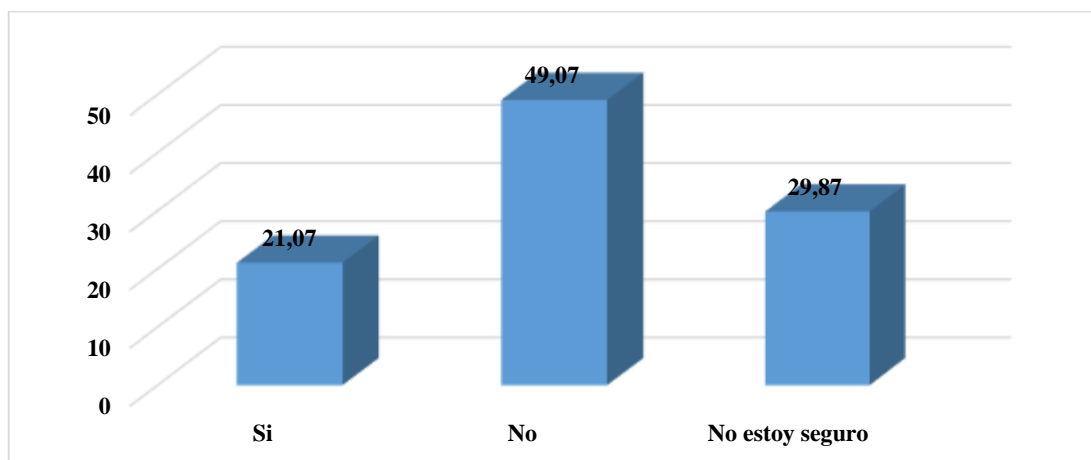
Tabla N° 36: Aplicación de procesos orientados al aumento de la demanda turística

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	21,07
No	112	49,07
No estoy seguro	68	29,87
Total	228	100,00

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 27: Aplicación de procesos orientados al aumento de la demanda turística



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento (encuesta) fue posible determinar que el 21.07% de los encuestados expresaron que si se desarrollan procesos para aumentar la oferta turística en temporada baja por parte de los organismos turísticos, mientras que el 49.07% expresaron que no se generan este tipo de procesos y el 29.87% restante no poseen conocimiento de estos temas.

2. ¿Cómo calificaría el nivel de calidad de los servicios turísticos según temporada?

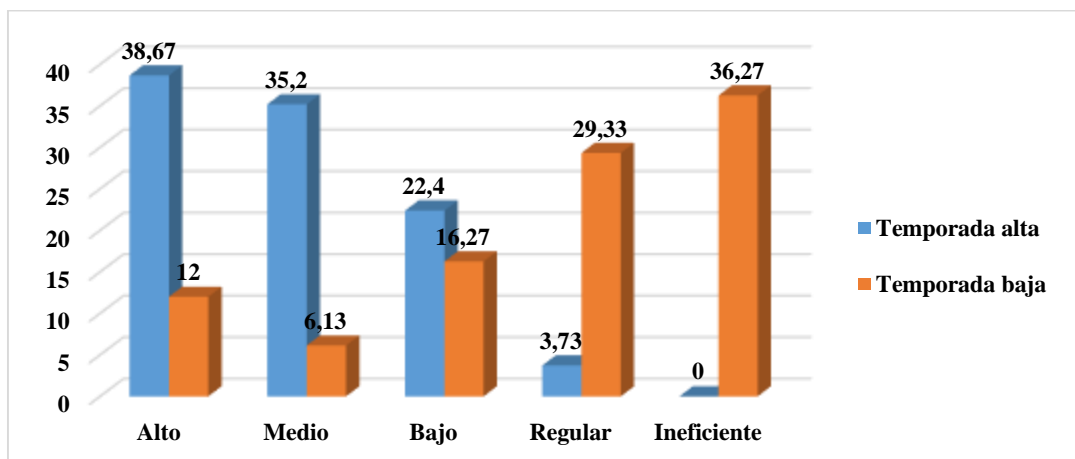
Tabla N° 37: Nivel de promoción de los servicios turísticos

Alternativas	Temporada Alta		Temporada Baja	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	88	38,67	27	12,00
Medio	80	35,20	14	6,13
Bajo	51	22,40	37	16,27
Regular	9	3,73	67	29,33
Ineficiente	0	0,00	83	36,27
Total	228	100	228	100

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 28: Nivel de promoción de los servicios turísticos



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento (encuesta) fue posible determinar que el 38.67% de los encuestados expresaron que en temporada alta el nivel es alto, el 35.20% considera que es de nivel medio, el 22.40% expresaron que este es de nivel bajo y el 3.73% lo determina como regular; mientras que en temporada baja el 36,37% considera que la seguridad turística se presenta de forma ineficiente, el 29.33% lo califica como regular. Se evidencia un menor nivel de aplicación de proceso de seguridad turística mediante el transcurso de la temporada baja.

3. ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos según la temporada turística?

Nivel de ingreso en temporada alta

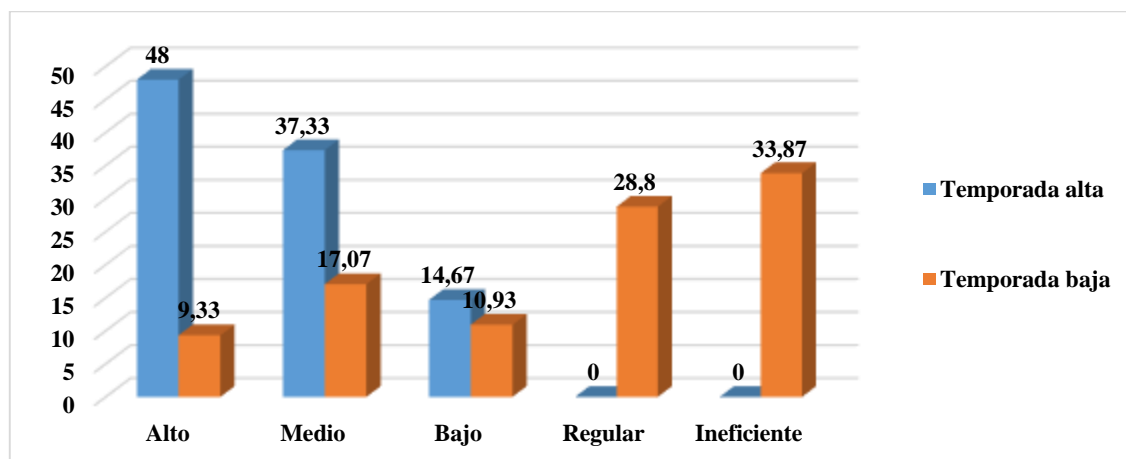
Tabla N° 38: Nivel de ingreso según temporada

Alternativas	Temporada alta		Temporada baja	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	109	48,00	21	9,33
Medio	85	37,33	39	17,07
Bajo	33	14,67	25	10,93
Regular	0	0,00	66	28,80
Ineficiente	0	0,00	77	33,87
Total	228	100	228	100

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 29: Nivel de ingreso según temporada



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento (encuesta) fue posible determinar que el 48% de los encuestados expresaron que en temporada alta el nivel de ingresos económicos es alto, el 37.33% considera que es de nivel medio, el 14.67% expresaron que es de nivel bajo; mientras que en temporada baja el 33.87% considera que el nivel de ingresos económicos es ineficiente, mientras que el 28.80% lo determinó los ingresos como regulares durante el desarrollo de la temporada baja. Al disminuir el ingreso de turismo, se percibe una disminución de los ingresos económicos durante la temporada baja.

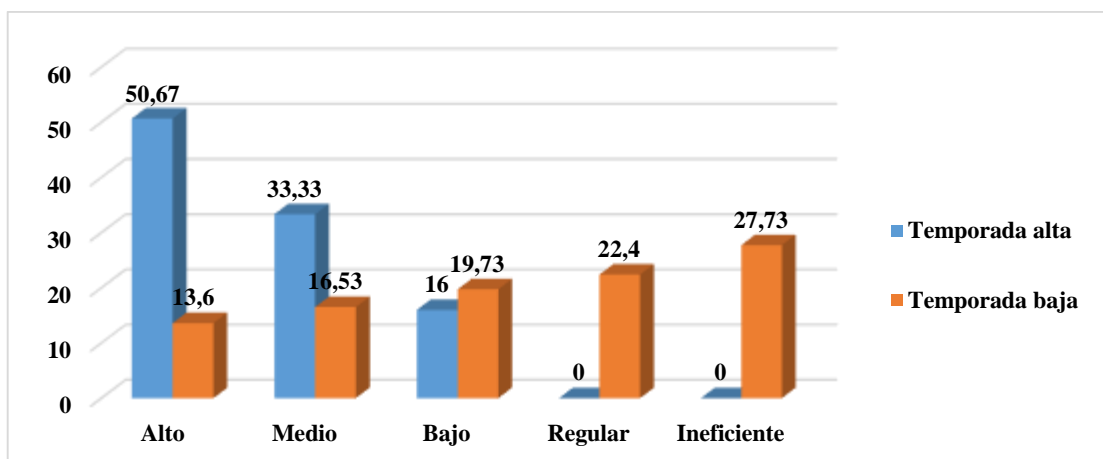
4. ¿En lo referente a las ventas de productos turísticos, en qué nivel se presentan según temporada?

Tabla N° 39: Ventas de productos turísticos según temporada

Alternativas	Temporada alta		Temporada baja	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	116	50,67	31	13,60
Medio	76	33,33	38	16,53
Bajo	36	16,00	45	19,73
Regular	0	0,00	51	22,40
Ineficiente	0	0,00	63	27,73
Total	228	100	228	100

Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Gráfico N° 30: Ventas de productos turísticos según temporada



Fuente: Encuesta aplicada mediante los hoteles
Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Análisis e interpretación:

Del proceso de recolección aplicado mediante el instrumento (encuesta) fue posible determinar que el 50.67% de los encuestados expresaron que en temporada alta el nivel de ventas de los productos turísticos es alto, el 33.33% considera que es de nivel medio, el 16% expresaron que es de nivel bajo; mientras que en temporada baja el 27.73% considera que el nivel de ventas de los productos turísticos es ineficiente, mientras que el 22.40% expresa el nivel de ventas como regulares. Se presenta una fuerte disminución de las ventas de los productos turísticos.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Aportes para la elaboración de un plan de marketing turístico para disminuir la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

5.1. Introducción

El presente aporte para la elaboración del plan de marketing turístico, surge de la necesidad establecida en la investigación que le antecede, es decir, la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí, situación que hace que los ingresos de las empresas públicas y privadas se vean diezmados por la evidente disminución de turistas en el periodo de estacionalidad.

El beneficio del plan está direccionado tanto al sector público como privado, puesto que ambos sectores hay instituciones dedicadas al desarrollo turístico de la provincia de Manabí, provocando la integración y coacción de estos importantes sectores.

Es fundamental para Manabí que el presente plan de marketing pueda ser aplicado de manera eficiente, procurando que sedé a conocer los hermosos atractivos del perfil costanero de la provincia y posicionarlo en el gusto del turista local, nacional e internacional.

5.2. Misión, visión y valores del modelo

Misión: Promover el desarrollo turístico en el perfil costanero de la provincia de Manabí, como una respuesta factible para la disminución de la estacionalidad turística que se ha presentado, mediante una diversificación de productos turísticos para los visitantes locales, nacionales e internacionales.

Visión: Generar que el perfil costanero de la provincia de Manabí se posicioné como uno de los más importantes destinos turísticos del Ecuador, conjuntamente con los cantones

que le componen, con el fin de dar a conocer al mundo las bellezas naturales que la localidad resguarda, ofreciendo.

Valores

Eficacia y eficiencia. Las organizaciones se comprometen para el desarrollo del plan y cumplir con los objetivos planteados.

Responsabilidad. Los diferentes actores que participen y colaboren con el desarrollo de la estrategia propuesta.

Participación. Los colaboradores son instituciones públicas, privadas u otras que posean un espíritu de cooperación, para así alcanzar las finalidades del plan.

Compromiso. Exista un compromiso antes, durante y después del desarrollo del plan con actitud y actividad positiva.

Apertura al cambio. Actitud para adaptarse a los cambios que transformen positivamente al ecosistema y permitan obtener con mayor efectividad el logro de los objetivos.

Respeto a la naturaleza. Utilizar de manera sustentable y sostenible los recursos que posee para que las futuras generaciones puedan gozar de ellos.

Solidaridad. Actitud colaborativa que contribuye a mejorar los vínculos, haciendo que los objetivos y metas sean comunes a las del bienestar social.

Compromiso. Exigencia asumida por voluntad, empleando las mejores capacidades para el cumplimiento de los objetivos del plan estratégico.

5.3. Plan estratégico de marketing

5.3.1. Objetivos del plan de marketing

Objetivo general

Aplicar marketing estratégico para el posicionamiento turístico, orientado a la disminución de la estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

Objetivos específicos

- Plantear el producto turístico mediante el diseño de paquetes turístico con todo incluido, factibles y atractivos a los turistas.
- Establecer precios que propicien la preferencia de visitas en temporadas bajas o de estacionalidad.
- Caracterizar la plaza así como el mercado meta, primario y secundario.
- Definir la estrategia de promoción de los paquetes turísticos a nivel local, nacional e internacional.

5.3.2. Estrategias de producto

Consistirá en mantener la motivación hacia los proveedores de los servicios turísticos a mejorar continuamente la calidad de la planta turística del perfil costero de la provincia de Manabí, enfocándose siempre en sus potencialidades y manteniendo criterios de sustentabilidad y armonía con el medio ambiente; también debe ser considerado la necesidad de trabajar de forma continua en temas de cuidado ambiental; fomentando de esta manera la calidad de los destino en relación al respeto medio ambiente y su entorno.

5.3.2.1. Transporte

La provincia de Manabí cuenta con una buena oferta en el área de transporte como se lo caracteriza a continuación, clasificándolo por tipo de transporte.

Transporte terrestre:

Vialidad: El Consejo Provincial de Manabí ha dado prioridad al tema de vialidad como punto estratégico para el desarrollo de la provincia. La red vial de Manabí está constituida por 5.822 km., esto abarca tanto las vías estatales como las provinciales y cantonales, haciendo de Manabí por primera vez la provincia mejor dotada en vialidad.

La red vial de Manabí, está señalizada en un 75% de su extensión, se conecta con todo el país, Manabí – Quito, Manabí – Guayas, Manabí – Huaquillas; es decir, se tiene acceso a todas las regiones del Ecuador Continental desde Manabí y por ende pueden viajar hacia Manabí por vía terrestre habitantes de cualquier provincia del país, las vías están dotadas con estaciones de servicio de combustible, restaurantes de comida típica estaciones de control policial, hoteles y hostales de carretera.

Manabí cuenta con los servicios y estaciones de importantes cooperativas de transporte terrestre, que poseen servicio ejecutivo con y sin escalas, entre las más importantes están Reina del Camino, Coactur, Rutas Portovejenses, Carlos Alberto Aray, Crucita, CTM, Reales Tamarindos, Ciudad de Calceta, Poza Honda, Cita Vuelta Larga, Rocafuerte, entre otras.

De la misma manera están las cooperativas de taxi que suma un total de 125 (SEPS 2016) entre ellas están: La Central, Divino Niño, Manabí, Costamar, Puerto Azul, San Marcos, Eloy Alfaro, 24 de Mayo, 02 de Agosto, entre otras.

También se cuentan con servicios complementarios de transporte como es el caso de compañías de transfer, renta car y cooperativas de tricimoto en pueblos rurales y costeros.

Transporte aéreo:

Manabí cuenta con el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro, ubicado en la ciudad de Manta; este aeropuerto cuenta con una de las mejores pistas del Ecuador capaz de recibir vuelos los 365 días del año, en este operan líneas aéreas de gran presencia internacional tales como: Tame, LAN y Avianca.

Transporte marítimo:

Manabí cuenta con el puerto de Manta el mismo que recibe anualmente 42 cruceros (MINTUR 2016, pág. 51) de diferentes partes del mundo, Europa, Asia, Medio Oriente, México, USA, Inglaterra y del resto del globo, los turistas a menudo son recibidos por las autoridades locales, así como por muestras culturales de danza, gastronomía y arte, preparadas por las diversas operadoras turísticas con sede en Manabí.

También se cuenta con los servicios de paseo en yate y lancha en las localidades de: Manta, Bahía de Caráquez, Puerto López, Pedernales y San Vicente.

5.3.2.2. Alojamiento

El servicio de alojamiento está ampliamente cubierto tal y como se lo detalla en el capítulo dos (2.1.1.3. Equipamiento hotelero de la provincia de Manabí) sin embargo para aportar aún más con el presente plan de marketing se diseñó una tabla con los principales lugares de alojamiento por cada cantón de los que componen el perfil costero de la provincia de Manabí.

Tabla N° 40: Hoteles y hosterías por cantón

Puerto López
Mandála - Pacífico - Piedra del Mar - Nautilus - Hosteria La Terraza - La Barquita Lodge – Nantu – Itapoá - Azuluna Ecologe – Mantarraya – Viejamar - Cabañas Playa Sur – Finca Punta Ayampe – Dannita – Yemaya – Bella Napoli – Albemarle
Jipijapa
Berlin Bio City Ecuador – Cabalonga EcoAdventure
Montecristi
Balcones del Cerro
Manta
Oro Verde Manta – Mantahost – La Victoria – Vistamar – Perla Spondylus – Howard Johnson Plaza Manta – Balandra – Cabañas La Travesía – Antares – Hamilton – Blue Pacific – Manakin – Bucaneiro – Poseidon – María Isabel – Golden Mar – Mar Azul – Marina Real – Avellan – Porto Velho
Jaramijo
Jaramisol
Portoviejo (Crucita)
Terrazas del Mar – Boca Beach Resort Club – Costa del Sol
Sucre
Ticuere Rent Apartments – Casa Punta Bikini – Vistazul – Costazul
San Vicente
San Playa – Marinero – La Casa Ucraniana – Alcatraz
Jama
Punta Blanca – El Matal
Pedernales
Miramar – El Cañaveral – Crucero – La Finquita

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

5.3.2.3. Alimentación

Es singular la tradición culinaria de Manabí y se podría decir hasta milenaria debido a la preparación de sus platos hace miles de años, en la provincia de Manabí se encuentra una gastronomía muy variada y exquisita, siendo el lugar donde se producen todos los alimentos básicos que la componen, es esto; que le da esa característica particular a los manjares de esta tierra, desde una mesa campesina manabita hasta de la más lujosa mesa gourmet.

Todos los que la han probado y la conocen, coinciden en que la cocina manabita es una de las más ricas y variada del país, como son los platos tradicionales que forman parte del extenso menú de la provincia de Manabí, que gracias a las bondades que brinda tanto el mar en su perfil costanero, y su sistema montañoso hace de Manabí una tierra con gran fortaleza culinaria, teniendo reconocimiento a nivel mundial como uno de los lugares en el mundo donde se puede degustar comida de alta calidad y de muy buena sazón.

El factor básico para el desarrollo de una buena cocina es el conocimiento y capacidad de la gente, y es que el manabita tiene una extraordinaria habilidad al momento de preparar los alimentos, el cocinarlos al calor de la leña hace que la comida tenga un sabor único y exclusivo, capaz de satisfacer a los paladares más exigentes, por esta razón Manabí también es conocida por su cultura gastronómica.

Los platillos manabitas responden a una variedad que se contextualiza por su geografía, el clima tropical húmedo y tropical seco permite que sea una de las provincias con mayor diversidad de alimentos. Partiendo de este panorama los alimentos característicos de la zona han dado vida a ingredientes que forman parte de las recetas autóctonas de la zona.

La sal prieta y el maní apareció como uno de los productos más característicos de la cocina manabita; este producto es un acompañamiento o sazónador de la cocina, se lo acostumbra a consumir en el desayuno o a media tarde, la manera más tradicional de comerlo es con plátano verde o maduro asado aunque también se lo pone de base para hacer preparaciones como las cazuelas, sango o viche dependiendo del cantón.

Si bien la sal prieta se distingue en toda la provincia, hay alimentos que se vinculan a ciertas zonas; el queso manabita, por ejemplo, se produce en el interior como Chone, Junín, Calceta o Santa Ana; para reconocerlo como auténtico queso manabita su preparación debe

realizarse con leche sin pasteurizar; en Chone también se destaca un pescado típico de su cocina, es el chame, un pescado de los humedales que vive en el lodo y se consume frito o en arroz con huevos de chame.

5.3.2.4. Servicios de apoyo

El perfil costero de la provincia de Manabí cuenta con los siguientes servicios de apoyo: Seguridad pública, hospitales y farmacias, bancos y entidades financieras, estaciones de combustible, renta de vehículos, gimnasios, spa, discotecas, parques, lavanderías, despensas, centros comerciales.

5.3.2.5. Diseño de paquetes turísticos

Sin duda el perfil costanero de la provincia de Manabí cuenta con innumerables bondades y maneras en las que se puede diseñar el producto; sin embargo a continuación se pone a consideración los siguientes productos, para su discusión en talleres organizados por los administradores del sistema:

Paquete # 1. “Manabí, Sol del Pacifico”: Puerto López y Jipijapa

Día 1:

- Arribo a Puerto López: Hospedaje en el Hotel Piedra del Mar
- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Los Frailes: Realización de actividades recreativas de sol y playa (baño en piscina de barro).
- Almuerzo en la Hostería Piqueros Patas Azules
- Actividades de sol y playa (vóley playero)
- Retorno al hotel
- Visita al Mirador de la Playa
- Cena bufé
- Coctel de bienvenida en discoteca La Bombonera

Día 2:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Puerto López: Realización de actividades recreativas de sol y playa (clases de zumba).
- Almuerzo en la Hostería Oceanic

- Retorno al hotel
- Recorrido en yate por los islotes de la Playa Salango
- Cena con vista al mar
- Tiempo Libre

Día 3:

- Desayuno tradicional en Cabalonga EcoAdventure
- Excursión en Isla de la Plata (traslado en vote o lancha).
- Snorkeling en arrecifes de coral
- Almuerzo tradicional en la Isla de la Plata
- Retorno al hotel
- Tiempo libre
- Cena
- Pase gratis a un Bar-Karaoke

Día 4:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la Playa de Puerto Cayo
- Almuerzo típico
- Actividades de despedida por la agencia organizadora
- Retorno

Paquete # 2. “Manabí tierra del encanto”: Montecristi – Manta – Jaramijó – Portoviejo.

Día 1:

- Arribo a Manta: Hospedaje en el Hotel La Victoria
- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa El Murciélago: Recorrido en lancha turística por la costa y puerto internacional
- Almuerzo en el restaurant Las Velas
- Actividades de sol y playa (vóley playero)
- Retorno al hotel
- Recorrido por las principales calles turísticas de la ciudad
- Cena Bufé
- Coctel de bienvenida en discoteca Madera Fina

Día 2:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a las playas, Santa Marianita, San Lorenzo, Las Piñas
- Almuerzo en la Hostería San Mateo
- Actividades de sol y playa (zumba)
- Retorno al hotel
- Cena con show en vivo

Día 3:

- Desayuno típico en el restaurant del hotel
- Visita a Montecristi: Exposición de artesanías y sombrero de paja toquilla.
- Almuerzo en Montecristi Golf Club & Villas
- Visita al Puerto pesquero de Jaramijó y actividades recreativas de sol y playa (baño en piscina de barro)
- Retorno al hotel
- Cena
- Visita al Mall de Pacifico

Día 4:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Crucita – Los Arenales – La Boca: Mirador y actividad deportiva vuelos en parapente (opcional)
- Almuerzo en el Hotel Hipocampo y actividades de despedida por parte de la agencia organizadora.
- Tour de compras en el Sitio Sosote (Artesanías en Tagua)
- Retorno

Paquete # 3. “Manabí, playa y aventura”: Sucre y San Vicente

Día 1:

- Arribo a San Vicente: Hospedaje en el Hotel Alcatraz
- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa San Vicente: Realización de actividades recreativas de sol y playa (Concurso de figuras de arena)
- Almuerzo en la hostería Playa Hermosa
- Actividades de sol y playa (vóley playero)
- Retorno al hotel
- Cena Bufé

- Coctel de bienvenida en discoteca Galilea

Día 2:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Canoa: Actividad deportiva clases de surf o sky acuatico
- Almuerzo en la hostería Puerto Nuevo
- Actividades de sol y playa: vóley playero en Playa Bikini
- Retorno al hotel
- Cena con show en vivo

Día 3:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a Bahía de Caráquez: Museo Arqueologico de las culturas Caras, Jama y Coaques
- Almuerzo en el Hostería el Capitán
- Visita con guía local a la Isla Corazón
- Retorno al hotel
- Cena
- Pase gratis para Bar-Karaoke

Día 4:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Bahía de Caráquez: Recorrido en moto acuática por el perfil costanero
- Almuerzo en el restaurant del hotel actividades de despedida por parte de la agencia organizadora
- Retorno

Paquete # 4: “Manabí, paraíso exótico”: Jama y Pedernales

Día 1:

- Arribo a Jama: Hospedaje en el Hotel Punta Blanca
- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Punta Blanca: Realización de actividades recreativas de sol y playa (bailo terapia)
- Almuerzo en la Hostería El Pescador
- Visita al Museo Arqueologico de las Culturas Jama – Coaque, Valdivia y Chorrera

- Retorno al hotel
- Actividades de recreación en la piscina del Hotel
- Cena Bufe
- Coctel de Bienvenida en la discoteca Beach Nights

Día 2:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Tasaste: Realización de actividades recreativas de sol y playa sesión de fotografía en el Arco del Amor.
- Almuerzo en la hostería Puerto Rico
- Visita al balneario El Matal, recorrido en bote
- Retorno al hotel
- Cena

Día 3:

- Arribo a Pedernales: Hospedaje en el hotel Miramar
- Desayuno en el restaurant del hotel
- Visita a la playa Pedernales: Realización de actividades recreativas de sol y playa (vóley playero)
- Almuerzo en la Hostería Arco Iris
- Recorrido por el centro de Pedernales
- Retorno al hotel
- Cena con show en vivo

Día 4:

- Desayuno en el restaurant del hotel
- Realización de actividades deportivas en la playa: sky acuático o paseo en banana
- Almuerzo en el restaurant del hotel actividades de despedida por parte de la agencia organizadora
- Retorno

5.3.3. Estrategia de precio

Los precios deben obedecer a la estacionalidad, es decir serán fijados por la temporada, en temporada alta estos precios subirán en relación al incremento de la demanda de los turistas, mientras que durante la temporada baja los precios serán más bajos, situación que

se debe hacer evidente al cliente a fin de que aprovechen tomar vacaciones en temporada baja a fin de que reciban los servicios a más bajo costo y a más alta calidad.

Otro factor a considerar es la competencia, lograr que las tarifas y actividades se igualen a los costos de las otras provincias y que otros oferentes turísticos como el servicio todo incluido de Decamerón.

Se sugieren los siguientes precios por cada tipo de paquete.

Tabla N° 41: Precios de paquetes vacacionales temporada baja (3 noches – 4 días)

Precios temporada baja			
Paquete	Descripción	Por persona	Por familia (4 personas)
Paquete # 1.	“Manabí, Sol del Pacífico”: Puerto López y Jipijapa.	\$320,00	\$960,00
Paquete # 2.	“Manabí tierra del encanto”: Montecristi – Manta – Jaramijó – Portoviejo.	\$360,00	\$1080,00
Paquete # 3.	Paquete # 3. “Manabí, playa y aventura”: Sucre y San Vicente	\$320,00	\$960,00
Paquete # 4:	Paquete # 4: “Manabí, paraíso exótico”: Jama y Pedernales	\$400,00	\$1200,00

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Como se puede apreciar el costo por persona resulta más alto; sin embargo contratar paquetes familiares resulta más barato y beneficioso; se ha pensado que el paquete familiar contemple la atención a 4 personas (dos adultos y dos niños), en el paquete familiar se hace un descuento muy atractivo, el mismo que consiste en una promoción de 3X4, se factura el precio de 3 pax y el cuarto es totalmente gratis. Se plantea un incremento del 25% al 30% en cada paquete turístico en la temporada alta, es claro que esto obedece al incremento de la demanda de los turistas, por lo tanto los precios de temporada alta serían los siguientes y es importante que el turista sea consciente de ellos para que opte por los de la temporada baja.

Tabla N° 42: Precios de paquetes vacacionales temporada alta (3 noches – 4 días)

Precios temporada alta			
Paquete	Descripción	Por persona	Por familia (4 personas)
Paquete # 1.	“Manabí, Sol del Pacífico”: Puerto López y Jipijapa.	\$440,00	\$1220,00

Paquete # 2.	“Manabí tierra del encanto”: Montecristi – Manta – Jaramijó – Portoviejo.	\$520,00	\$1600,00
Paquete # 3.	Paquete # 3. “Manabí, playa y aventura”: Sucre y San Vicente	\$440,00	\$1220,00
Paquete # 4:	Paquete # 4: “Manabí, paraíso exótico”: Jama y Pedernales	\$480,00	\$1460,00

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Como se ve en la tabla existe una considerable diferencia, por lo tanto se espera captar más turistas que busquen un servicio excelente pero más económico de lo que se puede conseguir en la temporada alta.

5.3.4. Estrategia de plaza

5.3.4.1. Análisis del entorno

El perfil costanero de la provincia de Manabí cuenta con un incomparable potencial turístico, hermosas playas, alojamiento, una gastronomía de primera calidad, en casi todos los lugares del perfil costanero se cuenta con vías de acceso de buena y mediana calidad, y con señalización, aunque pudiera incrementarse este último factor (señalización).

Posee un buen equipamiento turístico, sin embargo no existe una articulación de la misma, por ejemplo, que los servicios de los pequeños hoteles sean complementados con otras prestaciones como un gimnasio en las inmediaciones del hotel o una discoteca, clases de zumba al aire libre en la playa, entre otras posibilidades a fin de brindar al turista servicios completos, donde él, no tenga que buscar los complementos por su cuenta e incluso articular estas ofertas con agencias de viaje de la región sierra, de las principales ciudades de la costa e incluso agencias internacionales.

Se podría decir que los puntos más débiles de la oferta turística del perfil costanero de Manabí podrían ser la carencia de una programación para las temporadas bajas y obviamente su adecuada difusión a nivel local, nacional e internacional.

Tabla N° 43: Equipamiento turísticos que presenta el perfil costanero de la provincia de Manabí

Información descriptiva de la planta turística

Alojamiento	Hotelero	
	Hoteles	
	Hoteles residencias	
	Hoteles apartamento (Apart- hoteles)	
	Hostales	
	Hostales residencias	
	Pensiones	
	Moteles	
	Hosterías	
	Cabañas	
	Refugios	
	Extrahotelero o no hoteleros	
	Apartamentos turísticos	
	Campamentos de turismo – camping	
Alimentación	Restaurantes	
	Cafeterías	
	Fuentes de soda	
	Bares	
Oferta complementaria	Discotecas	
	Salas de baile	
	Peñas	
	Gimnasios	
Oferta complementaria	Centro de convenciones	
	Centros de recreación turística	
	Sala de recepciones y banquetes	
Transporte	Turístico	
	Comercial	
Oferta para deportes de aventura		
Alquiler de equipos especializados		
Guías especializados		
Operadores especializados		
Tours especializados		

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Tabla N° 44: Servicios básicos que presenta el perfil costanero de la provincia de Manabí

Transporte	Red de carreteras	Gasolineras
	Caminos rurales	Talleres
	Servicios para el vehículo	Vulcanizadoras
Servicios de	Señalización	

transporte	Autobuses	Terminales
		Buses cantonales
		Buses interprovinciales
	Servicios aéreos	Aeropuerto
	Servicio marítimo	Puertos
Muelles		
Vías de Acceso	<p>Desde Quito: Panamericana Sur- Alóag – Santo Domingo – El Carmen – Chone –Tosagua – Rocafuerte – Portoviejo – Jipijapa – Pto Cayo – Machalilla – Pto López</p> <p>Desde Guayaquil: Desde la cadena, Cascol, Cojimies, Jipijapa, La Pila, Montecristi, Manta, Ruta del Spondylus.</p> <p>Otra vía de acceso desde Guayaquil es: Guayaquil- Santa Elena – “Ruta del Sol”</p>	
Comunicación	Servicio de telefonía	Fija
		Móvil
Salud	Servicios médicos de emergencia	Centros de salud
		Clínicas
		Hospitales
		Médicos locales
	Agua	Red Potable
Energía	Electricidad	

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Tabla N° 45: Información general de la provincia de Manabí

Información General		
Límites geográficos de la provincia	Norte: Provincia de Esmeraldas; sur: provincia de Santa Elena; este: provincia de Guayas; oeste: Océano Pacífico	
Capital	Portoviejo	
Perfil costanero	Jipijapa, Manta, Montecristi, Sucre, Pedernales, Puerto López, Jama, Jaramijó, San Vicente, Portoviejo	
Breve historia de la región	La creación de la provincia ocurre un 25 de Junio de 1824, luego de la creación de la Ley de división territorial presidido por el General Francisco de Paula Santander en donde la región pasó a llamarse provincia de Manabí. Las culturas más antiguas son las del periodo Formativo (4000 A.C.) Valdivia, Machalilla, Chorrera; del desarrollo regional la cultura Bahía y Guangala; y del período de integración la cultura Chirije y Manteña. Eloy Alfaro, quien inició y consolidó la revolución Liberal en el Ecuador, nació en Montecristi el 25 de junio de 1842. Dentro de la provincia se encuentra Manta que es un importante puerto pesquero y de transferencia de carga.	
Fechas importantes	Fundación: 12 de Marzo / Fiesta de San Pedro y San Pablo, Virgen del Monserrate	
Etnias	Montubios, Cholos pescadores	
Actividades productivas	Agrícolas	Cacao, plátano, paja toquilla, cabuya, balsa, café, maní, maíz, arroz, algodón y frutas
	Ganaderas, pesca	Ganado vacuno y porcino, avicultura, camarónicas
	Servicios	Turismo
	Comercio	Artesanías de paja toquilla y tagua o marfil vegetal
	Industria	Fabricación de grasas y aceites, confitería, químicos, papel cerámica, maderera
	Minería	Calizas, arcilla, yeso
Información medioambiental		
Área protegida	Parque Nacional Machalilla, Refugio de Vida Silvestre Pacoche, Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón e Isla Fragatas y Reserva Marina Cantagallo Machalilla	
Clima y ecosistemas	Oscila subtropical seco a subtropical húmedo en el interior. Tiene sabanas tropicales y bosques lluviosos.	
Temperatura promedio	Promedio 25°C.	

Hidrografía	Río más largo: Río Daule; Río de mayor importancia: Río Chone	
Flora	Árboles de maderas finas, árboles de caucho, ceibos (lana vegetal), tagua (marfil vegetal), banano, fibras como as de abacá y toquilla, helechos, orquídeas.	
Fauna	Monos aulladores, diversidad de aves como colibríes, quetzales, atrapamoscas, pinzones, tucumanes, cucus, ave de la roca andina, águilas pescadoras y fragatas, piqueros de patas azules (isla de la Plata) . Corvina, atún, sardina, lenguado, róbalo, liza, picudo, camarones, langosta, pulpos, conchas, cangrejos, ostiones, águilas pescadoras.	
Demografía y condiciones de bienestar social		
Población total	1 369.780 habitantes (según datos preliminares del INEC 2010)	
Infraestructura	Hospitales	X
	Centros Educativos: Primaria, Secundaria y Universidades	X
	Centros sociales	X
Programas de ayuda	Ministerio de Turismo del Ecuador: Plandetour 2010, Mi Canoa Turística, Negocios Turísticos Productivos, Consolida Turismo Comunitario, Programa Nacional de Capacitación Turística. Programa de Recursos Costeros (PMRC). Dirección de desarrollo económico (DE): Fortalecimiento de la cadena de la tagua, centro de desarrollo artesanal para productos de paja toquilla y desarrollo del turismo de Pile, industrialización del cacao fino de aroma, La Segua (Turismo Comunitario Integral). Consejo Provincial: Proyecto "Ven a Manabí primero", "Anfitriones de Calidad", GAB Provincial: Con alma de Acero, Portoviejo nace de ti.	
Manifestaciones socioculturales		
Música y danza	Baile: Amorfinos, baile de la iguana, el moño. Música: Pasillo, pasacalle.	
Gastronomía	Platos típicos: Viche de mariscos (sopa con uno o dos tipos mariscos y maní), sancocho (sopa de pescado y plátano), empanadas de verde (plátano), patacones (plátano), hayacas (versión costeña de los tamales serranos), ceviches (con uno o dos tipos mariscos) encebollado (caldo de yuca, con uno o dos tipos mariscos), sal prieta (una especie de salsa, hecha con mantequilla de maní, harina de maíz y condimentos).	

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

5.3.4.2. Diagnóstico del perfil costanero de la provincia de Manabí FODA

El diagnóstico fue llevado a cabo mediante la aplicación del método FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) haciendo uso de la información obtenida del proceso de recolección de fuentes primarias y secundarias. Mediante la matriz FODA se logró valorar y determinar las estrategias a aplicar en el desarrollo de la propuesta de marketing.

Tabla N° 46: Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento como sitio turístico a nivel local, nacional e internacional 2. Amplia variedad en línea de productos turísticos: salud, ecoturismo, deporte y cultura 3. Variedad en comida típica, nacional e internacional 4. Presenta buena planta turística e infraestructura 5. Presencia de operadores y guías profesionales 6. Posee centros de información turística 7. Posee Universidades con especialidades en turismo y ecoturismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta señalética para acceder a los atractivos 2. Deterioro de la infraestructura de diversión esparcimiento familiar 3. Perdidas de zonas ecoturísticas por contaminación 4. Bajo nivel de promoción de los atractivos turísticos. 5. Inseguridad de los destinos turísticos
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de turistas nacionales y extranjeros todo el año 2. Apoyo por parte de residentes y extranjeros 3. Apoyo de los GAD e instituciones públicas y privadas 4. Incremento de la utilización de las TIC 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posibles incrementos a tasas impositivas en la actividad turística 2. Otras provincias presentan mejor equipamiento y promoción turística 3. Entidades gubernamentales desinteresadas por incrementar el turismo en Manabí 4. Carencia de uno o varios servicios básicos en algunos de los destinos turísticos del perfil costanero de Manabí

Fuente: Proceso de recolección de información del perfil costanero de la provincia de Manabí.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

5.3.4.3. Definición de mercado meta

5.3.4.3.1. Mercado meta primario

El mercado meta primario del presente plan de marketing está compuesto primordialmente por los turistas locales, nacionales y de latinoamérica.

Locales. Son los pobladores de la provincia, personas que no realizan con frecuencia turismo por recreación, puesto que en su gran mayoría se proyectan a la realización de viajes a destinos más alejados e incluso fuera de la frontera nacional; es por ello que con el presente plan de marketing, se espera captar la atención de este tipo de clientes para que se realicen su descanso ya sea de vacación o de recreación dentro de su misma provincia, poniendo a su disposición variedad de servicios turístico, con todo incluido y a bajo costo y de alta calidad, muchas veces este tipo de turista sale de la provincia en busca de servicios todo incluido como el que ofrece la cadena hotelera de Resort Royal Decamerón ya sea en Mompiche o en Punta Centinela; sin saber que pueden acceder a servicios de iguales características dentro de Manabí y beneficiando al mismo tiempo el desarrollo económico local.

Nacionales. Este tipo de turista proviene de todo el país, tanto de la costa, sierra como del oriente; sin embargo sus visitas se suelen limitar a la temporada alta y en muchas ocasiones se trata de un turismo de paso, como suelen ser los feriados; es por ello que con el plan de marketing se busca que estos visitantes extiendan su estadía a semanas enteras en programas turísticos completos incluido transporte, hospedaje y actividades recreativas y complementarias, con esto se incrementaría notablemente la demanda turística de los visitantes nacionales.

Latinoamérica. Manabí merece ser un destino de importancia para los turistas de los diversos países de la región sus playas, servicios turísticos y sus gastronomía son ejes puntuales con los cuales se puede atraer a los visitantes, esto más una oferta todo incluido de costo accesible y alta calidad es lo que se necesita para aprovechar adecuadamente la privilegiada ubicación de Manabí en la costa del Pacífico con playas tan hermosas como: Crucita, El Murciélagos, Canoa, Los Frailes, San José, Santa Marianita; entre otras de gran belleza y comodidad para el turista que se encuentra en busca de descanso, confort, aventura y diversión.

5.3.4.3.2. Mercado meta secundario

El mercado meta secundario del plan de marketing, está compuesto por los turistas procedentes de Centroamérica, el Caribe, Norteamérica, Europa y Asia.

Estos grupos de turistas se interesan tanto por el descanso, como por la aventura. Es preciso contar con el respaldo de agencias de viaje a nivel internacional para captar la atención de este conjunto tan importante de turistas, además de ser muy factible puesto que dentro de la provincia se cuenta con un Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro y también del Puerto Internacional para el arribo de turistas en la ciudad de Manta.

5.3.5. Estrategia de promoción

El perfil costero de Manabí se constituye en un atractivo muy completo, con gran variedad de playas, paisajes hermosos, con servicios hoteleros de primera. Lamentablemente no mantiene una continua afluencia de turistas, la misma que solo se incrementa notablemente en las temporadas altas.

Por ello la estrategia de posicionamiento consiste en ubicar al perfil costanero de la provincia de Manabí como un destino de sol y playa con servicio de todo incluido ideal para vacacionar y descansar durante todo el año, especialmente en la temporada baja.

Para el desarrollo de un producto turístico, es preciso aplicar relaciones interinstitucional con las entidades que ofertan el servicio turístico en el perfil costanero de Manabí, esto es integrar a: agencias de viaje, restaurantes, hoteles gimnasios, spa, discotecas, bares, carperos, entre otros a fin de correlacionar los elementos y poder ofertar paquetes completos a los turistas.

Hay que considerar que esto es muy cómodo para el turista por ejemplo la agencia de viaje pone a su disposición un paquete de cuatro días y tres noches con todo incluido por un costo preestablecido; el turista puede financiarlo con tarjeta de crédito o pagarlo de forma acumulativa antes de realizar el viaje, incluso pueden haber empresas interesadas en

realizar este tipo de contratación para las vacaciones de sus ejecutivos; es decir, se le brinda la comodidad económica al cliente y de estos se benefician todos los involucrados.

Estrategias de promoción

Para la promoción se han planteado los siguientes pasos.

Paso 1: Planteamiento de objetivos promocionales

Llegar a los diversos tipos de turistas locales, nacionales y extranjeros, como una alternativa turística llamativa y económica solventando todas las necesidades de unas vacaciones inolvidables, con todo incluido en el perfil costanero de la provincia de Manabí.

Desarrollar en el turista la necesidad de conocer y vacacionar en el perfil costanero de Manabí por la excelente calidad de la experiencia, el descanso y la aventura sin tener que pagar altas sumas de dinero.

Paso 2: Selección de la estrategia promocional

Las estrategias promocionales que serán empleadas en el plan de marketing consisten en:

a) Estrategia de atracción: para captar directamente a los turistas locales, nacionales y extranjeros mediante la difusión de las bondades del perfil costero de Manabí así como de las alternativas de hospedaje con todo incluido con la mejor calidad a los más bajos costos, a través de los medios de comunicación y por medios informáticos como las redes sociales, el correo electrónico y el WhatsApp.

b) Estrategia de empuje: Consiste en estimular los sentidos del público objetivo de forma continua, difundir folletos turísticos de Manabí y de los servicios que se plantean en los paquetes turístico, en diversos restaurantes de la región, en farmacias, en medios de transporte, subir videos a YouTube en los que turistas satisfechos recomienden el perfil costanero de Manabí como un destino ideal tanto para el descanso como para la diversión.

Paso 3: Determinación de la mezcla promocional

La mezcla promocional a utilizar incluye lo siguiente:

1. Correo electrónico.
2. Realización de visitas promocionales.
3. Realización de viajes de familiarización.
4. Ejecución de una campaña publicitaria.
5. Participación de eventos con la participación de los diversos promotores turísticos de la zona turística de Manabí.
6. Entrega de folletos y volantes de diversas maneras.
7. Realización de cuñas en radio, televisión y YouTube.

Paso 4: Preparación de los programas individuales

Cada una de las acciones indicadas en el punto anterior, requieren de la preparación de los programas individuales con los que se llevarán a cabo: La preparación del material de apoyo:

Folletería: Folletería informativa, guías, calendarios de eventos.

Ayudas de ventas: Manuales de ventas, folletos para impresión, material para exhibición, afiches, audiovisuales, películas, fotografías y transparencias.

Artículos para obsequio: Llaveros, camisetas, gorras, plumas, agendas y carpetas.

Preparación de la campaña publicitaria: Anuncios en prensa diaria y revistas, periódicos, radio, televisión, redes sociales y YouTube.

Publicidad exterior: carteles o vallas, buses y taxis.

Preparación de la campaña de promoción de ventas: Correo electrónico, visitas promocionales, viajes de familiarización de agentes, seminarios y presentaciones, participación en eventos.

Preparación de las acciones de relaciones públicas: Boletines e informes de prensa, conferencias de prensa, viajes de familiarización de periodistas, campaña de concientización interna, organización de eventos.

Se recomienda a los encargados de ejecutar este plan promocional, elaborar un cronograma y un presupuesto de medios para llevar a cabo las actividades contempladas.

Estrategias de distribución

La primordial red de distribución de los paquetes turísticos serán las diversas agencias de viaje ubicadas en las principales ciudades del país, así como sus conexiones en los diversos países de la región, de la zona euro y de los Estados Unidos.

5.3.6. Estrategias complementarias

Adicionalmente al plan de marketing se sugiere las siguientes estrategias, que son complementarias, pero que sería de importancia que las autoridades correspondientes las pongan en práctica.

- **Estrategia 1.** Establecer una nueva imagen del perfil costanero de la provincia de Manabí (ejercer posicionamiento) enfocada a la diversidad turística de la localidad (además del turismo de naturaleza, aventura, cultura y sol y playa).
- **Estrategia 2.** Fortalecer e incentivar la colaboración mutua entre empresas: servicios turísticos, empresas privadas, instituciones gubernamentales y ONG para mejorar el turismo en el perfil costanero de la provincia de Manabí.
- **Estrategia 3.** Concientizar sobre el turismo a los pobladores y visitantes en el momento de realizar actividades dentro de los cantones para que no afecten a los atractivos naturales y culturales.
- **Estrategia 4.** Realizar ferias gastronómicas, artesanales y empresariales en fechas festivas, feriados, puentes y días de gran afluencia de visitantes.

Estrategia 1:**Tabla N° 47: Proyecto 1**

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Campaña de promoción en diferentes partes del país u otros países, en aeropuertos, terminales, oficinas turísticas, entre otros.			
Ubicación:	Dentro del país y otros países			
Objetivos	General: Promocionar el perfil costanero de la provincia de Manabí como un destino compuesto por naturaleza, aventura y cultura sol y playa.			
	Específico: Incrementar la llegada de turistas al perfil costanero de la provincia donde disfruten de los diferentes cantones y productos turísticos de la localidad.			
Visión de futuro	Atraer a personas que generen más gastos para mejorar la calidad de vida de los pobladores.			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar campañas de promoción del destino con los diferentes recursos turísticos (naturaleza, aventura, cultural, sol, playa) dentro y fuera del país ya sean en aeropuertos, terminales terrestres, oficinas turísticas, entre otros 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Atraer a turistas que generen mayor gasto, en el perfil costanero de la provincia	Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Dos años y medio	1.500.000	Incremento de demanda en plazas hoteleras

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 1

Tabla N° 48: Proyecto 2

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Incentivar la visita por carretera a las diferentes áreas turísticas del perfil costanero de la provincia de Manabí, orientando la promoción a través de campaña de red virtual			
Ubicación:	Dentro de la provincia			
Objetivos	General: Promocionar el perfil costanero de la provincia como un destinos compuesto por naturaleza, aventura y cultura			
	Específico: Incrementar la llegada de turistas a la provincia donde disfruten de los diferentes cantones y productos turísticos que oferta el perfil costanero			
Visión de futuro	Atraer a personas que generen más gastos para mejorar la calidad de vida de los pobladores y la estabilidad del destino			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar campañas de promoción del destino con los diferentes recursos ecoturísticos (naturaleza, aventura, cultural, sol y playa) en las localidades más cercanas a la provincia 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Atraer a turistas que durante los fines de semana puedan divertirse con los diferentes productos ofrecidos debido a que se encuentran en una distancia mínima	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Dos años y medio	150.000	Incremento de demanda en plazas hoteleras

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 1

Tabla N° 49: Proyecto 3

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Mejorar la señalética, colocar pancartas de información y sugerencias.			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Mejorar la accesibilidad hacia los atractivos			
	Específico: Colocar carteles y vallas informativas en cada uno de los atractivos			
Visión de futuro	Proteger, mantener y facilitar la accesibilidad hacia los atractivos turísticos			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> Colocación de señaléticas, carteles informativos y puntos de observación 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Mejorar la señalética para que los turistas lleguen con facilidad a los atractivos y evitar incidentes	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Un año	19.000	Fotografía de la colocación de los carteles y vallas

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 1

Tabla N° 50: Proyecto 4

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Establecer planes flexibles para el manejo y mantenimiento de los atractivos y actualización de inventario turísticos que poseen los cantones del perfil costanero de la provincia de Manabí con el estudio pertinente para jerarquizarlos			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Manejar y mantener los recursos naturales y culturales a través de planes de manejo			
	Específico: Conservar los recursos naturales y culturales Jerarquizar los atractivos naturales y culturales			
Visión de futuro	Conservar los recursos naturales y culturales para que el perfil costanero de la provincia de Manabí sea reconocido a nivel nacional e internacional			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de los planes de manejo para los diferentes atractivos • Actualización de los atractivos naturales y culturales • Jerarquización de los atractivos turísticos ubicados en el perfil costanero de la provincia 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Poseer los planes de manejo de los atractivos para así realizar un buen manejo de los recursos y una mejor conservación	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Seis meses	30.000	Presentación de los planes de manejos para los diferentes atractivos
Poseer información de cada uno de los atractivos, accesibilidad, estado de conservación, entre otros		Seis meses	8.000	Informe y fichas del levantamiento de información de los atractivos
Tener una jerarquización de cada atractivo turístico a nivel cantonal		Seis meses	10.000	Informe de la jerarquización de los atractivos

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 1

Tabla N° 51: Proyecto 5

Campo	Detalles			
Nombre del Proyecto	Mejoramientos de los centros y áreas de recreación familiar			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Mejorar los servicios ofrecidos en las localidades que cuentan con espacios turísticos			
	Específico: Mejorar el servicio de recreación e infraestructura			
Visión de futuro	Ofrecer un mejor servicio de recreación hacia los turistas con excelente calidad y poseer profesionales capacitados en las diferentes áreas.			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer personal capacitado en las diferentes áreas turísticas • Mejorar la infraestructura de los espacios turísticos • Mejoramiento de las áreas verdes infraestructuras, entre otros 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Mejorar los diferentes servicios que se ofrece en los centros de recreación	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Continuo	30.000	Asistencia de capacitación del personal
Brindar servicios diferenciado a los turistas, los mismo permitirán la elección de los centros dedicados a esta actividad.		Dos años	350.000	Fotografía de las infraestructuras
Conservar todos los recursos que se encuentren en los ecodestinos		Continuo	15.000	Fotografía de las conservaciones

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 2

Tabla N° 52: Proyecto 6

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Coordinar capacitaciones continuas (atención al cliente, manejo de alimentos, cursos de usos de las TIC y manejo de turismo sostenible) al personal que ofrecen los servicios turísticos.			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Contar con personal capacitado en temas relacionados con el ámbito turístico			
	Específico: Coordinar capacitaciones con instituciones ligadas al turismo. Incluir con las empresas públicas y privadas enfocadas en el ámbito turístico.			
Visión de futuro	Que las empresas públicas y privadas cuenten con personal altamente capacitado para brindar servicios turísticos de la mejor calidad			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación (trimestral) • Capacitación (anual) 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Contar con personal capacitado en el área de restaurante	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Tres años	46.000	Registro de asistencia
Contar con personal capacitado en el área de hotelería		Tres años	30.000	Registro de asistencia
Contar con personal capacitado en áreas de administración		Tres años	50.000	Registro de asistencia
Mejoramiento de la calidad de servicios de guía		Tres años	85.000	Registro de asistencia

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 2

Tabla N° 53: Proyecto 7

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Poseer información actualizada periódicamente: arribo de turistas a la localidad			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Poseer información turística actualizada de la parroquia			
	Específico: Coordinar y manejar información con los ITUR cantonales Validar la información existente de los atractivos naturales y culturales			
Visión de futuro	Se espera tener una información válida y constante referente a la planta turística, atractivos turísticos y arribo de turistas			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización permanente del catastro de la planta turística • Actualización de los atractivos • Actualización del registro llegadas de turistas al perfil costanero 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Poseer un catastro actualizado sobre la plata turística	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Seis meses	10.000	Informe final
Poseer un inventario de los atractivos naturales, culturales y sociales con su jerarquización		Seis meses	50.000	Inventario de atractivos
Poseer información mensual y anual de la llegada de turistas		Anual	10.000	Registro de asistencia

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 2

Tabla N° 54: Proyecto 8

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Incentivar de manera conjunta entre los miembros de la asociación hotelera en la compra de tecnología (de reserva, pago en línea, y tarjeta de crédito), incluyendo una capacitación del uso del mismo.			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que le conforman			
Objetivos	General: Mejorar el servicio en hospedaje a través de reservas on – line			
	Específico: Incentivar a las asociaciones hoteleras para la adquisición de tecnologías de reservas y pagos on – line. Las empresas hoteleras mejoran los servicios en las reservas, pagos on – line y tarjetas de crédito y un mejor ordenamiento de las tecnologías			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un taller sobre la importancia de tener nuevas tecnologías de información y sus beneficios • Fomentar el acceso a los hoteleros y las tecnologías a través de inversión conjunta (entre hoteleros) 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Atraer la atención de los dueños de los hoteles y así obtener su colaboración	MINTUR Juntas parroquiales	Seis meses	60.000	Registros de asistencia
Mejorar el servicio de reservas, pago en líneas y tarjetas de crédito	GAD cantonales GAD provinciales	Seis meses	50.000	Instalación de los sistemas tecnológicas y registros de asistencias

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 3

Tabla N° 55: Proyecto 9

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Programas de otorgamientos de certificados y permisos a la implementación de las buenas prácticas ambientales, sociales y culturales en las diferentes instituciones de servicios turísticos.			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Incentivar a las empresas de servicios turísticos con premios para así proteger, cuidar, mantener y promover el medio ambiente donde se desarrollan			
	Específico: Crear concursos de buenas prácticas ambientales y entrega de reconocimientos			
Visión de futuro	Conservar el entorno de los destinos de la provincia, mediante buenas prácticas ambientales por parte de las empresas turísticas y ser reconocida por el país.			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Crear programas y talleres para el manejo de la basura orgánica e inorgánica en las diferentes empresas turísticas • Entrega de premios y reconocimiento por buenas prácticas ambientales 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Mejorar manejo de la basura por parte de las empresas turísticas para mejorar el medio ambiente y ser reconocido como una provincia basada en la preservación de los destinos	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales	Un año	25.000	Asistencia de capacitación
Incentivar a los propietarios para un mejor manejo de la basura y proteger el entorno de los destinos del perfil costanero	GAD provinciales	Un año	10.000	Fotografía de los premios entregados y reconocimientos

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 3

Tabla N° 56: Proyecto 10

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Colocación de letreros informativos referente a prohibiciones en las zonas turísticas (botar basura, lavado de vehículos, quema de maleza) u otra información relevante para proteger los atractivos naturales, culturales y el medio ambiente			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que le conforman			
Objetivos	General: Proteger los atractivos naturales y culturales			
	Específico: Colocar letreros de información donde se exprese la prohibición de ciertas actividades que afectan los recursos naturales, culturales y el medio ambiente			
Visión de futuro	Conservar los atractivos y evitar su alteración de los mismos con actividades ajenas			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> Colocar letreros informativos donde se prohíban actividades (arrojar basura, lavar carros, cocinar, fumar en áreas de incendio forestales, entre otros) para proteger dichos sitios 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Proteger y conservar los recursos naturales y culturales	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Seis meses	30.000	Fotografías de la colocación de las señaléticas

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 4

Tabla N° 57: Proyecto 11

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Incentivar la participación de los sectores que brindan servicios turísticos en ferias internacionales y nacionales de forma continua (gastronómica, artesana y empresarial)			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Dar a conocer a los turistas las riquezas naturales, culturales y servicios de infraestructura de la localidad			
	Específico: Generar ferias locales para dar a conocer los atractivos de la localidad			
Visión de futuro	Ser reconocidos por los turistas como un destino de visita, competitivo y con actividades variadas			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y talleres a la ciudadanía sobre la importancia de dar a conocer al turista los servicios que se ofertan en la provincia mediante el desarrollo de las ferias • Ferias demostrativas en fechas de mayor afluencia de turistas • Capacitar a la población sobre la importancia del turismo en la localidad 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Fomentar en los habitantes de la provincia la importancia de exponer a los turistas los recursos naturales y culturales como también las facilidades ofertadas	MINTUR Juntas parroquiales GAD cantonales	Seis meses	2000.000	Asistencia de capacitación
Difundir la provincia como principal ecodestino del país	GAD provinciales	Continuo	100.000	Fotografía de ferias en los diferentes lugares donde se llevan a cabo y levantamiento de estadística de la afluencia turística

Fuente: Mapa estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Estrategia 4

Tabla N° 58: Proyecto 12

Campo	Detalles			
Nombre del proyecto	Incentivar a las empresas turísticas de promover materiales informativos impreso, digitales y páginas web, con los objetivos de difundir sus servicios a los turistas			
Ubicación:	Dentro de la provincia y cantones que lo conforman			
Objetivos	General: Incrementar la información sobre los servicios turísticos ofrecidos en la provincia			
	Específico: Aumentar el uso de los servicios turísticos por parte del turista y prolongar su estancia en la localidad			
Visión de futuro	Incrementar la estadía del turista en la provincia y que haga uso de las instalaciones que se promocionan y de los atractivos turísticos que ofrece el destino			
Beneficiarios	Provincia de Manabí			
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar a las empresas turísticas de la elaboración de material publicitario de sus empresas y colaborarlos en los puntos informativos de turismo a nivel nacional • Capacitación sobre el uso de dicho material publicitario y su importancia 			
Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Informar al turista la variedad de servicios hoteleros, restaurantes y de recreación ofrecidos en la provincia	MINTUR GAD Parroquiales GAD cantonales GAD provinciales	Continuo	10.000	Oficios entregados a los diferentes empresarios turísticos
		Tres meses	30.000	Asistencia de capacitación

Fuente: Mapa Estratégico.

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

CONCLUSIONES

Del proceso de recolección de información fue posible determinar los principales atractivos turísticos que forman parte del perfil costanero de la provincia de Manabí, contando con un amplio abanico de destinos entre los que es posible considerar aquellos que responden a las modalidades de sol y playa, ecoturismo, cultura y demás, generando que la localidad sea un destino multi - opcional para los turistas.

Se determinó la multiplicidad de actividades turísticas que se pueden realizar dentro del perfil costanero de la provincia de Manabí; dichas actividades van desde deportes acuáticos, deportes de vuelo libre, actividades en la naturaleza como camping y senderismo, además de contar con diversas ares de diversión nocturna.

Fue posible caracterizar los servicios turísticos del perfil costanero, logrando identificar la percepción de los diferentes servicios como se presenta a continuación: En el aspecto de percepción de los servicios turísticos en el perfil costanero el 9.38% lo determinó como excelente, el 15.89% lo determinó como muy bueno, el 24.48% lo calificó como regular el 20.57% y el 20.57% lo calificó como pésimo. Con relación a la percepción de nivel de calidad en infraestructura hotelera en el perfil costanero el 16.67% lo determinó como excelente, el 21.09% lo determinó como muy bueno, el 16.93% lo calificó como regular el 28.13% y el 17.19% lo calificó como pésimo. En cuanto a la percepción de la calidad de atención en los restaurantes en el perfil costanero el 28.65% lo determinó como excelente, el 23.70% lo determinó como muy bueno, el 13.02% lo calificó como regular el 31.25% y el 3.39% lo calificó como pésimo. Mientras que la percepción de la calidad en el transporte en el perfil costanero, el 23.44% lo determinó como excelente, el 7.81% lo determinó como muy bueno, el 21.88% lo calificó como regular el 28.65% y el 18.23% lo calificó como pésimo. En el factor de facilidad de información de atractivos turísticos en el perfil costanero el 10.68% lo determinó como excelente, el 14.06% lo determinó como muy bueno, el 18.49% lo calificó como regular el 36.72% y el 20.05% lo calificó como pésimo. Por otra parte en cuanto a la percepción de los servicios de guías turísticos en el perfil costanero el 10.68% lo determinó como excelente, el 14.06% lo determinó como muy bueno, el 15.63% lo calificó como regular el 36.72% y el 22.92% lo calificó como pésimo.

Se determinó que cantones cuentan con mayor demanda turística como se lo presenta a continuación: el 5.12% de los turistas han estado en Pedernales, el 11.72% en San Vicente, el 7.81% en Jama, el 3.91% en Sucre, el 8.07% ha visitado Portoviejo, el 3.91% Jaramijó, el 23.44% Manta, el 14.06% Montecristi, el 21.88% Puerto López y el 15.89% Jipijapa. Siendo los cantones más visitados Manta y Puerto López.

Mediante la aplicación de las encuestas a los turistas fue posible caracterizar el perfil de los turistas que nivel socioeconómico, procedencia, cantones visitados, tiempo de visita, entre otros.) Que visitan el perfil costanero de la provincia de Manabí determinando que: El 52.34% de los turistas son de sexo femenino, mientras que el 47.66% son de sexo masculino. El 15.10% se encuentra entre las edades de 15 a 25 años, el 25.26% en edades de 25 a 35 años, el 38.02% en edades de 35 a 45 años, el 11.20% en edades de 45 a 55 años, el 5.73% entre edades de 55 a 65 años y el 4.69% se encuentra en edades de 65 a 75 años. El 20.83% se encuentran en primaria, el 29.43% se encuentra en secundaria, el 28.91% en universidad, el 11.72% se encuentran cruzando en posgrado y el 9.11% una maestría. El 11.72% son estudiantes, el 21.88% ama de casa, el 24.48% se encuentra desempleado, el 9.38% es jubilado, el 6.51% trabaja en forma de dependencia y el 26.04 en forma independiente. El 35.42% son solteros, mientras que el 23.70% se encuentran en unión libre, el 21.88% son casados, el 8.59% se encuentran divorciados y el 10.42% restante son viudos. El 34.38% gana menos de \$366, el 29.17% gana entre \$367 a \$500, el 17.97% gana entre \$501 a \$800; el 1.68% gana entre \$801 a \$1.500 y el 7.81% restante, percibe un ingreso de \$1.501 en adelante. El 65.10% son de nacionalidad ecuatoriana y el 34.90% restante de turistas son de nacionalidad extranjera. El 15.63% viaja solo, el 18.75% viaja en parejas, el 27.34% viaja en familia, el 29.43% en grupo de viaje y el 8.85% se encontró con grupo de estudiantes. El 25% se queda un día en la localidad, el 21.85% dos días, el 28.65% tres días y el 24.48% extiende su visita por más tiempo. Finalmente en la frecuencia de visita, el 24.45% visita el perfil costanero por primera vez y el 75.52% repite la visita.

RECOMENDACIONES

Fomentar el desarrollo del turismo en el perfil costanero de la provincia de Manabí, con la finalidad de aumentar los ingresos económicos de la localidad, mediante el desarrollo de acciones en conjunto con los diferentes organismos de gestión (Ministerio de Turismo, GAD municipal, GAD provincial, entre otros.) en la localidad.

Establecer parámetros de calidad basados en las características de los turistas más frecuentes y de sus necesidades a fin de propiciar mayor comodidad a todos los visitantes del perfil costanero de la provincia de Manabí, potenciándola como destino turístico de mayor impacto en la provincia de Manabí.

Propiciar una relación integral público – privado a fin de potencializar adecuadamente los servicios turísticos que se encuentran en el perfil costanero de la provincia de Manabí desde restaurantes, hoteles, hasta los espacios de servicio público como parques, plazas e instituciones gubernamentales.

Establecer una evaluación continua de la calidad de los servicios turísticos con la finalidad de hallar cada una de las dificultades y limitaciones de este sector determinándolas desde el enfoque del usuario a fin de superarlas de forma eficiente y aumentar el nivel de aceptación en el turista.

Conservar y mantener los recursos naturales y culturales que hacen del perfil costanero de la provincia de Manabí sea reconocida a nivel mundial, además de tomar en consideración los recursos ecoturísticos de los diferentes cantones dentro de desarrollo de la propuesta, con el fin de que desarrollo turístico se presente en forma integral dentro de la provincia.

Promover capacitaciones continuas a los proveedores de servicios turísticos en temas de atención al cliente, manejo de alimentos, manejo de tecnología, negocios entre otros.

Realizar un análisis de los atractivos que se encuentran en la provincia mediante el Ministerio de Turismo, con el objetivo que sean inventariados y jerarquizados y conste aquello recursos que no se encuentran dentro del catastro de atractivos turísticos de la provincia.

Desarrollar las estrategias siguiendo los proyectos generados para cada etapa, con el fin de que éstas sean evaluadas de forma apropiada, para determinar el correcto desarrollo del ecoturismo en la provincia de Manabí.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Abell, D., & Amon, J. (2010). *El turismo sostenible, ante la creciente demanda turística*. Mexico: Graw - Hill.
- Acerenza, M. A. (2010). *Administración del Turismo, Conceptualización y Organización*. Mexico: Trillas.
- Alban, Y. (2004). *Plan de desarrollo estratégico turístico de pedernales*. Pedernales: Don Bosco.
- Alonso, E. (2010). *Planificación turística, un enfoque metodológico*. Europa: Trillas.
- Arevalo, R. (2009). *Recursos turísticos . Madrid Editorial Liber Factory. Primera Edición. Página 12*. Madrid : Liber Factory. Primera Edición.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Montecristi.
- Autoridad Portuaria de Manta. (2014). *Estadística de arribos de buque*.
- Ayala Mora, E. (2008). *Pedernales, un vistazo a la historia y cultura de Pedernales*. Ecuador - Quito: Corporación editora nacional.
- Balanzá, I. (2011). *El desarrollo turístico ecuatoriano y su impacto en la economía de los proveedores turísticos*. Ecuador : Don Bosco.
- Barco, J. (2001). *Análisis de los sitios potenciales del Ecuador para su desarrollo turístico*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Bigne, E. (2008). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. . Madrid: ESIC.
- Bouillon, R. (2012). *Las actividades turísticas y recreacionales "El hombre como protagonista"*. Mexico: Grawn Hill.
- Cardenas, F. (2011). *Proyectos Turísticos*. Mexico: Trillas.
- Diario HOY. (12 de Junio de 1996). Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/categorias-hoteleras-a-cargo-del-proximo-regimen-67824.html>
- Echarri, M. (2008). *Análisis geográfico del turismo en la Ciudades Patrimoniales Cubanas*. Cuba: Universidad de La Habana- Cuba.
- FEPTCE, F. P. (2015). *Estudio del perfil de los turistas de visitan la provincia de Manabí*. Quito. Obtenido de [dehttp://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)

- Flores, P. (2012). Elaboración de un producto multimedia para la difusión de la actividad turística de la empresa Kituadventure. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Israel.
- GAD de San Pablo de Manta. (2014). *Reseña historioca de manta*. Manta.
- INEC. (2013). *Ecuador en cifras*. Manta: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Landacay, D. R. (2012). *Diccionario Turístico Orientaciones Léxicas*. Loja: CORPTUR.
- Luna, R., & Damaris, C. (2009). *Guia para el desarrollo de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: Artemis y Edinter.
- Mantecon, A. (2008). *La experiencia del turismo*. España: Icaria.
- Ministerio de Turismo. (2007). *Descentralización del turismo, proceso para el cambio y la sostenibilidad*. Quito: Don Bosco.
- Ministerio de Turismo. (2008). *Investario de Atractivos Turísticos de Manabí*. Manabí.
- Ministerio de Turismo. (2012). *Ecuador Ama la Vida. Manabi y Su crecimiento Turístico*. Quito: Don Bosco.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Convenio para la Implementación y Desarrollo del Servicio de informacion y atencion al turista en el ecuador*. Quito: I-TUR.
- MINTUR. (2016). *Catastro Turístico Consolidado Nacional*. Direccion de investigacion de la Oferta.
- Perez, M. (2012). *Manual del Turismo sostenible*. Madrid: Mundi Prensa.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a los turistas (caracterización de los servicios turísticos)

1. Percepción servicio turístico

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

2. Calidad de atención en los hoteles

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

3. Nivel de calidad en infraestructura hotelera

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

4. Calificación de las bebidas y gastronomía

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

5. Calidad de atención en los restaurantes

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

6. Calidad en el transporte

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

7. Facilidad de información de los atractivos turísticos de la ciudad

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

8. Servicios de guías turísticos en la localidad

Excelente () Muy bueno () Bueno ()

Regular () Pésimo ()

Anexo 2: Encuesta aplicada a los turistas (perfil de los turistas)

1. Sexo

Femenino () Masculino ()

2. Edad

De 15 a 25 años () De 25 a 35 años () De 35 a 45 años ()

De 45 a 55 años () De 55 a 65 años () De 65 a 75 años ()

3. Estudios

Primaria () Secundaria () Universidad ()

Postgrado () Maestría ()

4. Situación laboral

Estudiante () Ama de casa () Desempleado ()

Jubilado () Dependiente () Independiente ()

5. Nivel de ingreso

Menos de 366 () 367 – 500 () 501 – 800 ()

\$801 - \$1500 () \$ 1501 en adelante ()

6. Estado civil

Soltero () Casado () Viudo ()

Divorciado () Unión libre ()

7. Nacionalidad

Ecuatoriana () Extranjera ()

Si su nacionalidad es ecuatoriana escriba de que ciudad proviene_____

Si su nacionalidad es extranjera escriba su país de origen_____

8. Composición de grupo de viaje

Solo () Pareja () Familia () Grupo de amigos

9. Principal motivación visitar Manabí

Playas () Museos () Malecón ()

Ocio () Naturaleza () Miradores ()

10. De los siguientes cantones de Manabí, marque con una los que ha visitado

Pedernales () Jama () San Vicente ()

Sucre () Portoviejo () Jaramijó ()

Manta () Montecristi () Jipijapa ()

Puerto López ()

11. Duración de visitantes

Un día () 2 días () 3 días () Más tiempo ()

12. Frecuencia de visitantes

Es la primera vez () Repite visita () No contesta ()

Anexo 3: Encuesta aplicada a los proveedores turísticos

1. ¿Los organismos turísticos de la provincia aplican procesos orientados a aumentar la oferta turística durante la temporada baja?

Si () No () No estoy seguro ()

2. ¿Cómo calificaría el nivel de calidad de los servicios turísticos según temporada?

Nivel de promoción de los servicios turísticos en temporada alta

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()

Nivel de promoción de los servicios turísticos en temporada baja

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()

3. ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos según la temporada turística?

Nivel de ingreso en temporada alta

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()

Nivel de ingreso en temporada baja

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()

4. ¿En lo referente a las ventas de productos turísticos que nivel se presentan según temporada?

Numero de venta en temporada alta

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()

Numero de venta en temporada baja

Alto () Medio () Bajo ()

Regular () Ineficiente ()


Anexo 4: Ficha de recolección de información de los atractivos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí

Nombre del atractivo.	Ubicación del atractivo:
Foto del atractivo.	Descripción del atractivo.
Flora y fauna:	

Anexo 5: Resultado de la ficha de recolección de información de los atractivos turísticos del perfil costanero de la provincia de Manabí

Atractivos turísticos del cantón Pedernales

Estuario del Río Cojimíes

Nombre del atractivo: Estuario	Ubicación del atractivo: ubicado en Cojimíes en la latitud 0° 19' 09'' S longitud 79° 59' 25'' W.
	Descripción del atractivo: El atractivo se encuentra a una altura de 0 – 5 m.s.n.m. y una temperatura promedio de: 25 °C. Tiene un área de aproximadamente 180 km ² , el agua es oscura típico de estuario, mantiene una buena calidad de sus aguas. Sus rasgos más sobresalientes son dos grandes islas ubicadas en la boca y en la parte más interior se impone una característica muy particular en la distribución y circulación de la masa de agua.
Flora: mangle rojo, mangle blanco, mangle jelí, mangle negro. Fauna: Garza blanca, garza gris, garceta tricolor, ibis blanco, pato cuervo, pelícano, fragata, águila pescadora, piqueros patas azules.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Bosque Húmedo Tropical Occidental

Nombre del atractivo: Húmedo Tropical Occidental	Ubicación del atractivo: El sureste de Pedernales, sobre la ruta Pedernales - El Carmen
	Descripción del atractivo: Tiene 4333 ha, con un remanente de bosque de 2000 ha, contando con un promedio de 300 árboles ha., en áreas de mayor densidad arbórea. Este Bosque presenta una estructura vegetal heterogénea, encontrándose: árboles de gran y mediana altura, arbustos, matorrales, herbáceas y epifitas.
Flora: caucho, bálsamo, flialauraceae, chontilla, tagua, flia. rubiaceae, cedro, pechiche, flia, moraceae, matapalo, balsa, entre otros. Fauna: tigrillo, burricón, jaguar, jaguarundi, cucucho, cusumbo, cabeza de mate, mono aullador, perdiz, guacharaca, gavián, tucanes, guajalito, culebra equis, verrogosa, chonta o lisa, coral, falsa coral, boa, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Rancho Pablito

Nombre del atractivo: Rancho Pablito	Ubicación del atractivo: Ubicado al sureste de Pedernales sobre la ruta Esmeraldas en la latitud 00° 13' N y longitud 79° 50' W
	Descripción del atractivo: Altura: 300 - 600 m.s.n.m. Temperatura: 25 - 28 °C. Este atractivo forma parte de la Reserva Mache - Chindul, posee un remanente de bosque primario de aproximadamente 20 ha. , Además de las cascadas que incrementan el atractivo turístico del lugar; Tiene una extensión aproximada de 120 ha. La altura promedio fluctúa entre 10 y 25 m. de altura.
Flora y fauna: En el bosque existen muchas plantas de diversas especies que pertenecen a la familia Aráceas. Presenta una estructura vegetal arbórea, arbustos, matorrales, hierbas y epifitas. En el remanente del Bosque primario se puede encontrar hasta 300 árboles/ha, aproximadamente. Entre las principales especies de flora se encuentra el matapalo, chonta, palma, caucho, colorado, mocora, guayacán, higuercillo, helechos, cuenta con una amplia fauna entre las que se puede mencionar: tigrillo, borricón, jaguarundi, saíno, ardilla, mono aullador, loros, pericos, tucanes, perdiz, pava de monte, gavián, equis, coral, boa, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Cascada de Tigua

Nombre del atractivo: Cascada de Tigua	Ubicación del atractivo: Localidad Tigua ubicada en la Latitud: 00° 17' N Longitud: 79° 51' W
	Descripción del atractivo: Altura: 100 - 150 m.s.n.m., temperatura promedio 25 - 28 °C. Ésta área se encuentra dentro de la Reserva Mache Chindul. Forma un entorno con una belleza escénica, debido a la combinación de la flora del sector con el cuerpo de agua que forma la cascada; tiene un gran potencial para el desarrollo turístico. El ancho es de 3 m., cuenta con una transparencia de buena calidad.
Flora: Platanillos, palma, tagua, caña guadúa, guayacán, helechos, hongos, entre otros. Fauna: Tigrillo, saíno, ardilla, mono aullador, nutria, guanta, vieja de río, culebra equis, boa.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Cascada de Chindul

Nombre del atractivo: Cascada de Chindul	Ubicación del atractivo: ubicado en la localidad Chindul en la latitud: 00° 13' 50" S longitud: 79° 52' 44" W
	Descripción del atractivo: Altura 14 m.s.n.m., temperatura promedio de 25 – 28 °C; Forma parte de la Reserva Mache - Chindul, al ser un atractivo muy visitado presenta algo de deterioro e intervenido con la presencia constante de turistas que se bañan en el lugar; la presencia de la flora también se ve disminuida en el sitio. El agua es de color claro con una transparencia algo turbia debido al uso continuo del lugar.
Flora: entre la flora de la localidad es posible mencionar: platanillos, hongos, helechos, orquídeas, bromelias, tagua, palma, colorado, Fauna: la fauna es diversa y es posible mencionar el tigrillo, saíno, ardilla, mono aullador, nutria, guanta, culebra equis, boa, vieja de río.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Ecoturismo Río Coasa

Nombre del atractivo: Ecoturismo Río Coasa	Ubicación del atractivo: ubicado en la localidad Coasa en la latitud 00° 14' 45" N y la longitud 79° 52' 08" W
	Descripción del atractivo: Cuenta con una altura de 14 m.s.n.m. y una temperatura promedio de 25 - 28 °C. El río tiene un ancho de 12 m. aproximadamente, el agua presenta un color cristalino, con baja turbidez. En este sector se ubica una Hostería, que según su edificación le da un toque pintoresco a los atractivos, con su ubicación muy cerca del cauce de este curso de agua que tiene en cierta manera una calidad de agua aceptable con buena transparencia; en los márgenes del río se conserva vegetación típica.
Flora: cedro, tagua, palma real, chonta, caña guadúa, Fauna: mono aullador, oso hormiguero, oso banderón, perezoso, nutria, guanta, perdiz, tucán, pájaro, toro gavián, pava de monte, codorniz, loros, vieja de río, chame, guabina.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Río Coaque

Nombre del atractivo: Río Coaque	Ubicación del atractivo: Ubicado en pedernales latitud 0603071 longitud 9999152
	Descripción del atractivo. Está a 14 m.s.n.m., cuenta con una temperatura promedio de 25 - 28 °C. El río tiene un ancho de 10 - 12 m, en el sitio de balneario, en su desembocadura tiene unos 25 – 30 m, el agua es color verde oscuro, turbio con materia en suspensión, tiene una extensión aproximada de 90 km., se convierte en uno de los ríos más importantes de Pedernales ya que la mayoría de la población a lo largo del mismo extrae de este el agua para sus sembríos y para dar de beber a sus animales.
Flora: cedro, tagua, palma, real chonta, caña guadúa, laurel. Fauna: mono aullador, oso hormiguero, oso banderón, perezoso, nutria, guanta, perdiz, tucán, pájaro toro, gavián, pava de monte, codorniz, loros, vieja de río, chame, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Reserva Ecológica Mache Chindul

Nombre del atractivo: Reserva Ecológica Mache Chindul	Ubicación del atractivo: Pedernales
	Descripción del atractivo: Ubicado a 200 – 800 con una temperatura promedio de 21 – 23 °C, posee una extensión de 70000 hectáreas; cuenta con tres zonas bioclimáticas: una con precipitaciones moderadas en las zonas de transición del bosque seco premontano al húmedo tropical, especialmente en una elevación donde nace el rio cuaque; otras adyacentes con precipitaciones que promedian entre los 800 y 1.000 milímetros cúbicos; y la tercera en la parte alta de la cordillera, con fuertes precipitaciones.
Flora: Existen grupos taxonómicos complejos, extremadamente ricos en los estratos herbáceo, arbustivo y epifito, representados por las familias Araceae. Fauna: mono aullador, mico, guatusa, guanta, puma, perezoso, cabeza de mate, venado de cola blanca, saíno, jaguar, gato de monte y tigrillo, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Atractivos turísticos del cantón Jama

Cascada de Simón

Nombre del atractivo: Cascada de Simón.	Ubicación del atractivo: Sitio Simón en la latitud 00°09'14"S y la longitud 80°11'45"W
	Descripción del atractivo. Situado a 150 m.s.n.m., contando con una temperatura promedio de 20 - 25 °C. En esta época del año (verano) existe poco aporte de agua de la cascada hacia el riachuelo, existe vegetación rodeando el cauce del cuerpo de agua, dicha vegetación es nativa de la zona y espesa. En las riberas se encuentran rocas y piedras, así también suelos arcillosos, con poca pendiente o sitios planos, es fácil acceso
Flora: Pechiche, platanillos, helechos, palma, balsa, cadí, laurel, guayacán, tagua, caña guadúa, guaba, bálsamo, fernand, sánchez, camacho, entre otros. Fauna: Guanta, guatusa, saíno, ardilla, conejo, armadillo, perezoso, tucanes, perico, guacharaca, loros, gallinazo rojo, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Cascada de Bigua

Nombre del atractivo: Cascada de Bigua.	Ubicación del atractivo: Sitio Bigua en la latitud 00°19'07"S y longitud 80°16'24"W
	Descripción del atractivo: A una altura de 220 m.s.n.m. con una temperatura promedio de 20 - 25 °C. Este sitio está conformado por el cauce que forma la bajada de la cascada, determinando el origen de un riachuelo con un recorrido considerable, este cauce formado está cubierto con vegetación en ambas márgenes, denotando quien el recorrido sea agradable. En el sitio donde está la caída de agua hay unos 3 metros aproximadamente.
Flora: Platanillos, helechos, palma real, balsa, cadí, guachapelí, laurel, guayacán, tagua, caña guadúa, amarillo, bálsamo, bromelias, orquídeas, entre otros. Fauna: Nutria, perro de agua, guanta, guatusa, saíno, venado, cabeza de mate, cusumbo, ardilla, conejo, zarigüeya, mono aullador, gatillo, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Reserva Ecológica "Don Juan" (Bosque "Tito Santo")

Nombre del atractivo: Reserva Ecológica "Don Juan" (Bosque "Tito Santo")	Ubicación del atractivo: Localidad Don Juan ubicado en la latitud 00°09'14" S longitud 80°11'45" W
	Descripción del atractivo: En este sitio se evidencia más la existencia de un bosque transicional, en relación al tipo seco tropical, debido principalmente al ecosistema representativo que se puede constatar, pero debido al avance de la deforestación el hábitat se está tonado del tipo seco.
Flora: Samán, palma, algarrobo, guachapelí, guayacán, tagua, amarillo, lianas, moral, muyuyo, cedro, entre otras. Fauna: Venado, mono aullador, mono mico, cuchucho, saíno, guatusa, guanta, armadillo, zarigüeya, ardilla, tigrillo, gatillo, nutria, burricón,	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Bosque El Paraíso

Nombre del atractivo: Bosque El Paraíso.	Ubicación del atractivo: Al sureste de la ciudad de Jama, junto a la franja costera en la latitud 00°16'20" longitud 80°22'12" W
	Descripción del atractivo: Situado a una altura de 300 m.s.n.m., cuenta con una temperatura aproximada de 25 - 30 °C; La colina de este bosque presenta una vegetación espesa, de un bosque seco tropical, que mantiene su cobertura de estratos vegetativos bien demarcados.
Flora: Samán, ébano, algarrobo, guarumo, guachapelí, balsamo, laurel, muyuyo, guayacán, palo santo, balsa, guasmo, cedro, lianas, entre otros. Fauna: Venado, guanta, guatusa, saíno, cuchucho, oso banderón, perezoso, cusumbo, cabeza de mate, zarigüeya, ardilla, conejo, mono aullador, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Bosque La Laguna

Nombre del atractivo: Bosque La Laguna	Ubicación del atractivo: Se ubica al este de la ciudad de Jama
	Descripción del atractivo: Situado a una altura de 600 m.s.n.m. con una temperatura promedio de 18 - 24 °C, es un ecosistema típico de bosque húmedo tropical, aunque existe intervención de actividades agropecuarias, todavía se observa remanentes de este tipo de bosque, mostrando vegetación densa en algunas áreas.
Flora: Amarillo, guayacán, caña guadúa, bálsamo, laurel, balsa, cadi, caoba, fruta del pan, guarumo, matapalo, colorado, higuerón, entre otros. Fauna: Tigrillo, burricón, gato de monte, mono aullador, mico, guanta, guatuso, saíno, ardilla, conejo, venado, cucucho, cusumbo, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Bosque El Venado

Nombre del atractivo: Bosque El Venado	Ubicación del atractivo: Ubicado al sureste de la ciudad de Jama.
	Descripción del atractivo: Situado a una altura de 600 m.s.n.m. y contando con una temperatura que oscila entre 18 – 24 °C. Ecosistema típico de bosque húmedo tropical, existe intervención de actividades agropecuarias, pero aun así se observa remanentes de este bosque, se observa vegetación densa en algunas áreas.
Flora: Moral, chonta, higuerón, matapalo, fruta del pan, cadi, caña guadúa, laurel, amarillo, palma, tagua, platanillos, cedro, guachapelí, guayacán, entre otros. Fauna: Tigrillo, burricón, gato de monte, mono aullador, mico, guanta, guatusa, ardilla, conejo, venado, cucucho, cusumbo, cabeza de mate, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Bosque "Cerro Nueve"

Nombre del atractivo: Bosque "Cerro Nueve"	Ubicación del atractivo: Al sureste de la ciudad de Jama en la latitud 00°16'03" S longitud 80°12 34" W
	Descripción del atractivo: Es un Bosque bastante exuberante de vegetación, con una baja neblina que produce un clima templado o fresco, con la presencia de garúas que proporciona una humedad constante; se evidencia la presencia de muchos árboles maderables. Aparentemente no se observan, pero por la humedad existente su existencia es debida a las bajas precipitaciones de la neblina que condensa en garúa perenne.
<p>Flora: Tillo, tagua, amarillo, caoba, guayacán, corozo, cedro, platanillos, bálsamo, hongos, laurel, lianas, balsa, matapalo, palma real, helechos, entre otros.</p> <p>Fauna: Tigrillo, burricón, mono aullador, guanta, guatusa, gato de monte, saíno, ardilla, conejo, venado, cuchucho, cusumbo, cabeza de mate, entre otros.</p>	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Reserva Bosque Seco "Lalo Loor"


Nombre del atractivo: Reserva Bosque Seco "Lalo Loor"	Ubicación del atractivo: Sitio Camarones latitud 00°04'47"S, longitud 80°09'09" W
	Descripción del atractivo: Este bosque está ubicado al norte de Jama, hacia Pedernales, exactamente hacia el noreste, teniendo influencia de la cordillera Mache- Chindul por su conexión montañosa. Se puede evidenciar la existencia de un ecosistema típico de bosque seco tropical, según las referencias todavía existe un 80% de bosques primario, con la presencia de especies de flora y fauna típica de este tipo de hábitat; el área presenta una zona baja y otra más alta, en esta última se encuentra el área de bosque más representativo.
<p>Flora: entre la fauna de la localidad se encuentra el jaboncillo, amarillo, pechiche, corozo, cedro, palma, tillo, beldaco, samán, muyuyo, entre otros.</p> <p>Fauna Mono aullador, oso hormiguero, saíno, guatusa, guanta, mono mico, ardilla, gato de monte, entre otros.</p>	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Atractivos turísticos del cantón San Vicente


Playa Los Perales

Nombre del atractivo: Playa Los Perales	Ubicación del atractivo: Ubicada en el barrio los Perales en la latitud 0° 35' 58'' S y longitud 80° 24' 19'' W
 A wide-angle photograph of Playa Los Perales. The beach is sandy and stretches towards the water. Several small, colorful boats are beached. In the background, a town is visible on a hillside under a clear sky.	Descripción del atractivo: Se aprecia una playa con régimen estuario, en la zona sur en los Perales se ubica el área de fondeadero y estacionamiento de las embarcaciones pesqueras artesanales y en la zona Centro y Norte de la playa se aprecia un sitio más apropiado para el balneario. Se pudo evidenciar en la marea baja la playa Los Perales es usada para recolectar pequeños moluscos por la población local. En épocas de lluvias se presenta gran cantidad de restos de árboles en las playas por efecto de los Ríos Chone y Carrizal.
Fauna: pelícano jaiba, almeja, fragata, zarapito, garceta blanca	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Playas de Punta Napo – Briceño – Canoa

Nombre del atractivo: Playas de Punta Napo – Briceño – Canoa	Ubicación del atractivo: Ubicada en Canoa en la latitud 0°27'33''S longitud 80°27'20'' W
 A photograph of a wide, sandy beach. In the background, there are some structures and a line of trees. The sky is overcast.	Descripción del atractivo: Playa abierta y despejada, presenta una pendiente muy leve. En la desembocadura del Río Briseño (2.0 Ha. Aprox.) y Río Canoa (1.5 Ha. Aprox.), se presentan pequeños estuarios con remanentes manglares. En el área de arena muerta o zona pasiva de la playa se observa pequeña vegetación en especial en la zona sur, y en la norte de la misma.
Fauna: Pelícano, fragata, zarapito, garceta blanca, agua mala. Flora: Grama, mangle rojo.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Atractivos turísticos del cantón Jipijapa


Bosque Cantagallo

Nombre del Atractivo: Bosque Cantagallo	Ubicación del atractivo: a 11.6 km de distancia de Puerto Cayo
	Descripción del atractivo: Este bosque forma parte del valle de Cantagallo, el mismo que está sometido al desbroce de montaña para la siembra del cultivo de sandía. Situación que se incrementa debido a la falta de fuentes de trabajo.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Bosque de Garúa La Mona

Nombre del Atractivo: Bosque de Garúa La Mona	Ubicación del atractivo: El Mamey, :sureste de la ciudad de Jipijapa
	Descripción del atractivo: Este bosque de garúa ha sido intervenido en el 90%, planicies han cubierto por pastos. Sabaya para la crianza de ganado bovino. Existen claros que son utilizados para el monocultivo de maíz.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Bosque de Julcuy

Nombre del Atractivo: Bosque de Julcuy	Ubicación del atractivo: Al este de Julcuy
	Descripción del atractivo: Valle amplio con contornos que alcanzan relieves de 200 m, donde se encuentra bosque seco, en transición y bosque de ganía que garantiza la observación de una flora y fauna variada.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Bosque de Olina

Nombre del atractivo: Bosque de Olina	Ubicación del atractivo: a 20 km. De la vía Jipijapa – Puerto cayo
	Descripción del atractivo: Es un bosque húmedo de garúa, tiene una fauna y flora muy rica. Algunas especies tienden a desaparecer por las intervenciones fuertes de los habitantes. Algunas áreas están siendo taladas para la siembra de cacao, café y pastizales.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Bosquete Santos Sin Cabezas

Nombre del atractivo: Bosquete Santos Sin Cabezas	Ubicación del atractivo: Sureste en relación a Pedro Pablo Gómez
	Descripción del atractivo: El bosquete corresponde a las riberas del estero donde se encuentra árboles de buena altura y diámetro. Está sometido a los cambios que presiona la presencia de pastizales y monocultivos del maíz. Se extrae la caña guadúa y madera en los sitios adyacentes. La parte superior tiene bosque húmedo.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Cascada Agua Dulce

Nombre del atractivo: Cascada Agua Dulce	Ubicación del atractivo: Jipijapa – San Miguel
	Descripción del atractivo: Vegetación del bosque seco tropical que ha sido reemplazado por plantaciones de café. La cascada tiene una caída principal de aproximadamente 20 m. y una secundaria de 8 m. la vegetación superior ha sido modificado y la captación de agua es muy limitada provocando que el cauda disminuya.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Cascada Andrecillo

Nombre del atractivo: Cascada Andrecillo	Ubicación del atractivo: La Unión
	Descripción del atractivo: Cauce del río plano hasta llegar al talud de la cascada, rodeado de vegetación en especial de caña guadua. De relieves muy altos en el que se insertan bosquetes, pastizales, cultivos de café. Teniendo sobre los picos a los 400 m de altura pequeños bosquetes captadores de agua de neblina que se filtran hasta llegar al cauce principal.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria


Cascada Mariland

Nombre del atractivo: Cascada Mariland	Ubicación del atractivo: Pedro Pablo Gómez
	Descripción del atractivo: 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.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Las cuevas de la Manchuria

Nombre del atractivo: Las cuevas de la Manchuria	Ubicación del atractivo: Pedro Pablo Gómez
	Descripción del atractivo: Las cuevas están al interior del cauce de un estero. Por filtración de agua se formaron las cuevas, las mismas que son productos de la captación de agua del bosque de garúa que recogía la vegetación en las partes altas del entorno.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Salto de la Margarita

Nombre del atractivo: Salto de la Margarita	Ubicación del atractivo: Pedro Pablo Gómez
	Descripción del atractivo: 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.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: María Victoria Carbo Mendoza

Salto Mocoral de la Palma

Nombre del atractivo: Salto Mocoral de la Palma	Ubicación del atractivo: Unión/Rcto. San Eloy
	Descripción del atractivo: Salto que está encaestado en la conformación de dos colinas que lo recorren paralelamente y de donde depende su caudal por la captación de la vegetación superior. Sirve de bebederos para bovinos y equinos. Lavandería y baño por pobladores de comunidades vecinas.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Salto de Flor del Salto

Nombre del atractivo: Salto de flor del salto	Ubicación del atractivo: Sitio Flor del Salto
	Descripción del atractivo: Salto muy llamativo por sus características, una de las cosas curiosas que se puede encontrar en este sitio es que solamente en los bordes del río antes del salto se puede encontrar una especie de planta, es por esto el nombre del salto.

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Atractivos turísticos del cantón Puerto López

Bosque Húmedo de San Sebastián

Nombre del atractivo: Bosque Húmedo de San Sebastián	Ubicación del atractivo: Agua Blanca en la latitud 01°35.502´ S y longitud 080°42.176´ O
	Descripción del atractivo: Ubicado a 800 m.s.n.m. contando con una temperatura de 21 °C. Es un área de bosque húmedo tropical occidental y bosque montano bajo occidental. Este tipo de bosque que recibe la mitad o más de su precipitación de las nubes que vienen del océano entre mayo y noviembre, simplemente se llaman Bosque de Garúa. El sector de San Sebastián corresponde a la parte alta encima de comunidades como Agua Blanca y Río Blanco.
Flora: Se puede mencionar tagua, chonta, cedro, matapalo, Fernán Sánchez, molinillo, francisco, hobo fraile, membrillo, Figueroa, María, guayacán de montaña, coco bolo, jaspán, jigua hedionda, camarón, colorado, palo de leche, aguacate de monte. Fauna: Incluyen tigrillo, venados, monos, armadillos, guantas, guatusas, oso hormiguero, perezosos, saínos, ardilla de montaña, muchas especies de murciélagos, más de 150 especies de aves.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

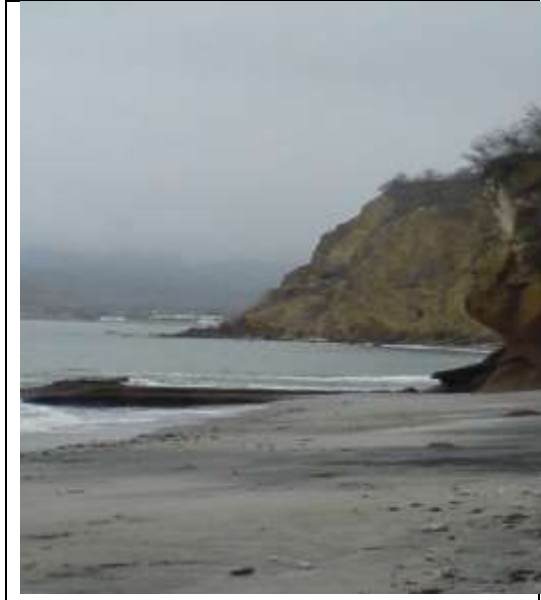
Comuna Agua Blanca

Nombre del atractivo: Comuna Agua Blanca	Ubicación del atractivo: Norte de Puerto López
	Descripción del atractivo: Situado a una altura de 125 m.s.n.m. contando con una temperatura de 24-26°C, en la localidad la vida turística es limitada especialmente en el área de arqueología y las urnas funerarias ubicadas en el poblado, en el sector se pueden apreciar atractivos naturales y culturales: pozo de agua azufradas y el bosque secundario.
Flora: árboles grandes como algarrobo, ébano, barbasco, entre otros como: arbustos, muyuyo, porotillo, perilla, cariño de suegra, trepadores como camotillo, jaboncillo. Fauna: Loros, pericos, lucubres, negro fino, garrapatero, caique, gavián, pico rojo, animales de corral: gallina, pato, ganado vacuno, porcino, chivos, venados, entre otros.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: María Victoria Carbo Mendoza

La playita de los Frailes

Nombre del atractivo: La playita de los Frailes	Ubicación del atractivo: En la latitud S: 01°28.847' y longitud O: 080°47.374' en la localidad Machalilla
	Descripción del atractivo: Es la playa más pequeña del sector de los Frailes, posee unos 100 metros de largo, del lado opuesto esta bordeada por acantilados de 20 metros. El agua es muy limpia como en el resto de los frailes pero en esta zona es mucho más tranquila, por su orientación hacia el norte y dentro de la bahía tranquila de Machalilla. La playa misma se llena de agua en marea alta, y no tiene vegetación de playa, pero suele estar cubierta por algas marinas provenientes de los islotes y las rocas, las cuales esconden invertebrados (cangrejos y otros), y atraen a aves playeras durante la temporada de las migraciones boreales.
Flora y fauna: Se hallan conchas y pedazos grandes de coral blanco, cangrejos ermitaños, bordeando la playa hay un arbusto grande de “peseta”, también cepez, y las rastreras suculentas de tallos rojos. En la parte alta del acantilado encontramos pelícanos y demás aves migratorias	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Playa de Machalilla

Nombre del atractivo: Playa de Machalilla	Ubicación del atractivo: En la latitud S: 01°28.15'' S y longitud O: 080°45. 52'' W
	Descripción del atractivo: La playa se encuentra en una ensenada amplia. En Machalilla, las colinas se presentan algo alargadas con cimas subredondeadas y pendientes fuertes (hasta 30°) conformadas por estratos de arenisca de grano fino de colores beige, intercalados con estratos de lutitas de color café claro y buzamientos de 30 ° hacia el Oeste. También existen estratos de conglomerados poco consolidados conformados por clastos subredondeados de lutitas de color beige a café, con diámetro de 6 cm.
Flora: Cactus, manzanillo, algarrobos, higuera.	
Fauna: Gallinazo, pargo, pinchagua, corvina de roca, albacora, cangrejos, pelicano	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Parque nacional Machalilla

Nombre del atractivo: Parque nacional Machalilla	Ubicación del atractivo: Puerto López
	Descripción del atractivo: El parque Nacional Machalilla forma parte del Sistema Nacional de áreas naturales protegidas conformadas en diferentes categorías como: reservas, áreas de recreación. El centro del información se encuentra ubicado en el centro del cantón Puerto López cuenta con todo tipo de información de todos sus atractivos.
Flora y fauna: Esta área natural posee una enorme riqueza de vida natural, matizado de una belleza paisajística única, favorecida por isla playa, acantilados, arrecife coralino y un fondo marino especial.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Playa de los Frailes

Nombre del atractivo: Playa de los Frailes	Ubicación del atractivo: Ubicado en Machalilla, en la latitud 1°29'31.8" S y longitud 80°46'40.0" W
	Descripción del atractivo: En la playa y por arriba de la misma toda la vegetación es natural y bien conservado. Tiene pechiche de mar, manzanillo, planas suculentas y especialmente en la desembocadura de un riachuelo invernal esta siempre verde y densa vegetación. Se pueden ver lagartijas, trepadoras y cangrejos de las variedades que viven en la arena incluso ermitaño. A veces llegan los gallinazos cabeciroja y según los meses aves migratorias. El sector es hermoso tanto hacia el mar y las puntas como hacia la tierra. Rocas arena limpia, océano, cerros cubiertos de bosque seco. El clima es cálido y más seco. La playa es ancha y el mar no llega salvo excepción a la parte alta de la playa.
Flora y fauna: En esta playa vienen a anidar a fines de año varias especies de tortuga marina, las cuales suben hasta la parte más alta de la playa para poner sus huevos. La presencia de anidación de tortuga cuando ponen y cuando eclosionan.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Playa de Puerto López

Nombre del atractivo: Playa de Puerto López	Ubicación del atractivo: Ubicado en la latitud 01°33' S longitud 080°48. 38' O, en Puerto López
	Descripción del atractivo: Se encuentra en una ensenada amplia, limitada al norte por Punta el Chuchón y al sur por Punta Mirador. La mayor densidad poblacional e infraestructura física de servicios, comercio y vivienda, se encuentran en el sector plano correspondiente a la playa, entre la desembocadura de los ríos El Pital y estero Seco.
Flora y fauna: Flora: cactus, algarrobo, matachivo, manzanillo, muyuyo, higuierilla. Fauna: gallinazo, pargo, corvina de roca, albacora, cangrejo, pelicano.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria

Playa de Salaite

Nombre del atractivo: Playa de Salaite	Ubicación del atractivo: Salaite
	Descripción del atractivo: El paisaje es bonito sin ser impresionante, por un lado el Océano con el islote La Viuda y tierra adentro los cerros de bosque seco, además hay formaciones rocosas en la playa del lado Sur. Se cuenta que en este sector, en marea baja, hay surgimiento de agua dulce desde debajo de la arena, lo cual sirve en años de sequía para recoger para el ganado. La gente local utiliza poco la playa salvo para recolección de mariscos de las rocas y muy pocos turistas llegan al lugar, aunque está cerca de la carretera. No es tanto una playa para balneario por la arena negra y la fuerza de las olas, pero si tiene atractivo como sitio de observación de aves.
Flora: Hay vegetación de Manglar Jelí y varias especies de plantas llamadas “Salado”, adaptadas a la salinidad y a la inundación temporal. Se forma una poza o pequeña laguna en invierno. Fauna: Pelícanos, piqueros de patas azules, atrapa moscas, palomas, cucube y otras típicas del hábitat seco de la zona, hay también lagartijas, en especial la impidurus y ameiba; puede haber equis y matabalho entre otras culebras.	

Fuente:(MINTUR, 2016)

Elaborado por: Carbo Mendoza María Victoria