



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y POSTGRADOS
ESCUELA DE POSTGRADOS

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO EN LA
PROVINCIA DE MANABÍ”**

Tesis presentada para optar por el Título de
Magíster en Administración y Dirección de Empresas, MBA.

Elaborado por:

ELOISA DEL CARMEN ORELLANA ESPEJO

REMIGIO MARCELO VELÁZQUEZ LOOR

JORGE GIOVANNY SALDAÑA MOYA

Guayaquil, Ecuador

Diciembre del 2005

Original

**ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA
DE MANABÍ.**

AGRADECIMIENTO

En primera instancia creemos necesario reconocer y agradecer a Dios, cúmulo de bondad infinita, por darnos la vida, la sabiduría y la fortaleza para cumplir adecuadamente con el propósito de esta investigación, así como a nuestros familiares quienes con su apoyo incondicional nos permitieron encaminarnos en la senda de la superación; a nuestro director de tesis Econ. MBA. Alex Morán Vicuña; y a todos aquellos colaboradores y amigos quienes desinteresadamente nos asistieron y brindaron su apoyo en la ejecución de este trabajo investigativo.

Muchas Gracias.

RESUMEN EJECUTIVO

La provincia de Manabí es una de las cinco provincias que forman la región de la Costa. Constituye el 7% del territorio ecuatoriano y el 30% del litoral. La extensión de sus costas comprende 300 Km. de playas y representan el 32% del total del perfil costanero, donde se ubica importantes accidentes geográficos.

El turismo, como recurso económico en la provincia de Manabí, se encuentra en espléndido desarrollo, debido a que cuenta con atractivos de tipo natural, cultural y paisajístico, que la ubican en un sitio de preferencia para el turista. Las áreas de principal atractivo se localizan en Manta y sus playas, El Murciélagos y Tarqui; Crucita en Portoviejo; San Jacinto, San Clemente y más al norte están San Vicente, Boca de Briceño, Canoa, Pedernales, Cojimíes y al Sur, Puerto Cayo, Puerto López y el Parque Nacional Machalilla, el flujo turístico en la provincia es permanente, durante todo el año. Las épocas de mayor afluencia son los meses de julio, agosto, septiembre y feriados como el de Navidad, Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa.

Para la elaboración el análisis de la oferta se consideró todos los aspectos importantes relacionados con la planta y la infraestructura turística con que cuenta cada uno de los atractivos y sitios de interés, así como la influencia que ha tenido las asignaciones y políticas del gobierno central en el desarrollo del turismo de la provincia, la demanda que tienen las actividades turísticas; sobre esta base además de los parámetros componentes del modelo del diamante de competitividad de Porter, efectuamos la evaluación y jerarquización del inventario a los atractivos turísticos realizado, información que se encuentra desarrollada en el segundo capítulo.

Concluimos nuestra investigación con el diseño de propuestas de estrategias que coadyuvarán a incrementar la afluencia de turistas y generar interés internacional, así como de fortalecer el franco desarrollo turístico de la provincia.

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO

INDICE GENERAL.

INDICE DE FIGURAS

INDICE DE TABLAS

INDICE DE GRÁFICOS

INTRODUCCIÓN 1

1.-	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1.	Antecedentes de la investigación.	3
1.2.	Problema de investigación.	4
	1.2.1. Planteamiento del problema.	4
	1.2.2. Formulación del problema de investigación.	5
	1.2.3. Sistematización del problema de investigación.	6
1.3.	Objetivos de la investigación.	6
	1.3.1. Objetivo general.	6
	1.3.2. Objetivos específicos.	7
1.4.	Justificación de la investigación.	7
1.5.	Marco de referencia de la investigación.	9
	1.5.1. Marco teórico.	9
	1.5.2. Marco conceptual.	10
1.6.	Formulación de la hipótesis y variables.	26
	1.6.1. Hipótesis general.	26
	1.6.2. Hipótesis particulares	26
	1.6.3. Variables.	27

1.7.	Aspectos metodológicos de la investigación.	27
1.7.1.	Tipo de estudio.	27
1.7.2.	Método de investigación.	28
1.7. 2.1.	El método deductivo o deducción	28
1.7.2.2.	El método analítico o análisis	29
1.7.2.3.	El método histórico comparado	29
1.7.3.	Selección de la muestra	29
1.7.4.	Fuentes y técnicas para la recolección de la investigación.	30
1.7.4.1	Las técnicas	30
1.7.4.1.1.	La técnica de la observación científica	30
1.7.4.1.2.	Observación de campo	31
1.7.4.1.3.	Observación indirecta	31
1.7.4.1.4.	La técnica de la encuesta	31
1.7.4.1.5.	La técnica de la entrevista	32
1.7.4.1.6.	La técnica de la lectura científica	32
1.7.4.2.	Las fuentes	32
1.7.5.	Tratamiento de la investigación.	32
1.8	Resultados esperados.	33
2	ANALISIS Y DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN EL ECUADOR	34
2.0	El turismo en el Ecuador.	34
2.1	La Provincia de Manabí	39
2.1.1.	Aspectos generales de la provincia.	39
2.1.2.	Aspectos geográficos.	40
2.1.2.1	Temperatura	55

2.1.2.2.	Hidrografía	56
2.1.3.	Aspectos históricos.	56
2.1.4.	Aspectos culturales.	59
2.1.4.1	Artesanías	59
2.1.4.2	Gastronomía	60
2.1.5.	Aspectos demográficos.	61
2.1.6.	Aspectos etnográficos.	64
2.1.7.	Aspectos socioeconómicos.	66
2.2	El gasto público y la inversión en turismo.	67
2.2.1.	El presupuesto del estado.	70
2.2.1.1.	Los ingresos municipales	78
2.2.1.2.	La gestión del Consejo Provincial de Manabí	82
2.2.1.3.	Análisis de los gastos	85
2.2.1.4.	Principales programas de inversión	86
2.2.1.5.	Análisis de la inversión de los Municipios de la provincia	88
2.2.1.6.	Estructura planificada de los Gobiernos Cantonales	90
2.2.2.	La política de gobierno.	93
2.2.2.1.	Los objetivos nacionales	94
2.2.2.1.1.	Los Objetivos Nacionales Permanentes	95
2.2.2.1.2.	Los Objetivos Nacionales Actuales.	98
2.2.2.2.	La estrategia de gobierno	101
2.2.2.2.1.	Estrategia Nacional	103
2.2.2.2.2.	Política y Estrategia	103
2.2.2.2.3.	Estrategia de desarrollo	107

2.2.3.	Análisis de la política y estrategia actual	108
2.2.3.1.	Fondo Mixto de Promoción Turística	110
2.2.3.2.	Recursos del FMPT	110
2.2.3.3.	El Ministerio de Turismo	113
2.2.3.4.	Los Municipios turísticos descentralizados	115
2.2.3.5.	Las Empresas Municipales	117
2.2.3.6.	Las Empresas Regionales	122
2.2.4.	El turismo y el desarrollo.	124
2.3	La demanda turística.	132
2.3.1.	La tendencia a nivel mundial.	132
2.3.1.1.	La actividad turística en la Provincia	135
2.3.2.	Estructuración de la demanda.	139
2.3.3.	La calidad del servicio demandado.	145
2.4	La oferta turística.	150
2.4.1.	Inventario de los atractivos turísticos de Manabí.	161
2.4.1.1.	Objetivos y metodología para realizar el inventario.	162
2.4.1.2.	El formulario para el inventario.	163
2.4.2.	Listado de los atractivos turísticos.	165
2.4.3.	Evaluación y análisis del inventario.	166
2.4.4.	La planta y la infraestructura turística.	170
2.4.4.1.	Alojamiento.	170
2.4.4.2.	Alimentación.	172
2.4.4.3.	Transporte y vialidad.	174
2.4.4.4.	Otros servicios.	178

2.4.4.5.	Evaluación y análisis de la infraestructura turística.	185
2.5	La promoción turística.	187
2.6	Diagnóstico del problema actual.	188
2.6.1.	Identificación de los problemas y necesidades.	202
2.6.2.	Diseño del diagrama de causa efecto.	205
2.7	Validación de resultados y verificación de hipótesis.	208
2.8	Determinación de posibles cursos de acción a seguir.	208
3	PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.	210
3.1	Estrategias de Desarrollo.	212
3.2	Proyectos de Inversión	221
	CONCLUSIONES.	224
	RECOMENDACIONES.	226
	BIBLIOGRAFÍA	228
	ANEXOS Y APÉNDICES	

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1	Manabí: División Política	39
Figura 2.2	Densidad poblacional	64
Figura 2.3	Cadena productiva del sector turístico	70
Figura 3.1	Proceso de generación de las estrategias	212

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1	Cantón Portoviejo	40
Tabla 2.2	Cantón Manta	41
Tabla 2.3	Cantón Chone	42
Tabla 2.4	Cantón El Carmen	43
Tabla 2.5	Cantón Jipijapa	43
Tabla 2.6	Cantón Sucre	44
Tabla 2.7	Cantón Pedernales	45
Tabla 2.8	Cantón Santa Ana	46
Tabla 2.9	Cantón Montecristi	47
Tabla 2.10	Cantón Paján	48
Tabla 2.11	Cantón Bolívar	48
Tabla 2.12	Cantón Tosagua	49
Tabla 2.13	Cantón Pichincha	50
Tabla 2.14	Cantón Rocafuerte	50
Tabla 2.15	Cantón 24 de Mayo	51
Tabla 2.16	Cantón Flavio Alfaro	51
Tabla 2.17	Cantón Jama	52
Tabla 2.18	Cantón San Vicente	52
Tabla 2.19	Cantón Junín	53
Tabla 2.20	Cantón Puerto López	53
Tabla 2.21	Cantón Jaramijó	54
Tabla 2.22	Cantón Olmedo	54

Tabla 2.23	Crecimiento Demográfico	61
Tabla 2.24	Población de la Provincia de Manabí por cantones	63
Tabla 2.25	Distribución según ley del 15% Año 2005, Consejos	71
Tabla 2.26	Ingresos Provinciales	72
Tabla 2.27	Ingresos provincia de Pichincha	73
Tabla 2.28	Ingresos provincia de Manabí	75
Tabla 2.29	Principales Proyectos de Inversión, Año 2006	77
Tabla 2.30	Proyectos de Inversión para Manabí	78
Tabla 2.31	Distribución según ley del 15% Año 2005, Municipios	79
Tabla 2.32	Relación de Ingreso por Municipios	81
Tabla 2.33	Presupuesto ejecutado de ingresos (Manabí)	83
Tabla 2.34	Presupuesto ejecutado de gastos	85
Tabla 2.35	Áreas de gasto de inversión	87
Tabla 2.36	Análisis de la inversión de los Municipios de la provincia	88
Tabla 2.37	Estructura organizacional de los gobiernos cantonales	91
Tabla 2.38	Resumen de Establecimientos Turísticos	127
Tabla 2.39	Tipo de demanda que generan los países	138
Tabla 2.40	Clasificación de los atractivos	163
Tabla 2.41	Disponibilidad de Alojamiento por cantones	171
Tabla 2.42	Listado de Sitios para Alimentación por Cantones	172
Tabla 2.43	Distribución de agencias de viajes por cantones	184
Tabla 2.44	Nivel de competitividad	201

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1	Niveles de Instrucción de Manabí	59
Gráfico 2.2	Relación poblacional	61
Gráfico 2.3	Evolución de la población urbana y rural	62
Gráfico 2.4	Actividades Económicas	66
Gráfico 2.5	Relación de los ingresos de la Provincia de Manabí	83
Gráfico 2.6	Organigrama Estructural del Ministerio de Turismo	114
Gráfico 2.7	Niveles de gobierno	117
Gráfico 2.8	Lugar de procedencia de los Turistas	139
Gráfico 2.9	Procedencia de los Turistas Nacionales	140
Gráfico 2.10	Motivación e Interés Turístico	141
Gráfico 2.11	Preferencia del Atractivo	141
Gráfico 2.12	Percepción del destino: los precios	142
Gráfico 2.13	Percepción del destino: comentarios	143
Gráfico 2.14	Motivos de visita	143
Gráfico 2.15	Tabla de Calificación de atractivos	166
Gráfico 2.16	Elementos del Modelo del Diamante de M. Porter	190

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

INTRODUCCIÓN.

El Ecuador tiene una estratégica ubicación lo que ha hecho que muchos inversionistas y empresarios del siglo XXI, se den cita en el Ecuador. Desde la mitad del mundo, el país abre sus puertas al intercambio comercial y cultural.

El petróleo ha sido la principal fuente de ingreso de divisas para el país. Desde el primer cuarto del siglo XX, comenzó su explotación en la Península de Santa Elena. Sin embargo, en la década de los setentas se inició su explotación en la región amazónica, convirtiéndose el Ecuador en uno de los principales exportadores de este recurso. Otros productos de importancia para la economía del país han sido el banano, el café, el cacao, el camarón, la madera y el atún y en los últimos años, las flores. Por su parte, el turismo está en el cuarto lugar en cuanto a la generación de divisas. Pero las riquezas naturales ecuatorianas son vastas. Se calcula que en el Golfo de Guayaquil hay una reserva de gas de 300 mil millones de pies cúbicos. Existen también productos no tradicionales de exportación, como ciertas especies de frutas y verduras que poco a poco están ganando terreno en el mercado internacional. La actual legislación ecuatoriana trata de fomentar el desarrollo de las industrias a través de la Ley de Fomento Industrial, principalmente para aquellas empresas que ofrezcan beneficios para el país. Además de industrias grandes como la maderera y la textilera, también hay pequeña industria y artesanía. Vale destacar que la producción artesanal del país es muy rica, sobre todo en el campo textil.

Las principales urbes ofrecen todo tipo de servicios, con las más importantes cadenas hoteleras del mundo e infraestructura y tecnología de vanguardia: Quito, centro político y financiero; Guayaquil, el último puerto del Caribe y capital económica del país; Manta, segundo puerto, con amplia actividad comercial y turística; Cuenca, culta y amable, la tercera ciudad del país, rica en producción artesanal, principalmente en el trabajo de platería, cerámica y orfebrería.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es por tal motivo que el turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas; es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente como la sociedad se desarrolla más activamente; se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad. Generalizando el Turismo es la industria del futuro para todos aquellos países en vías de desarrollo como el nuestro que sepan y puedan aprovechar al máximo todos sus recursos.

Todo este marco nos dan la pauta necesaria para determinar lo poco que esta siendo promocionado los diferentes destinos turísticos del país, el gobierno central ha implementado una serie de acciones con el ánimo de mejorar la promoción turística para incrementar el turismo interno y receptivo, pero se ha incrementado la promoción de los destinos turísticos ya conocidos sin considerar aquellos que merecen desarrollo de infraestructura y que de una u otra manera coadyuva en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de localidades rurales; este es el caso de los atractivos turísticos que tiene la provincia de Manabí, que no tienen un adecuado apoyo del gobierno central con asignación recursos para mejorar el nivel de desarrollo de la actividad turística especialmente en los sectores tradicionales para el turismo nacional, incidiendo en la existencia de una pobre infraestructura turística.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CAPITULO 1

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes de la investigación.

Todos los adelantos científicos, técnicos y culturales de los cuales hoy en día hace uso el hombre constituyen el producto de un incesante trabajo investigativo de personas que se han preocupado por explicarse lo que sucede consigo mismo, de lo que sucede en el universo, en la naturaleza y en la sociedad.

El hombre, curioso por naturaleza, ha descubierto los secretos del mundo en el que vivimos. En este permanente peregrinar racional por encontrar verdades científicas ha incursionado prácticamente en todos los terrenos de la ciencia, pero siempre habrá algo nuevo por descubrir, especialmente en el complejo campo de la sociedad. La dialéctica en la que se desenvuelve la humanidad hace que lo que hasta ahora se conoce como científico, después de un tiempo no lo sea, por lo que exigirá explicaciones racionales; las mismas que se dilucidarán con la investigación.

Es por tanto que el presente trabajo investigativo comprende el análisis de la oferta turística de la Provincia de Manabí y pretende mostrar el ¿por qué? este destino turístico es hoy en día una muy buena opción para visitar y disfrutar de todas las maravillas que ofrece, desde su diversidad gastronómica hasta las increíbles formas de divertirse, ya sea incursionando en sus atractivos turísticos y sus alrededores, practicando el turismo de aventura o simplemente conociendo sobre este territorio rico en cultura, costumbres y tradiciones.

En síntesis, se pretende estudiar, analizar y mejorar las condiciones actuales de este destino turístico, todo encaminado a posicionar a la Provincia de Manabí

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

como un importante punto de recreación, diversión y ocio, apto para todas las edades, gustos y necesidades.

1.2. Problema de Investigación.

1.2.1 Planteamiento del Problema.

Suelo el problema

El turismo en el Ecuador es una actividad en desarrollo es así que se ha convertido en el cuarto ingreso que tiene el país y con este, el desarrollo de actividades productivas como agricultura, industria, hotelera, transporte entre otras, que dan la pauta para que los ecuatorianos hagamos conciencia de la importancia de esta actividad y su incidencia en la economía de la nación.

La provincia de Manabí y en especial la ciudad de Manta, en los últimos cinco años y como efecto de la instalación de la base de control aéreo de los norteamericanos, ha tenido un despegue productivo de gran magnitud, por la cantidad enorme de turistas que ingresan a sus localidades, pero no existe una promoción adecuada de los atractivos que existen en esta provincia, que se ve beneficiada por este hecho y que ha logrado que en especial, el militar Norteamericano que esta acuartelado en esta ciudad, quiera visitar el resto de sus localidades en sus ratos de ocio y este entretenimiento ha hecho que se transmita a sus familiares y amigos del extranjero, haciendo que los destinos turísticos de esta provincia sea visitadas por turistas, pero única y exclusivamente por referido y no por un plan de promoción de destinos turísticos que haya efectuado el ministerio de turismo, los diferentes municipios o el consejo provincial y que permita beneficiar e incrementar la afluencia de turistas a esta localidades y atractivos.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El ministerio de Turismo a través de su Subsecretaria regional no mantienen un adecuado y actualizado inventario de los atractivos turísticos de las diferentes áreas de la provincia lo que hace que la oferta turística disponible y que debe estar al conocimiento del turista nacional y extranjero no lo esté y exista poca difusión de sus atractivos y que el desarrollo de la infraestructura turística de zonas como Cojimíes, Bahía, Pedernales, entre otras; se haya logrado por el apoyo y voluntad de la empresa privada.

Es por tanto que nuestra investigación considera el problema a investigar bajo los siguientes aspectos; las actividades relacionadas con el turismo no se han desarrollado adecuadamente para brindar al turista un servicio de calidad, los sitios de interés turístico no son promocionados y atendidos bajo un plan de marketing provincial y un plan de desarrollo que tenga concordancia con las facilidades que se pueden ofrecer; provocando que el desarrollo del turismo en la provincia de Manabí, no este en un nivel que le permita obtener ingresos adicionales provenientes de la actividad turística y que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de la población, situación que discrepa con las bellezas de atractivos que posee la provincia.

1.2.2. Formulación del problema de Investigación.

El problema de investigación esta formulado en base de los siguientes cuestionamientos:

¿El desarrollo de las actividades turísticas de la provincia de Manabí están subestimadas por la falta de promoción?

¿El turismo interno y receptivo de la provincia de Manabí seguirá aumentando que requerirá de más alternativas turísticas?

¿Cómo tiene planeado el Gobierno través del Ministerio de Turismo promocionar los destinos turísticos de la provincia?

¿Los atractivos de la provincia de Manabí no son conocidos a plenitud por el turista interno?

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

¿El nivel de desarrollo del turismo en la provincia de Manabí está subvalorado y subestimado por la falta de apoyo gubernamental?

1.2.3 Sistematización del problema de investigación.

La sistematización la realizamos en base de subpreguntas derivadas de las establecidas en la formulación y que serán de guía para nuestra investigación:

Manabí {
X ¿Los destinos turísticos de la provincia de Manabí están poco promocionados?
X ¿Existe un inventario de la oferta turística para su promoción?
X ¿El ingreso derivado de la actividad turística en la provincia mejora las condiciones de vida de la población?

¿Cuál es la política del gobierno central para el desarrollo del turismo?

¿Cuáles son las estrategias que tiene el gobierno para promocionar el turismo? *gobno*

empresas {
¿Las empresas de turismo promocionan adecuadamente los atractivos turísticos de la provincia?

¿Cuántas empresas de turismo existen que promocionan los destinos de la provincia?

¿Cuáles son las actividades relacionadas que tiene las empresas de turismo?

¿Las actividades comerciales al entorno de un atractivo turístico son favorecidas por el incremento de turistas?

1.3 Objetivos de la Investigación.

1.3.1 Objetivo General.

Objeto Invest. (Problema)

Analizar la situación de la oferta turística de la provincia de Manabí y elaborar un inventario para darla a conocer como un destino turístico diversificado a través del diseño de estrategias de promoción, que permitan el desarrollo del turismo en la provincia.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1.3.2 Objetivos Específicos.

1. Identificar los recursos naturales que se encuentran en la provincia para dar vida a nuevos y potenciales atractivos turísticos.
2. Describir y posicionar a la provincia de Manabí, como un destino de calidad, donde la oferta complementaria lo haga diferente y atractivo, no siendo solo un destino de sol y playa, sino un lugar completo en cuanto a diversidad de oferta turística, donde todo tipo de público pueda satisfacer sus necesidades de ocio.
3. Establecer la oferta turística de la provincia para preservar todos los recursos no renovables que alberga la provincia de Manabí.
4. Definir las estrategias de promoción turística que faciliten el desarrollo de las actividades turísticas en la provincia de Manabí.

1.4 Justificación de la Investigación.

El destino turístico que analizamos fue la provincia de Manabí. Tuvimos la empatía de analizar esta área debido a que tuvimos información de que esta zona albergaba una gran cantidad de sitios de interés turístico que no son conocidos en el país, es así que con la investigación efectuada nos percatamos de la gran diversidad de recursos turísticos que se pueden explotar y que desgraciadamente no están al ciento por ciento valorados, ni inventariados.

Es por tanto que con la ayuda gubernamental y del poblador manabita se visualice un turismo sostenible que permita generar desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan este desarrollo. Esta provincia cuenta con naturaleza, historia, cultura, tradición, fiesta y exquisita cocina regional, que conjugados hacen un atractivo representativo para cualquier turista. El turista habitual es un turismo nacional, que no está adecuadamente atendido, en cuanto a servicios e información turística se refiere.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Teniendo esta perspectiva, lo que queremos realzar en este análisis es la adecuación e inventario de la oferta turística para conseguir otros perfiles de turistas que tiendan a un mayor consumo en los destinos.

Así también, con la investigación queremos destacar los recursos turísticos con que esta provincia cuenta, sitios como San Vicente, San Jacinto, San Clemente, Puerto Cayo, Puerto Rico, Puerto López, Crucita, Canoa, Cojimés, Pedernales y Jaramijó, que son playas rodeadas por pueblos pesqueros que cubren una extensión de alrededor de 300 Km. a lo largo del litoral manabita. Muy visitadas durante todo el año, zonas que ofrecen paz, tranquilidad y rica gastronomía. La vegetación circundante está compuesta por manglares, matorrales y bosques.

Lugares como Puerto López y Pedernales, se han convertido en centros poblados con buena infraestructura hotelera y puntos de partida hacia destinos como el Parque Nacional Machalilla. Donde se ubican hosterías construidas con caña guadúa y otros materiales de la región, son el complemento de su atractivo, pero que en la actualidad no han sido promocionadas adecuadamente para el turismo interno ni para el turismo receptivo, es por tanto nuestro interés efectuar este análisis para definir estrategias de promoción turística de la oferta disponible en esta provincia, para que las bellezas turísticas que son muy poco conocidas sean difundidas apropiadamente, a través del levantamiento de un inventario turístico que satisfaga las más delicadas demandas del turista nacional e internacional.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1.5 Marco de Referencia de la Investigación.

1.5.1 Marco Teórico.

En el marco teórico se incluyó todas aquellas actividades y teorías existentes respecto al turismo y su influencia en los ingresos de la provincia de Manabí, su relación con los ingresos que poseen los gobiernos seccionales, así como su capacidad productiva y generadora de recursos, además de los efectos indirectos a otros sectores económicos como son el agrícola, industria y transporte.

Fue necesario revisar los conocimientos e información que se han planteado sobre como tener una cultura turística y una plena formación en el conocimiento de lo que tenemos, para poder ser buenos anfitriones, todos los ecuatorianos debemos entender que el turismo es una actividad productiva, a la que se le debe reconocer el verdadero valor que tiene ya que “representa el cuarto renglón de ingresos que tiene el país”¹ y en ese lugar no está el banano, ni la exportación de flores. De igual manera se debió conocer y revisar las normas legales vigentes que rigen las actividades turísticas a nivel internacional y nacional

Parte fundamental de nuestra investigación fue la inclusión del Modelo de Diamante aplicado por Michael Porter para establecer el nivel de competitividad de las naciones y que nos permitió aplicar este conocimiento para analizar cada uno de los factores del modelo en relación con las actividades de la provincia de Manabí.

En el área de gestión constituyeron la teoría de diseño de estrategias nacionales, como base para el diseño y elaboración de estrategias de promoción

¹ Cámara Provincial de Turismo del Guayas. Estadísticas Turísticas del Ecuador. P.459.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

turística y conservación de atractivos y sitios de interés turístico, así como su relación con la Ley de Turismo y sus reglamentos.

1.5.2 Marco Conceptual.

En este marco incluimos los conceptos en los que nuestra investigación se basó y que sustentan nuestra investigación. Los conceptos y definiciones utilizados son los establecidos por la organización Mundial del Turismo (OMT), así como los que son usados por la normativa vigente en la legislación ecuatoriana

Concepto de Turismo: Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. Según la Organización Mundial del Turismo en la Declaración de Manila, define al turismo como una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales.

Clasificación del Turismo. Se clasifica al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

Aunque de acuerdo a las tendencias mundiales están altamente reconocidas la existencia de dos modelos de turismo bien marcados, por un lado se encuentra el turismo convencional o masivo y por el otro el turismo alternativo.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Así mismo se establece la definición de:

- * Turismo interno: es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- * Turismo receptor o receptivo: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- * Turismo emisor o emisivo es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia;
- * Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

Turista.- Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

Dentro del concepto de turista se identifica las clases y que generalmente pueden ser:

Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

Características

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

Clase Burguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

Características:

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- Servicios de primera categoría, pero no de lujo.
- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

Características:

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

Características:

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tour: es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Ruta: es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Itinerario: es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Estructura o planta: es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Infraestructura: es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: servicios básicos, aeropuertos, puertos, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.).

La Oferta Turística. Son el conjunto de empresas, que están encargadas de elaborar todos los productos y servicios disponibles para los turistas.

Los atractivos turísticos son los elementos que tienen zonas que son capaces de motivar el viaje de las personas, donde la importancia del mismo esta e su singularidad, por lo que tendrá que mantener sus características y condiciones

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

originales después de cualquier proceso de producción, por sus propios medios o de manera artificial.

En turismo se utiliza el término de atractivo preferentemente sobre el de recurso, por que el concepto de recurso significa, o hace referencia a una materia prima que se utiliza y que se transforma en el proceso de producción. Los atractivos turísticos pueden ser de tres tipos.

- Naturales: aquellos elementos que aporta la naturaleza por si misma (playas, montañas, entre otros)
- Culturales: Manifestaciones y expresiones de las sociedades o pueblos, que han habitado o habitan un espacio.
- Económicos: Son las actividades productivas y comerciales que presentan las zonas de destino.

La Demanda Turística. Se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque: Disminuye la capacidad adquisitiva del turista, los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio. Los productos y servicios no son básicamente iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Esto es debido a que tienen una serie de características que les hacen diferentes, por que el turista lo que busca, es obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra. Las motivaciones turísticas son las causas que mueven a las personas a la realización de los viajes donde cualquier persona puede tener un mil motivos de viaje. Entre todos ellos, siempre existe uno que es el principal, el más importante, el cual condiciona el tipo de viaje, los atractivos turísticos y la zona.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Recursos Naturales Turísticos. Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motivan al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo.

Actividad turística: es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

Turismo Sostenible. Se define como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen. El turismo sostenible está relacionado además con un aspecto cultural: debe proteger la identidad cultural de la comunidad destino, a través de asegurar una relación sana entre la comunidad local y el / la turista.

Cadena de Abastecimiento. Constituye aquella secuencia de actividades que contribuyen a la creación y entrega de mercancías o servicios a un cliente final, incluye actividades asociadas con los inventarios, adquisición de materiales, almacenamiento, producción, distribución, tránsito y entrega a clientes.

Estrategia. Es un proceso de pensamiento más elaborado que establece, un propósito, un patrón de comportamiento, posiciones, perspectivas, y planes de acciones. En un proceso regulable, es el conjunto de reglas y normas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Poder Nacional. Es el conjunto integrado de los medios de todo orden, políticos, económicos, sicosociales, militares; que dispone la nación, accionados por la voluntad nacional para alcanzar y mantener interna y externamente los objetivos nacionales.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Objetivos Nacionales. O.N. Son la expresión de la voluntad, intereses y aspiraciones del pueblo, que en una determinada fase de la evolución histórica, la nación trata de satisfacer para lograr la seguridad y bienestar de la comunidad.

Objetivos Nacionales Permanentes. O.N.P. Son los intereses y aspiraciones vitales de un pueblo, que subsisten por largo tiempo y constituyen el ideal superior que guía la vida de la comunidad nacional.

Objetivos Nacionales Actuales. O.N.A. Son los Objetivos Nacionales que en determinada coyuntura y considerando la capacidad del poder nacional expresan etapas intermedias tendientes a alcanzar los O.N.P.

Estrategia Nacional. Es el arte de preparar y aplicar el Poder Nacional para, superando los obstáculos, conquistar y mantener los Objetivos Nacionales Permanentes, de acuerdo con la orientación establecida por la Política Nacional.

Estrategia de Gobierno. Es el arte de preparar y aplicar el Poder Nacional para, luego de superar los obstáculos, conquistar y mantener los Objetivos Nacionales Actuales, de acuerdo con la orientación establecida por la Política de Gobierno.

Estrategia de Desarrollo. Es el arte de preparar y aplicar el Poder Nacional para alcanzar y mantener los objetivos establecidos por la Política de Desarrollo, a pesar de los Factores Adversos existentes, inclusive de aquellos con potencialidad de generar controversias.

Acciones Estratégicas. Son medidas de naturaleza e intensidad variables, orientadas a la preparación y aplicación del Poder Nacional

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Dentro del marco legal vigente y que nos permitieron clasificar a la planta turística, se establece las siguientes definiciones.

Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1. Hoteles.

- Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 2. Hostales y Pensiones.

- Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Subgrupo 3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Hotel.- Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y, c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Hoteles Residencia.- Es hotel residencia todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

Hoteles apartamento o apart-hotel.- Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.

Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Pensión.- Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Hostales residencia.- Es hostel residencia todo establecimiento que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer los servicios de comedor y tendrá un máximo de veintinueve habitaciones y un mínimo de doce.

Los hostales residencia deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hostales de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor y cocina.

Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Refugio.- Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

Motel.- Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos próximos a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

Empresas de Servicios Turísticos.- Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista.

Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- Empresas de transporte turístico terrestre
- Empresas de transporte turístico
- Empresas de alojamiento
- Agencias de Turismo
- Empresas turísticas de alimentación.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento es decir los turistas, es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una de ellas.

Agencias de Turismo.- Son un tipo de empresa, o sociedades de comercio que están en facultad para organizar y promover el Turismo Nacional e Internacional. Socialmente tiene la responsabilidad de la recepción y conducción, asistencias y recreación del turista, representación de empresas, tramitación de documentos, establecimientos de puntos de información dentro del territorio Nacional y en el extranjero. Económicamente generan divisas, son fuentes de empleo y proporcionan una balanza de pagos laborales.

Según la normativa legal vigente estipulada en el Decreto 3400 R.O 726, 17 de Diciembre de 2002 se establece las siguientes definiciones:

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; La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Las Agencias de Viajes.- Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

Según la O.M.T, las actividades características del turismo son:

1. Hoteles y similares
2. Segundas viviendas en propiedad
3. Restaurantes y similares
4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros
7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
8. Servicios anexos al transporte de pasajeros
9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
10. Agencias de viajes y similares
11. Servicios culturales
12. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento

Ecoturismo.- Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

Propósitos del Gobierno Nacional.- A efectos del fomento y desarrollo turístico, son propósitos del Gobierno Nacional:

- a) Convertir al sector del turismo, dentro de todos los planes y programas del Gobierno Nacional, en factor importante para la actividad de obra pública estatal y municipal, para que estas actividades coadyuven a favorecer la actividad turística;
- b) Convertir al sector del turismo en el “ente visible” del Estado Ecuatoriano en el exterior, y otorgarle la capacidad de liderar la imagen externa del país;
- c) Facilitar a los diversos componentes del sector, el acceso a los recursos y mecanismos nacionales e internacionales de planeación, de capacitación y al apoyo técnico y financiero del exterior;
- d) Apoyar la ejecución y seguimiento del Plan Nacional de Competitividad Turística, el mismo que deberá involucrar a todos los actores públicos y privados;
- e) Establecer políticas de comportamiento y lineamientos de funcionamiento del sector estatal, que necesariamente formen parte del Plan de Competitividad y que involucren los siguientes aspectos mínimos:
 - i. Coordinación interinstitucional;
 - ii. Descentralización;
 - iii. Ordenamiento del espacio geográfico;
 - iv. Financiamiento y crédito; y,
 - v. Otorgamiento de incentivos;
- f) Elevar el nivel de competitividad del sector, a través de los siguientes elementos básicos:
 - i. Una política aérea moderna que busque acercarse al concepto de “cielos abiertos”;
 - ii. Una política agresiva de promoción externa e interna, que permita a los operadores nacionales una llegada efectiva a los mercados;
- g) Priorizar y facilitar la participación local y la descentralización turística a través del concurso de municipios y otros organismos seccionales;

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- h) Establecer como primeros actores y beneficiarios del turismo a la ciudadanía en general, señalando de manera exclusiva a las comunidades más pequeñas y relegadas del Ecuador;
- i) Priorizar líneas de crédito especiales para el sector turismo y otorgar su aval para proyectos oficiales declarados como “prioritarios” por el Ministerio de Turismo.

El 27 de septiembre de cada año se considera como Día del Turismo, designado a nivel mundial por la Organización Mundial del Turismo.

Para un mejor entendimiento de los ingresos que poseen los gobiernos seccionales fue necesario revisar las definiciones de los diferentes fondos de donde provienen los recursos así:

El Fondo De Desarrollo Seccional-FODESEC.- De acuerdo a los Artículos 6 al 10 de la Ley 72 Registro Oficial No.441 de 21 de mayo de 1990, el Fondo de Desarrollo Seccional –FODESEC es beneficiario del 10% de la recaudación total del Impuesto a la Renta.

Distribución del FODESEC. El 2% de los ingresos corrientes netos se distribuye: el 50% para Quito y Guayaquil y el otro 50% en partes iguales para todas las capitales de provincias.

De la diferencia, del 98% obtenido:

- 75% le corresponde a los Consejos Provinciales
- 20% para los Consejos Provinciales e INGALA
- 5% Cuenta de Reserva para Emergencias

El Fondo De Descentralización (Ley Del 15%).- De acuerdo a los Artículos 5 y 6 de la Ley Especial de Distribución del 15%, R.O. No.27 del 20 de marzo de 1997. El Fondo de Descentralización (ley del 15%) se lo obtiene de los ingresos corrientes que financian el Presupuesto del Gobierno Central y que provienen del

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

cobro de impuestos (renta, al valor agregado, arancelarios a las importaciones, consumos especiales), tasas, especies fiscales, otros, los provenientes de la renta de empresas petroleras, venta interna y exportaciones de derivados, el Fondo de inversión petrolera y otros ingresos petroleros, las transferencias corrientes.

La Subsecretaría del Tesoro de la Nación, transfiere mensualmente, a las cuentas aperturadas en el Banco Central del Ecuador para cada uno de los Municipios y Consejos Provinciales, de acuerdo a la distribución preparada por el Ministerio de Economía y Finanzas. De conformidad a las Leyes que norman la distribución de los recursos para los Gobiernos Seccionales, se toman en consideración los siguientes indicadores para el cálculo de las participaciones tanto para Municipios como para Consejos Provinciales.

- La población urbana y rural a nivel cantonal y provincial (proyección para año siguiente).
- Indicadores específicos de aquellas necesidades básicas cuya satisfacción puede ser atendida directa o indirectamente por el Gobierno seccional. Entre estos el INEC considera la carencia de servicios básicos de: agua potable y alcantarillado, energía eléctrica, recolección de basura, población sin escolaridad, sin asistencia médica, desagregados a nivel provincial y cantonal, tanto en el área urbana como rural.
- Información sobre la superficie territorial de las provincias, se usan datos proporcionados por el INEC en base a los resultados del VI Censo de Población y V de Vivienda de 2001 y su proyección para ese año, desagregada en urbana y rural a nivel provincial y cantonal.
- Información financiera comparativa de dos periodos inmediatos anteriores, de acuerdo con el formulario diseñado por el Ministerio de Economía y Finanzas que permite medir la eficiencia administrativa, considerando los esfuerzos que ha realizado cada gobierno seccional para incrementar los ingresos de recaudación directa y sobre la base de la información referente a ingresos egresos y financiamiento remitida por los Municipios y Consejos Provinciales.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO D TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L.

Distribución de la Ley del 15%

- 70% para Municipios
 - 10% en partes iguales para cada municipio
 - 40% por población
 - 50% por NBI
- 30% para Consejo Provinciales
 - 10% por superficie provincial
 - 40% por población
 - 50% por NBI.

1.6 Formulación de la Hipótesis y Variables.

1.6.1 Hipótesis General.

Propuesta a una Hipótesis. (P)

El ingreso por turismo de la provincia de Manabí esta altamente relacionado con el desarrollo turístico, con la promoción turística que efectúa el sector público y privado y con la oferta turística disponible.

1.6.2. Hipótesis Particulares.

1. Los paisajes naturales de las playas y parques son los atractivos turísticos que permiten generar una potencial demanda de turistas.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2. La oferta turística existente y no inventariada de la provincia de Manabí brinda una diversidad de alternativas al turismo para satisfacer sus expectativas de diversión y esparcimiento.
3. Los recursos no renovables y al alcance del turismo deben ser debidamente inventariados para contribuir a su preservación.
4. Los ingresos por turismo crecen de acuerdo a la promoción y desarrollo de productos turísticos que se efectúen de la provincia.

1.6.3 Variables.

*Porque son las variables
En sí se fundamentan*

Para nuestra investigación establecimos como variables a los ingresos por concepto de turismo que tiene la provincia, al desarrollo turístico actual y potencial que tiene la provincia; a la promoción turística que se efectúa para vender en el mercado nacional e internacional el destino Manabí y a la oferta turística disponible para los turistas.

1.7 Aspectos Metodológicos de la Investigación.

1.7.1 Tipo de Estudio.

Nuestro estudio es de tipo descriptivo, porque permitió la búsqueda de información y determinación de las características del turismo que puede ofrecer Manabí, efectuado mediante un análisis al detalle de cada actividad turística que existe en la provincia.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El diseño de la investigación es de corte no experimental de tipo transversal, descriptivo y correlacional, por cuanto establecimos una relación de las variables que permitió definir la causalidad del problema de bajo nivel de desarrollo del turismo en la provincia

1.7.2. Métodos de investigación.

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicamos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos propusimos.

propio de ser y es el método

Es por tanto que la presente investigación está encaminada, a establecer una propuesta para promover el turismo a la Provincia de Manabí, mediante el análisis de la oferta turística y el diseño de estrategias para que se promocióne sus atractivos turísticos, para lo cual se utilizó la siguiente metodología investigativa:

1.7. 2.1.El método Deductivo o deducción

propio de ser y es el método

La aplicación de este método sigue un proceso que llega al conocimiento de verdades científicas, partiendo de la ley y principio, para ser aplicados a situaciones particulares. En otras palabras, este método parte de la teoría para llegar a la práctica. Este método nos sirvió para evaluar los aspectos particulares que esta afectando la falta de alternativas de atracción turística y establecer la incidencia que trae su mal funcionamiento dentro del turismo receptivo. Su aplicación nos permitió establecer las estrategias de promoción turística basadas en la definición y diseño de estrategias de desarrollo a nivel gubernamental.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1.7.2.2. El método Analítico o análisis

El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, jugó un papel importantísimo puesto que permitió descubrir cosas, hechos y elementos que no se encontraban a la luz del día, ni se podían apreciar a primera vista; nos hizo pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman parte del todo y que necesitan conocerse para saber cual es su relación con el problema que investigamos. Este método permitió someter cada uno de los factores que componen el modelo de diamante de Porter a un proceso de análisis y luego sintetizarlos, para determinar de mejor manera las probables causas y las soluciones más convenientes.

1.7.2.3. El método histórico comparado

Este método sirvió para investigar la situación presente comparada con los datos estadísticos de periodos anteriores. A través de este método ordenamos toda la información estadística relacionada con el presupuesto del estado y la asignación de recursos para la provincia de Manabí.

1.7.3. Selección de la muestra

Para la selección de la muestra para nuestra investigación consideramos a una del tipo dirigida no probabilística, los parámetros muestrales definidos y que fueron base de nuestra investigación se detallan a continuación:

- a) Agencias y operadores de turismo legalmente autorizados a ejercer su función.
- b) Turistas de ambos sexos, que disfrutaban de los atractivos de la provincia de Manabí, del 15 de mayo al 15 de junio del 2005.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- c) Ejecutivos nacionales y extranjeros que se hospedaron en los hoteles Oro Verde de Cuenca, Hotel Colon de Quito y Guayaquil, durante la última semana del mes de junio del 2005.
- d) Funcionarios públicos encargados de la gestión pública en la provincia.
- e) Expertos en materia turística y personas vinculadas directa o indirectamente con el turismo.

1.7.4. Fuentes y técnicas para la recolección de la investigación.

Las técnicas de investigación son las formas específicas de obtener información para responder a las hipótesis planteadas y explicar el problema de la manera más objetiva y real posible, las técnicas y fuentes utilizadas para explicar y responder a la hipótesis fueron:

1.7.4.1. Las técnicas.

Las técnicas que utilizamos en nuestra investigación se detallan a continuación:

1.7.4.1.1. La técnica de la observación científica:

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el mundo exterior de los individuos, esta técnica nos permitió registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno de cada uno de los atractivos de la provincia coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1.7.4.1.2. Observación de campo:

Es la que realizamos, en forma directa, aplicada a cada sitio de interés, en la observación de las personas, el turista, su comportamiento y el entorno general. Este tipo de observación se realizó con la ayuda de instrumentos mecánicos tales como: filmadoras, cámaras fotográficas, binoculares y grabadoras de sonido.

1.7.4.1.3. Observación indirecta

Este tipo de observación la realizamos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, películas, fotografías, gráficos, esquemas, mapas, lo que permitió ponernos al contacto con el objeto observado sin estar presente. Mediante este tipo de observación, nos pusimos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna nos favoreció enormemente, la televisión, teléfono, Internet.

1.7.4.1.4. La técnica de la encuesta.-

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogimos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con el turismo de la provincia, constituyéndose éste en un instrumento técnico de gran importancia.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1.7.4.1.5. La técnica de la entrevista.-

*Se entrevista
O no?*

La entrevista es una técnica de investigación que consiste en recoger información oral, en una forma personal y directa; nos permitió obtener información, de parte de funcionarios públicos y privados sobre aspectos del turismo y su relación con el gobierno, así como de turistas y pobladores de los sitios turísticos sobre aspectos relacionados con el servicio y la atención.

1.7.4.1.6. La técnica de la lectura científica.-

Es la técnica de investigación secundaria que permite recoger información de tipo bibliográfico, la que encontramos en abundancia, pero prácticamente escasa sobre todos los temas relacionados con el turismo nacional; información que nos permitió recopilar y fundamentar nuestras ideas y teorías sobre el turismo, desarrollo de productos turísticos y diseño de estrategias.

1.7.4.2. Las fuentes.

Se consideró como fuente de recolección de información, a la disponibilidad bibliográficas sobre el turismo en la provincia de Manabí, de orden oficial y particular y a las establecidas por organizaciones que permitieron el acceso a esa información vía internet.

1.7.5. Tratamiento de la Investigación.

De las entrevistas y observaciones efectuadas se procedió a recopilar la información, y ha elaborar cuadros estadísticos que resuman la información y que nos permiten visualizar de mejor manera cual es la oferta, la planta e infraestructura

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

que tienen disponible los turistas que visitan a la provincia de Manabí y cuales son sus insatisfacciones y su opinión respecto a un turismo alternativo, se elaboró en base de una muestra aleatoria, que fue significativa y que representó a la cantidad de turistas que visitan la Provincia, valiéndonos adicionalmente de la información proporcionada por el ministerio de turismo, cámara de turismo y subsecretaria de turismo.

1.8. Resultados esperados.

Con la investigación que presentamos, así como las estrategias diseñadas en el capítulo tres y el inventario de los atractivos presentado en el Anexo “A”; pretendemos que las entidades publicas y privadas relacionadas con el turismo de la provincia de Manabí, actualicen sus registros de atractivos y sitios de interés turístico, se incorpore a su gestión las acciones estratégicas planteadas y que en conjunto la información coadyuven a la generación de recursos para la población manabita, así como también sea consideradas como fuente de criterios valederos para mejorar y hacer a la administración publica en la provincia, más eficiente.

Para facilitar la comprensión de la presente investigación, se ha organizado de la siguiente manera, en el primer capítulo efectuamos un resumen de la fundamentación teórica sobre el cual se basa nuestra investigación; en el segundo capítulo mediante utilización de la metodología de investigación científica y herramientas de calidad realizamos el análisis y diagnostico de los problemas y determinamos las causas que en mayor proporción inciden en el problema; sobre las cuales en el tercer capítulo efectuamos el diseño y presentación de las estrategias mas viables a aplicar para solucionar el problema; posteriormente se encuentran las conclusiones y recomendaciones que resumen el trabajo investigativo, se agrega adicionalmente la bibliografía que sirvió de referencia teórica para la investigación, para al final estar detallados todos los anexos que sirven de sustento al trabajo efectuado.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN EL ECUADOR

2.0. El Turismo en el Ecuador.

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de aves. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado.

Asimismo, posee una amplia gama de culturas. En sus tres regiones continentales conviven 13 nacionalidades indígenas, que tienen su propia cosmovisión del mundo. Los pueblos Quichua del Oriente, Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo están en la Amazonia. En los Andes, están los Quichuas de la Sierra con sus coloridos pueblos como los Cañaris o Saraguros. La Costa, en cambio, alberga a los AWA, Chachis, Cayapas, Tsáchilas y Huancavilcas., en las urbes, viven principalmente mestizos, blancos y afroecuatorianos. El idioma oficial es el castellano, pero hay otras lenguas indígenas como el quichua shimi, awapit, cha'palachi, tsafiqui, paicoca, a'ingae, huaotirio, shuar-chichan y záparo.

Muchas de estas nacionalidades y pueblos aprovechan los recursos de la tierra para dar vida a la artesanía. La producción de tejidos, sombreros o el tallado de madera representan la forma de vida de sus pueblos, su religión y mitos. En los Andes hay una rica producción textil y de cuero. En la zona del Austro, en Chordeleg, la plata y el oro se trabaja finamente, en la Costa y la Amazonia, en provincias como Napo y Manabí, la cerámica y la paja toquilla son parte de la

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

cotidianeidad de su gente. Hombres y mujeres saben cómo dominar y dar forma al barro y a las fibras vegetales.

La estratégica ubicación del Ecuador, ha hecho que muchos inversionistas y empresarios del siglo XXI se den cita en el país. Desde la mitad del mundo abre sus puertas al intercambio comercial y cultural. Es el primer productor de banano y uno de los más importantes exportadores de flores. El turismo se encuentra como uno de los principales rubros de ingresos del país, al ser un país petrolero por naturaleza, el petróleo genera el principal ingreso de divisas. El camarón y el cacao son también de suma importancia para la economía de esta nación, que tiene al dólar estadounidense como su actual moneda.

En Ecuador desde la década de los 40, se realizaron los primeros esfuerzos por atraer el turismo internacional al dotar al país con la primera línea aérea doméstica SEDTA de origen alemana, cuyos servicios se vieron interrumpidos por la Segunda Guerra Mundial. Es la empresa PANAGRA quien al iniciar sus vuelos entre Quito, Cuenca, Guayaquil, Loja, Manta y Esmeraldas permitía que el destino Ecuador sea promocionado dentro de su paquete de 21 días por Sudamérica llamado “Circuito Interamericano de PANAGRA”.

Gracias a la formación y experiencia adquirida en esta empresa, algunos entusiastas funcionarios crean en 1947 la primera agencia de viajes, Ecuadorian Tours; en 1950 se abre Metropolitan Touring y en 1956 Turismundial. Los primeros intentos por realizar viajes hacia las Islas Galápagos se dan en los años 50, el primero de los cuales se lo realiza desde Guayaquil a bordo de una pequeña embarcación llamada “el Cristóbal Carrier”.

La primera manifestación de promoción oficial de turismo se dió durante el Gobierno del Presidente Galo Plaza Lasso (1948-1952), quien además creó la primera oficina para este fin, esta funcionaba adscrita a la Presidencia de la

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

República. En esta administración se realizó la primera “caravana” por Estados Unidos llevando folletería y artesanías típicas del país.

A los hoteles tradicionales Majestic y Humbolt en la capital, se une el Hotel Quito que fue construido con el fin de dotar a la capital de la República con el primer hotel de lujo, administrado por una cadena internacional, la Intercontinental, lo que permitió una difusión del destino a través de guías hoteleras internacionales.

En 1969 la empresa Metropolitan Touring inicia los viajes a las Islas Galápagos por vía marítima, encontrándose con la necesidad de iniciar la promoción de sus productos en el exterior mediante visitas “puerta a puerta”; a pesar de que en 1964 el Gobierno creó la Corporación Ecuatoriana de Turismo CETURIS, por su inadecuado funcionamiento la promoción de Ecuador estuvo en manos del sector privado.

Aunque el turismo internacional moderno tiene una primera etapa de desarrollo entre 1945 y 1958, es en el segundo período que va de 1959 a 1973 que Ecuador encuentra un nicho en el mercado del turismo internacional. Sin embargo, la expansión del sector se da a mediados de los años ochenta, en que aparecen nuevos prestadores de servicios turísticos a todo nivel.

El sector turístico en Ecuador se ha caracterizado por un crecimiento promedio del 7% anual en la última década; aunque de acuerdo al registro de la O.M.T. para el 2004 fue del 4%; este crecimiento que, con excepción del año 1995 (guerra del Cenepa) y 1997 (fenómeno de El Niño), se ha mantenido a la par del crecimiento de las exportaciones del Ecuador.

Sin embargo, aún considerándose a la actividad turística como un área estratégica para el crecimiento de la economía, no se ha logrado establecer planes

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

adecuados integrales y sostenibles de desarrollo. Esta es la razón por la que los resultados todavía son poco favorables en el ámbito económico nacional. Esto se debe también a restricciones de tipo presupuestario, a la inestabilidad y poca continuidad en la gestión de los organismos oficiales de turismo y al exceso de protagonismo y falta de consensos y cooperación entre los gremios del sector, en sus mismas filas y en su relación con el ámbito oficial del turismo en Ecuador. Este fenómeno, en mayor o menor medida, se repite en cada una de las regiones analizadas para el presente estudio.

El sector turístico nacional gira alrededor de las empresas que conforman la planta y las actividades de servicios al turista, desde el alojamiento, alimentos & bebidas, transporte, esparcimiento y operación propiamente dicha, hasta los servicios básicos y vialidad, que conforma la infraestructura turística.

De acuerdo con el catastro oficial, administrado por el Ministerio de Turismo, en Ecuador hay 2.177 establecimientos de alojamientos, 5.879 empresas de alimentos & bebidas, 446 establecimientos de esparcimiento, 33 servicios de transporte turístico y 714 empresas de operación y servicios turísticos.

En base del boletín estadístico presentado por la Comunidad Andina de Naciones en lo que respecta al sector de turismo registra que el turismo receptivo en los países de la Comunidad Andina, en el año 2003, registró 2,894 mil llegadas de turistas, cifra similar a la obtenida en el 2002. Cabe destacar que Colombia y Venezuela registraron un turismo receptivo menor al año anterior con disminuciones de 19% y 14% respectivamente.

En los últimos cinco años, 1999-2003, la Comunidad Andina captó 14 256 mil llegadas de turistas; Perú es el país que captó la mayor proporción de éstas con 30% del total de llegadas, seguidamente se encuentran Ecuador y Colombia con el 22% y 19% del total respectivamente, Venezuela con 17% y Bolivia con el 12 %.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Las llegadas de turistas a la Comunidad Andina, según zona de residencia habitual, muestran que durante el periodo 1999-2003, el 27% son provenientes de Estados Unidos; el 26% del CAN, el 25% de Europa, el 22% de Sudamérica y el Caribe y apenas el 1% de Asia.

Asimismo, el turismo intracomunitario llegó a 815 mil turistas en el año 2003 con un incremento de 5,3% con respecto al 2002. El turismo intracomunitario presenta una tendencia creciente, desde 612 mil turistas en 1999 hasta 815 mil turistas en el 2003, registrando una tasa de crecimiento del 7,4%.

Desde 1994 hasta el 2003, el ingreso de divisas en la Comunidad Andina generado por el sector turismo tuvo una evolución creciente, desde 2,101 millones de dólares hasta 2,409 millones de dólares respectivamente. Sin embargo, en los años 2002 y 2003 los ingresos de divisas generados por el sector turismo registraron 2 762 y 2 449 respectivamente.

Por lo expuesto podemos considerar al Ecuador como un potencial destino turístico para la demanda interna, de la comunidad andina, así como del mercado mundial, es por tanto, que las actividades relacionadas deben ser adecuadamente apoyadas para que exista un efectivo y sostenido desarrollo del turismo.

En la primera parte, procederemos al diagnóstico global de la provincia, para definir los principales sitios de interés susceptibles de generar demanda por parte de los mercados nacionales e internacionales; incluyendo la relación con los recursos disponibles para el desarrollo de la infraestructura y el nivel de servicio de la planta turística.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.1 La Provincia de Manabí.

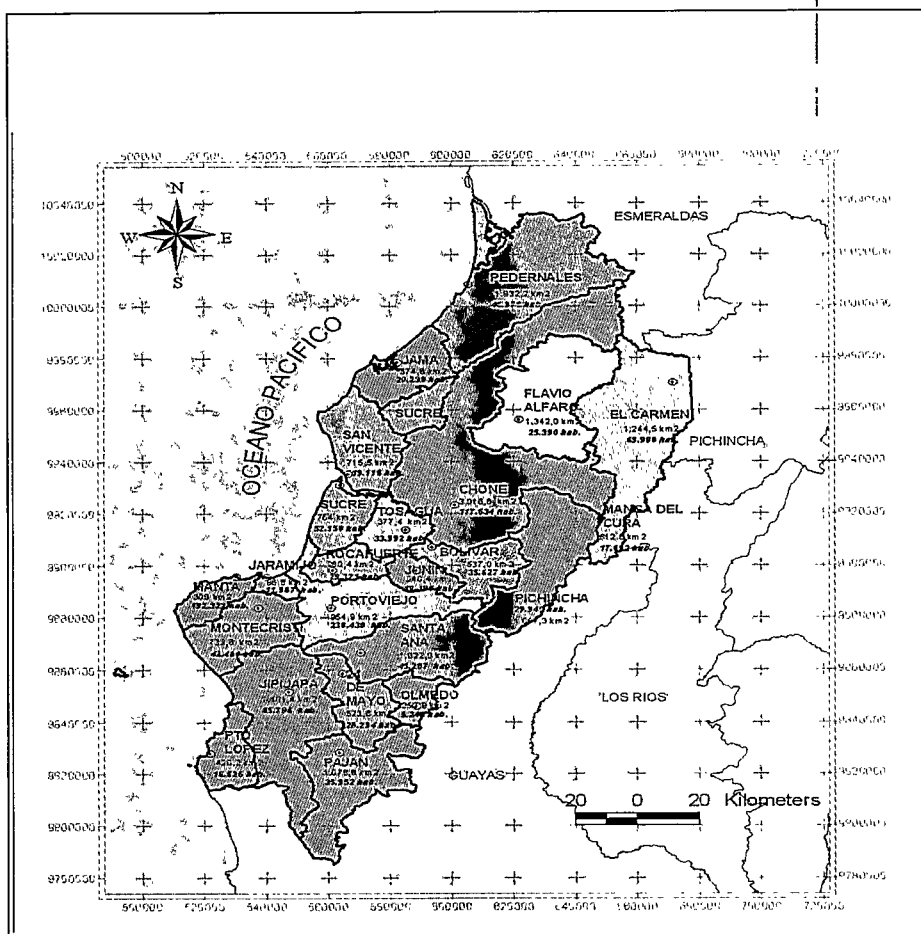


Figura # 2.1 Manabí: División Política

2.1.1 Aspectos Generales de la Provincia

Manabí, es una de las 22 provincias de Ecuador. Se ubica en la mitad de la República, a ambos lados de línea equinoccial, desde 0° 10' de Latitud Norte hasta 1° 50' de Latitud Sur; y, a 70° 55' de Longitud Oeste. Es una de las cinco provincias que forman la región de la Costa Longitudinalmente Manabí tiene una extensión de 230 Km. y de oeste a este hay 80 Km. Constituye el 7% del territorio ecuatoriano y el 30% del litoral. La extensión de sus costas comprende 300 Km. de playas y representan el 32% del total del perfil costanero.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al este con Pichincha y Guayas, al sur con Guayas, y al oeste con el océano Pacífico. Las elevaciones que tiene Manabí no sobrepasan los 700 metros sobre el nivel del mar. En el centro y norte de la provincia se encuentran las montañas de Jama, Chindul, Canoa y Los Liberales. Su capital es Portoviejo.

2.1.2 Aspectos Geográficos

La provincia de Manabí esta formada por 22 cantones y que para su mejor entendimiento procederemos a detallarlos:

CANTON: PORTOVIEJO						
CABECERA CANTONAL: PORTOVIEJO						
POBLACION:	238,430 HABITANTES					
FECHA DE FUNDACION	12 de Marzo de 1535 por el Capitán Español Francisco Pacheco					
FECHA CIVICA	18 de Octubre de 1820 independencia de Portoviejo.					
PARROQUIAS URBANAS	Andrés de Vera	12 de Marzo	Portoviejo	San Pablo	Francisco Pacheco	Picoazá
PARROQUIAS RURALES	Abdón Calderón	Alajueta	Pueblo Nuevo	Riochico	San Plácido	Chirijos

Tabla # 2.1. Cantón Portoviejo

El cantón Portoviejo esta formado por 12 parroquias, seis de las cuales son urbanas y 6 parroquias rurales, es el que concentra la mayor parte de la población de la provincia, la cabecera cantonal es la ciudad de Portoviejo conocida como la ciudad de Los Reales Tamarindos, esta ciudad también es la capital de la provincia de Manabí.

En la ciudad todavía quedan unas pocas casas antiguas, muestras de la arquitectura de finales de siglo XIX y comienzos del XX. Entre sus principales atractivos están las playas de Crucita, la laguna del Encanto en San Plácido, el Estadio Reales Tamarindos, las iglesias Catedral Metropolitana y El Sagrario, en el

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

centro de Portoviejo, y las fiestas que se celebran el 24 de septiembre en honor a la patrona, la Virgen de la Merced y las de independencia, el 18 de octubre.

CANTON MANTA				
CABECERA CANTONAL: MANTA				
POBLACION:	192.322 HABITANTES			
FECHA CIVICA	4 de Noviembre de 1922, en que se lo eleva a la categoría de cantón			
PARROQUIAS URBANAS	Manta	Los Esteros	San Mateo	Tarqui Eloy Alfaro.
PARROQUIAS RURALES	Santa Marianita		San Lorenzo	

Tabla # 2.2 Cantón Manta.

El cantón Manta, es uno de los más importantes de la provincia, este cantón tiene siete parroquias (2 rurales y 5 urbanas). Ubicado en la costa del Océano Pacífico, posee el mejor puerto marítimo de la provincia, por sus aguas profundas, la gran infraestructura le permite recibir barcos de gran calado que navegan por mares internacionales.

Además ofrece hermosas playas, que son visitadas por turistas. Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y posee un clima subtropical entre seco y húmedo. Tiene dos aeropuertos domésticos y uno internacional (de carga).

La población de este cantón principalmente se ubica en la parte urbana dedicándose a las actividades portuarias, pesquera, turística e industrial.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En Chone funcionan extensiones de las principales universidades, como son la Universidad Técnica de Manabí, (UTM), la Universidad Laica Eloy Alfaro de (ULEAM), la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), la Abierta de Loja, permitiendo a la juventud escoger la profesión acorde con sus aptitudes, para servir al desarrollo del país en un futuro cercano.

CANTON EL CARMEN		
CABECERA CANTONAL: EL CARMEN		
POBLACION:	69,998 HABITANTES	
FECHA DE CREACION	Por resolución No. 079 de la Asamblea Nacional Constituyente de Junio 8 de 1967.	
FECHA CIVICA	3 de Julio de 1976, Publicado en el Registro Oficial.	
PARROQUIAS URBANAS	4 de Diciembre	El Carmen
PARROQUIAS RURALES	San Pedro de Suma.	Wilfredo Loor Moreira (El Maicito)

Tabla # 2.4 Cantón El Carmen.

El Carmen, esta ubicado en la zona norte oriental de la provincia, el 52% de la población ocupa la zona rural y el 48% habita en la zona urbana. Las parroquias urbanas son: 4 de Diciembre y El Carmen. Y cuenta con dos parroquias rurales que son: San Pedro de Suma y Wilfredo Loor Moreira.

La economía de este cantón se basa en el comercio, a ganadería y la agricultura en general.

CANTON JIPIJAPA							
CABECERA CANTONAL: JIPIJAPA							
POBLACION:	65,796 HABITANTES						
FECHA DE CREACION	25 de Junio de 1824, mediante la Ley de División territorial de la Gran Colombia						
FECHA CIVICA	15 de Octubre de 1820, Independencia de Jipijapa						
PARROQUIAS URBANAS	Jipijapa			La FAE			
PARROQUIAS RURALES	La América	El Anegado	Julcuy	La Unión	Membrilla	Puerto Cayo	Pedro Pablo Gómez

Tabla # 2.5 Cantón Jipijapa

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El Cantón Jipijapa esta ubicado en parte sur de la provincia, limita al norte con el cantón Portoviejo, al sur con la provincia del Guayas, al oeste con el cantón Puerto López y el Océano Pacífico, y al este con los cantones Paján, Sucre y Santa Ana. Es conocido como “La Sultana del Café” por ser durante muchos años productora de café arábigo, introducido por los españoles y que se lo cultivó preferentemente en la zona sur, en las tablas de Jipijapa.

“Su nombre se debe a que antiguamente estuvo poblada por la tribu indígena xipixapas, aunque se especula que también los mayas se extendieron por esta región”.² Como recursos turísticos cuenta con las playas de Puerto Cayo, Centro Cultural Municipal, aguas termales en Andil, Choconchá y Joá, estos últimos constituidos en lugares históricos y se presume que fueron construidos por los indios Mayas, que a su paso por la región dejaron sus huellas.

Entre los aspectos culturales, históricos y folclóricos se destacan la iglesia de San Lorenzo y las manifestaciones religiosas que se dan en torno a la Virgen de Agua Santa.

Entre los platos típicos de este cantón están el greñoso, el bollo, tortillas de maíz. El 45% de la población habita en la zona rural y el 55% en la zona urbana, teniendo como actividades principales el comercio, la agricultura y la artesanía.

CANTON SUCRE		
CABECERA CANTONAL: BAHIA DE CARAQUEZ		
POBLACION:	52.158 HABITANTES	
FECHA CIVICA	3 de noviembre de 1875, elevado a la categoría de Cantón	
PARROQUIAS URBANAS	Bahía de Caráquez	Leonidas Plaza
PARROQUIAS RURALES	Charapoto	San Isidro

Tabla # 2.6 Cantón Sucre.

² Eduardo Almeida Reyes, “Culturas Prehispánicas del Ecuador”, Quito Ecuador, 2000.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El cantón Sucre se encuentra ubicado al borde del Océano Pacífico el 62% de la población vive en la zona rural y solo un 38% en la zona urbana.

La ciudad con mayor número de habitantes es Bahía de Caráquez, es una ciudad turística, posee un malecón donde se ubican varios restaurantes con vista panorámica al mar, también cuenta con una buena infraestructura hotelera para ofrecer a los visitantes.

CANTON PEDERNALES			
CABECERA CANTONAL: PEDERNALES			
POBLACION:	46.876 HABITANTES		
CREACION	30 de marzo de 1991		
FECHA CIVICA	cada 22 de octubre		
PARROQUIAS URBANAS	Pedernales		
PARROQUIAS RURALES	Cojimies	10 de agosto	Atahualpa

Tabla # 2.7 Cantón Pedernales

Pedernales, es un cantón joven, que fue elevado a esta categoría el 30 de marzo de 1992. Está ubicado al norte de Manabí y ocupa 1.460,7 kilómetros cuadrados.

Fue asentamiento de la cultura Jama-Coaque, que fue encontrada por los españoles a orillas del río del mismo nombre, y de la cual se conservan algunos vestigios cerámicos.

Pedernales es un polo de desarrollo, debido a que la naturaleza lo ha dotado de diferentes atractivos. Está atravesado por la Línea Ecuatorial, Es un cantón ganadero, agrícola, camaronero y turístico.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En este cantón encontramos la vasta playa de Cojimíes, rodeada de 45 kilómetros de palmeras de coco, es apta para un sinnúmero de actividades. Aquí los navegantes viajan por aguas quietas cerca de pequeños islotes, los cuales conservan varias especies de aves marinas, que se hacen sentir con sus fuertes chillidos.

CANTON SANTA ANA				
CABECERA CANTONAL: SANTA ANA DE VUELTA LARGA				
POBLACION:	45,287 HABITANTES			
FECHA CREACION	Ley de división territorial de abril 17 de 1884.			
FECHA CIVICA	2 de agosto de 1884, instalación del primer municipio			
PARROQUIAS URBANAS	Santa Ana		Lodana	
PARROQUIAS RURALES	Ayacucho	Honorato Vásquez	La unión	San Pablo de Pueblo Nuevo

Tabla # 2.8 Cantón Santa Ana

Santa Ana es un cantón cuya población es mayormente rural con el 82%, únicamente el 18% habita en la zona urbana; siendo las principales actividades de su gente la agricultura y la ganadería.

El aguardiente y la panela constituyen una industria ancestral, cuya materia prima es la caña de azúcar, que se ha mantenido en la economía de ciertos cantones manabitas como Santa Ana.

Este cantón también ha sufrido el impacto de la emigración abandonando las áreas agrícolas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CANTON MONTECRISTI	
CABECERA CANTONAL: MONTECRISTI	
POBLACION:	43.400 HABITANTES
FECHA CIVICA	23 de Octubre de 1820, Independencia de Montecristi.
FECHA CREACION	25 de Junio de 1824, creado por la Ley de División Territorial de la. Gran Colombia
PARROQUIAS URBANAS	Colorado Montecristi
PARROQUIAS RURALES	La Pila.

Tabla # 2.9 Cantón Montecristi

Montecristi, cantón manabita a 24 kilómetros de la capital Portoviejo, tiene el honor de ser la cuna de Eloy Alfaro, hombre que impuso su ideología revolucionaria y liberal en beneficio de los ecuatorianos.

Los 37.472 habitantes aproximadamente, viven en su mayoría del comercio de artesanías que es otro orgullo de trabajo y desarrollo. Esta ciudad esta ubicada en los bajos del cerro Montecristi que tiene 443 metros de altura y una temperatura media anual de 24 grados centígrados; tiene precipitaciones oscilares entre los 250 y 500 milímetros.

Su clima es ideal para quienes la visitan, pues al noreste también se encuentra el Cerro de Hojas con una altura de 400 metros.

Sus habitantes son amables y no niegan la hospitalidad a los turistas que día a día se dirigen a conocer los encantos que la hacen tan especial.

En la zona comercial de la avenida principal se tiene a disposición el Museo-Biblioteca Eloy Alfaro, cientos de lugares de artesanías, la iglesia con su patrona la Virgen de Monserrate, talleres de confección del famoso sombrero de paja toquilla, y sobre todo el legado cultural de esta tierra de tradiciones.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CANTON PAJAN			
CABECERA CANTONAL: PAJAN			
POBLACION:	35,952 HABITANTES		
FECHA CIVICA	7 de Noviembre de 1951 fue elevado a la categoría de cantón		
PARROQUIAS URBANAS	Paján.		
PARROQUIAS RURALES	Campezano	Cascol	Guale Alejo Lascano.

Tabla # 2.10 Cantón Paján

Paján esta ubicado al sur de la provincia de Manabí, el 83% de la población habita en el área rural y tan solo un 17% en la zona urbana.

Las principales actividades económicas de los pobladores son la agricultura y la ganadería, son productores de café, achote, maíz, arroz, plátano, paja toquilla, entre otros. Respecto a la ganadería cuenta con varias haciendas y ranchos.

Durante la estación invernal se presenta un hecho singular, por sus calles hay mayor afluencia de ganado caballar que vehículos, preferentemente los días feriados, sábados y domingos. La cascada de Procel es un atractivo natural impresionante, que se mantiene durante todo el verano, es decir no seca.

CANTON BOLIVAR	
CABECERA CANTONAL: CALCETA	
PARROQUIA URBANA:	Calceta
POBLACION	35,627 HABITANTES
FECHA CIVICA:	13 de Octubre de 1913, elevado a la categoría de cantón.
PARROQUIAS RURALES:	Membrillo Quiroga

Tabla # 2.11 Cantón Bolívar

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El cantón Bolívar también es netamente agrícola, el 60% de la población habita en la zona rural, en este cantón se existen grandes sembríos de caña de azúcar y por consiguiente las destilerías de este cantón son las proveedoras de las empresas procesadoras y envasadoras del aguardiente de la provincia, que se comercializa a nivel nacional. En el cantón Bolívar y su capital, Calceta, se puede realizar la observación y paseos en la presa de La Esperanza.

CANTON TOSAGUA		
CABECERA CANTONAL: TOSAGUA		
POBLACION:	52.158 HABITANTES	
FECHA CREACION	20 de enero de 1984, elevado a la categoría de cantón	
FECHA CIVICA	enero 25 de 1984	
PARROQUIAS URBANAS	Tosagua	
PARROQUIAS RURALES	Bachillero	La Estancia

Tabla # 2.12 Cantón Tosagua

Tosagua es un cantón joven con el 75% de población rural y el 25% población urbana, cuenta con 52,158 habitantes. Las principales actividades económicas a las que se dedica la población de este cantón son la agricultura, ganadería, manufactura y el comercio.

El nombre del cantón se debe a que en esta zona habitó la Tribu de los Tosahuas, que estaba formada por hombres humildes, sencillos y pacíficos; amantes de la paz y el trabajo. Vivían del producto de la tierra, de la pesca, de la caza y del comercio.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CANTON PICHINCHA		
CABECERA CANTONAL: PICHINCHA		
POBLACION:	29,945 HABITANTES	
FECHA CREACION	Ley N°25 Registro Oficial No. 434 de Mayo 13 de 1986.	
FECHA CIVICA	22 de Junio de 1986	
PARROQUIAS URBANAS	Pichincha.	
PARROQUIAS RURALES	Barraganete	San Sebastián

Tabla # 2.13 Cantón Pichincha

El cantón Pichincha, se caracteriza por ser zona ganadera más que agrícola, su población esta localizada en su mayoría en la zona rural 88%.

Como zona ganadera es uno de los principales cantones que provee de productos lácteos a la región, acreditándose un gran prestigio en la gastronomía ecuatoriana. El queso manabita, la mantequilla y el manjar de leche son productos que no pueden faltar en la mesa de los manabitas.

CANTON ROCAFUERTE	
CABECERA CANTONAL: ROCAFUERTE	
POBLACION:	29,321 HABITANTES
FECHA CIVICA	30 de Septiembre de 1852, en que se. lo eleva a categoría de cantón
PARROQUIAS URBANAS	Rocafuerte.

Tabla # 2.14 Cantón Rocafuerte

El cantón Rocafuerte, es un Cantón netamente agrícola dedicando al uso del suelo 21.79% a cultivos transitorios, el 2.11% a cultivos permanentes como el café, el 11.32% destinados al cultivo de pastos, 19.4 % a montes y bosques, 7.83% no son utilizados. El 72% de la población vive en la zona rural.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CANTON 24 DE MAYO			
CABECERA CANTONAL: SUCRE			
POBLACION:	28,294 HABITANTES		
FECHA CIVICA	15 de febrero de 1945, elevado a la categoría de cantón y 10 de agosto y 10 de septiembre de 1944 creación de comité de cantonización.		
PARROQUIAS URBANAS	Sucre		
PARROQUIAS RURALES	Bellavista	Noboa	Sixto Duran Ballén

Tabla # 2.15 Cantón 24 de Mayo

El Cantón 24 de Mayo, también es un cantón agrícola, sus pobladores se dedican al cultivo de productos de ciclo corto, así como también al cultivo de café, cacao y caña de azúcar. La ganadería también ocupa un puesto importante en los sectores productivos de la zona.

Únicamente el 16% de la población habita en el área urbana. La parroquia Noboa, perteneciente al cantón 24 de Mayo, es un sector eminentemente agrícola que brinda atractivos turísticos, principalmente el río, bañado con aguas cristalinas y transparentes, con extensas playas adecuadas naturalmente para la recreación familiar y de manera preferente para la niñez, pues no representa peligro.

CANTON FLAVIO ALFARO			
CABECERA CANTONAL: FLAVIO ALFARO			
POBLACION:	25,390 HABITANTES		
FECHA DE CREACION	Abril 29 de 1988, mediante Ley No. 89, publicada R.O.No.925		
FECHA CIVICA	29 de Abril de 1988		
PARROQUIAS URBANAS	Flavio Alfaro.		
PARROQUIAS RURALES	San Francisco de Novillo	Zapallo.	

Tabla # 2.16 Cantón Flavio Alfaro

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es una zona netamente ganadera dedicando mas del 60% de su superficie para el cultivo de pastizales, de acuerdo con el ultimo censo agropecuario del año 2000 en esta zona se registra la existencia 74,804 cabezas de ganado bovino.

La producción de leche, quesos, manjar de leche, mantequilla y otros derivados ocupa gran parte de la mano de obra de la zona.

CANTON JAMA	
CABECERA CANTONAL: JAMA	
POBLACION:	20,230 HABITANTES
CREACION	Mediante Ley N°70 del 26 de febrero de 1998 Publicada en el registro oficial N° 280 del 20 de marzo de 1998
PARROQUIAS URBANAS	Jama.

Tabla # 2.17 Cantón Jama

Jama, es un cantón Costero. La mayor parte de su población vive en el área rural (77%). Tiene grandes extensiones de bosque, donde puede observarse la flora y la fauna nativa del sector. A diferencia de los otros cantones ubicados en el perfil costanero de la provincia, Jama no ha sido explotado turísticamente; existe poca inversión en este sector económico.

CANTON SAN VICENTE	
CABECERA CANTONAL: SAN VICENTE	
POBLACION:	19,116 HABITANTES
FECHA DE CREACION	Mediante Ley N° 99-45, publicada en el registro oficial N° 25 del 24 de noviembre de 1999
FECHA CIVICA	16 de Noviembre
PARROQUIAS URBANAS	San Vicente
PARROQUIAS RURALES	Canoa

Tabla # 2.18 Cantón San Vicente

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El Cantón San Vicente, también se encuentra en la zona costanera, esta separado por un brazo de mar de Bahía de Caráquez. Zona donde habitan pescadores disfrutando de las extensas y placenteras playas de Canoa. El 57% de la población habita en la zona rural. San Vicente, comparte el estuario del río Chone y otras maravillas más con **Bahía de Caráquez**, allí se pueden observar manglares y aves marinas. En este lugar está ubicada una zona de bosque seco-tropical.

CANTON JUNIN	
CABECERA CANTONAL: JUNIN	
POBLACION:	18, 491 HABITANTES
FECHA CIVICA	8 de Noviembre de 1952, elevado a la categoría de cantón
PARROQUIAS URBANAS	Junín.

Tabla # 2.19 Cantón Junín

El Cantón Junín, también cuenta con grandes zonas de vegetación, la población se dedica a la actividad ganadera, avícola y agrícola. En este cantón encontramos la Casa del Diablo, obra construida en piedra por los aborígenes de Junín.

CANTON PUERTO LOPEZ	
CABECERA CANTONAL PUERTO LOPEZ	
POBLACION:	16,626 HABITANTES
FECHA DE CREACION	22 de Agosto de 1994.
FECHA CIVICA	Cada 31 de Agosto
PARROQUIAS URBANAS	Puerto López
PARROQUIAS RURALES	Salango. Machalilla

Tabla # 2.20 Cantón Puerto López

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Puerto López, es un bello cantón de pescadores y aves marinas, que juntos ofrecen un bello espectáculo para los que lo visitan. Un mar con tranquilas y cristalinas aguas brindan el ambiente adecuado para el descanso.

En este sector es base de los avistamientos de uno de los mas bellos cetáceos del océano, por esta razón se convierte en uno de los cantones con mayor número de visitantes nacionales o extranjeros.

CANTON: JARAMIJO	
CABECERA CANTONAL: JARAMIJO	
POBLACION:	11,967 HABITANTES
FECHA CREACION	28 de Abril de 1998
FECHA CIVICA	28 de Abril de 1998
PARROQUIAS URBANAS	Jaramijó.

Tabla # 2.21 Cantón Jaramijó

El cantón Jaramijó, pueblo de pescadores artesanales, el 94% de la población habita en zona urbana.

Tiene poca infraestructura para ofrecer a los turistas, sin embargo posee bellos paisajes.

CANTON OLMEDO	
CABECERA CANTONAL: OLMEDO	
POBLACION:	9,243 HABITANTES
FECHA CREACION	Agosto 2 de 1994.
FECHA CIVICA	Instalación del primer cabildo, febrero 25 de 1995 y aniversario el 31 de Agosto
PARROQUIAS URBANAS	Olmedo.

Tabla # 2.22 Cantón Olmedo

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es el cantón que posee el menor número de habitantes, el 79% de la población pertenece a la zona rural, dedicándose la mayor parte al cultivo agrícola y al comercio.

2.1.2.1 Temperatura

El clima es bastante equilibrado, con temperaturas promedio que alcanzan 25°C, aunque las máximas pueden llegar a 36°C. Existe una zona con clima tropical sabana hacia la costa y otra de tropical monzón, que ocupa el sector occidental.

Manabí tiene aproximadamente 350 kilómetros de costa marítima, la que presenta importantes accidentes geográficos como la bahía de Cojimíes, punta Jama, el Cabo Pasado, la bahía de Caráquez, la bahía de Manta, punta de Jaramijó, el cabo de San José, el cabo de San Lorenzo, la ensenada de Cayo y las islas de La Plata y Salango.

También está formada por una zona serrana, paralela a la costa, y una llanura litoral. Se trata de las cordilleras de Colonche-Balzar, prolongación de las sierras de Guayas, altas y quebradas en el sur. La llanura costera da origen a una costa baja y perfilada por amplias bahías, que se extienden entre contrafuertes rocosos, los cabos o puntas. Según su importancia, destacan los cabos Pasado, de San Mateo y de San Lorenzo, en primer lugar, y las puntas de Pedernales o Bellaca en segundo. El cabo Pasado constituye la entrada a la costa árida, pues es a partir de él y hacia el sur donde más se dejan sentir los efectos de la corriente de Humboldt, con unas precipitaciones que oscilan entre los 250 y los 500 mm anuales. Hacia el norte y el interior, el clima se vuelve más húmedo. Así, se pasa de una vegetación xerófila a formaciones de selva tropical.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.1.2.2 Hidrografía

La red hidrográfica de la provincia cuenta con pocos ríos perennes; entre los más destacados se encuentran: Manta, Portoviejo, Chone y Briceño siendo el río más importante por su caudal el río Chone, que nace en las faldas occidentales de la cordillera de Balzar para desembocar en Bahía de Caráquez; Sus afluentes son los ríos Garrapata y el Río Grande por el margen derecho y el río Tosagua con sus afluentes el Canuto y el Calceta por el margen izquierdo; ésta cuenca es una de las más importantes de la provincia. Al Noroeste del cantón Chone nace el río Quinindé, que viene de la vertiente del río Esmeraldas, va hacia el Oriente y el Norte, recibiendo las aguas de importantes ríos como el Piojito y el Mongoya. Hay otros ríos de importancia como el Jama con su tributario el Mariano y el Canoa, que recibe las aguas del Tabuchilla y del Muchacho. En las montañas de Paján y Puca nace el río Portoviejo, que desemboca en la Bahía de Charapotó.

2.1.3 Aspectos Históricos

En Manabí se asentó el pueblo de los manabíes, por lo que más tarde tomó el nombre de Manabí, que en lenguaje primitivo significa "Sin agua".

En el aspecto histórico-cultural, Manabí es una región de notable riqueza; aquí se asentaron algunas de las más importantes culturas de nuestro país, desde las más antiguas Precolombinas como Valdivia y Machalilla hasta la propia Mantense en el periodo de Integración.

Lo sitios arqueológicos de Manabí están entre los más importantes del Ecuador, entre los que destacan los hallazgos de historia como los restos de la cultura Jama Coaque un antiguo asentamiento urbano religioso conocido hoy como "San Isidro cuya ocupación más antigua se remonta a los últimos tiempos de Valdivia,

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

continuó con la tradición Chorrera, alcanzó el máximo esplendor en Jama Coaque I y culminó con una sociedad tardía identificada como Jama Coaque II”.³ Esta cultura sintetiza el proceso de ocupación, desarrollo y decadencia de los grupos humanos que se asentaron en un área comprendida entre Bahía de Caráquez y la desembocadura del río Esmeraldas. Esta área norte de Manabí, desde el punto de vista geográfico y ecológico, se encuentra en una transición entre las planicies semi desérticas del sur y el bosque húmedo tropical de Esmeraldas. Con toda seguridad el hombre aborígen del norte de Manabí compartió una ecología muy similar a la actual, en la cual se encuentran suelos aptos para la agricultura. De esta información se puede deducir que la subsistencia de los pobladores de esta cultura se conformó mediante la aplicación de métodos mixtos, entre los que se incluyen la pesca, cacería y el cultivo de la tierra.

La Cultura Manteña resume la experiencia de los pueblos del litoral ecuatoriano cuya presencia, científicamente comprobada, viene desde 10.000 años antes de Cristo, asentados en Choconchá, Jipijapa; Sucre, 24 de Mayo; Santa Ana; San Plácido, Portoviejo; y, Junín. 7.500 años antes de Cristo como Cultura Valdivia, asentados en Joa y Resbalón, Jipijapa; Pichincha, Bolívar y Flavio Alfaro. 2.500 años antes de Cristo como Cultura Machalilla asentado en Puerto López. 1.000 años antes de Cristo como Cultura Chorrera en Bahía de Caráquez y Chone.

500 años antes de Cristo como Cultura Jama Coaque habitando sectores desde Jama hasta La Tolita. En el inicio del Cristianismo hasta 500 años después de Cristo, como Culturas Bahía I, Bahía II en la Isla de la Plata y la zona norte de Manabí. Y, como Cultura Guangala asentada en la Península de Santa Elena y Chone. 500 años después de Cristo, la Cultura Manteña resume toda esa experiencia habitando una vasta región que comprende desde Atacames hasta Puná y las islas Floreana e Isabel en Galápagos. El territorio del norte de Manabí lo comparte con la Cultura Jama – Coaque.

³ Eduardo Almeida Reyes, “Culturas Prehispánicas del Ecuador”, Quito Ecuador, 2000.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

“Las ruinas de Jocay se veían, hasta 1906 desde el sur de lo que hoy es la ciudad de Manta, y se extienden sobre ella misma” cuentan los pobladores de la ciudad. Otros especulan “los restos de la antigua ciudad, eran tal vez superior a la extensión actual si nos regimos por las ruinas y depósitos de tiestos” “Probablemente en tiempos pasados estas ruinas llegaban hasta la playa, pero la población moderna ha eliminado toda traza de las casas antiguas”. Opinan los manabitas de mayor edad que habitan en la zona.

Entre las excavaciones que se han realizado se han encontrado restos de cientos de casas y montículos, y por todos lados innumerables tiestos rojizos sobre el terreno. Estas habitaciones muchas veces son de un cuarto; pero hay muchas de dos o más, y hasta de siete cuartos en un mismo edificio. Poco queda de las paredes, cuyas bases eran piedras enterradas de canto. El promedio de ancho de las paredes es de 91,4 centímetros a 122 centímetros, las hileras exteriores e interiores construidas de la misma manera y probablemente rellena con piedras y tierra. Las formas de los cuartos de muchas de estas casas aún pueden ser distinguidas, pero por generaciones el sitio ha servido de cantera para los habitantes de Manta, quienes constantemente llevan piedras de los muros para ser usadas en la ciudad.

Casas de piedra. Las construcciones de los aborígenes, generalmente eran hechas con bloques de adobe.

La ciudad de Manta se ha edificado sobre las ruinas de Jocay. No hay vestigios en la actualidad. Pero nadie puede poner en tela de duda que Jocay y Manta se entrelazan ha través de 1500 años de vida histórica.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.1.4. Aspectos Culturales

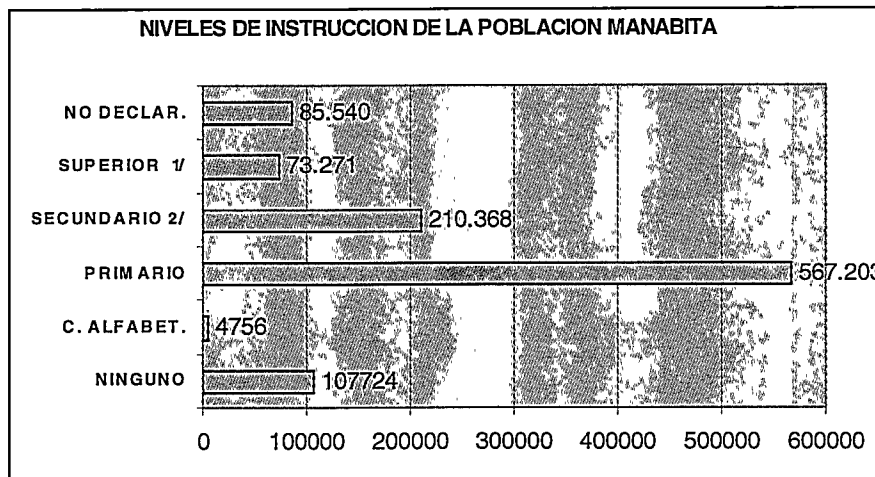


Gráfico # 2.1 Niveles de Instrucción en Manabí

El nivel de instrucción de la mayor parte de los habitantes de la provincia es bajo ya que el 54.1% de los habitantes únicamente ha cursado los estudios primarios, y el 10.3% de los pobladores mayores de 10 años, declara no tener ninguna clase de estudios, lo que nos permite decir que la mano de obra con la que se dispone en la provincia no es calificada, el 20.1% ha alcanzado estudios secundarios y de post bachillerato, los estudios superiores (incluido postgrados) representa el 7% de la población activa de la provincia.

2.1.4.1. Artesanía

Manabí ofrece una artesanía muy interesante: Hamacas de algodón y otras fibras; sombreros de paja toquilla; objetos de tagua y cerámica, guitarras, cestas y canastos de mimbre; aparejos para animales de carga y transporte; objetos de conchas marinas; réplicas de arqueología y mucho más. Es decir, una cantidad infinita de objetos que son trabajados a mano por los hábiles artesanos de la provincia, que, indiscutiblemente, tienen un alto valor de aprecio en los turistas.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En la parroquia La Pila del cantón Montecristi, la réplica de objetos arqueológicos se ha convertido en una floreciente actividad para los artesanos de este sector de la provincia.

En el sitio higuieron del cantón Rocafuerte dan forma a la tagua para convertirla en vistosos collares, adornos, replicas variadas de la flora y la fauna, que son el resultado del trabajo hábil de las manos de los artesanos manabitas con la tagua.

2.1.4.2. Gastronomía

Las delicias del mar con el toque especial de la cocina manabita, son una delicia para el paladar más exigente.

Una exquisita y rica variedad de dulces como los alfajores, huevos mollos. Cocadas, rombitos, higos rellenos y otros, son parte de la deliciosa variedad de los famosos dulces de Rocafuerte, así como también mistelas y licores.

Pero las sopas “viche de pescado”, elaborada con maní, y el “sancocho” con plátano y pescado, están todos los días en la mesa de turistas y pobladores. También se degusta el ceviche de concha y la concha SPONDYLUS. La cazuela de pescado y marisco es otro de los platos típicos. La sal prieta conocida como salsa en pasta de maní con maíz es el acompañante del tradicional plátano verde asado. Junto a estos platos existen otros platos más ligeros como las empanadas de verde, los patacones, los bolones, los chifles, pan de almidón, corviches y otros.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.1.5. Aspectos Demográficos

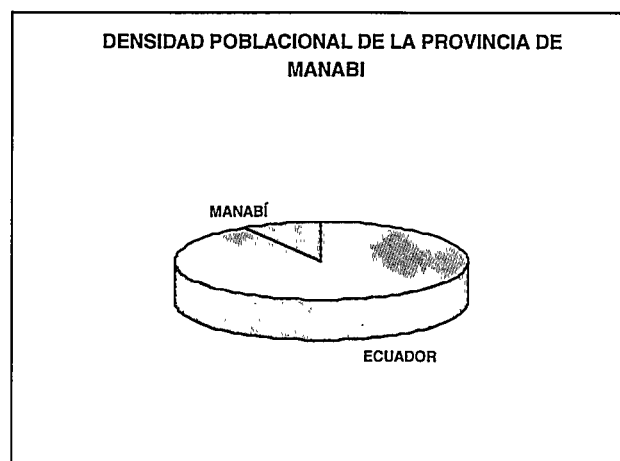
Tabla # 2.23. Crecimiento demográfico

PROVINCIA DE MANABI					
Censos desde 1950 al 2001					
AÑOS	P.PAIS	P. MANABI	% / PAIS	P.URBANA	P.RURAL
1950	3.202.757	401.378	12,5	75.208	326.170
1962	4.564.080	612.542	13,4	124.974	487.568
1974	6.521.710	817.966	12,5	218.003	599.963
1984	8.138.974	906.676	11,1	330.746	575.930
1990	9.697.979	1.031.927	10,6	463.567	568.360
2001	12.156.608	1.186.025	9,8	615.491	570.534

FUENTE: INEC-CENSO 2001

ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Gráfico # 2.2. Relación Poblacional



FUENTE: INEC-CENSO 2001

ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Según el Censo de 2001, la Provincia de Manabí registró 1,186.025 de habitantes, de los cuales 596,502 son hombres y 589,523 son mujeres, con lo que podemos decir que la población que predomina es la masculina con el 50.3%,

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

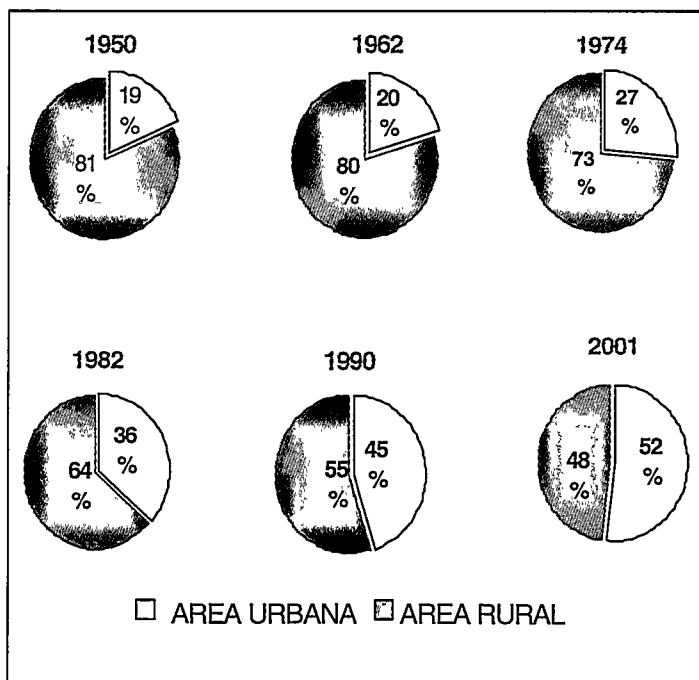
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

mientras que la población femenina es del 49.7%. Cuenta con una superficie de 18,879 km².

Por el número de habitantes es la tercera provincia en importancia del Ecuador.

La tasa de natalidad de Manabí es bastante alta. Los habitantes de esta provincia son relativamente jóvenes, mas del 45% de la población esta entre los 15 y 45 años, que constituye la fuerza de trabajo.

Gráfico # 2.3 Evolución de la población urbana y rural:



FUENTE: CENSO INEC 2001.
ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN.

El 48% de la población se localiza en el sector rural, mientras que el 52% está en el área urbana, observándose como tendencia un acelerado crecimiento de las zonas urbanas y una disminución permanente de la población rural. De acuerdo con las cifras obtenidas en los seis últimos censos realizados desde 1950 hasta el año

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2001 el fenómeno migratorio registra tasas muy elevadas, cuyos destinos son básicamente las provincias del Guayas y Pichincha.

La evolución de la población de los cantones de la provincia ha sido desigual, con crecimientos lentos o negativos en zonas antiguamente pobladas y crecimiento acelerado en zonas turísticas y comerciales como lo es la zona de la ruta del sol y Manta.

Tabla # 2.24 Población de la Provincia de Manabí por cantones

	CANTON	HABITANTES	%
1	PORTOVIEJO	238.430	20,1%
2	MANTA	192.322	16,2%
3	CHONE	117.634	9,9%
4	EL CARMEN	69.998	5,9%
5	JIPIJAPA	65.796	5,5%
6	SUCRE	52.158	4,4%
7	PEDERNALES	46.876	4,0%
8	SANTA ANA	45.287	3,8%
9	MONTECRISTI	43.400	3,7%
10	PAJÁN	35.952	3,0%
11	BOLÍVAR	35.627	3,0%
12	TOSAGUA	33.922	2,9%
13	PICHINCHA	29.945	2,5%
14	ROCAFUERTE	29.321	2,5%
15	24 DE MAYO	28.294	2,4%
16	FLAVIO ALFARO	25.390	2,1%
17	JAMA	20.230	1,7%
18	SAN VICENTE	19.116	1,6%
19	JUNÍN	18.491	1,6%
20	PUERTO LÓPEZ	16.626	1,4%
21	JARAMIJÓ	11.967	1,0%
22	OLMEDO	9.243	0,8%
	TOTAL PROVINCIA	1.186.025	100%

FUENTE: INEC - CENSO 2001.
ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

De los veintidós cantones, los que cuentan con mayor registro poblacional son: Portoviejo con 238.430 habitantes de los cuales el 72.07% corresponden a población urbana y el 23.93% a población rural y Manta con 192.322 habitantes cuya población urbana asciende al 95.21% y únicamente el 4.79% a población rural, esto

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

se debe al desarrollo del puerto de Manta y al impulso que genera la condición de ser la capital de provincia, en el caso de Portoviejo.

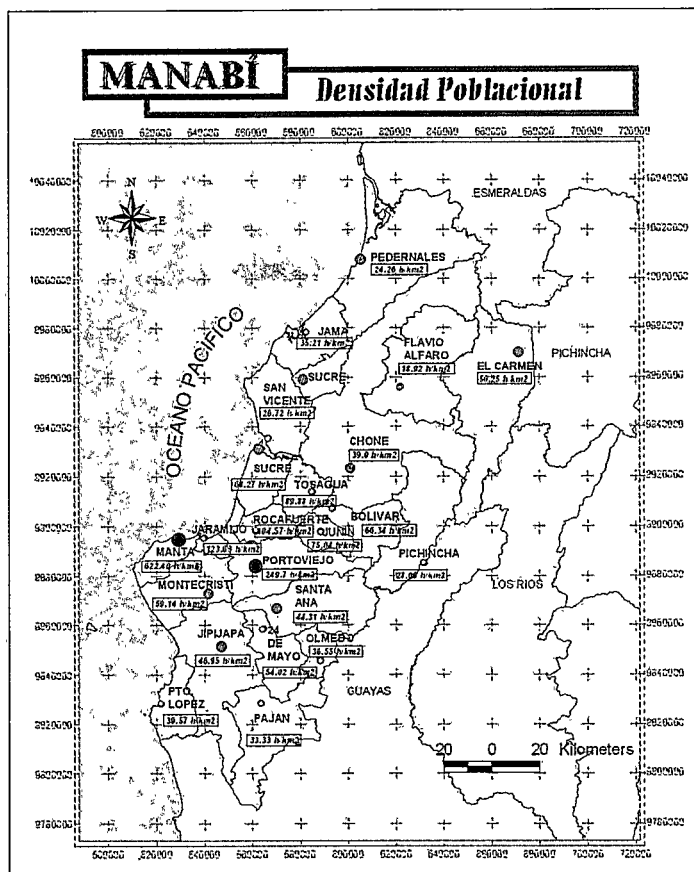


Figura # 2.2 Densidad poblacional

2.1.6 Aspectos Etnográficos

La historia, según el inglés Jonathan Friedman, “no es sino la impresión de una huella del presente en el pasado”. Las tierras que ahora son el Ecuador estuvieron habitadas desde diez mil años antes de Cristo por pueblos indígenas. La Cultura Manteña data de 500 después de Cristo. Surge en el Período de Integración, según la tabla periodical de las fases culturales en el área de la actual provincia de Manabí.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Estos pueblos no se limitaron a sobrevivir. Con el paso del tiempo construyeron grandes culturas, fundamentalmente a base de la pesca, agricultura y el intercambio. Pedro de Alvarado, español, en 1534 lidera la invasión y, sobre cuyas ruinas toma posesión, en nombre de sus reyes la denomina San Pablo de Manta.

Los colonizadores españoles se establecieron en estas tierras imponiendo sus leyes, costumbres y religión. Los sometieron a la explotación y la muerte; pero también dieron origen al mestizaje y con ello transmitieron su forma de vida, valores y prejuicios. Del choque cultural fue surgiendo una nueva identidad cultural que recogía elementos de las dos raíces y haciendo de los manabitas personas especiales con muchas características que traspasan fronteras:

En la mujer manabita se reconoce su apego a la familia y al trabajo. Las familias manabitas son numerosas y se sienten plenamente identificadas con la tierra y sus costumbres, esa es la razón principal por la que la comida manabita sea conocida a nivel nacional. Las fiestas religiosas son disfrutadas en familia.

Físicamente los manabitas conservan rasgos étnicos; los de la zona sur son pequeños, delgados, ojos rasgados, nariz aguileña, son generosos, gustan de invitar a comer seco de chivo, el greñoso, ceviches, verde con sal prieta, o café con tortilla de maíz. El de la zona central es de mediana estatura, de piel clara, es expresivo, se dedica a la agricultura especialmente al cultivo de alimentos de ciclo corto. Gusta de mantener la familia unida, religioso gusta de la música y de la guitarra, no teme por su vida si se trata del honor de su familia.

El manabita de la zona norte es de mayor estatura, es robusto y extrovertido, se dedica al cultivo y a la ganadería, esta zona es la que mas ha recibido a los emigrantes de otras provincias, por esto es que tienen rasgos físicos diferentes.

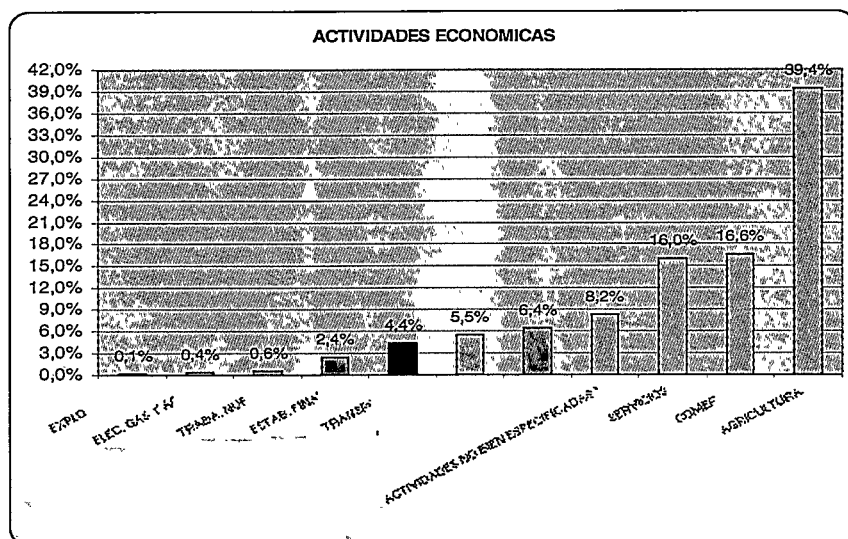
“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

También es generoso su mesa siempre esta llena de comida, gusta de la carne de res, del chame de la cuajada, del chanco y de los bollos. Su raza es mulata, es alegre y trabajador comparte su tiempo entre la agricultura y la pesca

2.1.7 Aspectos Socioeconómicos

Gráfico # 2.4 Actividades Económicas



FUENTE: INEC – CENSO 2001
ELABORACION: Grupo De Investigación

La principal actividad económica de los manabitas se basa en la agricultura selvicultura caza y pesca registrando el 39.4% de la población dedicados a estas actividades como medio de sustento. En agricultura los cultivos de algodón, arroz, café, maní, frutales y hortalizas.

La provincia cuenta con un capital financiero evidenciado en La flota pesquera-atunera de Manta (73% del total nacional) es la mas fuerte de América Latina a nivel de la costa del Pacífico y la numerosa flota de pesca artesanal, que representa el 45% de la nacional, la pesca de atún, sardina tiburón, que ha impulsado el desarrollo de una importante actividad conservera, y el asentamiento de grandes pesqueras y empacadoras que se manejan desde las ciudades costeras;

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

esta situación ha fomentado un crecimiento de la actividad comercial (16.6%), entre pequeños y grandes comerciantes.

El turismo, como recurso económico en la provincia de Manabí, se encuentra en franco desarrollo, ubicándose dentro del grupo de los servicios con 16%, debido a que cuenta con atractivos de tipo natural, cultural y paisajístico, que la ubican en un sitio de preferencia para el turista. Las áreas de principal atractivo se localizan en Manta y sus playas, El Murciélago y Tarqui; Crucita en Portoviejo; San Jacinto, San Clemente y más al norte están San Vicente, Boca de Briceño, Canoa, Pedernales, Cojimíes y al Sur, Puerto Cayo, Puerto López y el Parque Nacional Machalilla, el flujo turístico en la provincia es permanente, durante todo el año. Las épocas de mayor afluencia son los meses de julio, agosto, septiembre y feriados como el de Navidad, Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa. El 6.4% de la población activa se dedica a la manufactura en la explotación de la vegetación natural, destaca la producción de fibras de palma, con la que se elaboran los sombreros panamá; el marfil vegetal, que se obtiene de la semilla de otro tipo de palma (corajo), con el que se fabrican botones y tallas artesanas; y los aceites de coco.

Como la provincia dispone de puertos, aeropuertos, conexiones vía terrestre, esto permite una cercanía sustancial con el resto del país. A pesar de que es una de las regiones más importantes del país, Manabí todavía se encuentra en vías de desarrollo, desde el punto de vista de la producción agrícola, la economía provincial ha permanecido inactiva en las dos últimas décadas debido, principalmente, a la escasez o poca confiabilidad del abastecimiento del recurso agua. La más dramática aflicción del pueblo manabita es la escasez de agua potable.

2.2 El Gasto Público y la Inversión en Turismo.

El Ministerio de Turismo con el respaldo del Gobierno Nacional a través del Fondo Mixto de Promoción Turística ha venido desarrollando algunas actividades

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

necesarias para convertir al Ecuador en un destino turístico reconocido a nivel mundial. La promoción turística de nuestro país a través de las exposiciones en las Ferias de Turismo, sean estas a nivel nacional e internacional han ayudado a vender el producto Ecuador, pero aun falta más camino por recorrer.

De acuerdo a lo presentado en el sistema integrado de información financiera, disponible vía internet, el Gobierno Nacional en la Proforma Presupuestaria para el año 2006 asigna al sector Turismo la suma de US \$ 9.6 millones, lo que refleja un incremento del 27.8% en relación al presupuesto ejecutado del 2005, adicionalmente se incorporan US \$ 4.0 millones, para el Fondo de Promoción Turística del Ecuador.

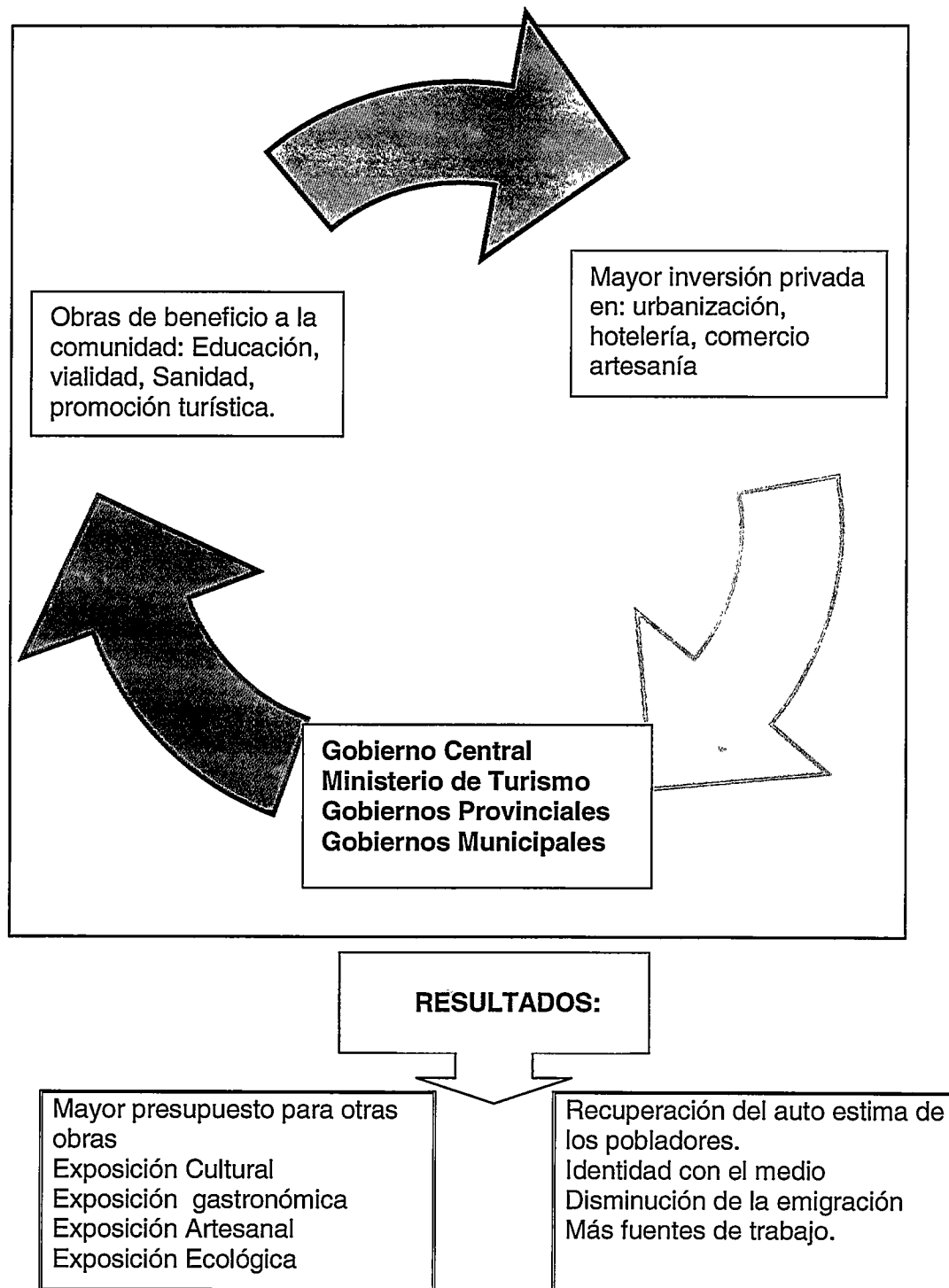
De ahí podemos notar que a nivel ministerial el desarrollo del sector turístico esta basado netamente en el un plan de marketing que hace énfasis en la promoción de nuestro país, a nivel exterior, pero más allá de eso, pensamos que los Consejos Provinciales y los Municipios deben replantear su planificación estratégica de tal forma que la obra generada contribuya al desarrollo turístico de cada cantón o provincia, y esta a su vez genere ingresos a los habitantes de la zona, incentive la obra de inversionistas y de esta forma se reactiva la economía de la provincia.

La planificación de las obras de servicio público deben ser analizadas bajo el punto de vista de una cadena productiva del sector turístico que requiere unir los servicios en un solo producto integrado y que permita ofrecer, vender la provincia como un solo destino y de forma organizada, sin embargo esto requiere unificar la calidad de los servicios y realizar acciones de coordinación para elaborar productos competitivos, estableciendo paquetes turísticos con características particulares, de alta creatividad y de acuerdo a las nuevas tendencias del turismo activo, responsable y seguro. Esta forma coordinada de trabajo en pro del desarrollo del sector turístico permitirá cerrar círculos que en muchos casos quedan abiertos por falta de visión, planificación, intereses políticos o económicos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Figura 2.3. Cadena productiva del sector turístico



**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.2.1 El Presupuesto del Estado.

De acuerdo a la Pro forma Presupuestaria del Estado para el año 2006, se proyecta la entrega en cumplimiento a las Leyes de Distribución del 15% con US \$ 669,5 millones para Consejos Provinciales y Cantones de todo el país.

En relación al Fondo de Desarrollo Seccionales FODESEC se ha propuesto la aprobación US \$ 6.4 millones del 2% ingresos corrientes (capitales de provincia) y US \$ 120.04 que corresponde al 10% Impuesto a la Renta (Consejos Provinciales y Cantones de todo el país). Durante el año 2005 se entregó US \$ 106.9 a nivel nacional en relación a los US \$126.5 de la proyección del 2006

El Fondo de Desarrollo Provincial FONDEPRO entregará US \$ 6.4 millones a los Consejos Provinciales y Cantones de todo el país, que deben ser distribuidos a nivel nacional. Estos valores están incluidos en la pro forma presupuestaria presentada al H. Congreso Nacional, que aun no entra en debate, pero vamos a analizar la distribución aprobada para el año 2005.

Estas tres asignaciones son los rubros más importantes de ingresos que reciben los gobiernos seccionales del Ecuador; se las realiza en base al número de habitantes de cada provincia.

La densidad poblacional de Manabí ocupa el tercer puesto de las provincias del país, siendo Guayas y Pichincha las provincias que están el primero y el segundo lugar respectivamente.

Es por tanto que nos permitiremos analizar los ingresos y gastos presupuestarios de estas tres provincias como referente para establecer la relación de estos ingresos con la infraestructura de cada provincia.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.25 Distribución según Ley del 15% por Consejos

PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO AÑO 2005			
Ley del 15% (Consejos Provinciales)			
Ref.	Provincia	Asignación Anual	Asignación Mensual
1	GUAYAS	45.668.502.45	3.805.708.54
2	PICHINCHA	27.067.588.26	2.255.632.36
3	MANABI	20.467.192.40	1.705.599.37
4	LOS RIOS	11.612.811.53	967.734.29
5	AZUAY	8.172.461.66	681.038.47
6	ESMERALDAS	8.011.128.96	667.594.08
7	EL ORO	7.516.172.46	626.347.71
8	LOJA	6.498.633.36	541.552.78
9	CHIMBORAZO	6.365.093.61	530.424.47
10	TUNURAHUA	6.253.803.09	521.150.26
11	COTOPAXI	6.190.361.44	515.863.45
12	IMBABURA	5.115.984.85	426.332.07
13	SUCUMBIOS	3.832.259.94	319.355.00
14	MORONA SANTIAGO	3.737.393.55	311.449.46
15	CAÑAR	3.494.571.86	291.214.32
16	ORELLANA	3.361.004.38	280.083.70
17	PASTAZA	3.130.544.89	260.878.74
18	BOLIVAR	3.108.361.64	259.030.14
19	NAPO	2.298.008.70	191.500.73
20	CARCHI	2.248.701.57	187.391.80
21	ZAMORA CHINCHIPE	2.000.464.50	166.705.38
22	GALÁPAGOS	818.599.89	68.216.66
Del Presupuesto del Gobierno Nacional		186.969.644.99	15.580.803.75
Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR			
ELABORACION: GRUPO DE INVESTIGACIÓN			

Del total del Presupuesto Nacional del Estado del 2005, se aprobó mediante resolución la distribución de US \$ 186,969,645.00 entre las veintidós provincias del

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

país y que corresponden a la Ley del 15%, de acuerdo con los parámetros legales de la República del Ecuador, los cuales son administrados por los Consejos Provinciales.

Tabla # 2.26 Ingresos Provinciales.

CUADRO COMPARATIVO DE INGRESOS PROVINCIA DEL GUAYAS				
CONCEPTO	2002	2003	2004	2005
LEY DEL 15%	36.838.189.41	49.316.813.24	48.391.335.33	45.668.502.45
FODESEC PROVINCIA	3.034.992.88	3.677.199.86	4.223.516.52	5.564.531.57
FONDEPRO	533.321.62	589.055.56	588.784.79	623.478.00

Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR

ELABORACION: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

La provincia del Guayas con 28 cantones y 3,309,034 habitantes (27.2% de la población total del Ecuador), recibe por concepto de la Ley del 15% la suma de US \$ 3,805,708.54 mensuales lo que representa US \$ 45,668,542.45 anuales, de los cuales se distribuyen 70% para gastos de inversión y el 30% para gasto corriente. En los últimos 16 años en que se mantenido la máxima autoridad provincial, el Prefecto Provincial ha podido diseñar y ejecutar un plan estratégico de desarrollo, basándose principalmente en las fortalezas de cada uno de los cantones, sean éstas: turísticas, naturales, industriales, agrícolas, ganaderas, entre otras. Las obras ejecutadas en cada uno de estos cantones por H. Consejo Provincial del Guayas, son parte de un todo previamente estudiado con el fin de que beneficien a la mayor cantidad de habitantes del sector y sean parte integral de la obra planificada y conocida bajo el eslogan “ El gran Guayas”.⁴

Desde ese punto de vista se han realizado varias obras que van enfocadas a fomentar el turismo de cada uno de los cantones de la provincia, dotándolos de:

⁴ Cámara Provincial de Turismo del Guayas. Actividades de la Cámara.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- Vías de 1er. Orden las que se encuentran consecionadas y en buenas condiciones durante todo el año.
- Carreteras y caminos de 2do. Y 3er orden en constante mantenimiento
- Puentes
- Educación básica para escolares, para que sus padres no tengan necesidad de migrar en busca de educación. Construcción de aulas. Baterías Sanitarias.
- Talleres de educación en: mejoramiento de las técnicas artesanales de la zona, gastronomía y manejo de alimentos, distribución del dinero y como manejar los pequeños negocios, técnicas de servicio al cliente, primeros auxilios
- Financiamiento de becas para los mejores alumnos (que concluyen la secundaria) en carreras técnicas o agrícolas cuyos conocimientos sean en beneficio de la provincia y de su gente.
- Auspicios a deportes como: Campeonato de Surf a nivel mundial, regatas de veleros, tenis y otros deportes, que motivan la participación de la ciudadanía.
- Adecuación de malecones, miradores turísticos, canchas de deportes, balnearios, parques.
- Promoción de lugares turísticos poco visitados
- Diseño de rutas turísticas, mapas, señalización (con norma internacional)
- Servicios básicos (salud, agua, luz y comunicación) .

Acciones que han permitido incrementar el flujo turístico hacia los diferentes cantones y ciudades de la provincia, contribuyendo de manera mancomunada entre el Gobierno Provincial y la población al desarrollo amónico de las actividades económicas de la provincia.

Tabla # 2.27. Ingresos de la Provincia de Pichincha

CUADRO COMPARATIVO DE INGRESOS PROVINCIA DE PICHINCHA				
CONCEPTO	2002	2003	2004	2005
LEY DEL 15%	26.489.574,23	30.115.426,74	29.815.365,14	27.067.588,26
FODESEC PROVINCIA	1.516.894,95	1.895.647,23	2.845.623,17	3.085.874,11
FONDEPRO	250.456,93	295.468,73	284.569,21	345.756,79

Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR

ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La provincia de Pichincha con 2,388.817 de habitantes (19.7% del población del Ecuador) y 9 cantones recibe US \$ 27,067.588.26 anuales lo que significa una asignación mensual de US \$ 2,255,632.36 mensuales.

Esta provincia al igual que la provincia del Guayas tiene un proyecto de desarrollo planificado, con los fondos de la provincia y la ayuda de algunas organizaciones no gubernamentales ONG, nacionales e internacionales que han invertido en la educación de los pobladores dedica un 20% del presupuesto provincial a obras que aportan en el desarrollo turístico.

Debemos mencionar como ventaja, que a la provincia de Pichincha pertenece el cantón Quito que es la capital del país, y esta condición ha permitido que siempre sea atendida con obras por parte de todos los sectores: Municipio, Consejo Provincial, Ministerio de Obras Públicas y otros; condición que favorece al sector turístico en esta región, favoreciéndose con un mayor desarrollo por cuanto registra un elevado numero de visitantes nacionales y extranjeros, viéndose beneficiados sus pobladores con incrementos en los ingresos y elevando las condiciones de vida.

La condición de que la capital de la provincia es también la capital del país ha influenciado en el desarrollo de toda la provincia, por cuanto todos los gobiernos seccionales y centrales han dado prioridad a la solución de la mayoría de los problemas relacionados con servicios básicos, vialidad, comunicaciones, regeneración urbana, acciones que coadyuvan a atraer al turista nacional y extranjero.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.28 Ingresos de la provincia de Manabí

CUADRO COMPARATIVO DE INGRESOS PROVINCIA DE MANABI				
CONCEPTO	2002	2003	2004	2005
LEY DEL 15%	18.898.459.25	23.338.814.23	22.360.356.84	20.467.192.40
FODESEC PROVINCIA	1.012.563.36	1.256.845.30	1.354.705.56	1.959.647.82
FONDEPRO	125.469.36	172.053.23	171.815.96	207.643.23

Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR

ELABORACION: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

La provincia de Manabí con 22 cantones y el 9.8% de la población del Ecuador, es decir con 1,186.025 habitantes, recibe por este concepto US \$ 20,467,192.40 anuales lo que representa el 11% del total destinado para fomentar el desarrollo provincial del país.

Manabí, debido al número de habitantes y la extensión territorial es considerada la tercera provincia en importancia; a pesar de que se desarrollan grandes sectores económicos como: pesca, agricultura, artesanía y ganadería no se han generado obras prioritarias y de trascendencia, como las de índole vial, sistema que permita a la población que habita en el área rural, interactuar con los habitantes de la costa, y del resto del país durante todo el año. El poco progreso vial esta totalmente afectado por la influencia de la centralización en la administración de recursos para el desarrollo y mantenimiento vial, así mismo instituciones del estado, Municipios y Consejos Provinciales no han diseñado y presentado proyectos de envergadura que permitan mejorar las condiciones de accesibilidad a los diferentes pueblos y ciudades, afectando directamente el flujo turístico hacia la provincia.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Las actuales vías de acceso a la provincia están a cargo del Gobierno central, MOP, al contrario de lo que sucede con sus similares de Pichincha y Guayas, donde las vías se conservan en buen estado y en constante mantenimiento ya que están concesionadas a empresas privadas, porque consideran que la garantía de la seguridad vial, ayuda al desarrollo de todos los sectores que reactivan la economía en forma sostenible.

Durante el año 2005 las fuerzas vivas de la provincia de Manabí tuvieron que paralizarse como medida de protesta y de presión al Gobierno central, lo que permitió que se incluyan obras de vital importancia para el sector, en la pro forma presupuestaria del 2006 se consideran las siguientes obras que se realizarán con asignaciones especiales del gobierno.

Los proyectos de inversión para la provincia de Manabí, considerados en la pro forma presupuestaria del 2006 suman US \$51.232.590 dólares, lo que representa el 7.93 % del total presupuestado en obras, estos proyectos serán atendidos mediante asignación directa del gobierno central, por considerarlos prioritarios.

El detalle de los principales proyectos de inversión considerados en la pro forma presupuestaria para el año 2006 son:

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.29 Proyectos de inversión del estado 2006

PRINCIPALES PROYECTOS DE INVERSION , AÑO 2006 EN US\$	
NOMBRE DEL PROYECTO	PROFORMA 2006
TRONCAL AMAZONICA	50.608.135.65
PRORAMAS SITEMA INTEGRADO DE ALIMENTACION Y NUTRICION	48.000.000.00
CAF PROYECTOS SECTORIALES DE TRANSPORTE	47.500.000.00
CAF PROYECTOS SECTORIALES DE TRANSPORTE SEGUNDO CONTRATO	45.000.000.00
PROGRAMAS DE PROMOCION DEL DESARROLLO INFANTIL FODI	42.676.697.96
FONDO DE DESARROLLO INFANTIL FODI	40.605.267.00
APLIACION Y READECUACION PUENTE RAFAEL MENDOZA AVILES	26.500.000.00
MANTENIMIENTO VIAL NACIONAL	26.333.074.00
PROYECTO PRAGUAS	21.975.000.00
PROGRAMA MATERNIDAD GRATUITA	19.950.192.96
GENERACION DE ENERGIA ELECTRICA	19.315.000.00
PLAN DEL DESARRLLO VIAL DE GUAYAQUIL	15.000.000.00
OPTIMIZACION DEL RECURSO HUMANO	15.000.000.00
ASEGURAMIENTO UNIVERSAL EN SALUD	15.000.000.00
PLAN MAESTRO DE AGUA POTABLE PORTOVIEJO	15.000.000.00
PROYECTO DE RIEGO ZAPOTILLO	14.781.135.96
VIA CHONE FLAVIO ALFARO	13.700.000.00
CAF 2349 CORREDOR AUSTRAL/CORREDOR VIAL SUR	13.310.000.00
PROYECTO DE DESARROLLO LOCAL PROLOCAL	13.000.000.00
PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES	12.000.000.00
PROGRAMA DE APOYO DE INVERSION SOCIAL DE EMERGENCIA	11.874.402.14
ENTRADA PAMBILAR EL CARMEN	11.000.000.00
BIRF 4342 EC REFORMA SECTOR SALUD MODERSA	10.368.000.00
OBRAS DE INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA	9.210.524.69
TUNEL SAN EDUARDO MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	8.000.000.00
CAMINOS VECINALES II (BID Y BIRF)	7.500.000.00
PROMOCION DEL DESARROLLO HUMANO A TRAVES DE LA SALUD	7.319.937.65
CAF PROYECTOS SECTORIALES DE TRANSPORTE TERCER CONTRATO	7.000.000.00
INCENTIVOS DE VIVIENDA SIV II	6.782.000.00
PROYECTO DE RIEGO CARRIZAL CHONE	6.532.590.00
RECONSTRUCCION DEL EDIFICIO DEL CONGRESO	6.000.000.00
RECONSTRUCCION GUARUMALES MENDEZ	5.800.000.00
CARRETERA PUYO-MACAS	5.042.000.00
CHONON PROGRESO TRES TRAMOS	5.000.000.00
PLAN VIAL MUNICIPIO DE QUITO+	5.000.000.00
PUENTE BAHIA SAN VICENTE	5.000.000.00
PUENTE SOBRE EL RIO ESMERALDAS	5.000.000.00
CARRETERA DE TABIAZO- TONSUPA- ATACAMES-SUA	4.128.000.00
CARRETERA GUAMOTE MACAS	4.000.000.00
TOTAL PROYECTOS DE INVERSION AÑO 2006	645.811.958.01
LEY DEL 15%	689.534.166.57
FODESEC	120.040.000.00
FONDEPRO	6.400.000.00
TOTAL ASIGNACIONES GOBIERNOS SECCIONALES 2006	795.974.166.57

Fuente: Pro forma Presupuestaria para el año 2006

ELABORACION: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

De los US \$ 645,811,958.01 asignados para proyectos de inversión a nivel nacional, se ha asignado US \$ 51,232,590.00, para la provincia de Manabí, es decir el 7,93% del total presupuestado, de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla # 2.30 Proyectos de Inversión para Manabí

PROYECTOS DE INVERSION PARA MANABI	VALOR
PLAN MAESTRO DE AGUA POTABLE PORTOVIEJO	15.000.000.00
VIA CHONE FLAVIO ALFARO	13.700.000.00
ENTRADA PAMBILAR EL CARMEN	11.000.000.00
PROYECTO DE RIEGO CARRIZAL CHONE	6.532.590.00
PUENTE BAHIA – SAN VICENTE	5.000.000.00
TOTAL POR PROYECTOS	51.232.590.00

Fuente: Pro forma Presupuestaria para el año 2006

ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1.1. Ingresos municipales:

Los veintidós cantones administrados por sus respectivos alcaldes atienden las necesidades de los habitantes de sus cantones ya sea en el área urbana o rural. Los cantones que reciben mayores recursos son: Portoviejo, Manta, Chone, El Carmen, Jipijapa, Pedernales, Sucre y Montecristi. De acuerdo con la Ley del 15% a los municipios de la Provincia de Manabí, durante el año 2005 se les asignó las cuotas de acuerdo con el siguiente detalle:

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

**Tabla # 2.31 Distribución según ley del 15% Año 2005,
Municipios**

DETALLE DE ASIGNACIONES POR CANTON		
REF.	CANTON	ASIGNACIÓN
1	PORTOVIEJO	7.224.269.47
2	MANTA	6.011.845.31
3	CHONE	4.729.905.66
4	EL CARMEN	3.104.314.81
5	JIPIJAPA	2.608.315.91
6	PEDERNALES	2.443.407.04
7	SANTA ANA	2.174.024.40
8	SUCRE	2.121.002.22
9	MONTECRISTI	2.007.577.63
10	PAJAN	1.862.418.38
11	BOLIVAR	1.710.187.05
12	PICHINCHA	1.665.864.30
13	TOSAGUA	1.590.598.18
14	24 DE MAYO	1.498.212.97
15	FLAVIO ALFARO	1.421.578.69
16	ROCAFUERTE	1.388.799.16
17	JAMA	1.146.123.14
18	SAN VICENTE	1.002.848.89
19	JUNIN	996.000.64
20	PUERTO LOPEZ	932.663.86
21	JARAMIJO	698.071.75
22	OLMEDO	642.814.29
Total Provincia Manabí		48.980.843.75
Total Nacional		436.262.505.00
Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR		
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN		

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La administración de los recursos están basados en el marco de la Ley de Régimen Municipal, Ley de Distribución del 15% del Presupuesto General del Estado para Gobiernos Seccionales, Ley de Modernización del Estado, Ley de Descentralización, Ley Orgánica de Administración Financiera y Control LOAFYC, Ley Orgánica de Juntas Parroquiales y su Reglamento, entre las principales.

Los municipios son entidades de desarrollo local, y de acuerdo con la Constitución son considerados gobiernos cantonales, que tienen autonomía y capacidad operativa para ejercer sus responsabilidades de Ley, según el tamaño de sus presupuestos, que hasta ahora en gran medida dependen de las transferencias del gobierno central.

De la información proporcionada, por La Federación Nacional Consejos Provinciales hemos establecido una relación de la cantidad de habitantes de cada cantón, y los ingresos municipales, a la que denominamos ingresos per cápita. De acuerdo con este cuadro el cantón Jaramijó tiene el mayor ingreso per capita con USD 204.41 por habitante, Montecristi con US \$ 177.17, Olmedo US \$149.36 y 24 de Mayo US \$ 139.15.

El ingreso más bajo está en Pedernales ubicado en la zona norte de Manabí con US \$ 34.94, relaciones que nos determinan el gran o poco interés que tienen los gobiernos cantonales, las autoridades y población por generar proyectos importantes para el desarrollo del sector.

Aunque este índice puede variar en dos periodos consecutivos, esto se debe netamente al tipo de gestión que tenga cada Municipio y como se comporta las actividades económicas del sector.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.32 Relación de ingresos por municipios

MUNICIPIOS	INGRESOS 2004	PROYECCION DE INGRESOS 2005	POBLACIÓN	INGRESO EFECTIVO PER CÁPITA
Portoviejo	18.267.390,44	19.180.759,96	238430	72,97
Manta	8.877.828,68	9.321.720,12	192322	43,96
Montecristi	8.073.479,38	8.477.153,35	43400	177,17
Jipijapa	5.465.797,63	5.739.087,51	65796	79,12
Chone	4.776.542,44	5.015.369,56	117634	38,67
24 de Mayo	4.279.945,64	4.493.942,92	29294	139,15
El Carmen	3.528.000,00	3.704.400,00	69998	48,00
Santa Ana	3.034.963,10	3.186.711,26	45287	63,82
Sucre	2.860.231,63	3.003.243,21	52158	52,23
Jaramijó	2.568.432,23	2.696.853,85	11967	204,41
Bolívar	2.321.456,88	2.437.529,72	35627	62,06
Rocafuerte	2.193.079,65	2.302.733,63	29321	71,23
Paján	1.982.842,91	2.081.985,05	35952	52,53
Junín	1.928.098,08	2.024.502,99	18491	99,31
Pichincha	1.840.115,38	1.932.121,15	29945	58,52
Pedernales	1.719.884,10	1.805.878,31	46876	34,94
Puerto López	1.580.223,99	1.659.235,19	16626	90,52
Olmedo	1.449.580,13	1.522.059,14	9243	149,36
Tosagua	1.303.547,83	1.368.725,22	33922	36,60
San Vicente	1.244.149,64	1.306.357,12	19116	61,98
Flavio Alfaro	1.111.245,60	1.166.807,88	25390	41,68
Jama	1.051.502,40	1.104.077,52	20230	49,50
TOTAL	81.458.337,76	85.531.254,64	1187025	65,36

Fuente: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS DE ECUADOR

Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.2.1.2. La Gestión del Consejo Provincial de Manabí

La Constitución Política de la República No. 18, de agosto de 1998, determina que “os Consejos Provinciales, a nombre del Estado, ejercen la administración de la provincia y la intermediación de acciones, con plena autonomía, con representación provincial con facultad para promover y ejecutar obras de alcance provincial en vialidad, ambiente, educación, salud, turismo, manejo de cuencas y microcuencas hidrográficas de su jurisdicción, y ejecutar obras exclusivamente en áreas rurales”, según reza el artículo 233 de la Constitución.

Con estos antecedentes, el Consejo Provincial de Manabí se define como “la entidad de poder público que ejerce el gobierno, la administración y representación política del Estado en la jurisdicción provincial”,⁵ y que se rige por la Ley Orgánica de Régimen Provincial codificada el 20 de marzo de 2001.

La institución cuenta con un presupuesto asignado para el ejercicio 2005, de US \$37,091,928.36, según la información proporcionada, sobre la cual realizamos una comparación con los años anteriores.

Al analizar las fuentes de financiamiento observamos que el presupuesto de ingresos del Consejo Provincial, depende en más del 90% de los recursos provenientes de las transferencias que por la Ley del 15% del Presupuesto de Gobierno Central (PGC) y otras asignaciones, corresponde a las entidades seccionales. Por su parte, los ingresos propios constituyen menos del 4% del presupuesto institucional, y que son provenientes del cobro de impuestos rurales, tasas y contribuciones especiales

⁵Constitución Política de la República. Art. 228.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.33 Presupuesto Ejecutado de Ingresos (Manabí)

Por fuentes de ingreso, comparativo 2001, 2002, 2003, 2004 y Presupuesto asignado para el 2005					
GRUPOS DE INGRESO	2001	2002	2003	2004	2005
PROPIOS	478.623.58	538.171.31	769.283.11	1.116.000.00	1.130.000.00
Porcentaje de Participación	2.49	2.86	3.04	3.89	3.05
Incremento Anual		12.44	42.94	45.07	6.63
TRANSFERENCIAS GOB.CENT.	17.406.144.92	17.013.483.80	23.817.842.87	26.118.044.46	29.458.625.00
Porcentaje de Participación	90.48	90.44	94.11	91.07	79.42
Incremento Anual		-2.26	39.99	9.66	12.79
OTROS INGRESOS	31.850.89	38.267.20	69.000.08	100.000.00	110.000.00
Porcentaje de Participación	0.17	0.2	0.27	0.35	0.30
Incremento Anual		20.14	80.31	44.93	10
ENDEUDAMIENTO	1.320.720.50	1.221.868.03	653.552.42	1.345.955.54	6.393.303.36
Porcentaje de Participación	6.87	6.5	2.58	4.69	17.24
Incremento Anual		-7.48	-46.51	105.94	375
TOTAL INGRESOS EFECTIVOS	19.237.339.89	18.811.790.34	5.309.678.48	8.680.000.00	37.091.928.36
Incremento Anual		-2.21	34.54	13.32	29.33

Fuente: Cédulas Presupuestarias de Ingresos 2001, 2002, 2003, 2004 y presupuesto 2005
ELABORACIÓN: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Las tasas de variación anual durante el año 2002 fueron negativas incidiendo en el decremento del total de ingresos para el mismo año que fue del 2.21%. Al año siguiente se dio la recuperación tanto de los ingresos propios, como de las transferencias del Presupuesto General del Estado, PGE y otros Ingresos, logrando un incremento promedio de 34.54% del total anual. El incremento de ingresos corrientes en 2004, se debe a las partidas de Transferencias Corrientes del PGE. La tasa de crecimiento del 13.32% del total de los ingresos, es moderada y responde a las previsiones programáticas de la entidad. Así mismo para el año 2005 se consideró un incremento del presupuesto por el orden del 29.33%, cifra que la institución planea ejecutar para cumplir con los programas y proyectos, la obra

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

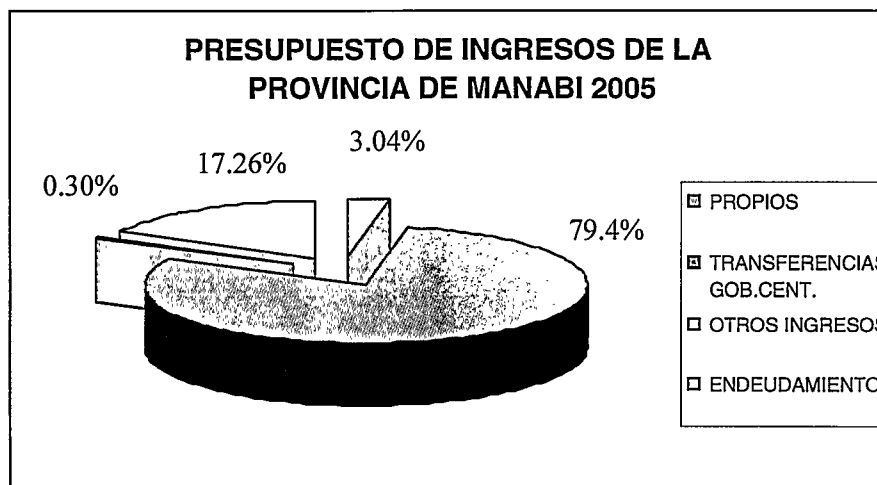
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

está direccionada al desarrollo de la infraestructura vial, comunitaria y social del área rural, donde habita gran parte de la población manabita.

El financiamiento del presupuesto por la vía de préstamos o saldos pendientes de transferencias del gobierno, durante este análisis se proyecta con un incremento, partiendo con un margen del 6.87% en el ejercicio del 2001, para el año 2005 se espera cerrar con un incremento del 17.24%, debido a que las asignaciones llegan con retraso y al mínimo porcentaje de ingresos por autogestión.

Una vez revisados los presupuestos de ingresos administrados por el Consejo Provincial de Manabí podemos darnos cuenta que la asignación de US \$ 37 millones es insuficiente para atender todos los requerimientos que tiene la provincia y que puedan contribuir al desarrollo turístico de las diferentes zonas, dejando en evidencia la poca gestión que efectúan las autoridades de los gobiernos seccionales por generar por generar fuentes de ingresos de recursos. Para verificar la incidencia de cada rubro, en el siguiente gráfico se presenta la relación de las fuentes de ingresos de la provincia, de donde el 79.4% de los ingresos dependen de las asignaciones del gobierno central:

Gráfico 2.5 Relación de ingresos de la provincia



Fuente: Consejo Provincial de Manabí Presupuesto 2005
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.2.1.3. Análisis de los gastos

Tabla # 2.34 Presupuesto Ejecutado de Gastos

Comparativo 2001, 2002, 2003, 2004 y Presupuesto 2005					
GRUPOS DE GASTO	2001	2002	2003	2004	2005
CORRIENTES	3.857.197.12	2.709.701.93	3.175.661.06	4.730.000.00	4.759.792.74
Porcentaje de Participación	23.7	14.28	13.75	16.49	12.83
Incremento Anual		-29.75	17.2	48.95	0.63
CAPITAL E INVERSIÓN	9.061.244.80	11.118.683.10	17.992.817.50	21.818.000.00	30.436.859.02
Porcentaje de Participación	55.66	58.61	77.89	76.07	82.06
Incremento Anual		22.71	61.83	21.26	39.50
APLICACIÓN FINANCIAMIENTO	3.359.895.63	5.142.309.05	1.931.626.00	2.132.000.00	1.895.276.60
Porcentaje de Participación	20.64	27.11	8.36	7.43	5.11
Incremento Anual		53.05	-62.44	10.37	-11.10
GASTO TOTAL	16.278.337.55	18.970.694.08	23.100.104.56	28.680.000.00	37.091.928.36
Incremento Anual		16.54	21.77	24.16	29.33
Fuente: Cédulas Presupuestarias de Gastos 2001, 2002 y 2003, 2004 y presupuesto 2005					
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN					

El presupuesto de gastos comprende los siguientes rubros: gasto corriente, que incluye los necesarios para la administración del consejo, Gastos de Capital e Inversión que corresponde al desarrollo de obras, Gastos financieros, corresponden a los pagos de intereses y porción corriente del endeudamiento. El comportamiento del gasto corriente de la provincia a tenido una tendencia a la baja llegando a estar el año 2003 por el orden 13.75%, pero esta tendencia no se ha podido sostener ya que vemos un incremento durante el año 2004 por el orden del 16.49%, para el año 2005 la institución ha puesto en marcha una reingeniería con la que se aspira lograr una reducción del gasto corriente al 12.83%; con esto reducción significativa del gasto corriente pretenden asignar cerca del 82.06% al presupuesto de inversiones, que está destinado a la construcción de la obra de infraestructura de desarrollo rural, como vialidad, electrificación, construcciones escolares, centros de salud, medio ambiente, entre otras. Obras que directa e indirectamente repercuten en el

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

desarrollo del turismo; así como en servicios básicos indispensables en zonas de la provincia que no cuentan con estos beneficios.

Revisada la ejecución presupuestaria de gastos determinamos que no existe un plan de desarrollo sostenido en el largo plazo, ni un programa de desarrollo coordinado y sustentable con el MOP para crear obras de infraestructura básica que faciliten la accesibilidad a los diferentes atractivos turísticos de la provincia; existe lo que se denominan programas de inversión, pero que no obedecen a una ejecución planificada al largo plazo, sino mas bien sujetas al interés de las autoridades y a las necesidades del momento y que generan protagonismo de las autoridades de turno y no a la solución de los problemas de fondo.

2.2.1.4. Principales Programas de inversión

De acuerdo con los datos el Gobierno Provincial de Manabí, dentro de los gastos de inversión ha clasificado las obras en cuatro programas como son: Administración General, Educación y Cultura, Servicios Comunes y Vialidad y Transporte.

Las últimas administraciones han destinado entre el 60% y el 80% en vialidad, siendo éste el punto crítico, teniendo en cuenta que la provincia es bastante extensa y la mayor parte de la población habita en la zona rural. Otro programa al cual se esta invirtiendo es en la infraestructura educativa.

Los Servicios Comunes comprenden la construcción de: centros artesanales, casas comunales, canchas deportivas, centros de salud, baterías sanitarias, y otras mejoras en obras de servicio a la comunidad, este programa representa el 8% hasta el 11% del gasto anual.

Estos programas son de carácter obligatorio de incluir en el presupuesto de gasto pero no obedecen a estudios técnicos ni análisis de factibilidad o de impacto de social, que facilite la atención y acceso turístico a los atractivos de la provincia

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

De acuerdo con la tabla comparativa # 2.35, de grupos de gasto podemos establecer que más del 68 % son recursos destinados a gastos de inversión en vialidad y transporte; lo que implica que existe una predisposición del gobierno provincial de brindar atención al sistema vial de la provincia pero los recursos no son los suficientes por tanto se evidencia la urgente necesidad de que se generen otras fuentes de ingresos de recursos financieros.

Tabla # 2.35 Áreas de gastos de inversión

GRUPOS DE GASTO	2001	2002	2003	2004	2005
ADMINISTRACIÓN GENERAL	1,015,619.09	1,667,018.13	3,175,661.06	4.730.000,00	4.678.265,86
Participación Porcentual	6,24	8,79	13,71	16,49	12,61
EDUCACIÓN Y CULTURA	2,859,952.72	2,597,549.14	2,200,802.14	3.230.000,00	3.689.485,36
Participación Porcentual	17,57	13,69	9,5	11,26	9,95
SERVICIOS COMUNALES	1,916,296.09	1,664,253.32	981,422.99	2.970.000,00	3.155.608,69
Participación Porcentual	11,77	8,77	4,24	10,36	8,51
VIALIDAD Y TRANSPORTE	10,486,469.65	13,041,873.61	16,807,596.19	17.750.000,00	25.568.568,45
Participación Porcentual	64,42	68,75	72,55	61,89	68,93
TOTAL	16,278,337.55	18,970,694.20	23,165,482.38	28,680,000.00	37.091.928,36
Fuente: Cédulas Presupuestarias de Gastos 2001, 2002 y 2003, 2004, presupuesto 2005					
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN					

2.2.1.5. Análisis de la inversión de los Municipios de la provincia.

Este análisis se basa en los presupuestos totales de gastos ejecutados por los 22 municipios con corte a lo que va del 2005, muestra la distribución promedio del gasto por programas, notándose la concentración de la obra municipal en equipamiento comunal, tales como construcción de muros, aceras, reconstrucción de vías, reparaciones de alumbrado público, parques, cementerios, mercados,

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

camales. Dedicando para ello en promedio el 61.43% del total correspondiente. Teniendo en cuenta el tamaño de los presupuestos y comparando con las innumerables necesidades de sus jurisdicciones, es imaginable el déficit de obra de estas entidades.

Tabla # 2.36 Análisis de la inversión de los Municipios de la provincia

PROGRAMAS	PORCENTAJE
Otros Servicios Comunes	61.43
Administración General y Financiera	13.03
Higiene Ambiental	12.31
Gastos Comunes y Servicio Deuda	7.06
Educación y Cultura	2.1
Otros Programas	1.34
Justicia, Policía y Vigilancia	1.2
Planificación Urbana	1.15
Canalización y Alcantarillado	0.38
TOTAL	100
Fuente: Cédulas presupuestarias 2005	
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACION	

De acuerdo a los datos de la FENACOPE, los municipios en promedio general, incluyen en el presupuesto de gastos de inversión alrededor del 20% como gasto administrativo, donde esta incluido rubros inclasificados y servicio de la deuda, pero el componente sueldos y salarios es el más fuerte debido a la abultada burocracia que mantienen. El 12% promedio está destinado a programas de higiene ambiental, donde el más oneroso es el pago de los servicios de recolección y disposición final de los desechos sólidos.

La inversión en educación ocupa el 2.10% promedio del presupuesto cantonal, y está destinado a reparación de aulas escolares, pago de maestros municipales, actividades de cultura. El control y la seguridad de los espacios

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

públicos, cuentan solo con 1.20% del total asignado, pudiendo deducirse que de esta manera no son estas entidades las que pueden garantizar la seguridad ciudadana en sus jurisdicciones.

Gestión financiera de los Gobiernos Municipales. Los gastos corrientes generalmente consumen el 20 hasta el 30 y 40% del presupuesto municipal. El servicio de la deuda para los municipios que lo tienen, comprometen hasta el 7% de sus presupuestos, quedando algo más del 60% para los gastos de inversión.

Los municipios como instituciones del gobierno cantonal, son responsables del desarrollo local, estos organismos están facultados regular mediante las leyes seccionales y políticas el comportamiento de los agentes económicos y sociales de la jurisdicción.

Los municipios cuentan con una estructura orgánica-funcional, mediante las cuales deben receptor y resolver problemas de la comunidad. Su organización interna es dictaminada de acuerdo con lo que ordena la ley, cuentan con unidades técnicas como los departamentos de obras públicas, higiene, justicia y vigilancia, educación y cultura.

A partir de las nuevas disposiciones de las leyes y la Constitución, las municipalidades asumen cambios en sus estructuras orgánicas y funcionales incorporando en sus agendas la gestión ambiental, procesos de planificación y turismo.

De esta manera asumen competencias de descentralización, como es el caso de la demanda de la creación de una mancomunidad integrada por los cantones Jipijapa, Montecristi y Puerto López, para la administración del área protegida, el Parque Nacional Machalilla.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.2.1.6. Estructura Planificada de los Gobiernos Cantonales

De acuerdo a la ley establece que los gobiernos cantorales deben mantener dentro de su estructura organizacional los siguientes departamentos:

- Unidad de Planificación
- Unidad de Gestión Ambiental
- Planificación y Administración del Turismo

De la evaluación a los 22 gobiernos cantonales a través de los diferentes personeros municipales, se determinó que, 13 cantones afirman tener estructurado su departamento o unidad de Planificación, por otra parte 9 no tienen este departamento. Es de considerar que este departamento es importante para el desarrollo planificado de cada uno de los cantones, de tal forma que cada obra no se aparte de un sistema macro de desarrollo previamente visualizado.

Doce cantones tienen un Departamento de Gestión ambiental y 10 carecen del mismo, llama la atención que en este grupo se encuentre el Cantón San Vicente y El Carmen que son Municipios con actividad comercial, turística, y sobretodo agrícola y pesquero.

Más del 77% cuenta con planes de desarrollo estratégico, que debería estar a cargo de la unidad de planificación. Un resumen de las entrevistas se detalla a continuación:

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.37 Estructura organizacional de los gobiernos cantonales

#	CANTONES	Unidad Planificación	Unidad Gestión Ambiental	Plan de Desarrollo Estratégico	Dpto. de Turismo
1	PORTOVIEJO	SI	SI	NO	SI
2	BOLIVAR	NO	NO	NO	NO
3	CHONE	SI	SI	SI	SI
4	EL CARMEN	SI	NO	EN PROC.	EN PROC.
5	FLAVIO ALFARO	NO	NO	NO	NO
6	JIPIJAPA	SI	SI	SI	SI
7	JUNIN	NO	NO	EN PROC.	EN PROC.
8	MANTA	SI	SI	NO	SI
9	MONTECRISTI	SI	SI	SI	SI
10	PAJÁN	SI	SI	SI	EN PROC.
11	PICHINCHA	NO	NO	SI	NO
12	ROCAFUERTE	NO	NO	SI	NO
13	SANTA ANA	NO	NO	EN PROC.	SI
14	SUCRE	SI	SI	SI	SI
15	TOSAGUA	SI	SI	SI	SI
16	24 DE MAYO	NO	NO	EN PROC.	NO
17	PEDERNALES	SI	SI	EN PROC.	SI
18	OLMEDO	NO	SI	SI	NO
19	PUERTO LÓPEZ	SI	SI	SI	SI
20	JAMA	NO	NO	EN PROC.	NO
21	JARAMIJÓ	SI	SI	EN PROC.	SI
22	SAN VICENTE	SI	NO	EN PROC.	SI

Fuente: Entrevistas a funcionarios cantonales
Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

En turismo 12 cantones han considerado importante el desarrollo en esta área, pero en contraparte 10 cantones aún no oficializan o no consideran importante este sector económico a explotar.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El presupuesto que asigna el gobierno central para las actividades administrativas y de inversión de la provincia en áreas de vialidad y desarrollo de infraestructura no son adecuadamente administrados, no mantienen una coherencia de gestión a largo plazo, no existe asignaciones dedicadas a mejorar la infraestructura turística que coadyuven al mejoramiento de las actividades económicas de las zonas que poseen atractivos turísticos, no existe proyectos de desarrollo turístico urbano, ni un programa de desarrollo del sistema vial a los principales sitios de demanda turística actual.

Manabí ha mantenido una ausencia en inversiones gubernamentales en estos últimos años frente a otras provincias del Ecuador que han sostenido un desarrollo uniforme en todos los ámbitos.

Entre las causas para que la provincia sufra un retraso en el desarrollo, están:

- El terremoto de la década de los 90, que destruyó un 80% de la ciudad de Bahía y sus alrededores.
- La agricultura, a pesar de ser la actividad a la que se dedica la mayor parte de sus habitantes no se ha desarrollado, las técnicas de cultivo son precarias, no se usa la tecnología por lo que el rendimiento es bajo, los ingresos en este sector no son representativos para la economía del país.
- La pesca industrial esta en manos de pocos inversionistas, esta actividad no ha tenido mayores problemas con las leyes de trabajo ni con las normativas de pesca en alta mar, por lo que no exigen ni les interesa mayores inversiones en la provincia.

Estas importantes razones han permitido que se detenga por algunos años el desarrollo de Manabí.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Las provincias de Guayas y Pichincha consideradas de mayor importancia por el aporte económico generador que representan, siempre han sido atendidas por los gobiernos de turno, lo que no nos permite tomarlas como marco referencial, pero al hacer la comparación con las dos provincias que le siguen en extensión a la provincia de Manabí, como son Los ríos y Azuay también existe una marcada diferencia, la infraestructura con que cuentan estas provincias tiene mayor cobertura por habitante, debido principalmente a los sectores económicos que se manejan en estas dos provincias, esta atraktividad económica agro-industrial que les ha permitido el desarrollo de proyectos que se incrementen la oferta turística de estas regiones del país y por ende mejore las condiciones de vida para sus habitantes, en forma más notoria en la provincia del Azuay.

2.2.2 La Política de Gobierno

Para comprender de mejor manera cual es y cual debería ser la política gubernamental es necesario primeramente definir las raíces de donde provienen y generan las políticas gubernamentales y como éstas obedecen a los Objetivos Nacionales.

2.2.2.1. Los Objetivos Nacionales

La historia de la evolución de la humanidad es en gran parte la historia de la conformación, evolución, integración y confrontación de diversas formas de poder ejercidas por distintos elementos sociales, en diferentes épocas, como parte de su lucha permanente por alcanzar el dominio de la naturaleza y sus recursos que resultan esquivos y escasos para satisfacer las múltiples necesidades individuales y sociales, y que en ocasiones se realiza a costa de otros grupos con los que se crean relaciones antagónicas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Los diversos elementos componentes de la sociedad son titulares de varios segmentos del poder que tienen a su vez, objetivos y aspiraciones que inclusive pueden ser, y en determinados casos son, contrapuestos y antagónicos; sin embargo, de la mutua relación de esos poderes, no como una sumatoria pero si como una resultante, se obtienen los Objetivos Nacionales de un país, que buscan el bienestar de todos sus ciudadanos

En la búsqueda del ideal de convivencia, representado por el bien común, la nación debe establecer metas más realistas que orienten sus acciones en forma duradera, superando los diferentes períodos de gobierno. En ese intento, la comunidad nacional va consolidando ciertos intereses y aspiraciones vitales profundamente identificados con la sobrevivencia y la identidad nacionales, y que perduran por largos períodos de su historia. Tales intereses y aspiraciones vitales se denominan Objetivos Nacionales Permanentes.

A más de los Objetivos Nacionales Permanentes (ONP), se establecen una serie de objetivos, menos duraderos, a la luz de las justas y auténticas aspiraciones nacionales, condicionados, además, a las posibilidades y a las circunstancias del momento. Surgen, así, los Objetivos Nacionales Actuales, como etapas intermedias en relación con los Objetivos Nacionales Permanentes.

En el establecimiento de los ONA deben ser observados dos aspectos:

- La capacidad del Poder Nacional para alcanzarlos y mantenerlos; y
- La vinculación con los Objetivos Nacionales Permanentes.

Los Objetivos Nacionales Actuales deberán atender a necesidades, intereses y aspiraciones de la comunidad nacional. En caso de surgir limitaciones del Poder Nacional, se impone el establecimiento de otros Objetivos Nacionales Actuales que

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

vengan a reforzarlos y capacitarlos para la conquista y el mantenimiento de los Objetivos originariamente establecidos.

El gobierno, a quien corresponde la misión de establecer los Objetivos Nacionales Actuales, no debe perder de vista que el sujeto y destinatario mayor de la Acción Política es el hombre y consecuentemente, la comunidad nacional. La desproporción o el conflicto entre los objetivos establecidos por el gobierno y las auténticas aspiraciones nacionales, compromete la legitimidad y las acciones del gobierno y contribuye a la desunión nacional.

2.2.2.1.1 Los Objetivos Nacionales Permanentes (O.N.P.) Del Estado Ecuatoriano.-

En el devenir histórico, la nación ecuatoriana ha modelado sus virtudes y características originales; en el presente, ellas forman un conjunto integrado de valores, realidades, emociones y aspiraciones propias que le particularizan haciéndola diferente de cualquier otra. La identidad nacional ecuatoriana se nutre constantemente de experiencias que se agregan, que modifican sus características propias, perfeccionándolas, creando cada vez perfiles más definidos, evolucionados de sus originales que responden a la búsqueda de su destino. La nación ecuatoriana se proyecta indefinidamente al porvenir de acuerdo a sus ideales, intereses, preferencias.

a) Integridad Territorial:

Preservar y Defender el Territorio Nacional que es inalienable e irreductible y que comprende el suelo, subsuelo, las islas adyacentes, el Archipiélago de Galápagos, el mar territorial y el espacio suprayacente determinados por los tratados internacionalmente válidos, ratificados por el Estado.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

b) Soberanía Nacional:

Alcanzar la máxima independencia y capacidad de decisión autónoma. Ejercer el poder supremo del estado sobre su jurisdicción. Ejercer los derechos jurídicos ante la comunidad mundial, respetando los principios y normas del Derecho Internacional.

c) Integración Nacional.

Reconocer las heterogeneidades regionales étnicas, culturales y de género para construir una nación que consolide la diversidad y que permita al Ecuador proyectarse en el continente y en el mundo.

d) Democracia.

Crear bases sólidas para asegurar la sucesión constitucional de los gobiernos; lograr la participación efectiva de todos los sectores sociales en las decisiones del estado; respetar los derechos individuales y colectivos. Fomentar la independencia de las Funciones del Estado, la búsqueda de consensos y el desarrollo del civismo. Impedir que intereses particulares se sobrepongan sobre los intereses generales. Exigir la transparencia en la administración de los recursos públicos y el cumplimiento del mandato constitucional de rendición de cuentas

e) Desarrollo Integral.

Construir un sistema económico sustentado en las ventajas comparativas y competitivas, la formación y capacitación de los recursos humanos, la adopción y

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

desarrollo de tecnologías productivas avanzadas y el uso sostenible de los recursos naturales para una existencia más saludable, segura y humana.

f) Justicia Social.

Construir un orden social más humano y solidario para conformar una sociedad integrada y equitativa en lo económico, político y social. Mejorar la calidad de vida de la población, promover la reafirmación de la cultura nacional y satisfacer las necesidades especialmente de salud y educación, de las grandes mayorías ecuatorianas, fundamentar este objetivo nacional con un sistema jurídico que brinde a la población las mejores posibilidades para disfrutar de una existencia digna.

g) Seguridad

Fortalecer el sistema de Seguridad Nacional que garantice el ejercicio pleno de los derechos individuales y colectivos, de propiedad, de expresión, de circulación para proteger a la población; preservar el patrimonio nacional; mantener el orden legal y la paz social como el mejor aporte a la productividad nacional y a la garantía de los intereses Nacionales.

En otras palabras, podemos establecer que básicamente los ONA constituyen la estrategia para lograr los ONP.

Entonces resulta utópico pensar que una sociedad en su conjunto esté en condiciones de alcanzar una situación ideal de bienestar y seguridad; sin embargo, es posible que mediante la aplicación de buenas políticas y adecuadas estrategias de gobierno, pueda alcanzar un grado aceptable de tranquilidad económica y social que haga viable una plena existencia y realización de los componentes de la

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

sociedad. En el caso ecuatoriano, las herramientas y las capacidades para llevar esto a la práctica son reales, tal vez solo falte la voluntad política y el deseo de trabajar unidos para potenciar los recursos humanos y naturales del país.

2.2.2.1.2. Los Objetivos Nacionales Actuales.

En definitiva, la fijación de los ONA. (Intereses y aspiraciones todavía no satisfechos en una sociedad) resulta de un balance efectivo entre los medios disponibles, materializados por la capacidad del poder nacional en una época considerada, y los obstáculos a vencer representados por los antagonismos y presiones existentes.

Para el periodo de gobierno del presidente constitucional ING. Lucio Gutiérrez Borbúa se definió el plan plurianual 2003-2007, que estableció los siguientes ONA:

El plan de gobierno estaba basado en los siguientes cinco ejes con sus respectivos objetivos:

PRIMER EJE: Lucha contra la corrupción, la impunidad y la injusticia social

- 1.- Impulsar y fortalecer mecanismos de control y de rendición de cuentas.
- 2.- Transparentar la gestión pública para garantizar su idoneidad y eficiencia.
- 3.- Sentar las bases de una cultura con valores éticos
- 4.- Restablecer la confianza en la institucionalidad pública mediante una Reforma Política integral que garantice que las acciones que se emprendan cuenten con respaldo y reconocimiento ciudadano.
- 5.- Fortalecer la democracia como instancia apropiada de participación y de ejercicio de los derechos individuales y colectivos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

SEGUNDO EJE: Lucha contra la pobreza y el desempleo

- 1.- Mejorar las condiciones de vida de la población con énfasis en los sectores de mayor vulnerabilidad y exclusión.
- 2.- Mejorar el sistema escolar y elevar el nivel educativo y cultural de toda la población, asegurando la alfabetización universal y el uso funcional de la lectura y la escritura.
- 3.- Mejorar en forma equitativa el acceso a los servicios de salud a fin de alcanzar la cobertura universal; y la eficiencia en la orientación y uso de los recursos públicos para la salud, de manera desconcentrada y descentralizada.
- 4.- Garantizar los niveles de empleo existentes y potenciar la producción competitiva de los sectores agroindustrial, manufacturero, turístico y de obra pública que cuentan con capacidad de expandir la generación de empleo y de ingresos.

TERCER EJE: Garantizar la seguridad ciudadana, social, jurídica, alimentaría y ambiental

- 1.- Impulsar el desarrollo de un sistema integral de seguridad ciudadana que permita garantizar el ejercicio de las libertades y de los derechos individuales y colectivos.
- 2.- Garantizar seguridad jurídica al inversionista con el propósito de incrementar la inversión que coadyuve al desarrollo nacional.
- 3.- Garantizar el uso adecuado de los recursos naturales, promoviendo su control, protección y aprovechamiento de forma sustentable y sostenible que asegure el derecho de la población a vivir en un ambiente sano.
- 4.- Promover la incorporación universal de la población al aseguramiento en salud y demás prestaciones sociales.
- 5.- Garantizar la disponibilidad, estabilidad del suministro, acceso y consumo de alimentos de la población que permita sustentar el capital humano.

CUARTO EJE: Mejorar la producción y la productividad para ser mas competitivos

- 1.- Consolidar el proceso de dolarización para garantizar la estabilidad macroeconómica.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- 2.- Promover la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, a través del fortalecimiento del sistema de promoción de exportaciones e inversiones y el apoyo a los sectores productivos estratégicos.
- 3.- Promover el desarrollo de la mediana, pequeña y microempresa como fuente de generación de empleo y apoyo a la superación de la pobreza.
- 4.- Impulsar el desarrollo y mejoramiento de la infraestructura productiva con una visión de largo plazo y que facilite el desarrollo sostenido de la actividad económica.

QUINTO EJE: Reforma política y política internacional coherente y pragmática para un Ecuador moderno

- 1.- Defender la soberanía territorial, marítima y del espacio supradyacente del Ecuador.
- 2.- Dar cumplimiento efectivo a los principios consagrados en la Constitución Política de la República y en Convenios Internacionales para defender y proteger los derechos humanos, el medio ambiente y combatir el narcotráfico y el terrorismo.
- 3.- Impulsar la integración mundial, hemisférica, regional y subregional, mediante una posición nacional firme en las negociaciones en el seno del ALCA, MERCOSUR, Unión Europea y Cuenca del Pacífico, así como el fortalecimiento de los acuerdos comerciales dentro de la CAN y ALADI.
- 4.- Procurar el ejercicio de los derechos e integridad de los ecuatorianos emigrantes a través de una política migratoria integral.
- 5.- Diversificar las fuentes de recursos no reembolsables, a través de mecanismos tales como: canje de deuda, cooperación de empresas privadas, canje de dióxido de carbono por naturaleza y otras.

El gobierno del Dr. Alfredo Palacios establecido a partir de Abril del 2005 no ha definido su plan de gobierno que contribuya a la consecución de los objetivos Nacionales.

Es por tanto obligación de que los gobiernos planteen una definición correcta respecto a que el ONP de desarrollo integral sea su derrotero a seguir, lo que

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

permitirá mantener una política armónica de desarrollo de todas las actividades económicas y dentro de estas se encuentra ubicado el sector turístico.

2.2.2.2. La Estrategia de Gobierno.-

Antes de determinar las estrategias actuales del gobierno es necesario verificar como la noción de Estrategia ha evolucionado en los últimos tiempos. Originaria del griego antiguo, literalmente significa el "arte del general", pero volvió a ser utilizada después del Renacimiento y, en forma más frecuente, en el siglo pasado, todavía con la acepción limitada al arte de la guerra. Su extraordinaria importancia, dentro de este concepto puramente militar, queda bien comprendida al considerar que la historia de los pueblos, sobre todo de los más antiguos, ha sido confundida normalmente con la historia de sus guerras. En verdad, cuando todavía no había condiciones para el desarrollo científico y tecnológico, la evolución del Estado se hacía a través de la ampliación de su espacio geográfico, y la elevación del bienestar de un pueblo se obtenía a través de la sumisión de otros. De cualquier modo, siempre a través de la guerra.

Así, los objetivos externos del Estado casi siempre se revelaban a través de los objetivos de la guerra, lo que justificaba la gran influencia de los generales en la dirección política del Estado. Además, la guerra era un asunto casi exclusivo de militares, en la que poco participaba el pueblo, a no ser con su contribución para la victoria o con su sufrimiento, en caso de derrota. Luego de la Revolución Francesa, las guerras adquirieron nivel nacional, pero las limitaciones, tanto de efectivos como de técnicas y recursos disponibles, llevaron el resultado de la guerra a depender principalmente de la capacidad y de la buena estrella del jefe militar. La única estrategia admisible era la Estrategia Militar.

El siglo XIX trajo un considerable progreso en el conocimiento de la Estrategia, principalmente debido a las teorías y conceptos del pensador alemán Karl von

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Clausewitz constantes en su obra clásica "De la Guerra", reconocida como el primer estudio de guerra basado en observaciones científicas. Las mayores contribuciones de Clausewitz al conocimiento de la estrategia fueron la subordinación de ésta a la política y la importancia que concedió a los factores psicosociales.

En verdad, Clausewitz se refirió a la guerra, que era la única forma de estrategia entonces conocida. Su famosa frase: "La guerra es la continuación de la política por otros medios", surgió de la siguiente constatación: "La guerra no es solamente un acto político, sino un verdadero instrumento político, en la prosecución de las relaciones políticas, una realización de éstas por otros medios". Más adelante, luego de admitir la posibilidad de modificar el objetivo político debido a la deficiencia de los recursos bélicos, concluyó: "pues el objetivo político es el fin, mientras que la guerra es un medio, y no se puede concebir al medio independientemente del fin".

La Estrategia trascendió el estricto campo militar solo en el siglo actual, con el estallido de las guerras mundiales. Durante la Primera Guerra Mundial, cuando se ensayó el empleo de la guerra total, se hizo célebre la observación de Clemenceau: "la guerra es un asunto por demás serio para ser tratado únicamente por los militares". Solamente esbozaba la necesidad de una estrategia más amplia que la estrategia militar y que más tarde vendría a ser denominada "Estrategia Nacional". Sin embargo, fue durante y después de la Segunda Guerra Mundial que la estrategia amplió su esfera de acción. De hecho, los recursos de las naciones en lucha pasaron a ser movilizadas en forma total, así como los ataques al enemigo, sin respetar límites entre teatros de operaciones y zonas del interior, sin distinguir combatientes de no combatientes y procurando destruir toda la infraestructura de la nación enemiga, inclusive la parte no involucrada en la guerra.

Para preparar y conducir una guerra total de tales características, se imponía una estrategia también total, una estrategia que movilizara a todas las personas idóneas, a toda la industria y a todos los medios de transporte: una estrategia total que abarcara, a más de todos los recursos políticos y militares, la aplicación adecuada de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

todos los medios de las Expresiones Económica y psicosocial.

Luego de la Segunda Guerra Mundial, el concepto de Estrategia fue más allá del tiempo de guerra y pasó a emplearse también en los períodos de relativa paz que se vivía después del cese de las hostilidades.

Por último, la Estrategia fue empleada en forma amplia y diversificada, sobrepasó el campo de la seguridad y pasó a ser entendida como instrumento del desarrollo.

2.2.2.2.1. Estrategia Nacional.-

Los fines a alcanzar a través de la Estrategia Nacional son los Objetivos Nacionales Permanentes identificados por la Política Nacional, a cuya orientación y control se somete.

La capacidad del estadista, aliada a la eficiencia del sistema a su disposición, le dirá qué auscultar y dónde detectar obstáculos que sean suficientemente relevantes en la concepción de una Estrategia Nacional, capaces de interferir en el proceso de la conquista y mantenimiento de los Objetivos Nacionales Permanentes, identificados por la Política Nacional.

2.2.2.2.2. Política y Estrategia.-

La coordinación perfecta y el ajuste correcto entre la Política y la Estrategia Nacionales son imprescindibles para la plena satisfacción de las aspiraciones de Seguridad y Desarrollo Nacionales.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Así, la Política y la Estrategia necesitan ser coordinadas y ajustadas en todo momento, en sus niveles y en sus áreas de actuación. Las Políticas y Estrategias nacionales de gobierno, sectoriales, regionales y específicas, deben estar armonizadas entre sí y con las reales necesidades y disponibilidades de medios, como condición básica para que puedan alcanzar los éxitos pretendidos. Muchos planes y programas, ambiciosos o no, fracasan por no atender ese requisito.

A su vez, la Estrategia implica una forma superior de lucha. Emplea los medios del Poder Nacional para superar todos los obstáculos que se contraponen a los supremos intereses de la nación. Su directriz permanente es la eficacia, esto es, alcanzar el máximo rendimiento con un mínimo de medios. Es una tarea para especialistas de los diversos sectores, pero, en su forma más elevada, a nivel nacional, de la misma manera que la Política, es un arte para estadistas.

Se puede ahora comprender fácilmente que la estrategia, en los ámbitos nacional e internacional, es un instrumento de la Política y por tal razón, depende de ella.

La Estrategia Nacional se concreta por medio de las sucesivas estrategias de gobierno. A nivel gubernamental también se consideran los tres elementos básicos de la Estrategia: los Medios, los Obstáculos y los Fines a Alcanzar. De la interrelación de esos elementos depende el establecimiento de las Estrategias más adecuadas para la conquista y mantenimiento de los Objetivos Nacionales Actuales, sin descuidar la orientación establecida por la política de gobierno, en particular los plazos y las prioridades para la aplicación de los recursos.

El Poder Nacional es el instrumento de que se vale la política para, a través de una Estrategia, conquistar y mantener los Objetivos Nacionales. La Estrategia se concreta mediante las acciones que emprende.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El Desarrollo puede ser conceptualizado como un proceso social global, en el que todas las estructuras pasan por continuas y profundas transformaciones. En rigor, no tiene sentido hablar solo de un desarrollo político, económico o sicosocial, a no ser por motivos metodológicos, cuando se pretende destacar el conjunto de actividades de una determinada expresión del Poder Nacional. Si las modificaciones en una de ellas no fueran, a la vez, causa y efecto de transformaciones en otras, quiere decir que no hubo Desarrollo; o también, las modificaciones realizadas han sido tan superficiales que no han dejado huellas.

Otros aspectos del Desarrollo merecen también ser destacados. Uno de ellos es el carácter de rivalidad que ocurre por los desfases y los desniveles que se observan entre las naciones y dentro de la propia sociedad. La comparación de esos desfases exige técnicas de medida, o parámetros de referencia que permitan la evaluación. Así, el concepto de Desarrollo se sustenta en una serie de comparaciones entre factores económicos, políticos, sicosociales y militares y en la forma como éstos influyen en las diversas sociedades.

Por otro lado, es importante comprender que Desarrollo no es solo crecimiento económico; significa además, aumento de volumen, tamaño, cantidad y número de bienes y servicios. Es cierto que el Desarrollo comporta esas connotaciones cuantitativas, pero no es menos cierto que las desenvuelve gracias a la incorporación de los cambios cualitativos que la sociedad experimenta en todos los aspectos.

El Desarrollo es un proceso complejo, cuya realización requiere trabajo organizado, inversión económica y un plan de vida definido. El Desarrollo provoca, normalmente, cierto desequilibrio en la sociedad. Es posible, por ejemplo, que una Expresión del Poder Nacional, en determinadas circunstancias coyunturales, se desenvuelva mejor que las otras. Esa circunstancia que eventualmente puede ocurrir en cualquier país más desarrollado, es común en los países de niveles iniciales o intermedios de desarrollo.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Existen opiniones en el sentido de que ese desequilibrio puede ser la razón de la propia dinámica del desarrollo, bajo la forma de un proceso de efecto circular, denominada cadena productiva. Sería ideal alcanzar la plena armonía en el desarrollo, pero eso es utópico, siempre existirá cierto desequilibrio. Por otra parte, factores extraños al Desarrollo pueden generar, por el efecto revelador, anhelos y aspiraciones tan fuertes que induzcan a destruir etapas del proceso, ocasionando la adopción de soluciones irrealistas, radicales o simplemente inaccesibles.

El extraordinario avance tecnológico de las comunicaciones, a más de acortar distancias, pone frente a frente a las diversas culturas y permite a los pueblos menos desarrollados, percibir que no están participando de las conquistas tecnológicas, causa del progreso y bienestar de las sociedades más avanzadas.

Exigencias de nuevos niveles de bienestar, acceso a otras condiciones sociales, políticas y de seguridad, son consecuencias naturales del conocimiento de la realidad actual de las naciones más desarrolladas. Esto no solamente ha generado aspiraciones nacionales diversas, sino que, por las presiones causadas por el Desarrollo, se ha producido tensiones internas y externas, debido a la imposibilidad de que sean satisfechas todas las necesidades que surgen a lo largo de ese proceso.

Finalmente, cabe destacar el sentido ético de que debe revestirse el Proceso de Desarrollo, por cuanto toda nación tiene un pasado de tradiciones histórico-culturales que se debe respetar y preservar. Desde el punto de vista Doctrinario, el Desarrollo, siendo deseo y aspiración del hombre, debe tener sus bases éticas firmemente respaldadas por una filosofía democrática, mantenida en el curso de las transformaciones que afectan las estructuras de la sociedad.

En la formulación de una Política de Desarrollo hay un doble aspecto que observar. Primero, el establecimiento de objetivos que reflejen el anhelo de evolución; segundo, la necesidad impuesta por el propio desarrollo, de fortalecer y perfeccionar el

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Poder Nacional para asegurar la conquista de tales objetivos.

2.2.2.3. Estrategia de Desarrollo.-

Las necesidades de evolución de una nación, orientan los rumbos de la Política de Desarrollo, criterio que tiene validez también para la estrategia.

Es en ese plano que con mayor dinamismo se hace sentir el arte del estadista, cuando busca identificar, en medio de las alternativas, cómo aplicar el Poder Nacional para la conquista y mantenimiento de los Objetivos Nacionales. Respecto a éstos, siendo la Estrategia eminentemente dinámica, es típica de la acción gubernamental y, por tanto, relativa a los Objetivos Nacionales Actuales. Esa acción debe, con realismo, estar de acuerdo con la capacidad del Poder Nacional que necesita con frecuencia ser preparado para garantizar el éxito de las Acciones Estratégicas.

No está demás resaltar que los países, como el nuestro, en vías de desarrollo presentan una serie de características y vulnerabilidades diversas, ampliando el espectro de obstáculos que se deben superar. En su gran mayoría, son estructurales y resultado de la falta de circunstancias favorables que benefician a otros países. En otras palabras, se trata de Factores Adversos que pueden tener potencialidades más graves.

Cabe destacar también que la Estrategia de Desarrollo es entendida como el arte por el cual el gobierno prepara y aplica el Poder Nacional con miras a alcanzar y al mantenimiento de los Objetivos Nacionales Actuales.

El resultado que normalmente se pretende obtener a corto plazo para el Desarrollo comprende la adopción de Acciones Estratégicas, ya sean corrientes o de

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

emergencia, caracterizadas por la armonía dentro del proceso.

La Estrategia se preocupa de alcanzar los objetivos con los medios a su disposición. De allí resultan las acciones directas e indirectas, de naturaleza diversa, conforme el estilo y la acuciosidad del estadista y de su equipo gubernamental.

2.2.3. Análisis de la Política y Estrategia Actual

Dentro los objetivos principales de la “política macroeconómica”⁶ del Gobierno se mencionan los siguientes:

1. **Reactivación del sector productivo no-petrolero.** Este objetivo se impulsa fundamentalmente en el incremento de la inversión pública, obras públicas, sector petrolero, eléctrico y un apoyo al sector privado, particularmente a la pequeña y mediana empresa mediante la disponibilidad de recursos para la inversión. Es indispensable la recuperación de los niveles de empleo que han sufrido un deterioro.
2. **Mejorar la equidad y la cohesión social con una mejor mayor inversión en capital humano y social.** Para esto se utilizará el 30% de la Cuenta Reactivación Productiva y Social: 15% para salud y saneamiento ambiental; 15% para la educación. Por otro lado, se espera que estas acciones contribuyan a la reducción de los niveles de pobreza en el mediano y largo plazo.
3. **Incentivar la productividad de los sectores productivos de bienes transables y no transables,** a través de: a) 5% de la Cuenta Reactivación Productiva y Social- para la inversión en ciencia y tecnología que permita

⁶ SIGEF. Presentación de la Pro forma Presupuestaria del Gobierno Central para el año 2006

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

competitividad frente a importaciones, y también de las exportaciones que podrían mejorar el saldo de la balanza comercial no petrolera. b) transparencia en el sector financiero.

Si bien es cierto que la actividad económica generada por el desarrollo del sector turístico, tanto a nivel nacional, regional o provincial puede en gran parte solucionar muchos problemas sociales del país y con ello lograr que los objetivos macro económicos se cumplan, pero el camino que plantea el gobierno central para lograr estos objetivos no es precisamente la inversión en obras de que incidan el desarrollo turístico del país, directa o indirectamente. En la pro forma presupuestaria 2006 vemos que los mayores incrementos porcentuales de inversión están en los sectores de salud y educación.

El estado ha definido como política, la promoción turística, para lo cual por intermedio del Ministerio de Turismo ha establecido un plan de marketing, financiado a través del Fondo Mixto de Promoción Turística

2.2.3.1. Fondo Mixto de Promoción Turística

En julio 29 del 2002 el Ministerio de Turismo, de acuerdo con el artículo 18 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, vigente hasta el 27 de diciembre del 2002, fecha en la que se expidió la nueva Ley de Turismo, suscribió el fideicomiso mercantil denominado “ Fondo Mixto de Promoción Turística ”⁷, cuya finalidad es la administración e inversión del producto de la enajenación de los bienes que le eran transferidos en el acto constitutivo y los demás aportes que se realicen en beneficio exclusivo de la promoción turística del Ecuador.

⁷ Suplemento del Registro Oficial No.733, del 27 de diciembre del 2002

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

De acuerdo con la ley para el manejo y administración del Fondo se ha estructurado dos órganos con participación de los sectores público y privado: El Consejo de Promoción Turística y el Comité Técnico. El Consejo de Promoción Turística, está presidido por el Ministro de Turismo y lo integran el delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores y el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo; y representantes de los Gremios Hotelero, de Operadores de Turismo Receptivo, de Líneas Aéreas y de Ferias, Congresos y Seminarios.

El **Comité Técnico** por su parte, está conformado por los representantes de gremios turísticos de Hoteles y Restaurantes, Operadores de Turismo Receptivo, Ferias, Congresos y Seminarios, y Transporte Aéreo. Preside el Comité, el Gerente Nacional de Mercadeo del Ministerio de Turismo.

2.2.3.2. Recursos del Fondo Mixto de Promoción Turística FMPT

En el Art. 40 de la Ley de Turismo, determina como ingresos propios del Fondo, los siguientes:

- a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo;
- b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;
- c) Los valores por concesión de registro de turismo;
- d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios, del Presupuesto General del Estado para gasto corriente del ministerio;
- e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado.
- f) Adicionalmente la contribución de US \$ 5.00 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera de país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;
- g) Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo; y,

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

h) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

Los ingresos previstos en el Art. 40 de la Ley de Turismo, fueron reglamentados parcialmente en los Arts. 77 y siguientes del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

Plan Estratégico para la Promoción Turística, está sustentado en tres ejes:

1. Desarrollo del Programa Integral de Marketing con la marca Ecuador,
2. Apertura de Oficinas de Promoción en el Extranjero y
3. Diseño de una campaña publicitaria en los medios más grandes de América y Europa.

En la pro forma presupuestaria del año 2006 se contempla la asignación de cuatro millones de dólares americanos al fondo.

Para cumplir los objetivos trazados, el FMPT emprende la contratación de las denominadas “Oficinas Ecuador”, encargadas de difundir al país en el extranjero por intermedio de alianzas con las empresas turísticas locales para difusión y marketing, la preparación de viajes con prensa internacional y el estímulo a la inversión extranjera en el país, las “Oficinas Ecuador” están manejadas por empresas de relaciones públicas de reconocido prestigio mundial y serán las encargadas de educar a la industria turística de América y Europa en la venta del país como destino prioritario para vacaciones. Su apertura no implica la contratación de personal ecuatoriano en el extranjero y la firma de los contratos para el proyecto es encargada a la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Entre los productos que se destaca involucra Galápagos, Costa, Andes y Amazonía; otro denominado Sol y Playa, con la Ruta del sol y playas verdes; y un tercero, el Ecoturismo, en donde se incluyen la Amazonía, las islas Galápagos, las reservas naturales Sangay, Machalilla y Cayapas.

También fueron catalogados como productos turísticos: La Cultura, que involucra a las ciudades de Quito, Cuenca, Mitad del Mundo, Otavalo, Ingapirca, Medicina Herbolaria y fiestas populares; y, Convenciones y Congresos, que tiene una importante oferta en Quito, Guayaquil y Cuenca.

En la promoción han sido considerados otros productos como: la Observación de Aves, en Mindo, Cuyabeno, isla Santa Clara, Galápagos y Paschoa; Gran Aventura que se integra con escalada, por la Avenida de los Volcanes y las cimas en la Amazonía; Ciclismo de Montaña, a través de recorridos desde la Amazonía al Pacífico, la Avenida de las Cascadas y otros definidos como Bajada del Cielo, teniendo como escenario diversas montañas de la región interandina.

Los Deportes como buceo en la reserva marina de Galápagos y en la Isla de La Plata; Pesca deportiva en Salinas, Manta y lagunas de pirañas, rafting y kayaking en numerosos ríos de la Amazonía y de la Sierra; y el turismo Rural definido como rutas de sabores o de las flores y las actividades que se realizan en las haciendas y comunidades y otros productos definidos como incentivos o distracciones, también conforman la lista de productos que define el Plan de Marketing.

Las áreas de operación de los centros internacionales están ubicados en: EEUU, Canadá, Brasil, Argentina, Chile, Inglaterra, Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Francia, España e Italia. Según el cronograma del

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Plan Estratégico, las “Oficinas Ecuador” comenzaron a funcionar a inicios del 2005 con una inversión aproximada de 600 mil dólares al año, recursos provenientes del sector privado y el Gobierno Nacional.

Con el objetivo de reforzar el trabajo de promoción externa, el FMPT también emprende una campaña de televisión en las principales empresas periodísticas del mundo como las cadenas CNN Internacional y CNN en Español. Además, está listo un nuevo material de promoción escrito y audiovisual elaborado en tres idiomas: inglés, alemán y español. En estos productos comunicacionales se exhiben las principales atracciones de la Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos con imágenes y tomas de alta calidad. El Plan contempla, adicionalmente, un programa para elevar la presencia del Ecuador en las diferentes Ferias de Turismo Internacional.

2.2.3.3. El Ministerio de Turismo

Es la cartera de gobierno que tiene como objetivo fundamental fomentar el desarrollo del turismo del país en forma planificada, segura, hospitalaria conservando los ecosistemas naturales, realzando la identidad de los pueblos, costumbres y formas de vida.

El Ministerio de Turismo del Ecuador esta estructurado de la siguiente manera: del Ministro/a de Turismo depende tres Subsecretarias: de Turismo, de Administración y Finanzas y la del Turismo del Litoral. De la Subsecretaria de Turismo del Litoral depende la Gerencia Regional del Litoral la misma que tiene a su cargo la Dirección

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

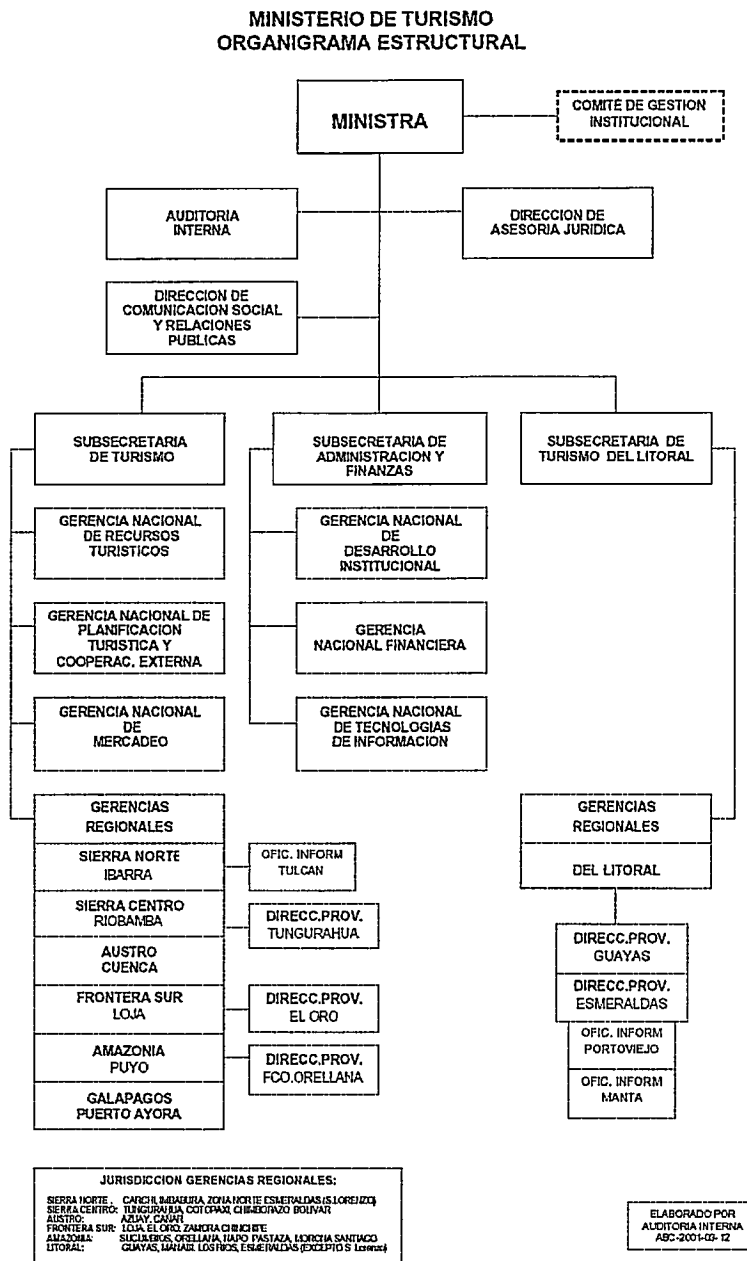


Gráfico 2.6. Organigrama Estructural del Ministerio de Turismo

En la provincia la organización turística está compuesta de la siguiente manera: El Ministerio de Turismo a través de la Dirección Provincial de Turismo de Manabí y sus oficinas en Bahía de Caráquez y Manta; los departamentos de turismo de los municipios de Manta, Puerto López, Sucre, San Vicente y en Portoviejo CRUCITUR (Empresa Municipal de Desarrollo Turístico de la Cantón Portoviejo) que

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

funcionan como entes descentralizados gracias a la firma de convenios de transferencias de competencias del Ministerio de Turismo hacia estos gobiernos locales, como parte del proceso de modernización del Estado; además, la Cámara Provincial de Turismo de Manabí (CAPTUM), parte de la FENACAPTUR, da paso a sus capítulos cantonales de Manta y Puerto López, con autonomía financiera, administrativa y operativa; además están la Asociación de Hoteleros de Manabí, la Asociación de Agencias de Viajes y varias asociaciones de restauranteros y similares.

2.2.3.4. Los Municipios Turísticos Descentralizados

En Manabí los municipios de: Portoviejo, Manta, Puerto López, Sucre y San Vicente fueron declarados Municipios Turísticos descentralizados.

Para declarar a un municipio turístico la base es la infraestructura turística existente en ese cantón, de tal manera que los recursos financieros producto del cobro de la Licencia Anual de Funcionamiento permita a la municipalidad cumplir con los objetivos del traspaso de las competencias. El Ministerio de Turismo es el organismo con competencia para declarar a un municipio turístico.

La descentralización en materia turística significa que los municipios deben:

- Planificar localmente el turismo con la participación ciudadana, como garantía para su ejecución
- Expedir la legislación local y ordenanzas que contribuyan a mejorar la calidad del turismo;
- Impulsar la formación de consejos locales de turismo, como espacio para la concertación con universidades, empresa privada, comunidades locales, instituciones públicas y demás actores;

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- Coordinar con los consejos provinciales para la planificación y desarrollar proyectos turísticos,
- Crear mecanismos que garanticen la seguridad de los turistas;
- Preservar el patrimonio cultural y artístico;
- Promover internamente el turismo;
- Participar en el sistema integrado de Información Turística;
- Mantener y actualizar catastros e inventarios;
- Otorgar y cobrar por Licencia Anual de Funcionamiento de los respectivos servicios;
- Controlar establecimientos turísticos y servicios; y
- Señalizar adecuadamente el cantón.

El Gobierno Seccional Autónomo, representa las demandas locales y las eleva hasta el Gobierno Central, a fin de que éste, a través de los programas ministeriales y acciones descentralizadas, otorgue los recursos para la ejecución de la inversión sectorial en la provincia, debiendo complementarse con la obra de las entidades autónomas de la provincia.

El poder central, ejercido por la Función Ejecutiva, Función Legislativa, Función Judicial y Función Electoral, tiene entre sus atribuciones y obligaciones, conocer las necesidades de la localidad en las áreas de su competencia individual, coordinar, supervisar, planificar y evaluar las acciones que por su cuenta y riesgo le correspondan. Por su parte el Gobierno Seccional Autónomo, está integrado por el Consejo Provincial, los municipios, y juntas parroquiales. Están consideradas en esta gran clasificación, las empresas municipales regionales y locales.

Con el gráfico siguiente vamos a explicar interrelación que se da entre niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo provincial.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

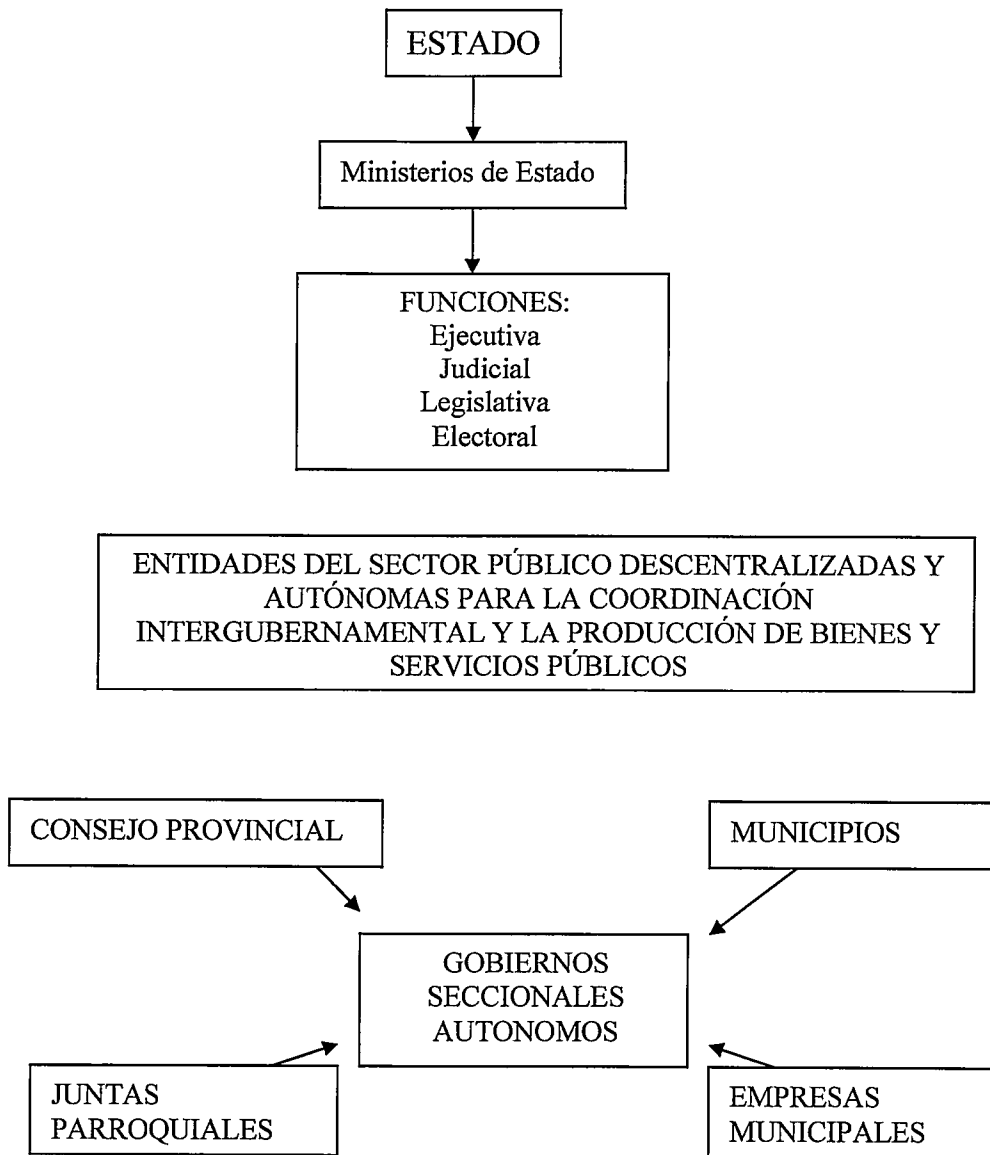


Gráfico # 2.7 Los Niveles de Gobierno

2.2.3.5. Las Empresas Municipales

Son cinco empresas creadas mediante Ordenanzas seccionales publicadas en los respectivos Registros Oficiales.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La creación de empresas municipales se la hizo con el fin de que el **gobierno** Municipal brinde servicios mayor seguridad y eficiencia, fortaleciendo de esta manera las capacidades locales y la responsabilidad social respecto del aprovechamiento, de los recursos de la zona.

a) Empresa Municipal De Desarrollo Turístico CRUCITUR

CRUCITUR, es una empresa autorizada en el R.O. No. 538 del 8 de octubre de 1990, expedida el 19 de agosto de 1997, publicada en el Registro Oficial No. 195 del 17 de noviembre del mismo año.

- Tiene personería jurídica
- Posee autonomía administrativa, económica, financiera y operativa
- Esta domiciliada en Portoviejo.
- Se rige por criterios de eficiencia técnica, para planificar, coordinar, ejecutar y fiscalizar las obras de desarrollo turístico y de protección ecológica del cantón, especialmente de la parroquia Crucita, identificar y promover la infraestructura hotelera que procure desarrollo, a través de la elaboración de estudios, contratación de obras y servicios, la coordinación con el municipio y otras entidades
- Dentro de sus funciones debe elaborar proyectos de delimitación de zonas de parques y reserva ecológica así como incentivar la construcción de museos arqueológicos.
- También se debe encargar de promover la artesanía y movimientos folclóricos del cantón.
- Administrar los servicios básicos de agua potable, alcantarillado pluvial y sanitario, la seguridad preventiva y de salvataje en la parroquia Crucita.

El presupuesto de esta empresa se fundamenta en el 100% del rendimiento de los impuestos de recaudación directa de la Municipalidad en la parroquia, el 10% de la recaudación de los impuestos prediales del cantón, las asignaciones del Estado y las demás que fija la ley.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es importante destacar la disposición del artículo 14 de la ley vigente que dice: “...Disposición General.- Es competencia de la Empresa Municipal de Turismo de Portoviejo CRUCITUR, la realización de proyectos de carácter histórico, recreacionales y de embellecimiento urbano del cantón Portoviejo”.

La empresa tiene suscrito el Convenio de traspaso de competencias del Ministerio de Turismo. El instrumento jurídico administrativo no menciona la transferencia de recursos, sino solo responsabilidades y atribuciones.

b) Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado EMAPAP

Al principio creada sólo como Empresa Municipal de Alcantarillado de Portoviejo, con jurisdicción cantonal, mediante Ordenanza publicada en el Registro Oficial No. 525 de septiembre 19 de 1990 y con responsabilidades sólo en la prestación de este servicio. Posteriormente, mediante Ordenanza Municipal del 25 de noviembre de 1996, publicada en el Registro Oficial No. 91 de diciembre 8 de 1996, se crea la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Portoviejo EMAPAP.

De conformidad al Art. 1 de la norma, la EMAPAP tiene personería jurídica, autonomía administrativa, económica-financiera y operativa; es apolítica y se rige por principios de eficiencia y estricto rigor técnico.

Tiene como responsabilidad, la provisión, administración y prestación de servicios de agua potable, alcantarillado y drenaje pluvial del cantón Portoviejo.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Su competencia la ejerce a partir de la transferencia de los sistemas de agua potable y alcantarillado correspondientes a Portoviejo, que han sido administrados por el Centro de Rehabilitación de Manabí CRM, que los construyó. Por este acto, pasan al patrimonio de la empresa, la planta de tratamiento de agua potable Cuatro Esquinas, Las Pulgas, estación de bombeo Loma Blanca y las demás instalaciones que sirvieran a estos fines en el cantón. De otra parte dice la norma, se transfieren los recursos financieros, físicos y técnicos que contaba el CRM para la prestación de este servicio en el cantón, así como las obligaciones y derechos.

Una de las metas críticas de la empresa es llevar adelante la construcción del Plan Maestro de Agua Potable para Portoviejo, cuyo costo de inversión alcanza los 50 millones de dólares, para lo cual el Gobierno central ya lo ha incluido dentro de la pro forma 2006.

c) Empresa Municipal Parque Industrial Portoviejo EMPIP

Creada por Ordenanza Municipal del 30 de marzo de 1998, no se encuentra publicada en el Registro Oficial.

- Tiene personería jurídica propia y autonomía administrativa y patrimonial.
- Se la crea con el propósito de incentivar la producción y productividad económica del cantón.
- “La función primordial de esta empresa es de crear las condiciones favorables para la instalación de industrias que lleven al desarrollo sostenido de la zona, promover y ampliar el parque industrial de Portoviejo, concesionar bienes y servicios a la iniciativa privada”.⁸

⁸ Municipio de Portoviejo. Ordenanza Municipal. Art. 3.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

d) Empresa Municipal de Desarrollo Rural Integral de Portoviejo EMDRIP

Creada por Ordenanza Municipal del 4 de diciembre de 1997, publicada en el Registro Oficial No. 258 de febrero 16 de 1998, para responder por el desarrollo de las parroquias rurales del cantón, a través de la provisión de infraestructura y servicios que detengan la migración, promuevan el desarrollo rural y eleven la calidad de vida en el campo.

Tiene personería jurídica, de derecho público y dotada de autonomía administrativa, económica-financiera y operativa, apolítica y llamada a gobernarse por criterios de eficiencia técnica y administrativa.

Entre sus funciones esta atender la planificación, hasta la prestación de los servicios de producción como la promoción y formación de empresas agroindustriales o la organización de la comunidad, de infraestructura como la construcción de vías inter e intraparroquiales, mercados y camales, agua potable y electrificación; social como la atención de la salud, educación y seguridad ciudadana; y ambiental como la buena recolección y disposición de desechos, la conservación del suelo, agua y aire, y la formación de una cultura de defensa del medio.

Actualmente la empresa se encuentra realizando gestiones y alianzas para promover el fortalecimiento financiero que le permita realizar con mayor efectividad el rol que le compete.

e) Empresa Municipal de Aseo y Saneamiento de Portoviejo EMASEP

Tiene personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonial.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Obtiene recursos financieros del rendimiento de la tasa de recolección de basura, los ingresos por servicios del equipamiento urbano arriba mencionado, los del servicio de taller de mantenimiento, de las asignaciones del Estado, del Municipio o de otras entidades, entre otros.

La recaudación de la tasa de recolección de basura, se hace a través de la planilla de consumo de energía eléctrica, y su rendimiento está afectado por las características de la comercialización de este servicio. Los demás rubros son de recaudación directa y bajo rendimiento.

El funcionamiento adecuado y armónico de las empresas municipales en el municipio de Portoviejo a dado el primer paso de organización y descentralización de los servicios básicos, logrando desarrollar áreas de interés turístico, y que otras municipalidades no han acogido ni considerado emular.

2.2.3.6. Las Empresas Regionales

En Manabí existen dos empresas municipales regionales, creadas para atender el servicio de producción, operación, mantenimiento, comercialización y administración de agua potable a las poblaciones atendidas con las plantas de tratamiento de Chone y La Estancilla.

La empresa regional que opera con la planta de Chone atiende a la población urbana de Chone y San Antonio. Y en el segundo caso, atiende la población de Calceta, Junín, Tosagua, Sucre, San Vicente y ciudades en tránsito.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Estas empresas con su operación abastecen de agua potable a sectores importantes de la provincia, colaborando a que en estas zonas la actividad turística no sea considerada precaria.

Para generar turismo en una región depende de la planificación y del trabajo conjunto de todos estos actores juntos, más la colaboración ciudadana.

Del análisis planteado podemos definir que el estado por intermedio de las diferentes instituciones gubernamentales, no ha ejercido una política de apoyo específico a las actividades turísticas de la provincia, ni ha generado estrategias que permitan ubicar a cada una de las diferentes provincias que tienen atractivos turísticos en un nivel de competitividad óptimo; ha definido un plan de marketing para promocionar al país, en donde no se refleja la verdadera realidad de los atractivos turísticos de la provincia ni tampoco se han dado solución o generado proyectos que solucionen las necesidades básicas de la provincia, contando dentro de estas la vialidad, fuente primordial en el desarrollo de todas las actividades económicas y en el ámbito turístico, fundamental para facilitar el acceso de los turistas, un reflejo de esta acción fue la Feria Internacional de Turismo realizada en Guayaquil del 22 al 25 de septiembre del 2005, donde se centro la promoción en la provincia de Galápagos, la ciudad de Guayaquil y la sierra. Evidenciando una pobre preocupación a nivel de gobierno por generar políticas de desarrollo de las actividades turísticas en esta provincia o diseño de estrategias que permitan utilizar los medios disponibles y potenciales para fortalecer el turismo en esta zona.

Los gobiernos seccionales no han definido una política que capacite a la población sobre la incidencia positiva del turismo en la economía de la zona, de igual manera no se han establecido programas de desarrollo de infraestructura básica para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas que poseen atractivos turísticos. No se han establecido programas de incentivos para los inversionistas que quieren desarrollar la planta turística en provincia.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Por lo expuesto anteriormente, consideramos que no existe un adecuado plan de desarrollo de las zonas turísticas de la provincia de Manabí, toda la inversión se concentra en las principales ciudades de la provincia.

2.2.4. El Turismo y el Desarrollo

Analizar el impacto económico del turismo es analizar el lugar que ocupa el turismo en el comercio internacional y en las economías nacionales; es aislar y evaluar los factores cuantitativos y cualitativos que son el fundamento del desarrollo del turismo; también es identificar los principales elementos propios para estimular u obstaculizar su desarrollo en el porvenir y examinar los resultados de la actividad turística haciendo comparaciones con los otros sectores de la economía, tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo.

Si la progresión de la importancia económica y social del turismo es ya una realidad en todo el mundo, no siempre ha sido claramente captada por todos aquellos a los que el turismo afecta directa o indirectamente. La emergencia del turismo de masas ha engendrado una extrema variedad de iniciativas que han desembocado en instalaciones, equipamientos y actividades que es difícil comprender en su conjunto y en sus efectos sobre el medio en que se han implantado; y ello muy a menudo sin ninguna referencia a un marco organizado del espacio, lo que explica el reconocimiento relativamente reciente en la organización del territorio.

En el ámbito de una economía nacional o de una región, los efectos del turismo se evalúan generalmente a partir de sus repercusiones sobre unos objetivos aceptadas por cualquier sistema económico, a saber: su contribución al crecimiento económico, su estabilidad de los precios, el equilibrio de la balanza de pagos, la distribución justa y equitativa de la renta nacional, y el pleno empleo. De acuerdo a

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

las nuevas teorías de competitividad, las cuales precisan que ésta no se formule como un objetivo de país, sino de las regiones a cuales se las debe denominar “clusters” es en donde surgen los productos turísticos. En el caso de Ecuador, de acuerdo a lo manifestado en la Subsecretaría de Turismo, se han identificado cinco clusters de competitividad, a saber:

- Cluster Galápagos
- Cluster Andes Centro-Norte
- Cluster Litoral
- Cluster Austro
- Cluster Amazonia

Es por tal motivo que para mantener este lineamiento clasificamos al cluster litoral, en el micro cluster Manabí, que se convertirá en nuestro punto de partida y de análisis. También es necesario señalar que este es un análisis de la situación actual, al cual subsigue un plan de estrategias y acciones, basadas en el presente diagnóstico.

Lamentablemente no se cuenta ni con suficiente ni con muy confiable información estadística sobre el comportamiento del mercado en cada cluster, salvo por los datos puntuales que han sido proporcionados por organismos del sector público o por la empresa privada y de manera individual para el micro cluster Manabí.

En todas las áreas y en el manejo de la problemática del sector, aún se persiste en la idea de la intervención central, ya sea del gobierno a través del organismo oficial de turismo, en materia de información o acciones concretas en los ámbitos de la promoción o, inclusive, de rehabilitación de infraestructuras, aspectos que no le competen más allá de la definición de políticas nacionales y planificación

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

estratégica general, que incluya planes de marketing y otros que considere pertinentes.

Esta intervención tanto a nivel macro como en el cuadro de acciones realizadas, como ha sucedido en otros países como el nuestro, ha sido y es bastante limitada y lamentablemente, no ha pasado de ser un “buen propósito” de los gobiernos o del organismo oficial de turismo de turno. Esta situación ha producido que muchos empresarios se crucen de brazos a la espera del “milagro”, sin considerar que si se quiere una solución, esta dependerá del mismo sector.

Este es el fundamento de la competitividad. Ahora bien, de acuerdo a las estadísticas de la OMT, apenas un 45% de los servicios que se proveen al turista dependen del mismo sector, queda evidente que la mayoría de elementos relacionados con el servicio al turista dependerán de la intervención pública o comunitaria; de una actitud positiva y cordial hacia el visitante, de los niveles de formación empresarial, de la existencia de agua potable y luz eléctrica o del buen estado de una carretera. Entonces no existe otra alternativa que buscar consensos y compromisos sobre la base de planteamientos concretos, cuantificables y con proyección a futuro.

Para ello, tener claridad acerca del potencial de la oferta (vista con una óptica abierta de mercado y no con un criterio localista y subjetivo) y del producto turístico resultante, a partir de la coordinación de esfuerzos y del conocimiento de la demanda, aporta las ventajas competitivas necesarias para intervenir exitosamente en el competitivo mundo del turismo.

Manabí es una región con características especiales que le permiten ser un potencial para el desarrollo turístico, lo que ha permitido la evolución de proyectos para atraer viajeros del Ecuador y de todo el mundo; sin embargo si es posible percibir que existe una atomización de los esfuerzos públicos y privados para

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

generar una verdadera propuesta integral de desarrollo turístico como un aporte a la reactivación económica (incremento de fuentes de empleo y transferencia de tecnología) y de sustento a la dolarización (captación directa de divisas). En Manabí, de acuerdo a sus pobladores y funcionarios públicos es posible hacer turismo de aventura, deportivo, gastronómico, arqueológico, ecológico, de diversión, de descanso, religioso, cultural o de sol y playa, es por tanto considerada como una fuente potencial de generación de recursos.

Es fundamental efectuar una revisión de con que cuenta la provincia para generar atracción turística, para lo cual inicialmente, como parte constitutiva del desarrollo provincial ubicamos a la planta turística y lo que ella comprende; sitios de alojamiento, áreas para alimentación y bebida, sitios de esparcimiento y servicios de transporte, actividades relacionadas con el turismo y que representan al sector turístico de la provincia.

La planta turística se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Tabla 2.38 Resumen de Establecimientos Turísticos

CANTONES COSTEROS	% ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS
Portoviejo + Crucita	158
Jipijapa + Puerto Cayo	22
Sucre	34
Pedernales	48
Jama	2
San Vicente	12
Jaramijó	1
Puerto López	74
Manta	178
TOTAL COSTA	529
TOTAL PROVINCIAL	564
% COSTA	93,79
Fuente: CAMARA PROVINCIAL DE MANABI Elaboración: GRUPO DE INVESTIGACIÓN	

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Observamos concentración de la oferta de establecimientos turísticos afincados en las zonas de sol y playa, ya que es porcentualmente superior con respecto al resto del interior de la provincia.

Existen muchos más establecimientos considerados turísticos pero que no se encuentran adecuadamente registrados en las estadísticas de la Cámara Provincial de Turismo de Manabí, debido a que operan al margen de la legislación que al respecto existe; conforme los criterios obtenidos de las entrevistas realizadas es posible que al total de establecimientos registrados deban incluirse aproximadamente unos doscientos establecimientos en toda la provincia.

Parte de este sistema turístico y que coadyuva al desarrollo económico, son los tres aeropuertos operativos existentes en la provincia: Reales Tamarindos en Portoviejo, Eloy Alfaro en Manta y Los Perales en San Vicente, a los que hay que sumar el Puerto de Manta que ya es parte de las escalas que realizan cruceros turísticos de gran envergadura.

En cuanto a la transportación terrestre, varias cooperativas cumplen con rutas directas interprovinciales con Esmeraldas, Quito, Guayaquil, Ambato y Quevedo, lo que permite un flujo permanente de visitantes desde y hacia estos lugares.

Con lo anterior podemos inferir que las piezas de la maquinaria turística están completas en la provincia, pero que aún hacen falta ciertos elementos en la cadena de valor que la hagan funcionar para producir el producto turístico llamado Manabí. Sin embargo, antes de establecer cuales son los elementos que permiten el engranaje y le dan fuerza a esta industria, es preciso hacer otras diferenciaciones.

Las comparaciones que más interesarían son las que relacionan a Manabí con Guayas y Pichincha que son las provincias diferenciadas del resto del Ecuador por su poderío económico y político, pero lamentablemente en cuestión de turismo la

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

comparación entre las tres provincias es muy dispersa, la provincia de Pichincha de las tres es la que ha mantenido el liderazgo en cuanto a turismo e infraestructura, la provincia del Guayas al igual que Manabí concentra la mayor parte del turismo en la zona costera, pero en los últimos años la habilitación de otros destinos dentro de la provincia, como la ciudad de Guayaquil, cantones como Naranjal y Bucay poco a poco están completando el anhelo de convertirse en una provincia turística, este giro que se está viviendo en esta región ha mejorado los índices de desempleo, analfabetismo, pobreza extrema, salud, también se han rehabilitado sectores en años anteriores eran violentos e imposibles de transitar.

La provincia del Guayas goza de buenas obras básicas de infraestructura solo faltaba la visión hacia el objetivo turístico, la promoción, la colaboración ciudadana y de las diversas agrupaciones, gremios o asociaciones que permitan sacar adelante los nuevos productos turísticos están de acuerdo con lo que busca el turista actual.

El desarrollo macroeconómico que es el objetivo principal del gobierno central, no ha incidido en el cambio favorable los índices de pobreza, desempleo, inestabilidad económica, los problemas sociales de la provincia de Manabí.

Manabí es una provincia consumidora de productos manufacturados provenientes de las provincias del Guayas y Pichincha, las pocas industrias que existen son las empresas dedicadas a la pesca, empacadoras de pescado y enlatadoras de atún, si bien es cierto que estas industrias generan empleo, demandando gran cantidad de mano de obra no calificada, pero vs la densidad poblacional no es suficiente.

La educación de la población en diversas actividades que generen ingresos ayudaría a elevar el estatus de vida, y bajaría los niveles de pobreza extrema que existe en algunos sectores que también va de la mano con la salud de la población. En conclusión podemos establecer que los objetivos de la política macroeconómica

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

del Gobierno no esta siendo direccionada a solucionar los problemas prioritarios de la provincia y únicamente esta paleando situaciones de forma y no de fondo.

Al analizar la actividad turística de la provincia como factor de desarrollo y los resultados logrados, notamos que ha mejorado algunos índices, nos permiten profundizar en nuestro estudio para sugerir un desarrollo turístico planificado para la zona. En estos últimos cinco años el desarrollo del sector hotelero de cantones como Manta, Portoviejo, Sucre, Puerto López, Pedernales y El Carmen ha permitido ocupar gran cantidad de mano de obra no calificada, tanto en la construcción de hoteles, cabañas, hostales entre otros tipos de alojamiento, así como en la actividad diaria de cada uno, mejorado las condiciones de vida de muchas familias. El sector de alimentos y bebidas, de acuerdo a la información estadística facilitada por la Cámara Provincial de Turismo, también ha crecido notoriamente en este lustro, en Manabí existen aproximadamente 786 restaurantes y 71 Cafeterías - Fuentes de soda, la mayor concentración de estos negocios esta en los cantones de Manta y Portoviejo, pero en si la mayor parte se ubican en los cantones costeros.

En manufactura, la elaboración de artesanías ha dado cabida a que más manabitas se interesen por conocer técnicas ancestrales para producir y comercializar su arte y su cultura, con gran demanda en otros países. El diseño de nuevas rutas y la promoción de actividades turísticas y recreativas en los diferentes cantones de la provincia han llamado la atención de la ciudadanía, lo que ha creado mayor demanda de medios de transporte, aumentando el parque automotor, situación que beneficia al turismo.

Los negocios de venta al detal cámaras fotográficas y revelado, gafas para sol, ropa de playa, protectores solares, bronceadores, repelente contra insectos, y otros artículos necesarios para la poder disfrutar de la zona en plenitud también se han incrementado o desarrollado en algunos casos, aunque según lo expresan los funcionarios públicos de la prefectura se a diseminado sin control.

Es importante el análisis de estos indicadores, para proyectar el desarrollo de otras zonas turísticas dentro de la provincia permitiendo que se conozca otros

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

ecosistemas, diversas formas de vida, costumbres y paisajes naturales, sin afectar el medio ambiente pero creando una cultura de atención al turista.

2.3 La Demanda Turística.

2.3.1. La Tendencia a Nivel Mundial.

El turismo mundial ha alcanzado niveles de desarrollo elevados, constituyéndose en un sector sumamente complejo por las interrelaciones empresariales e institucionales que se presentan en cada esfera de la actividad abundante información sobre atractivos turísticos que ofrecen los países, a través de distintas fuentes como el Internet, revistas, agencias de viajes, ferias especializadas de turismo, documentales y programas de televisión o sencillamente amigos o conocidos que les dieron referencias de algún viaje reciente.

Los productos turísticos, por lo general, son diseñados y ofertados por operadores internacionales. Dichos productos se ofertan empaquetados (paquete turístico) o por partes individualizadas. Los medios a través de los cuales se promocionan suelen ser los mismos operadores internacionales, o las agencias de viajes del país donde se ubica el atractivo turístico local, cuando el turista decide viajar sin la intermediación del operador.

De acuerdo a las estadísticas de la OMT el turismo es uno de los principales sectores socio-económicos del mundo. En el 2001 el sector de turismo generó ingresos cercanos a los US \$ 560 mil millones, incluyendo los ingresos percibidos por transporte internacional, mediante un flujo de llegada de turistas internacionales de 697 millones a nivel mundial. Se estima que “el turismo se sitúa para el 83% de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

los países, dentro de una de las cinco categorías más importantes en la generación de ingresos, y al menos para el 38% de países es la fuente principal de divisas”.⁹ El turismo genera empleo a través de una amplia gama de servicios y sectores económicos ayudando al desarrollo regional. Se calcula que el sector genera en el mundo representa los 194,6 millones de empleos, que representa el 7,6% del total del empleo mundial.

Además de la demanda creciente, dicho comportamiento dinámico se debió también a la mayor oferta de destinos turísticos, lo que ha conllevado a una mayor diversificación, siendo las zonas de gran dinamismo: Asia, Africa del Norte, America Latina, y el Caribe.

Los segmentos de demanda del turismo son: cultural, de naturaleza o ecoturismo, de sol y playa, misticismo, de aventura, religioso, descanso, de incentivos, entre otros. Aunque en términos proactivos pueda reducirse a cuatro segmentos: Naturaleza - Aventura, Cultural, Sol y Playa y Misticismo. El segmento Naturaleza – Aventura puede ser considerado de un mismo segmento por la estrecha relación que existe entre una y otra actividad.

Lograr un turismo diversificado, sostenible y enfocado al cliente constituye una alternativa imprescindible para los destinos turísticos para incrementar o mantener cuota de mercado, lo que además contribuye a garantizar una más justa distribución territorial de los ingresos que genera el turismo en los países menos desarrollados.

Sin embargo, la experiencia alcanzada hasta el momento indica el alto grado de dificultad que deben enfrentar los destinos o empresas especializados en un tipo

⁹ OMT. Referencias básicas sobre turismo. World-tourism.org/Facts/

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

de oferta como Sol y Playa, para lograr posicionar con éxito otras ofertas alternativas.

Para lograr una diversificación exitosa de un turismo sostenible, lo cual incluye un enfoque al cliente, debemos considerar cuatro vertientes fundamentales de trabajo;

1. Conocer motivaciones e intereses de clientes actuales y potenciales, así como identificar segmentos con necesidades específicas.
2. Brindar experiencias turísticas, que aporten utilidades simbólicas, funcionales y vivenciales, con eficacia y estilo, en un espacio de ocio con los recursos turísticos necesarios, asegurando su preservación.
3. Empezar una gestión estratégica por producto-mercado, basada en un enfoque al cliente, elaborando un conjunto de planes que definan objetivos, metas, acciones, y también precisen los recursos humanos y financieros para su consecución.
4. Emplear nuevos canales de distribución, incluyendo el uso de Internet y el comercio electrónico.

Desde sus orígenes, los desplazamientos han formado parte del modo de vida de los hombres. A la humanidad, por llamar así a todos los seres humanos, se la conoce por su insaciable interés por dispersarse por el mundo; y lo único que ha cambiado han sido los motivos. En el desarrollo de la primera de las vertientes anteriores, las teorías y modelos de motivación humana permiten comprender mejor las necesidades básicas y específicas de los clientes actuales y potenciales. Sólo conociendo profundamente las verdaderas necesidades, y agregándole nuevos atributos a nuestra oferta turística, podremos construir nuevos productos y servicios.

Si no sabemos cuáles son las verdaderas necesidades que debemos satisfacer, seguiremos detenidos en lo que nosotros conocemos (actuales paradigmas), y no avanzaremos hacia lo que la gente necesita (nuevos paradigmas).

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En esta tarea se hace imprescindible la identificación de segmentos de clientes, destacando las variables discriminantes y de comportamiento que determinan una conducta dada en cada segmento de interés.

En la segunda vertiente, se debe garantizar una gestión de destino y productos, que aseguren el logro de un turismo diversificado y sostenible enfocado al cliente, capaz de brindar verdaderas experiencias turísticas, en lo que es necesario disponer de información proveniente de encuestas a clientes, así como de la competencia.

Todo proceso de planificación es un diseño del futuro al que debemos llegar. Se apoya en el conocimiento de los segmentos metas de clientes y los recursos turísticos en cada territorio o entidad turística para satisfacer los mismos, y una metodología que nos lleve de la mano para establecer objetivos, metas, acciones y asignación de recursos.

Las tareas anteriores requieren la captación de gran cantidad de datos y su posterior conversión en información, para lo cual es imprescindible el establecimiento de un Sistema de Información de Marketing, así como la realización puntual de Investigaciones de Mercado.

Una última, pero no menos importante, vertiente de trabajo para asegurar un enfoque integral que llegue hasta la determinación de nuevos canales de venta más efectivos, está relacionada con la utilización de Internet y del Comercio Electrónico, ya que sin dudas constituye el canal de distribución con más potencial para comercializar las ofertas alternativas al Sol y Playa.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.3.1.1. La Actividad Turística en la Provincia

De acuerdo a los diferentes operadores turísticos y a los funcionarios del Ministerio de Turismo, la actividad turística de la provincia se desarrolla de acuerdo a las regiones interiores donde se encuentran concentrados los atractivos que actualmente tienen demanda en el mercado nacional e internacional, esta clasificación no representa una agrupación estadística, sino mas bien una referencia en base de las entrevistas efectuadas. Estas regiones o sectores son:

Vía Marginal del Pacífico, Manta, Portoviejo, Zona Norte, Zona Sur, Zona Centro e Interior. es la vía costanera, va desde Cojimés en el Norte, hasta Ayampe en el Sur, bordeando la franja costera. A lo largo de esta vía es posible encontrar una serie de atractivos naturales, así como lugares para el turismo interno y receptivo, que en la actualidad son visitados preferencialmente por los familiares de los pobladores de la localidad y que se encuentran radicados en otras provincias del país.

La ciudad de Manta: puerto y capital económica de la provincia, lo que le permitió un amplio desarrollo de su capacidad receptiva, apoyado por atractivos como: malecón Escénico, bosque protegido de Pacoche, intensa actividad nocturna y centros comerciales. Es la única ciudad manabita que cuenta con un hotel 5 estrellas. A pocos minutos de Manta está Montecristi, distinguida por ser el lugar natal del General Eloy Alfaro y centro artesanal con la fabricación de sombreros de paja toquilla, tagua, mimbre y otros. Esta ciudad es famosa por las peregrinaciones de la Virgen de Monserrat, en noviembre, que convoca a miles de fieles.

La ciudad de Portoviejo: capital política de Manabí, lugar en que están las principales entidades del gobierno nacional, y local. Esta ciudad se distingue turísticamente por Crucita, un balneario localizado a 28 kilómetros, en el que es posible disfrutar de extensas playas, un mar tranquilo para lo cual existen varios

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

hoteles y hostales; en este sitio se encuentra la segunda mejor pista para vuelo libre (parapente y alas delta). También está el estuario de La Boca, desembocadura del río Portoviejo en el Océano Pacífico y hábitat de especies animales y vegetales específicas.

Zona Norte: corresponde a los cantones Pedernales, Jama, caracterizada por las extensas playas y hosterías ecológicas, además de excursiones diversas en el cerro Pata de Pájaro, un hábitat importante de especies vegetales y animales únicas; en Cojimíes es posible conocer un brazo de mar acompañado ocasionalmente por defines.

Zona Sur: que corresponde a los cantones Jipijapa y Puerto López. En Jipijapa, la Sultana del Café, se encuentra desarrollando el proyecto la Ruta del Café; cuenta además con Puerto Cayo, una extensa playa y cuna de las ballenas, este sitio es apropiado para el descanso y desde julio hasta octubre es posible realizar tours para observación de ballenas. Dispone de una plata hotelera bastante amplia.

Puerto López: de acuerdo a los funcionarios públicos municipales tiene 135 atractivos que van desde bosques tropicales húmedos, arrecifes, islas e islotes, hasta flora y fauna representativas de la zona. Playa de Los Frailes: parte del Parque Nacional Machalilla, con características especiales que la han convertido en un área totalmente protegida. Museo de Agua Blanca, en la comuna del mismo nombre y en la que es posible hacer turismo vivencial de costumbres preincaicas. Isla de la Plata, desprendimiento continental con características parecidas a las islas Galápagos; dispone de senderos que permiten la visualización directa y a corta distancia de aves. Avistamiento de ballenas, entre los meses de julio y octubre; en Puerto López se iniciaron los tours y es una de las bases para su desarrollo turístico. Playas adicionales: Puerto Rico, Ayampe, Machalilla, Las Tunas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Zona Centro: corresponde a los cantones Sucre y San Vicente. Importante sector para la actividad ecoturística, sobre todo en Bahía de Caráquez, San Jacinto y San Clemente. En Bahía de Caráquez, ciudad ecológica y recientemente nombrada cuna de la nacionalidad ecuatoriana, existen alternativas igualmente ecológicas principalmente; En San Jacinto y San Clemente la planta hotelera es bastante amplia por las alternativas de turismo de playa.

Al interior de la provincia la demanda turística es menor, sin embargo es posible conocer las represas de Poza Honda, en Santa Ana, y La Esperanza, en el Cantón Bolívar; también participar de rodeos montubios en Olmedo y 24 de Mayo. En Chone esta el humedal de La Segua y las pinturas rupestres de La Dibujada, es en totalidad los atractivos turísticos que en la actualidad son visitados por turistas nacionales y extranjeros y que en su mayoría no son promocionados adecuadamente.

La tendencia Eco turística, en un mundo donde se encuentran en constante polución y exterminio de flora y fauna, el mantener zonas atractivas y adecuadas dadas por el entorno , y que permite la observación de aves, plantas y animales en su estado y habitat natural se convierte en una ventaja comparativa que debe ser explotada, pero debemos considerar simultáneamente, que se debe realizar estudios de impacto ambiental para determinar la capacidad de carga biológica del sitio y establecer la capacidad del atractivo. Esto significa que hay un límite en el número de visitantes que un lugar determinado puede recibir para seguir conservando el atractivo que lo hace turístico, y para que la capacidad de soporte de sus ecosistemas no se rompa.

El turismo convencional inducido a no tener un límite de turistas que puede recibir: entre más lleguen es mejor, ya que de eso se trata; cada turista representa una determinada cantidad de dinero que es importante no dejar de recibir.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Este proceso de acumulación no tiene límite, e inclusive, se llega a planear que la principal atracción sea la gran concentración de gente en la playa, la alberca o la discoteca.

La gran diferencia, entre el turismo inducido y el ecológico, es que éste último tiene, siempre, un límite para la recepción de visitantes en el lugar que se procura preservar, y ese límite es la capacidad de carga biológica, lo que podría soportar un ecosistema, más allá del cual se desestabiliza y destruye. Con esto entendemos que el número de que diariamente utilizan y transitan por un sitio, pueden llegar a desestabilizar el ecosistema y destruirlo, si la afluencia es numerosa y frecuente.

Los atractivos, independientemente de su jerarquía, tienen una capacidad limitada para generar visitas. Cuando este número de visitantes es rebasado, se rebasa el límite de la capacidad soportante del atractivo y la situación del turista se torna incómoda. El atractivo natural se deteriora y su calidad se pone en peligro. Es importante establecer cuanto de esta demanda turística se esta en capacidad de atender sin afectar al recurso natural, atractivo o sitio de inveteres turístico

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo OMT, se ha clasificado a los países que brindan estos atractivos turísticos:

Tabla 2.39 Tipo de demanda que genera los países

Naturaleza – Aventura	Cultura	Sol y Playa	Misticismo
Costa Rica	Egipto	México	Israel
Ecuador	Tailandia	España	India
Australia	Japón	Cuba	
Brasil	Italia	República Dominicana	
Sudáfrica	Grecia	Portugal	
Canadá	Francia		
Chile			
Nueva Zelanda			

Fuente: OMT

Elaboración: Grupo de Investigación.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es importante, entonces visualizar la clasificación establecida por la OMT, en cuanto a que Ecuador es un país que tiene demanda turística por que tiene atractivos bajo la categoría de naturaleza y aventura.

2.3.2. Estructuración de la demanda.

Para determinar la demanda turística que tiene la provincia de Manabí, fue necesario efectuar encuestas a turistas nacionales y extranjeros, que asistían y disfrutaban de los diferentes atractivos turísticos, durante el mes de mayo del 2005, así como a usuarios de los servicios hoteleros de las principales ciudades del país, de tal manera que nos permita conocer, el origen del potencial turista, e información relevante como motivación del viaje, grado de satisfacción, calidad de los servicios consumidos, para lograr así posicionar los destinos turísticos.

Los detalles de los resultados de las encuestas se encuentran incorporados como parte del Apéndice 1,2,3 y 4 del Anexo “A”.

Para nuestro análisis los resultados los clasificamos en cuatro categorías:

1. Lugar de residencia del turista.
2. Motivación e interés del turista.
3. Preferencia del lugar.
4. Opinión sobre el destino turístico.

a.- Lugar de residencia.

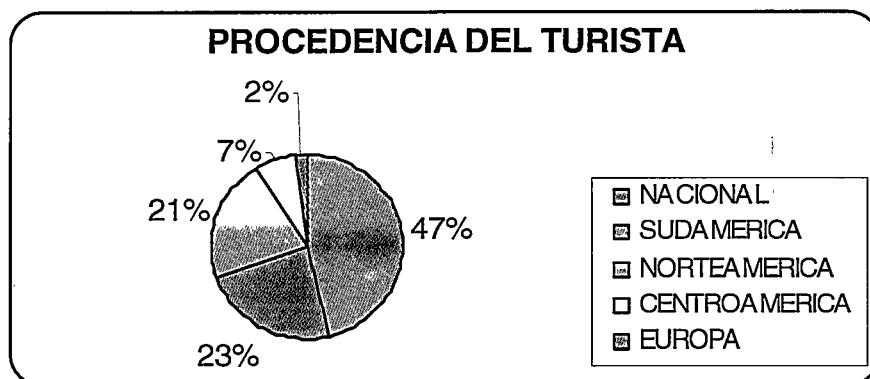
En base de las encuestas efectuadas a los turistas tabuladas en Apéndice 3 del Anexo “A”, se determinó que: el 54% de los turistas es de procedencia extranjera, y el 46% nacional; del total de turistas extranjeros el 23% es de procedencia de Sudamérica, el 21% de Norteamérica, el 7% de Centroamérica y el 2% de Europa, mientras que de los turistas nacionales el 20% es natural de la

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

provincia, el 47% del resto de provincias de la costa, el 30% de la sierra, el 2% de Galápagos y apenas el 1% procedente del oriente ecuatoriano.

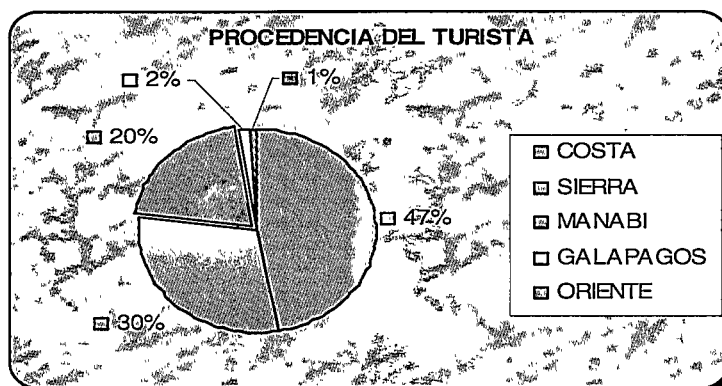
Gráfico 2.8 Lugar de Procedencia de Los Turistas



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

Gráfico 2.9 Procedencia de los Turistas: Nacionales.



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

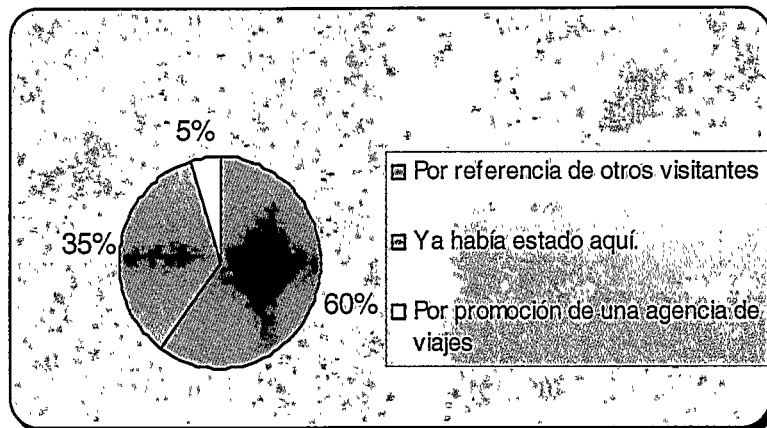
b.- Motivación e interés del turista.-

En lo que respecta a cual fue la motivación para llegar a los diferentes destinos, se determinó que el 60% de todos los encuestados lo hizo por referido de otros turistas, el 35% ya había estado en estos atractivos y el 5% lo hizo en base de paquetes promocionales que presentan las agencias de viajes.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Gráfico 2.10 Motivación e Interés Turístico



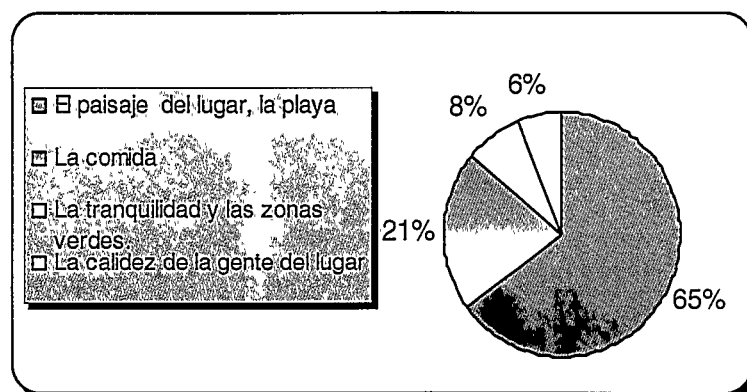
Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

c.- Preferencia del lugar.-

En lo referente a cual era su preferencia respecto al atractivo visitado el 65% del total de los encuestados considera que es por el paisaje del lugar y sus playas, el 21% que la comida es una razón justificada para la visita, el 8% por la tranquilidad y zonas verdes que tiene y el 6% que la calidez de la gente del lugar le hace acogedor para cualquiera.

Gráfico 2.11 Preferencia del Atractivo



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

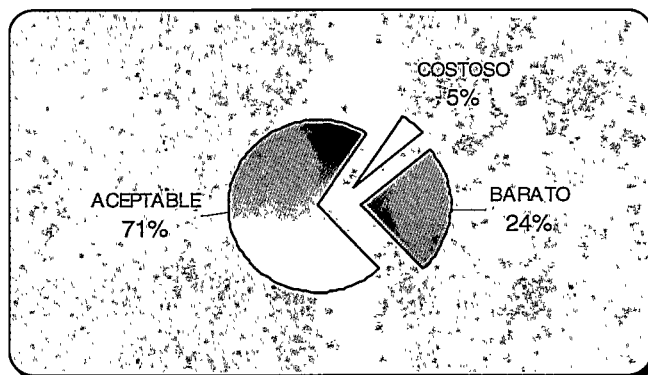
“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

d.- Opinión sobre el destino turístico.-

Para determinar cual es la percepción del turista frente a los precios que paga y los servicios que recibe, se estableció que el 71% considera que son precios aceptables, el 24% son precios baratos en relación a la calidad de los servicios y el 5% considera que son costosos los servicios disponibles.

Gráfico 2.12 Percepción del Destino: Los precios.



Fuente: Encuestas realizadas.

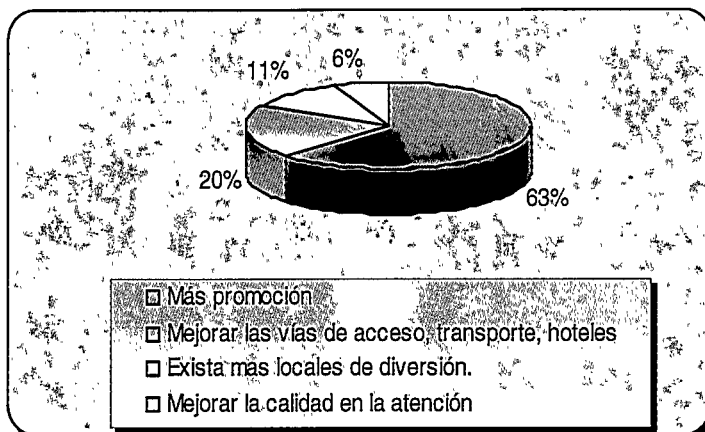
Elaboración: Grupo de Investigación

En lo que tiene que ver a cual es la opinión de los turistas en que se debe mejorar y que es lo que le falta al destino se estableció que el 63% de los encuestados considera que el destino necesita más promoción, el 20% que se debe mejorar las vías de acceso, el alojamiento y los medios de transporte, el 11% que se incremente los locales destinados a la diversión y entrenamiento, y el 6% considera que se debe mejorar la calidad de atención en el servicio.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Gráfico 2.13 Percepción del Destino: Comentarios.

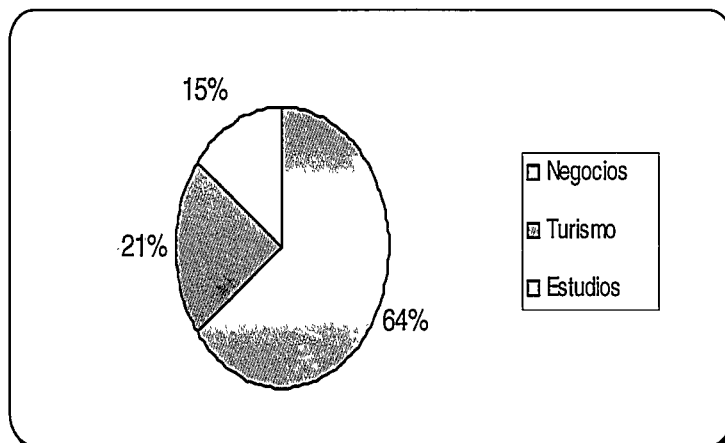


Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

Para mejorar nuestro criterio de análisis, incluimos la encuesta efectuada a diferentes ejecutivos que se hospedaron en los principales hoteles de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, para establecer cual es el interés sobre los destinos turísticos de la provincia; el detalle de la encuesta se encuentra en el Apéndice 4 del Anexo "A".

Gráfico 2.14 Motivos de la Visita.



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaboración: Grupo de Investigación

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Del total de los encuestados, se estableció que el 49% eran extranjeros y el 51% eran ejecutivos nacionales, de los que el 64% visitó los principales hoteles por negocios, el 21% por turismo en esa ciudad y el 15% por motivos de estudio e investigación, de los cuales el 56% conoce o ha escuchado sobre los atractivos de la provincia de Manabí; de este porcentaje se mantiene en la mente del consumidor de estos servicios turísticos, un 56% por el paisaje y ambiente de la playa, el 25% por la gastronomía del lugar, el 17% por la calidez de sus habitantes y apenas el 2% por la tranquilidad y áreas verdes.

En lo que tiene que ver a las preferencias al 33% le agrada el turismo de playa y sol, al 27% el turismo de aventura, el 22% zonas para relajamiento y al 16% lugares de excursión. En lo concerniente a como planifica sus vacaciones el 89% lo hace o estaría dispuesto a través de una agencia de viajes u operadora de turismo, el 5% por medio de las ofertas hoteleras, el 3% por medio de los anuncios publicitarios, y apenas el 3% planeadas por el turista mismo considerando las referencias de los amigos y familiares.

Con este resultado donde se establece que los ejecutivos tienen una predisposición a usar los servicios de las agencias de viajes, procedimos a efectuar la encuesta a las agencias y operadoras de turismo, de donde; el 38% de las encuestadas se dedica al negocio de compra y venta de tickets, el 37% a preparar paquetes turísticos para mercado nacional, y el 19% a promocionar paquetes turísticos del litoral; de las 155 agencias y operadores encuestadas durante el segundo trimestre del 2005, el 49% no ha vendido paquetes turísticos o promocionales de Manabí el 32% ha vendido menos de 12 y apenas el 3%, es decir 4 agencias han vendido más de 19 paquetes turísticos. El detalle de las encuestas efectuadas a las agencias y operadoras de turismo del país y localizadas en Manabí; se encuentra en el Apéndice 1 y 2 del Anexo “A”.

Como resultado final de las encuestas elaboradas podemos definir que:

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1. Los atractivos de la provincia de Manabí, no son promocionados adecuadamente por los entes gubernamentales y las entidades privadas,
2. No existe un programa de concientización ciudadana que permita capacitarlos para atender de mejor manera al turista y coadyuvar a que la estadía, en los lugares donde existe un atractivo, sea más prolongada.
3. Se evidencia una necesidad de planificación de la promoción turística a nivel gubernamental a mediano y largo plazo, así como de un plan de mantenimiento y desarrollo de los servicios, que es el complemento de los atractivos.

Debemos recordar que no basta con tener paisajes espectaculares, debe dotárseles de infraestructura básica y áreas para alojamiento, alimentación y diversión, es por tanto la inversión privada y gubernamental una necesidad prioritaria.

2.3.3. La Calidad del Servicio Demandado

La calidad del turismo es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.¹⁰

El análisis de cada uno de los términos empleados en esta definición sugiere acciones concretas que pueden evaluarse desde la perspectiva de unos criterios de calidad, como tal es factible proceder.

¹⁰ O.M.T. Comité de Apoyo a la Calidad, sexta reunión, (Cuba, Varadero 2003).

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es el "Resultado" ya que implica que la calidad se alcanza y se percibe en un momento determinado. No puede existir sin el concurso armonioso y activo de todos los factores que intervienen en la actividad turística. El resultado puede evaluarse en función de la satisfacción del consumidor así como por los efectos sociales, medioambientales y económicos de la actividad turística.

Es un "Proceso" porque significa que para alcanzar la calidad no es suficiente realizar una acción determinada, sino que es preciso un trabajo constante que no puede detenerse porque se haya logrado una calidad temporal. Implica asimismo un proceso sin interrupciones ni deficiencias, en el que es posible constatar y eliminar las limitaciones de una oferta que estropean el producto turístico final y final de cuentas son responsables de pérdidas directas o indirectas para la empresa o el destino.

De "Satisfacción" ya que introduce los elementos de subjetividad en la percepción de la calidad. Según sus características, las exigencias o expectativas de los turistas varían. Un marketing fundado y movido por un anhelo de calidad atiende a esas características y trata de catalogar a los consumidores según los diferentes tipos y grados de calidad que perciben.

Es "Legítimo" porque incorpora en el análisis el elemento del derecho a algo. Los consumidores no pueden esperar recibir más de lo que corresponde a lo que han pagado o a lo que determinan ciertos límites sociales o ambientales. La función de las administraciones y de las empresas del sector turístico es que el tipo y el grado de calidad estén en concordancia con el precio.

La noción de "necesidades" está vinculada con la cuestión de la legitimidad. Hay que tratar de satisfacer las necesidades básicas y vitales de las personas, aquéllas que no deberían nunca subestimarse al incorporar en los proyectos y programas de turismo todos los aspectos posibles a efectos de introducir atractivos

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

y reforzar experiencias. Las expectativas relacionadas con el tipo y el volumen de las necesidades básicas varían y con frecuencia aumentan. Las necesidades básicas del pasado no son exactamente las necesidades básicas de hoy.

El término "exigencias respecto a los servicios" relaciona la calidad con sus dimensiones humanas y personales que, a menudo, son intangibles y aparentemente difíciles de valorar, evaluar y cuantificar, a diferencia de los atributos físicos de las instalaciones turísticas que se emplean primordialmente en la clasificación o calificación de las instalaciones. No obstante, ciertos elementos relacionados con el servicio prestado son cuantificables como, por ejemplo, el tiempo de espera, la frecuencia del servicio, el número y el tipo de servicios que incluye el precio básico, etc. Un servicio de buena calidad no es suficiente para dar una impresión de que todo el producto turístico es de calidad, aunque un servicio excelente pueda impresionar favorablemente al cliente y hacerle cerrar los ojos a las deficiencias o defectos de otros elementos del producto turístico

El término "expectativas" se refiere a la necesidad de informar y dar una percepción positiva de las características del producto al consumidor potencial. No deberían producirse sorpresas negativas en el momento en que se presta el servicio o se suministra el producto: el consumidor debe recibir lo que se le ha prometido (o incluso más).

"Precio aceptable" sugiere que las expectativas del cliente reflejadas en el precio no pueden satisfacerse cueste lo que cueste y que las "sorpresas positivas" no deberían ser demasiado generosas, ya que ello significaría una asignación excesiva de recursos que no recibiría una remuneración adecuada. Si la calidad está garantizada y el producto es excepcional no cabe esperar que sea barato.

La expresión "factores subyacentes que determinan la calidad" sugiere que debería haber unos criterios de calidad comunes e irrevocables esenciales para

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

cualquier consumidor, con independencia de la categoría o clase del producto, del establecimiento, de la instalación o del servicio. Establecen el nivel mínimo de protección del consumidor por debajo del cual es imposible alcanzar una calidad o una calidad total y, si falla alguno de ellos, la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente, estos factores a considerar son:

- **Seguridad.** Un producto o un servicio turístico no puede representar un peligro para nuestras vidas, ni causar daño a la salud, a cualquier otro interés vital o a la integridad del consumidor (aun cuando hablemos de "turismo de aventura"). Las normas de seguridad las estipula normalmente la ley (p. ej. regulaciones para la prevención de incendios) y deberían considerarse *per se* como normas de calidad.

- **Higiene.** Un alojamiento debe ser saludable y limpio. No cabe pretender que estos requisitos son más importantes en los establecimientos de alta categoría. Las normas de inocuidad de los alimentos, deben cumplirse y han de ser comunes a todos los tipos de establecimientos de comidas, desde los puestos callejeros hasta los restaurantes de lujo, pasando, incluso, por las comidas de los aviones.

- **Accesibilidad.** Este factor exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias por nacimiento o enfermedad, incluidas las personas con discapacidades.

- **Transparencia** Se trata de un factor clave para garantizar la legitimidad de las expectativas y la protección del consumidor. Se refiere al suministro y la comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total. Ahí se incluye explicitar lo que cubre y lo que no cubre el precio del producto ofertado.

- **Autenticidad** En un mundo dominado por el comercio, la autenticidad es el factor de calidad más difícil de alcanzar y más subjetivo. Posee asimismo

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

dimensiones de marketing y competencia. La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. La autenticidad debe responder a las expectativas del consumidor. Disminuye y, llegado el caso, se extingue cuando el producto se desvincula de su entorno cultural y natural. Un parque temático que represente tierras lejanas y culturas distantes es un buen ejemplo de un producto turístico en principio artificial que puede crear una imagen de autenticidad y calidad por sí mismo. Por otra parte, un producto auténtico puede también evolucionar y adaptarse a las necesidades y expectativas.

- **Armonía.** La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo. Para mantener la sostenibilidad del turismo se requiere gestionar los impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico.

Es por tanto un motivo de reflexión general, ¿Nuestros servicios turísticos están acorde a las exigencias del mundo globalizado?; definitivamente, consideramos que no, falta mucho por hacer como país, no se diga respecto a regiones y para nuestro caso la provincia de Manabí, entonces, preguntémosnos ¿Que hemos hecho para solucionarlos?, tampoco nada, ha nuestra consideración; porque nos damos el lujo de generar interés turístico, pero así mismo nos damos el lujo de perderlo inmediatamente, por la falta de planificación a largo plazo en áreas de capacitación, de cómo atender al turista, de cómo generar fuentes de ingresos económicos a través de actividades relacionadas al turismo y que sustentan y apoyan la planta turística, es por tanto, que lo poco que tenemos de demanda turística, si no se definen y generan políticas gubernamentales y privadas, se perderá en el mediano plazo; primero por la falta de protección adecuada y mantenimiento del atractivo, y segundo por la falta de preparación de la población en atención y servicio al turista.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.4 La Oferta Turística

El sector turístico nacional gira alrededor de las empresas que conforman la planta y las actividades de servicios al turista, que van desde el alojamiento, alimentos & bebidas, transporte, esparcimiento y operación propiamente dicha, hasta la infraestructura disponible para su operación; entre estas se destaca:

a) Operadoras de turismo.

De acuerdo al catastro oficial del Ministerio de Turismo, de las 714 empresas de turismo registradas en el país, el 62.5% corresponde a agencias de viajes internacionales, el 31.5% a operadoras de turismo y el 6% a agencias mayoristas.

La mayor concentración de empresas de turismo se da en Quito (50.4%); de estas, el 23 % son operadoras de servicios, sobre todo porque es en esta ciudad donde están concentradas las operaciones de servicios hacia las diferentes regiones del país. Este hecho obedece también a que Quito ofrece una mejor infraestructura de recepción, conectividad, y comunicaciones, aspecto que han favorecido las iniciativas de desarrollo de productos, servicios y mercados en el campo del turismo. En Guayaquil se encuentra el 21.1% de las empresas, de las cuales el 5% corresponde a operadoras de turismo, cuya actividad básica es la operación de cruceros en Galápagos y en mucho menor porcentaje el turismo receptivo.

“El 80% de las empresas tiene entre 1 y 15 años en la actividad, el 19% entre 15 y 30 años y únicamente el 1% tiene más de 30 años”.¹¹ Esto demuestra que la actividad turística tuvo su mayor incremento a partir de 1985. En los años 70 el *boom* del petróleo había hecho ya su parte, incentivando la inversión interna que,

¹¹ Cámara Provincial de Turismo de Pichincha. captur.com/indicadores_turisticos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

unido al proceso de desregulación tarifaria en aviación produjo un gran optimismo sobre un futuro muy prometedor para el turismo no únicamente hacia Ecuador, sino también hacia otros países sudamericanos.

b) Principales actividades turísticas.

Las principales actividades que realizan las empresas de turismo, de acuerdo a la información presentada por la Subsecretaria de Turismo, están distribuidas de la siguiente manera:

- Turismo receptivo 48.3%,
- Turismo de exportación o emisivo 37,7%;
- Otras actividades 15% (organización de congresos, incentivos, turismo especializado de naturaleza, agro-turismo).

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los funcionarios de las principales agencias y operadores de turismo, se considera que aproximadamente el 93% de las empresas prestadoras de servicios turísticos receptivos manejan programas de turismo tradicional, que incluyen: city tours, visitas culturales, tours de compras, mercados indígenas, artesanales, de las cuales el 85% de empresas vende programas en Galápagos y en la Amazonía.

Las empresas ecuatorianas han respondido positivamente al reto de las nuevas tendencias de la demanda turística internacional de programas alternativos y especializados. “La oferta de actividades deportivas, tales como pesca, rafting, buceo, montañismo y ciclismo, se ha incrementado en un 28%; mientras que la oferta de turismo de naturaleza especializado, como ecoturismo, observación de flora y fauna, ha tenido un incremento del 66%. Sin embargo de este crecimiento, la respuesta del mercado externo aún no es suficiente para cubrir esta oferta, ya que lo

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

ha hecho sólo en un 10% en programas especializados y de naturaleza y en un 22% en turismo deportivo”.¹²

c) Volumen anual de visitantes.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los operadores turísticos, se encuentra establecido que el 38% de las empresas de turismo receptivo maneja un volumen de hasta 300 pasajeros anuales, mientras que un 24% maneja entre 300 y 1.000 pasajeros; un 19% entre 1.000 y 5.000; un 17% de 5.000 a 15.000 y, únicamente el 2% de las empresas maneja más de 15.000 turistas por año, lo que nos da la idea de cuan atendido es este mercado, pero no existe un registro estadístico adecuado de cuantos turistas nacionales manejan, o cuantos turistas nacionales visitan anualmente los diferentes destinos del país.

d) Tarifas.

En general, las tarifas de los productos turísticos de Ecuador comercializados en el mercado externo son altas respecto al valor real percibido por el consumidor y, en algunos casos, más altas que las ofertadas por destinos similares, como Colombia o Bolivia. Esto se debe principalmente a que no se producen economías de escala, a que se establecen tarifas sin un adecuado análisis previo de costos y al hecho de que no existen acuerdos internos que establezcan niveles de comisión estándar que propicien una mejor relación con el mercado externo y faciliten la negociación con los agentes mayoristas e intermediarios internacionales

Cuando se considera al mayorista internacional únicamente como un vendedor, y se negocia equivocadamente otorgando niveles mínimos de comisión (10%), sin considerar que del mayorista debe pasar a un minorista, no se está

¹²Mauricio Orbe. *No me olvido Manabí*, p.2.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

generando un verdadero interés de parte de ese empresario, parte fundamental de la cadena de valor y comercialización del producto.

Lo opuesto sucede cuando se negocia con tarifas netas y se deja libertad absoluta al mayorista para el cálculo de su utilidad. En este caso, el producto que sale al mercado será demasiado costoso para el cliente final, con las consecuencias de un bajo nivel de crecimiento del turismo al país. En cualquiera de las dos formas, se está propiciando que el turista ignore la oferta ecuatoriana o se encuentre con un producto de valor inferior al precio pagado.

El esquema actual de comercialización básico optado por las empresas contempla tres instancias de comisión: oficina de representación, mayorista y minorista. Los porcentajes pueden variar acuerdo a convenios especiales y a expectativas de volumen. El mayor problema que se detecta, en una gran mayoría de casos, es la limitada capacidad de negociación respecto de porcentajes por volumen y concesiones especiales a ciertos mayoristas, debido principalmente al poco conocimiento del mercado externo.

La actual situación económica del país ha llevado a muchos proveedores de servicios a negociar sus tarifas en dólares. Este factor conduce a la elevación de los costos de operación, y de consecuencia a la baja de competitividad del producto en el mercado internacional. Muchos operadores que poseen productos de gran demanda, como por ejemplo cruceros en Galápagos, han optado por diferentes estrategias, entre ellas subvencionar con esta operación a productos más débiles.

Esta práctica vuelve menos competitivos a operadores medianos y pequeños, quienes no cuentan con los medios para establecer estrategias tarifarias. Se ven obligados, por lo tanto, a reducir precios, con la consiguiente afectación a la calidad del servicio.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO D/
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L.

Un alto porcentaje de visitantes viene al país por la publicidad de las guías de viajeros, las cuales proporcionan al usuario indicaciones sobre establecimientos y operadoras que ofrecen las tarifas más bajas del mercado. La situación económica actual ha puesto inclusive a establecimientos de categorías superiores a competir para captar parte de esta demanda. Igualmente se ha propiciado la proliferación de agencias de viajes y operadoras de turismo, muchas de ellas informales, que ofrecen a estos turistas paquetes o servicios con precios bajos y estándares de calidad muy pobres.

e) Comercialización

La apertura de los mercados internacionales gracias al esfuerzo de los operadores pioneros en prácticas de comercialización en el exterior, ha facilitado la emulación por parte de otros empresarios en turismo. A medida que los operadores han adquirido experiencia los métodos para captación del mercado se han perfeccionado, en un principio este recaía en el producto de contactos personales y las referencias generadas por prestación de servicios satisfactorios.

Actualmente los medios más utilizados para comercializar productos de turismo son en “un 25% convenios con agentes mayoristas y minoristas en el extranjero, un 16% la asistencia a ferias internacionales de turismo, 10% de venta mediante el uso de correo electrónico”, ¹³ mailing y desarrollo de material promocional de calidad tanto impreso como vía Internet (WEB SITES). Solamente el 2% de los operadores poseen oficinas propias de representación y ventas en los puntos de mayor demanda y sistemas de comunicaciones vía satélite. Para estas empresas se ha establecido que estos medios producen entre el 40 y 80% de sus ventas totales, demostrando la importancia del desarrollo tecnológico en esta actividad.

¹³ Ministerio de Turismo. Boletín Informativo. 4/8/2004. p-1

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El canal de comercialización más común en la actualidad es la asistencia anual a ferias de turismo internacionales, entre las más conocidas la de ITB (Bolsa Internacional de Turismo) en Berlín que se realiza en marzo, WTM (World Travel Market) en Londres en el mes de noviembre; FITUR (Feria Internacional de Turismo) en Madrid el mes de enero; BIT en Milán en el mes de febrero, El BTM para incentivos en Ginebra en el mes de mayo. En América Latina se organiza todos los años en un país diferente el *Travel Mart Latin America*, que es la feria más importante para las Américas y que funciona previas citas entre operadores y compradores especialmente del mercado norteamericano.

Los gastos de asistencia a ferias han constituido un rubro alto en el presupuesto de comercialización de los operadores, por esa misma razón por muchos años esta estuvo vedada a operadores pequeños, pero en la última década el Estado ha apoyado las iniciativas de los empresarios en el campo de la promoción, mediante la adquisición de *stands* para Ecuador dentro de los cuales pueden participar varios operadores, lo que ha abaratado costos y permitido la presencia de un mayor número de operadores en estos eventos internacionales.

Está claro para todos los empresarios, el beneficio que se obtiene de una adecuada promoción, sin embargo, es justamente en estos foros donde se observa un malentendido sentido de la competencia, pues una gran mayoría de empresarios de turismo no asumen su presencia como representantes de un destino, primando el espíritu individualista que debilita al conjunto y le resta fuerza frente a la competencia de otros destinos que han logrado esa consolidación. No se miran las fortalezas del destino sino las debilidades de los empresarios y se las usan como herramientas de promoción propias.

Tomando como base y motivo de nuestra investigación a la provincia de Manabí podemos indicar que la oferta turística responde a la presentación de diferentes alternativas y servicios que buscan captar viajeros tanto de otras provincias como de extranjeros; esta oferta incluye el conocimiento de los atractivos

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

más la prestación de servicios turísticos, es decir, básicamente alojamiento. De la oferta determinada por los diferentes operadores turísticos y agencias de viajes procedemos a detallar un resumen de la oferta actual que es comercializada para Manabí, obtenida de las diferentes encuestas y entrevistas personales con personal de las agencias y operadoras de turismo del país; sin que exista un registro estadístico periódico de cual destino tiene mayor acogida, ni de la oferta actual o potencial que es considerada para promoción a través del gobierno y que puede ser considerado como destino demandado.

San Jacinto, Sucre, (1 a 5 días) recorrido por el manglar La Boca que permite mirar más de 50 especies de aves, turismo vivencia en la pesca artesanal con red de arrastre, visitas guiadas a las productoras de sal o las áreas arqueológicas de Japotó. Incluye alojamiento y alimentación. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país)

Manta city by night, (4 horas) cena en uno de los mejores restaurantes de la ciudad, incluido cerveza y bebidas no alcohólicas, además recorrido por discotecas, incluye transporte interno y entrada. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Turismo de naturaleza, salida desde Manta, aventura en bosque seco, visita a Agua Blanca (Puerto López) y su museo in situ de la cultura Manteña, caminata de 2 kilómetros por el bosque seco tropical para mirar entierros sagrados y urnas funerarias; también permite mirar la flora y fauna característica del sitio, además experiencia de baño en la laguna de aguas azufradas con poder curativo. Incluye transporte, almuerzo y visita a playa Piqueros. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Tour de pesca deportiva, salida desde Manta y travesía hasta la Isla de la Plata en bote privado; incluye transporte equipo de pesca, refrescos y un almuerzo

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

ligero. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país)

Buceo marino, Puerto López, salida desde Manta en bote privado a Canta Gallo, lugar de buceo. Incluye almuerzo ligero, 2 inmersiones, un guía especializado y traje para agua. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Vuelo libre, Crucita, antes de llegar al sitio hay una visita a Sosote, centro artesanal, en Crucita se hace la práctica de vuelo en parapente sobre el mar y la población. Incluye almuerzo, transporte y tiempo libre para disfrutar de la playa. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país)

Turismo de naturaleza, bosque de Pacoche, (7 horas) salida desde Manta hasta el bosque semihúmedo para realizar una caminata en la que puede ser posible observar monos aulladores, conocimiento del árbol de la tagua, la planta de la paja toquilla y otras especias vegetales. Traslado hasta una pequeña cascada para refrescarse y luego llegada a San Lorenzo. Incluye almuerzo y transporte. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

City Tour Manta – Montecristi (4 horas) En Manta inicia con un recorrido por la ciudad y luego visita al museo arqueológico del Banco Central, a una fábrica de elaboración de objetos de tagua. Luego partida a Montecristi para un recorrido histórico y artesanal. Incluye transporte. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Turismo de naturaleza, visita al Parque Nacional Machalilla, (7 horas) inicia con la visita a Montecristi, luego desplazamiento por la vía E15 hasta el museo de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Salango para un recorrido etnográfico y arqueológico, visita a la playa de Piqueros. Incluye almuerzo y transporte. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Sol y playa, Manta las playas del norte, (3 días / 2 noches) Día 1: en Manta visitas al museo del Banco Central, puerto marítimo y a las playas de San Lorenzo y Santa Rosa. Incluye transporte, cena y alojamiento. Día 2: salida desde Manta a Bahía de Caráquez, Mirador de la Cruz, estuario del río Chone e isla de los Pájaros, luego a Crucita. Incluye desayuno, cena. Día 3: en Manta. Hostería San Antonio, paseos a caballo por los senderos de la hostería, prácticas deportivas en la hostería; visita a Montecristi y traslado al aeropuerto. Incluye comidas especificadas y movilización interna. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

Manta Clásico, (3 días y 2 noches) Día 1: visita a Montecristi y la Pila (turismo artesanal), tarde de playa, incluye cena con música en vivo. Día 2: visita al bosque de Pacoche (turismo de naturaleza), playa de Santa Rosa, hacienda San Antonio para paseos en a caballo, senderismo y prácticas deportivas. Incluye almuerzo. En la noche paseo en chiva y diversión nocturna en discoteca. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país).

San Antonio, (3 días y 2 noches) salida desde Guayaquil hasta Manta por la Vía E15, visitas etnográficas; alojamiento en hostería San Antonio, tiempo libre para disfrutar de las playas de Santa Rosa y San Lorenzo (incluye almuerzo, cóctel de bienvenida y cena). Día 2 actividades deportivas, diversión nocturna, rumba en chiva y discoteca. Día 3 visita a Montecristi y retorno a Guayaquil. (incluye desayuno).

Turismo de naturaleza, Machalilla veloz, (3 días y 2 noches) Día 1: visita a Montecristi y traslado al parque Nacional Machalilla, incluye alojamiento. Día 3: visita a la isla de la Plata y observación de ballenas (en temporada) incluye desayuno,

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

almuerzo, cena y alojamiento. Día 3: visita a museo de Agua Blanca, playa de Los Frailes y mirador Piqueros, retorno a Manta. (no incluye la movilización del turista hasta la ciudad de Manta desde otra parte del país)

Tour isla de la Plata y observación de ballenas, 1 día, incluye guía naturista, snorkeling y asistencia permanente, refrigerio, traslado desde y hacia Puerto López desde Manta.

Turismo ecológico, Eco Tour (4 días y 3 noches), Bahía de Caráquez, Día 1: city tour por Bahía de Caráquez para conocer miradores del estuario, el eco-mercado, la tortuga galápagos, travesía a San Vicente y a la comunidad de Porto Velo (etnoturismo), cabañas de interpretación, caminata por sendero elevado de Isla Corazón; incluye alojamiento, y comidas. Día 2: Visita a Río Muchacho, finca orgánica, visita a playas de Canoa, visitas a sistemas de agroecología, permacultura y de reciclaje, trabajos en artesanías y elaboración de alimentos; incluye las tres comidas y alojamiento. Día 3: visita a huertas y prácticas de siembra de árboles, camitas o cabalgatas a cafetales, visita al bosque de monos aulladores, prácticas para tostar y moler café; incluye tres comidas y alojamiento. Día 4: actividades de artesanales, ordeño de vacas (turismo vivencial) y elaboración de quesos, pesca en camaroneras de río y mascarillas faciales. Incluye dos comidas. No incluye traslado en avión in/out, comidas y bebidas extras. City tour en chiva por Bahía de Caráquez, para grupos de más de 20 personas

Turismo ecológico, Río Muchacho (2 días y 1 noche), visita a estuario en San Vicente, Punta Napo y Canoa, Escuela Ambientalista, en la noche actividades recreacionales. Días 2: visita al árbol gigante, elaboración de artesanías, paseos a caballo. Incluye comidas y alojamiento y no incluye traslado en avión in/out, comidas y bebidas extras.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Turismo de naturaleza, 4 Hemisferios para ornitólogos (5 días y 4 noches) programación bajo pedido de especialistas, visitas al humedal de la Segua, parque Saiananda, bosque seco tropical de Punta Bellaca, isla corazón, manglares del estuario del río Chone, Río Muchacho, acantilados de Canoa, islas Fragatas. Incluye alojamiento, comidas y guías especializados. Grupos organizados de 9 – 12 pax, 5 – 8 pax, 3 – 4 pax, y 2 pax. Incluye transfer aeropuerto – hotel – aeropuerto, costo adicional.

Rincón de Ensueño, Chirije, Cantón Sucre, (4 días y 3 noches) Día 1: salida desde Manta, visita a Montecristi para observar la confección de los sombreros de paja toquilla, city tour por Bahía de Caráquez, visita a isla Corazón, incluye almuerzo cena, alojamiento. Día 2: Traslado a Chirije bordeando la playa, para admirar la belleza del paisaje costero. Tour de excavaciones y museo arqueológico de sitio, tarde libre para descansar o divertirse en la playa. Incluye desayuno, almuerzo, cena, alojamiento en Chirije. Día 3. Mañana libre para realizar actividades en la playa o descanso. Salida en la tarde tour al laboratorio y piscinas de cultivo de camarones (camaronera orgánica), para conocer el proceso del camarón. Incluye degustación de camarones. Por la noche cena, alojamiento en Chirije. Día 4: Traslado desde Bahía de Caráquez hacia el aeropuerto o el terminal de buses de Manta. El programa incluye: traslado de aeropuerto Manta - Hotel Bahía - aeropuerto Manta, alojamiento por 3 noches, traslados según itinerario, asistencia de guía especializado.

Es por tanto que, luego de las diferentes entrevistas a los funcionarios del Consejo Provincial de Manabí, a los gerentes de las principales agencias y operadores de turismo, en resumen, podemos indicar que en la provincia hay 278 atractivos y sitios de interés turístico, de los cuales 159 son Atractivos Naturales, 118 Atractivos Socio Culturales, 59 Playas, Ensenadas, 24 Muestras, Centros artesanales, 21 Bosques, 24 Fiestas, tradiciones, artísticas, folklore, 16 Saltos, Cascadas, 17 Museos, Colecciones, Centros Culturales y de Interpretación, 14 Ríos, Balnearios de Río, 13 Muestras de Arquitectura Colonial, 13 Colinas, Miradores naturales, Paisajes, 11 Muestras, Centros, Manifestaciones Gastronómicas, 09 Humedales, Lagunas, Estuarios, Manglares, 09 Muestras, Centros, Restos

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

arqueológicos, 09 Islas, Islotes, Arrecifes rocosos y coralinos, 08 Construcciones, Infraestructura, 08 Manantiales, pozos naturales, aguas mineralizadas, 05 Muestras de Arquitectura Religiosa, 08 Cuevas, Cavernas, 05 Muestras, Centros de Agroturismo y Ecoturismo, 02 Áreas Protegidas del SNAP, 02 Grupos étnicos, pero esta clasificación establecida no obedece a un análisis de la disponibilidad de planta e infraestructura turística, sino más bien a una referencia que por tradición han sido conocidos por los habitantes y pobladores y trasladados por generaciones, es por tanto nuestro marco de referencia y punto de partida para efectuar nuestro análisis y clasificación del atractivo turístico.

2.4.1 Inventario de los Atractivos Turísticos

Dentro de este proceso metodológico de levantamiento del inventario turístico, la evaluación de la potencialidad recreativa de los recursos naturales es un fundamento por demás importante, ya que dependiendo de sus resultados se podrán tomar las decisiones de inversión económica que desembocarán en un desarrollo turístico óptimo.

Un recurso natural, en la medida en que se localice, conozca y evalúe se podrá aprovechar sabiamente, rodeándolo de servicios turísticos que brinden la oportunidad de realiza múltiples actividades recreativas, teniendo presente que el uso del recurso natural exige, al mismo tiempo, su conservación.

Numerosos investigadores se han dado a la ardua tarea de cuantificar la potencialidad turística de distintos recursos naturales y sus resultados han sido experimentados con suficiente tiempo y en distintos lugares, arrojando metodologías sumamente confiables.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Sin embargo lograr una evaluación justa de los recursos naturales turísticos resulta complicado, pues la subjetividad destaca en cualquier intento como un factor limitante en cualquier valoración.

Normar un criterio común bajo ciertos parámetros establecidos es uno de los caminos para lograr una confiable evaluación. "Un recurso natural para ser considerado como parte del desarrollo de un país, requiere por pasar por un proceso de evaluación, y de inventarización y aún de investigación para que posteriormente se incorpore a otro proceso económico social que permita pasar de un concepto de "oferta potencial" al de "oferta actual".¹⁴

Es indispensable mantener que se define como Atractivo Turístico el cual se refiere a todo lugar objeto o acontecimiento de interés turístico, siempre y cuando tenga ciertas atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de su residencia. Nada de influencia tendrá sobre el mercado si no son puestos al conocimiento general, explotados y valorados adecuadamente, recordando además que los atractivos naturales son atractivos perecederos y no renovables.

2.4.1.1. Objetivos y Metodología para realizar el inventario.

a) Objetivo principal

Es el de verificar los datos para determinar los recursos con los que cuenta la provincia y actualizarlos; toda la información presentada ha sido obtenida a través de la cámara provincial de turismo, el consejo provincial de Manabí, la subsecretaría y ministerio de turismo.

¹⁴ Oscar Aguirre, Análisis del Turismo Nacional, PROYECTO OMT-PNUD, ECU.98.012, 2000.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

b) Metodología para realizar el inventario.

Para la elaboración del inventario de los atractivos turísticos hemos tomado varios aspectos básicos como los relacionados al conocimiento general del área, su ubicación, valoración de los atractivos existentes y posibles.

Para la ejecución del inventario hemos procedido ha:

- Recopilación de la información obtenida de las instituciones y organizaciones públicas y privadas, encuestas a operadores turísticos y visitantes de la provincia.
- Clasificación de la información.
- Trabajo de campo, consistente en la visita a cada uno de los sitios considerados como sitio de interés y atractivos turísticos.
- Registro en fichas de levantamiento de información.
- Jerarquización de los atractivos turísticos.

2.4.1.2. El formulario para el inventario.

Para la realización del inventario turístico consideramos la siguiente clasificación de los atractivos turísticos, que incluye la categoría y el tipo, que nos permitieron diferenciarlos y agruparlos de mejor manera:

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla 2.40 Clasificación de los atractivos

CATEGORÍA	TIPO
SITIOS NATURALES.	<ul style="list-style-type: none"> - Montañas - Planicies - Costas, playas - Lagos, lagunas y esteros - Ríos y arroyos - Caídas de agua - Grutas y cavernas - Lugares de observación de flora y fauna - Lugares de caza y pesca - Caminos pintorescos - Termas - Parques nacionales y reservas de flora y fauna.
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Museos - Obras de arte y técnica - Lugares históricos - Ruinas y sitios arqueológicos
FOLKLORE	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestaciones religiosas y creencias populares - Ferias y mercados - Música y danza - Artesanías y artes populares - Comidas y bebidas típicas - Grupos étnicos - Arquitectura popular y espontánea
REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS.	<ul style="list-style-type: none"> - Explotaciones mineras - Explotaciones agropecuarias - Explotaciones industriales - Obras de arte, técnica - Centros científicos y técnicos

Fuente: O.M.T.

Elaboración: Grupo de Investigación

Para el diseño del formulario consideramos fundamentalmente las características comunes que nos permitan evaluar a todos los recursos o atractivos turísticos, como recurso natural y que establezca una determinada potencialidad

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

turística, es así que se consideró los siguientes parámetros, dentro de la ficha del inventario del atractivo turístico:

1. IDENTIFICACIÓN: Categoría, tipo.
2. NOMBRE: Registro del nombre del recurso turístico.
3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Longitud, latitud, y altitud media.
4. ACCESO: Vía o vías de comunicación al recurso.
5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO: Distintivos que generen un valor intrínseco del lugar, que incluyen condiciones climatológicas. T°:, meses de lluvias, días despejados.
6. USOS: en que actividades turísticas es preferentemente utilizado.
7. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO: Define como se encuentra en la actualidad el atractivo.
8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO: Las vías de acceso tanto marítimas, terrestre o aéreas con que se dispone.
9. FACILIDADES TURÍSTICAS: Que incluye básicamente la planta turística, agencias operadores turísticos que existen, almacenes de artesanías; etc.
10. OBSERVACIONES: Detalle de las actividades que los visitantes practican u otro detalle que merezca resaltar.
11. INFRAESTRUCTURA BASICA: Existencia de sistema de agua potable, luz, y alcantarillado
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: Si tiene o no cercanía a otros.
13. DIFUSION: Como se encuentra promocionado el atractivo, a nivel local, provincial, nacional o internacional.

2.4.2. Listado de los atractivos turísticos.

De acuerdo al levantamiento del inventario los atractivos naturales más visitados por los turistas tenemos los detallados en el Anexo “B”, los cuales totalizan de acuerdo a nuestro criterio 51 sitios o atractivos que generan interés turístico, sobre los cuales efectuamos el análisis y jerarquización.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Del total de 51 sitios de interés turístico, después de efectuado la evaluación y jerarquización solo 16 pueden ser considerados atractivos turísticos, por la accesibilidad y los servicios complementarios con que cuenta, de los 16 atractivos 5 pueden ser promocionados para el turismo receptivo por cuanto su planta e infraestructura turística es adecuada y de un nivel que puede satisfacer las exigencias de los turistas. Para establecer un resumen de los que consideramos de acuerdo al inventario efectuado como Atractivos Turísticos detallamos a cada uno en el siguiente cuadro:

Grafico # 2.15 Tabla de calificación de atractivos

Nº	FICHAS LUGAR TURISTICO	TIPO DE MERCADO	
		INTERN.	NACION.
1	Parque Machalilla	X	X
2	Crucita		X
3	Montecristi		X
4	Pedernales	X	X
5	San Vicente		X
6	Manta	X	X
7	Chone		X
8	Portoviejo		X
9	Jipijapa		X
10	Puerto Cayo		X
11	Jama		X
12	San Jacinto y San Clemente		X
13	Puerto López		X
14	Canoa		X
15	Bahía de Caráquez	X	X
16	Santa Ana		X

Elaboración: Grupo de Investigación

2.4.3. Análisis y Evaluación del Inventario de Atractivos Turísticos

El análisis de todos los atractivos existentes en la provincia de Manabí lo realizamos en base de las Tablas de clasificación, a la valoración de los atractivos, a las fichas de relevamiento y Jerarquización de cada uno de los atractivos, donde incorporamos la imagen turística del destino hacia el mercado.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Jerarquización: El resumen de la Jerarquización de los atractivos esta basada en la metodología Inventario, Diseño, Operación y Monitoreo, para lo cual nos valimos de las fichas de relevamiento con su respectiva puntuación y clasificación:

- Jerarquía III (100 a 90 puntos) = Mercado Internacional.
- Jerarquía II (89 a 60 puntos) = Mercado Nacional.
- Jerarquía I (Menos de 60 puntos) = Mercado Local no es un atractivo puede ser considerado como un sitio de interés.

Mercado Internacional: para esta jerarquía se consideran aquellos sitios, atractivos que mantienen apoyo de los servicios turísticos de excelente calidad, incluyendo, vías de acceso, terminales de pasajeros, alojamiento y servicios de alimentación y esparcimiento, además de que sea un centro del cual a su alrededor se encuentre ubicado otras atracciones, sitios de interés o manifestaciones culturales y agencias o operadoras de turismo.

Mercado Nacional: para esta jerarquía consideramos aquellos sitios que tienen o generan interés pero que no tienen una planta adecuada para brindar una atención de calidad internacional, poseen vías de acceso limitadas y carreteras no planificadas, existe alojamiento, y áreas para alimentación en reducida cantidad.

Mercado local: para esta jerarquía dejamos todos los sitios y atractivos de interés turístico pero que no tienen una o más de los requisitos básicos de planta e infraestructura turística.

Del total de los atractivos el 8% corresponde al mercado Internacional, es decir solo cinco y son los que detallamos, Parque Machanilla, Crucita, Pedernales, Manta, Bahía de Caráquez, aunque también están considerados para el mercado nacional.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Atractivos que pueden ser explotados en su totalidad, por la variedad de sus especies en flora y fauna, por la exhuberancia de sus paisajes y por el valor histórico y cultural que representa.

El 31 % pertenece a la Jerarquización II para mercado nacional, y son: Parque Machalilla, Crucita, Montecristi, Pedernales, San Vicente, Manta, Chone, Portoviejo, Jipijapa, Puerto Cayo, Jama, San Jacinto y San Clemente, Puerto López Canoa, Bahía de Caráquez., Santa Ana.

Atractivos que requieren de algún tipo de equipo especial y en ocasiones costosos los que se encuentran al alcance de turistas extranjeros y de guías especializados. Atractivos que poseen diversa riqueza natural, y actividades que demuestran originalidad y fina calidad, se clasifican en el mercado nacional.

El 68% de los recursos pertenecen a la jerarquía del mercado local, en esta clasificación están todos los sitios de interés pero que no tienen disponibilidades ni servicios para atender a los turistas. Estos atractivos son recursos de categoría natural y cultural, que se restringen al mercado local por el difícil acceso lo que impide su desarrollo turístico adecuado.

El detalle pormenorizado de cada uno de los atractivos inventariados se encuentra en los Apéndices del Anexo “B”, Fichas del inventario a los atractivos turísticos.

Las razones que nos han permitido encasillarlos como atractivo, a los 16 de los 51 sitios de interés es porque cuentan con servicios de:

- Alojamiento
- Alimentación
- Telecomunicación
- Vías de acceso
- Servicios Básicos

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Es importante mencionar que el potencial turístico de la provincia es gran envergadura ya que tiene una proyección positiva, porque posee una extensa variedad de paisajes y sitios de recreación natural aún no explotados como destinos turísticos.

2.4.4. La planta y la infraestructura turística

La planta turística conforma la estructura de producción del sector, y comprende el equipo necesario para generar todo los servicios que consume el turista. Este equipo denominado equipamiento se divide en categorías:

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Esparcimiento y otros servicios complementarios.

Para poder operar requiere de una infraestructura ajena a este equipamiento y que esta constituido básicamente de sistemas de comunicación, transporte, provisión de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado. Es por tanto que, para hacer un análisis de la planta e infraestructura turística de Manabí es necesario conocer en detalle el conjunto de medios físicos con que se cuenta en la provincia.

2.4.4.1. Alojamiento.

Según la información proporcionada por la Cámara de turismo (catastro turístico 2005) la Provincia de Manabí, cuenta con 225 negocios dedicados al servicio de hospedaje. Estos han sido clasificados de acuerdo con la Ley de Turismo, por el número de habitaciones y la cantidad de servicios con los que disponen en las instalaciones.

De los 22 cantones de la provincia únicamente 16 cantones, ofrecen los servicios de alojamiento.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La belleza paisajista y las actividades turísticas que se desarrollan en las diferentes playas del perfil costanero, han incentivado al sector privado a invertir en hoteles de diferentes categorías (de acuerdo con la Ley de Turismo del país). Concentrándose la mayor inversión en los cantones de Manta, Portoviejo, Puerto López, Sucre, Pedernales, Jipijapa y San Vicente, que cuentan actualmente con 8,256 camas, distribuidas en 195 centros de hospedaje que van desde la categoría hotel 5 estrellas, así como alojamiento del tipo económico y elemental que se conoce como pensión. Los cantones de Jama y Jaramijó a pesar de estar ubicados en la costa son que registran menor oferta en este sector económico, atribuyéndosele a la falta de promoción turística de estas playas y a la poca atención de las autoridades locales.

Los cantones como El Carmen Chone Tosagua y Calceta a pesar de no ofrecer turismo de sol y arena, otras actividades como la agrícola, ganadera o comercial, que mueven grandes negocios en la zona, han permitido que incluyan en su oferta el servicio de alojamiento, ofreciendo para sus visitantes 575 camas en negocios hoteleros de diferentes categorías que van desde hostel hasta pensión. Los cantones como Pichincha y Santa Ana, son netamente agrícolas actualmente existe en cada uno una pensión, en suma destinando para el efecto una oferta de 45 camas, de acuerdo con nuestras encuestas en su mayor parte se hospedan habitantes del sector rural que requieren de alojamiento en ciertas épocas como ferias, fiestas, romerías y otros eventos que requieren mayor permanencia en la cabecera cantonal.

En resumen Manabí ofrece 8,935 camas disponibles en 4,738 habitaciones y distribuidas en 225 lugares de hospedaje como hoteles 5 estrellas, hostales, hosterías, cabañas y pensiones. En su mayoría ubicados en la zona costera.

El detalle pormenorizado de la disponibilidad de alojamientos en los diferentes cantones de la provincia se presenta en la tabla #2.41.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.41 Disponibilidad de Alojamiento por cantones

ALOJAMIENTO POR CANTONES		CANT.	No. DE HABITACIONES	No. CAMAS
1	CANTON PORTOVIEJO + CRUCITA	51	1099	2109
2	CANTON MANTÁ	42	1053	1648
3	CANTON PUERTO LOPEZ	32	574	1121
4	CANTON SUCRE	23	500	1077
5	CANTON PEDERNALES	20	386	953
6	CANTON JIPIJAPA + PTO.CAYO	16	309	632
7	CANTON SAN VICENTE+ CANOA	11	204	430
8	CANTON EL CARMEN	7	135	266
9	CANTON CHONE	6	113	188
10	CANTON MONTECRISTI	4	127	135
11	CANTON JAMA	2	45	110
12	CANTON JARAMIJO	3	100	100
13	CANTON TOSAGUA	3	45	83
14	CANTON CALCETA	3	21	38
15	CANTON PICHINCHA	1	15	25
16	CANTON SANTA ANA	1	12	20
TOTAL		225	4738	8935

Fuente: Catastro Turístico 2005

Elaboración: Grupo de Investigación

2.4.4.2. Alimentación.

Los cantones con mayor oferta gastronómica son Manta y Portoviejo, debido a las actividades económicas, turísticas y comerciales que en este sector se desarrollan.

La provincia de Manabí cuenta con 224 restaurantes ubicados en su mayoría en las ciudades y pueblos costeros, la capacidad instalada es de 7,862 sillas en el servicio de restaurante.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La comida manabita es reconocida a nivel nacional, tiene una variada gama de platos con ingredientes propios de la zona que los hacen irrepitibles en otros sectores del país.

El 48% de los restaurantes ofrecen comida típica de la provincia, el 24% tienen como especialidad los mariscos, el 15% ofrece comida internacional y el 13% ofrece comida típica ecuatoriana en general. Los precios de comida varían dependiendo del lugar, pero es posible encontrar comida a precios competentes con en el resto del país.

Manta tiene 83 restaurantes con un total de 830 mesas y capacidad de atención de 3,320 personas sentadas al mismo tiempo (promedio de 4 personas por mesa), la mayoría de los restaurantes ofrecen comida típica manabita siendo pocos los que ofrecen comida internacional. También existen 14 cafeterías o fuentes de soda, con 70 mesas con un total de 280 sillas.

Portoviejo ofrece para sus visitantes 71 restaurantes y 19 cafeterías / fuentes de soda, con capacidad de atención para 2,760 personas en restaurante y 380 personas en el servicio de cafetería o fuente de soda.

También la oferta gastronómica es variada, pero predomina la comida típica, en la tabla que a continuación se detalla se especifica la cantidad de sitios para alimentación disponibles en cada uno de los cantones y que ayudan a definir si se tiene los servicios complementarios necesarios para la buena atención a los turistas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**
ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tabla # 2.42 Listado de Sitios para Alimentación por Cantones

CANTON: MANTA		MESAS	SILLAS	TOTAL EN SILLAS
Cafetería - Fuente de Soda	14	70	280	
RESTAURANT	83	830	3320	3600
CANTON: PORTOVIEJO				
RESTAURANT	71	690	2760	
Cafetería - Fuente de Soda	19	95	380	3140
CANTON: PEDERNALES				
RESTAURANT	28	168	672	672
CANTON: SAN VICENTE				
RESTAURANT	1	10	50	50
CANTON: PUERTO LOPEZ				
RESTAURANT	18	108	432	
Cafetería - Fuente de Soda	2	10	40	472
CANTON: SUCRE				
RESTAURANT	8	56	224	224
CANTON: EL CARMEN				
RESTAURANT	4	28	112	
Cafetería - Fuente de Soda	1	6	24	136
CANTON: JIPIJAPA Y PTO. CAYO				
RESTAURANT	3	18	90	90
CANTON: CHONE				
RESTAURANT	3	15	90	90
CANTON: SANTA ANA				
RESTAURANT	2	10	40	40
CANTON: JUNIN				
RESTAURANT	1	7	28	28
CANTON: PAJAN				
RESTAURANTE	1	5	20	20
CANTON: JARAMIJO				
RESTAURANT	1	6	24	24
TOTAL RESTAURANTS	224	1951	7.862	
TOTAL CAFETERIAS	36	181	724	

Fuente: Catastro Turístico 2005

Elaboración: Grupo de Investigación

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.4.4.3. Transporte y vialidad.

En el Ecuador lo que más se ha desarrollado para transportarse es la red vial, en la provincia de Manabí esta constituida en un 70% por la red Estatal, que está constituida por todas las vías administradas por el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, como entidad responsable del manejo y control.

Las vías arteriales son las de mayor importancia por que atraviezan la provincia de norte a sur permitiendo la comunicación vial con las provincias ubicadas al norte y al sur.

La E-15 o Vía Marginal de la Costa, que se inicia en la Península de Santa Elena (Provincia del Guayas) y atraviesa la Provincia de Manabí de sur a norte, pasando por Puerto López-Cayo-Manta-Rocafuerte-Bahía-San Vicente-Jama-Pedernales y continúa hasta la provincia de Esmeraldas.

La E-30 o Transversal Central, que se desarrolla de oeste a este y enlaza las siguientes poblaciones: Manta-Portoviejo-San Plácido-Pichincha y avanza hacia El Empalme-Quevedo-Latacunga.

Vías colectoras:

La E-38, Límite Pichincha / Manabí – “Y” a Charapotó.

La E-39, El Rodeo – Rocafuerte

La E-382, Pedernales – “T” El Carmen

La E-383, “Y” de Bahía – San Antonio

La E-383 A , San Vicente - “Y” de San Antonio

La E-384, Chone – Pinpiguasí

La E-482, Montecristi La Cadena

La E-482 A, La Pila – vía a la Pila

La E-483, Jipijapa – Puerto Cayo

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Red Vial Provincial esta constituida por las siguientes carreteras:

Portoviejo-Santa Ana, 20 Km.; Santa Ana-Olmedo, 34 Km.; Santa Ana-Ayacucho-Poza Honda 27,8 Km., Lodana-Sucre 13,8 Km., Noboa-Paján, 22 Km.; Jipijapa-Noboa, 22 Km.; Colimes-Paján, 9 Km.; Km. 95-Severino, 12 Km.; la Pila-Guayabal, 5 Km.; Portoviejo-Picoazá-Empalme-Manta-Rocafuerte, 15 Km.; Manta-Jaramijó, 5 Km.; Colón-Quimís, 23 Km.; Los Bajos-Montecristi, 8 Km.; San Mateo-Santa Marianita, 11 Km.; Portoviejo-San Ignacio, 9 Km.; la Margarita-San Agustín, 12,48 Km.; Calceta-Tosagua, 12 Km.; Calceta-Quiroga-Presa La Esperanza, 12 Km.; San Vicente-San Isidro, 35 Km.; El Carmen-La Bramadora, 20 Km.; Chone-Boyacá, 12 Km.; San Antonio-Los Bravos, 12 Km.; Crucita-Empalme Manta-Rocafuerte, 14 Km.; Higuierón-Charapotó, 4 Km.; los que suman 382 Km. de vías asfaltadas de carácter provincial que sumados a la red estatal son 1.432,21 Km.

El Ministerio de Obras Públicas controla y maneja las carreteras de mayor importancia de la provincia, la asignación de recursos con presupuestos bajos da como resultado obras de mala calidad y vías en mal estado. La garantía de la seguridad vial, ayuda al desarrollo de todos los sectores que reactivan la economía en forma sostenible.

a) Transporte Terrestre

Según datos estadísticos registrados por el INEC, los vehículos matriculados en el año 2001 totalizan **621. 181**. Correspondiendo a las provincias:
Pichincha - 232. 489; Guayas -147.731; Azuay - 48. 730; Manabí - 30. 881, y
Tungurahua - 27. 285 vehículos. Lo que representa en Manabí el 4,97%

Mientras que el parque automotor, para el año 2.002, había en Manabí 31.111 vehículos motorizados, que respecto del país que contabilizó 645.040 vehículos; representaron el 4.82%, lo que aunque existió una variación incremental

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

del parque automotor en el país, en la provincia de Manabí se reflejó una variación decreciente del 0,15%.

Los vehículos de pasajeros suman 11.890 y a nivel nacional son 370.440 o sea el 3,2%.

Dentro de los vehículos de transporte interprovincial de pasajeros es importante la flota existente, con más de 500 unidades en Chone, Portoviejo, Jipijapa, Paján y El Carmen. Además en casi todos los cantones existen cooperativas de transporte intercantonal, con una estimación de alrededor de 600 unidades.

Al interior de las áreas cantonales y parroquiales la movilización se la hace con el uso de camionetas de hasta 2 toneladas debido a que los volúmenes de transportación comerciales y agropecuarios son relativamente pequeños, además porque la falta de vías permanentes a las áreas agropecuarias requiere de vehículos pequeños que acceden prácticamente a toda la geografía manabita en la estación seca.

b) Transporte Marítimo

El transporte marítimo internacional se encuentra centrado en el puerto de Manta que también presta servicios de cabotaje a lo largo de la costa ecuatoriana, principalmente madera, combustible y pesca.

En cuanto al transporte marítimo internacional, de acuerdo al boletín mensual del BCE, por el puerto de Manta se ha incrementado entre importación y exportación a 517.613 Tm. El movimiento por el Puerto de Manta, corresponde el 83,36% a las importaciones y el 26,64 % a las exportaciones.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En las costas manabitas se ha instalado la base naval de Jaramijó y la Base Aérea de Manta. Existen puertos menores para desembarque de pesca blanca como: Cojimíes, Pedernales, Jama, Canoa, San Vicente, Bahía, San Jacinto, San Alejo, San Clemente, Las Gilces, Los Arenales, Jaramijó, San Mateo, Santa Marianita, San Lorenzo, Pacoche, Santa Rosa, Las Piñas, Cayo, Machalilla, Puerto López, Puerto Rico, Salango, Las Tunas, Don Juan, Canoa, El Matal, La Cabuya.

c) Transporte Aéreo

En cuanto a transporte aéreo existen un aeropuerto internacional en Manta y dos domésticos (subutilizados) en Portoviejo y San Vicente.

Solo funciona la terminal Eloy Alfaro de Manta, para vuelos comerciales a Quito y Guayaquil con un moderado movimiento aunque las facilidades de la terminal son aptas para vuelos internacionales. Además este aeropuerto es base aérea y es parte de un Convenio Internacional con el Gobierno de USA para ser utilizado como apoyo logístico contra el narcotráfico regional. Los aeropuertos de Portoviejo y San Vicente funcionan como terminales de avionetas y para vuelos comerciales y privados ocasionales.

Las frecuencias diarias Quito-Manta de las empresas TAME e ICARO y últimamente SÁEREO son suficientes para satisfacer la demanda de pasajes de Manabí.

d) Transporte Fluvial

Históricamente el transporte fluvial fue importante en los ríos más caudalosos como el Portoviejo, Chico, Chone y Carrizal, el Daule y el Cojimíes, principalmente en la época de lluvias y con la entrada de las mareas.

La construcción de presas derivadoras en el Carrizal, el Chone, el Portoviejo y el Chico anularon la posibilidad del transporte fluvial además de que la construcción de carreteras facilitó el transporte terrestre.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En transporte fluvial subsiste en pequeña escala en los embalses de Daule Peripa, Poza Honda y La Esperanza y en los ríos Daule y Cojimfés.

2.4.4.4. Otros servicios.

La infraestructura con que cuenta la provincia ha permitido desarrollar empresas que sirven para dar mayor comodidad al turista y a los propios habitantes de la zona.

a) Energía eléctrica

El sistema de energía eléctrica de Manabí está incorporado al Sistema Nacional Interconectado. EMELMANABI reparte el fluido a la provincia, exceptuando los cantones el Carmen que recibe energía de la empresa Santo Domingo y el cantón Pichincha, que reciben energía de EMELGUR.

En base del informe de gestión de EMELNABI 2004; el número actual de clientes manabitas es de 177.164 frente al nacional que es de 2.623.291, que representan el 6,75%. La energía disponible en Manabí es de 742.665 Mwh y el del país es de 11.012.970 Mwh que corresponden al 6,64% y si se incluye a el Carmen y Pichincha corresponde al 7.28%.

De los 141,17 Mw Manabí está en capacidad de generar en momentos de crisis energética de 28 a 32 Mw. Este parque generador no está en buenas condiciones y no se lo utiliza debido a que requiere de derivados del petróleo, que resulta oneroso y solo se lo utiliza en casos de emergencia.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

El crecimiento de demanda anual es del 2,02%, superior al crecimiento demográfico que fue del 1,27%. El número de usuarios en 1999 fue de 159.768 y en el 2002 de 177.654 que corresponde a un crecimiento del 3,60 % TCA.

La demanda de energía eléctrica de la provincia de Manabí está en el orden de los 141 megavatios en el año 2000, los mismos que provienen del Sistema Nacional Interconectado.

Últimamente la CRM ha firmado convenios con la empresa privada para la generación hidroeléctrica en los embalses de La Esperanza y Poza Honda con una capacidad de 12 megavatios.

En territorio manabita se encuentran los generadores de la presa Daule-Peripa, con una capacidad de 200 megavatios, administrada por la empresa ELECTRONACION con sede en la ciudad de Guayaquil; la planta hidroeléctrica se alimenta de escorrentías superficiales cuyo 70% proviene de territorio manabita, producción hidroeléctrica en la que Manabí no tiene aún ninguna injerencia.

La participación de EMELMANABI en relación al país, en consumo de energía es del 6.31%.

Considerando la totalidad de los cantones manabitas, esta provincia representa el 7.35% de los usuarios del país.

El costo de la energía eléctrica en Manabí es de 10.21 centavos de dólar por kwh, valor más alto que Guayas (EMELEC) con 7.49 centavos. Al costo de 10,21 se suma en el pago de la misma planilla la tasa por recolección de desechos, alumbrado público, impuestos, lo que aumenta el costo de este servicio y le resta competitividad a las empresas Manabitas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

b) Agua potable

Operativamente el agua potable es uno de los aspectos fundamentales que no han podido resolverse satisfactoriamente pues aun existe déficit de abastecimiento de agua potable que se incrementa cada año por el crecimiento poblacional sobre todo de las áreas urbanas y por la obsolescencia de los sistemas que ya han cumplido sus períodos de diseño y requieren su ampliación o sustitución.

Sistema Regional de Tratamiento de Poza Honda administrada por la CRM: con una capacidad de tratamiento de 28.000 m³ por día, previsto originalmente para abastecer a la zona central de Manabí y que sirve actualmente a Santa Ana y sus parroquias Ayacucho y Honorato Vásquez; Sucre, cabecera de 24 de Mayo; la parroquia urbana Andrés de Vera de Portoviejo: y, a Jipijapa. Este sistema es deficitario por lo que la JRH está construyendo su propio sistema utilizando aguas del río Portoviejo, presa Poza Honda, captadas a la altura de Santa Ana.

Sistema Regional de Agua Potable de La Estancilla, administrado por una empresa regional de reciente constitución, que abastece de agua potable a Junín, Calceta, La Estancilla, Tosagua, Bachillero, Bahía de Caráquez, San Vicente, Canoa, Canuto y poblados intermedios. Tiene una capacidad de tratamiento de 18.000 m³/día, para una población cercana a los 100.000 habitantes por lo que es totalmente insuficiente para satisfacer la demanda. Últimas adecuaciones pueden mejorar su cobertura, pero el déficit continuará.

Sistema de agua potable de Chone, construido hace más de 30, años con adecuaciones posteriores y con una producción de 10.000 m³ día que apenas cubren la demanda de esa ciudad. El Proyecto de Propósito Múltiple Chone prevé la construcción de un nuevo sistema de agua potable para Chone y zonas aledañas abastecido por la proyectada presa de Río Grande.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Sistema de El Ceibal, ubicado en el sitio El Ceibal, del cantón Rocafuerte, en la margen izquierda del río Portoviejo. Con una capacidad de tratamiento de 90.000 m³/día, tiene 3 años de funcionamiento y está previsto para servir a Manta, Rocafuerte, Crucita (parroquia de Portoviejo), Charapotó, San Jacinto y San Clemente del cantón Sucre y Jaramijó. La planta de El Ceibal produce 40.000 m³/día o sea menos de su capacidad de diseño, por problemas de conducción y distribución.

La ciudad de Manta también se abastece de la planta de tratamiento de Caza Lagarto que produce 15.000 m³/día y sirve a Montecristi y a poblaciones en tránsito entre Portoviejo y Manta.

Sistema de Cuatro Esquinas, ubicado a 2 Km. aguas arriba de Portoviejo, con una capacidad de tratamiento de 90.000 m³/día, previstos para abastecer a la ciudad de Portoviejo. Actualmente entrega 30.000 m³/día por deficiencias de la red de distribución de la ciudad que fue construida hace casi 40 años.

Por trabajos realizados por el MIDUVI-PRAGUAS con Municipalidades y ONGs, numerosas comunidades rurales poseen servicios de agua entubada, en algunos casos clorificadas, aprovechando vertientes de la cordillera central, que en cierta medida han resuelto su problema local.

Otras ciudades, principalmente cabeceras cantonales como Jama, Pedernales, El Carmen, Pichincha, Paján, Olmedo y varias parroquias, tienen sistemas locales de agua entubada con clorificación.

En términos generales y de acuerdo al censo de población del año 2001, la cobertura de población de Manabí con servicio de agua potable o con cloro es de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

apenas el 51.77%, realmente baja y es causa de afectaciones de salud de la población manabita.

b) Telecomunicaciones

Manabí pertenece al área de influencia de PACIFICTEL que tiene su sede en Guayaquil. Según el censo del 2001 la cobertura telefónica en la provincia por el número de viviendas ocupadas es del 18,74 % y a nivel nacional el 32,17%.

De las 53 parroquias no todas tienen servicio telefónico; algunas cuentan con servicios domiciliario, otras y algunos recintos con servicio de cabinas.

La telefonía móvil ha venido a llenar la deficiencia de la telefonía fija, que con bases fijas suple esta necesidad aunque su cobertura territorial es baja por falta de repetidoras. Este servicio no puede ser utilizado por la mayoría de la población debido a sus altos costos.

c) Centros de acopio y mercadeo

Dentro de la actividad comercial existe el comercio formal e informal que se localiza en los mayores centros urbanos de Manabí como Manta, Portoviejo, Chone, El Carmen y Pedernales, cantones donde se encuentra todo tipo de mercadería a disposición de los consumidores.

En Manta la ciudad mas comercial de la provincia también nos ofrece centros comerciales donde se expone para la venta mercadería variada, como es alimentos, ropa, artículos para el hogar, computadoras, cámaras fotográficas, servicios de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

revelado, servicio de lavado de prendas de vestir, libros, gafas de sol entre otros necesarios para que la estadía del turista sea agradable en su paso por la ciudad.

El comercio informal ambulante también ofrece productos a los visitantes. En Manabí las ferias locales son importantes en el comercio ya que se produce el encuentro entre productores e intermediarios y consumidores, permitiendo la exposición de los productos y la comercialización de los mismos.

d) Sistema Financiero

En la provincia de Manabí, la presencia de la banca ha sido a su máximo nivel, la mayoría de las entidades financieras tienen sus agencias y sucursales aquí para dar el servicio que necesita el sector empresarial y turístico considerado importante para la economía del país.

d) Seguridad

La seguridad ciudadana es una tarea que compete tanto al Estado, en Ecuador a cargo de la Policía Nacional con la ayuda de la Sociedad Civil. En Manabí existen 1.644 policías, distribuidos en 8 Cuarteles y 5 Comandos, lo que nos indica que existen 1,26 policías por cada mil habitantes.

La cooperación entre la policía y la sociedad civil también ha dado origen a la creación de las brigadas barriales que son grupos de ciudadanos que bajo la conducción y con el entrenamiento de oficiales, efectúan principalmente rondas nocturnas con fines de prevención de delitos contra la propiedad.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La escasez de policías, ha dado lugar a la conformación de compañías de seguridad privada las mismas que prestan sus servicios en bancos, centros comerciales, residencias, negocios particulares, cooperativas de transporte, estas medidas han ayudado para que la ciudadanía este un poco mas segura.

e) Agencias de Viajes

Tabla # 2.43 Distribución de agencias de viajes por cantones

CANTON	AG. DE VIAJES
SUCRE	3
PUERTO LOPEZ	17
MANTA	15
TOTAL	35

Fuente: Catastro Turístico 2005

Elaboración: Grupo de Investigación

Para incrementar y desarrollar el turismo de la zona en Manabí poco a poco se están sumando en mayor número las agencias de viajes, que se encargan de vender los paquetes turísticos al consumidor final, de la imagen y el servicio que ellos recomienden depende directamente la demanda turística.

En la provincia están asentadas 35 agencias de viajes que están distribuidas en tres cantones como: Manta, Puerto López y Sucre que son los cantones mas visitados por turistas durante todo el año, en especial por turistas extranjeros.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

2.4.4.5. Evaluación y análisis de la infraestructura turística.

Para hacer una evaluación de la infraestructura turística de la provincia es necesario hacer un análisis de la infraestructura vial así como también de los servicios básicos agua potable, alcantarillado, electricidad, telefonía y recolección de desechos sólidos.

En materia turística la red vial que comunica a los diferentes cantones de la provincia, no esta en buenas condiciones, situación que desvía los movimientos turísticos nacionales hacia otros destinos. Es importante enfatizar en la necesidad de un sistema de señalización bilingüe y con estándares internacionales que permitan al usuario entender fácilmente las indicaciones, haciendo más fáciles los recorridos por la provincia y desde el punto de vista del turista más productivo. También son importantes los mapas turísticos indicando en forma detallada los diferentes lugares de interés, la forma como llegar, empresas de transporte, hoteles, restaurantes, guía telefónica de emergencias, distancias entre ciudades, clima, sugerencia en el tipo de ropa a usar.

La planta turística esta de acuerdo con la afluencia turística a la zona, los hoteles, restaurantes y sitios de entretenimiento están estratégicamente ubicados, pero falta una visión futurista que incentive la inversión hacia otros sectores de la provincia, de esta manera equilibrando la actividad turística en la totalidad de la provincia.

El Turismo de la provincia debe ser canalizado de acuerdo con un plan estratégico permitiendo que todas las obras de desarrollo turístico no destruyan el medio ambiente y sea una fuente de ingresos para sectores económicamente deprimidos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

De las 22 cabeceras cantonales las mejor servidas en términos de cobertura de los servicios básicos son en su orden: Chone 70.28%, Santa Ana 67.42%, Bahía 66.94%, Portoviejo con el 66.52%, Manta 65.12%, y entre 65 y 60 % tenemos: Paján 64.32%, Jipijapa 62.82%, Junín 61.24%, y entre 60 y 50 %: Flavio Alfaro con 58.1%, Pichincha 57.02%, Calceta 55.6%, San Vicente 54.72%, Sucre (24 de Mayo) 52.5%, El Carmen 51.44%, Tosagua 51.18%, Montecristi 51.08%, Jama 50.1%, los menores a 50% son: Rocafuerte 48.82%, Pedernales 46.5%, Jaramijó con el 42.62% Puerto López 42.1% y Olmedo con el 34.06%.

Algunos centros urbanos tienen indicadores de baja cobertura debido principalmente, a que fueron recientemente cantonizados como: Olmedo, Puerto López, Jaramijó, Pedernales.

Con respecto al Agua Potable los cantones con mayor cobertura son Manta con 54.6%, Portoviejo 46.4%, Chone 30.3%, Jaramijó 29.7%, Jipijapa 26%, Sucre 24.9%. Tosagua 21.1%. En el otro extremo con menor cobertura tenemos a Puerto López con el 6.5%, Olmedo con el 7.1%, Pedernales con el 7.2%, 24 de Mayo con el 7.4%, Jama con el 7.5%, Pichincha con el 9.0%, Bolívar con el 9.4%, Flavio con el 9.5%. Los demás cantones están entre el promedio provincial dado.

Acerca del alcantarillado sanitario los cantones con mejor servicio son Manta con 52.1%, Portoviejo con 45.0%, Jipijapa con 35.4%, Bolívar con 26.6%, Sucre 25.3%, Chone con 23.2%; existen cantones con una cobertura extremadamente baja como Puerto López con 2.8%, Pichincha 3.4%, Rocafuerte 3.8%, Olmedo con 3.9%, Tosagua con 5.0%, 24 de Mayo con 6.1%; el resto se encuentran dentro del promedio.

Los cantones con mejor cobertura de electricidad son Manta con el 95.4%, Portoviejo con el 95.1%, Rocafuerte con el 91.7%, Montecristi con el 90.5%, Puerto López con el 88.2%, Jaramijó con el 86.6%, Jipijapa con el 85.7%; y los cantones

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

con menor cobertura son Flavio Alfaro con el 44.3%, Pichincha con el 45.0%, Pedernales con el 51.8%, Jama con el 55.0%

En cuanto a telefonía Manabí tiene baja cobertura, los cantones con mejor servidos son Manta con 30.7%, Portoviejo con 27.5%, Sucre con 22.3%, San Vicente con 21.0%. Y los de menor cobertura son Pichincha con 5.8%, 24 de Mayo con 6.0%, Flavio Alfaro con 6.4%, Santa Ana y Olmedo con 7.6%.

Con respecto a la recolección de desechos sólidos los cantones con mejor cobertura son Manta con 84.5%, Puerto López con 79.6% Jaramijó con 74.8%, Portoviejo con 61.6%, Sucre con 517.9; y los que cuentan con una menor cobertura son Olmedo con 6.5%, Pichincha con 15.1%, 24 de Mayo con 15.9%, Junín con 19.5%, Flavio Alfaro con 21.5%. Los demás superan la media.

Por el lado positivo tenemos ciudades que a primera vista se ven muy limpias como Calceta, Bahía, Santa Ana, Jama, esto debido a la idiosincrasia de sus habitantes y al sistema único en la Provincia de manejo de desechos que existe en Bahía de Caráquez.

2.5. La Promoción Turística.

Es necesario indicar que la promoción turística es la acción directa a favor de algún lugar o área, utiliza medios físicos, mensajes tangibles, utiliza el marketing como elemento para influir en los turistas con el ánimo de informar, persuadir y recordarle la existencia de un producto turístico y promover su venta o consumo. Esta promoción puede ser a través de los llamados paquetes turísticos.

De acuerdo a la investigación efectuada podemos determinar que los atractivos turísticos de la provincia no son adecuadamente promocionados a nivel

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

nacional o nivel internacional, y que las ferias a las que asisten los operadores se ofertan una mínima cantidad de paquetes turísticos de Manabí, en esta oferta destaca el parque Machanilla y las playas de Crucita, como dos vertientes, la una de ecoturismo y la otra de turismo deportivo y de aventura, es por tanto que evidenciamos una insuficiente planificación gubernamental que abarque el desarrollo del producto competitivo destino Manabí, que evidencie la existencia de otros destinos que generen el interés en el turista. Aunque en los últimos años ha existido una política de gobierno de incentivar el turismo, no ha sido en base de un adecuado levantamiento de los destinos, limitándose la promoción gubernamental a los atractivos que por tradición lo han sido incluyendo los que por apoyo privado y en las principales ciudades del país se han creado, es decir el apoyo se ha centralizado en el denominado turismo urbano.

Internacionalmente Ecuador son las Islas Galápagos, por lo que es necesario que se mejore la promoción internacional mediante una adecuada planificación de la oferta turística disponible, que abarque todas las regiones del país, permitiendo incluir cada segmento de demanda que requiere un tipo particular de actividad turística, la que hay que identificar y adaptar para cada necesidad y motivación.

2.6 Diagnóstico del Problema Actual.

En esta parte de nuestro estudio es necesario identificar y centralizar todos los problemas que tiene el turismo en la provincia de Manabí, de tal manera que nos permita establecer sus causas, efectos y las más viables y posibles soluciones.

Una vez que hemos procedido a efectuar una revisión y evaluación de componentes fundamentales que tienen relación con el turismo, a nivel nacional como dentro de la provincia, es necesario, ahora analizar el cluster litoral como una región y centralizar nuestro esfuerzo en lo que hemos denominado, el microcluster Manabí, que está caracterizado por su delimitación y proximidad geográfica, a provincias importantes como son Pichincha y Guayas, lo que se pretende es

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

identificar los factores que generan un entorno competitivo en el cual se pueden evaluar diferentes actividades y variables que inciden en el desempeño del cluster.

La metodología del diamante de competitividad, utilizada por Porter en el *Análisis Competitivo de las Naciones* permitió que se tenga una visión más clara del entorno competitivo del cluster, para nuestro análisis del minicluster.

Cuando el entorno es positivo y favorable, el cluster presenta fácilmente ventajas competitivas respecto a otros clusters, miniclusters y otros sectores geográficos, es por tanto que nos permitió determinar factores limitantes y los problemas que tiene en la actualidad el desarrollo del turismo en la provincia.

En el diamante de Porter se evaluaron los principales elementos del entorno que da lugar a la posición competitiva del sector. Al aplicar esta metodología a un minicluster es posible llegar a indicar el nivel de competitividad del mismo.

En el diagnóstico que sigue, presentamos el entorno competitivo del minicluster identificado como la provincia de Manabí, utilizando el diamante como elemento central. Se enunciarán diferentes elementos que constituyen la base de la competitividad del turismo interno y receptivo en la provincia y por ende su relación en el país.

Cada uno de los aspectos señalados será objeto de explicación amplia en el texto de la investigación, de tal forma que el lector pueda formarse una idea más clara del estado actual del turismo.

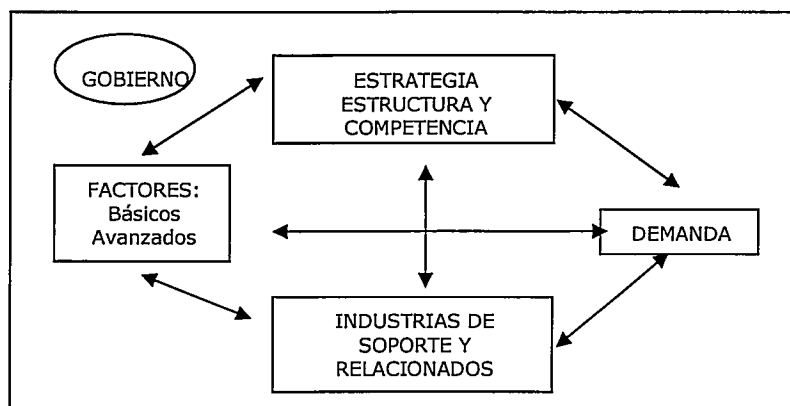
Los elementos del diamante de Porter se determinan a continuación:

- **Estrategia, estructura y competencia.**
- **Comportamiento de la demanda.**
- **Las industrias de soporte y actividades relacionadas.**
- **Factores básicos y avanzados.**
- **El papel del gobierno.**

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Gráfico 2.15 Elementos del Diamante



Para una mejor apreciación de los elementos del diamante procedemos a detallar a cada componente y su aplicación para el microcluster que analizamos.

a) Factores

Dentro de los ***factores básicos*** de más importancia establecemos aquellos que están relacionados con la planta turística incluyendo fundamentalmente la disponibilidad hotelera, de igual manera la infraestructura turística que representa la presencia de carreteras, servicios de transporte, comunicaciones, el clima, las instalaciones deportivas, los aeropuertos, puertos y marinas turísticos, el patrimonio cultural e histórico, las instalaciones recreativas, etcétera.

Dentro de los ***factores avanzados***, en cambio, consideramos a los recursos gerenciales y humanos sobre quienes reposa la operación del sector en el minicluster, el nivel de capacitación y experiencia de los mandos medios y el personal de base, redes de reservas, grado y nivel de utilización de recursos tecnológicos en la gestión de los negocios y en otros procesos, el nivel de desarrollo y la eficiencia de organizaciones y gremios del sector, el grado de integración y desarrollo de las empresas así como su presencia y actividad en el minicluster, el patrimonio étnico-cultural de la región, el manejo de las variables ambientales, el grado de educación, el dominio de varios idiomas y la seguridad y la imagen del país y del cluster en el exterior.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

b) Industrias de Soporte y Relacionados

Cuando el sector muestra un adecuado nivel de desarrollo en el cluster bajo estudio, se generan negocios periféricos que constituyen la cadena de suministros. Una de las razones por las cuales no deben confundirse las nociones de cluster y destino puntual, es que el contexto económico-geográfico capaz de hacer viable una verdadera cadena de suministros trasciende por lo común la esfera local. Muchos suministros tanto de bienes como de servicios necesitan una escala mayor, un marco geográfico más amplio, por tanto las actividades relacionadas tienen mayor campo de acción.

Así los hoteles, los transportes, los servicios de entretenimiento y otros, pueden encontrar los suministros requeridos en cada caso de manera oportuna y con las mejores calidades y precios. De otra parte, la zona entra pronto a desarrollar enlaces entre una localidad y otra y a procurar servicios complementarios intermedios para la comodidad y satisfacción del turista. Se genera, además, producción de bienes para la venta a turistas, como las artesanías.

En lo propiamente relacionado con el ámbito turístico, si bien el producto final se representa en un paquete de oferta de servicios, para que éste sea posible se requiere de una gran cadena en la que intervienen distintos actores, componentes y que pueden ser, entre otros: operadores y agentes de viajes, transportadores aéreos y terrestres, hoteles y otras formas de alojamiento, restaurantes, guías turísticos, sitios culturales, lugares de atractivo natural, centros deportivos, lugares de diversión, almacenes, recintos de ferias y centros de convenciones, entre otros. A su vez, como manifestamos, cada uno de estos elementos tiene su propia cadena de suministros.

En el turismo internacional hay una circunstancia especial que consiste en que la cadena de suministros-intermediación se extiende más allá del cluster, por cuanto la venta final y muchas veces, la confección del producto o paquete turístico, es realizada por operadores y mayoristas del propio mercado emisor.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

c) Comportamiento de la Demanda

Las características de la demanda actual, en cada microcluster son determinantes en la competitividad del mismo. Se ha encontrado que en los sectores en los cuales la demanda interna es importante y donde los consumidores domésticos son conocedores y exigentes, el sector puede competir más fácilmente y con mayor éxito en los mercados externos.

En términos de turismo se puede decir entonces que “los clusters-microclusters que presentan unos índices importantes de turistas nacionales, sobre todo si corresponden a estratos medios y altos, tienen una ventaja comparativa en relación con los otros clusters”.¹⁵

De otro lado, las épocas de demanda interna y externa pueden ser diferentes y complementarse, en lugar de superponerse, de forma tal que se puedan utilizar con mayor eficiencia los recursos disponibles en la oferta.

En la medida que un cluster distribuye su actividad turística en diferentes tipos de demanda y a su vez en diferentes tipos de motivación, disminuye en el mediano y largo plazo el nivel de riesgo involucrado en la operación, y el cluster - microcluster podrá tener mayor estabilidad y solidez en su competitividad.

d) Estrategia

La estrategia del sector se desarrolla por lo común, más en el ámbito de unidad de negocio que en términos regionales y nacionales, o como estrategia de desarrollo aplicada por el gobierno. Por lo tanto, las decisiones de los operadores mayoristas del exterior, de las aerolíneas internacionales, de un lado; y del otro, las decisiones de los agentes de viajes operadores nacionales, hoteles, aerolíneas internas y otros grupos de empresarios, suelen ser las que de manera particular priman en una definición dada de estrategia, bien sea de manera concertada entre unos y otros, o como decisión individual, a menudo discordante. Con todo, a medida

¹⁵ Jorg Meyer-Stamer. Como Promocionar Clusters. p-6. mesopartner.com

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

que el sector adquiere madurez, la estrategia de cada unidad de negocio entra un poco a subordinarse a las estrategias de conjunto que puede adoptar el cluster como tal.

Por lo expuesto es posible establecer la relación en los siguientes términos:

Como fortaleza *estratégica* es importante resaltar la ubicación estratégica de Manabí en el centro de la región costera del país y en la parte más saliente de continente sudamericano sobre el Océano Pacífico así como su posición equidistante de los dos polos de desarrollo del Ecuador y su cercanía a las rutas oceánicas que le dan a la provincia ventajas comparativas especiales tanto para su interrelación interna como para su comercio exterior con los países de la cuenca del Pacífico. Los recursos mar, playa y sol, que son los más explotados, espacios para el turismo de montaña o ecoturismo, por la presencia de bosque seco y bosque húmedo, el turismo de hacienda con su exquisita gastronomía, el turismo científico por la posibilidad de observación de aves y otras especies en las áreas protegidas y áreas de interés arqueológico por los vestigios de las culturas que poblaron esta región engrosan el capital provincial que puede ser aprovechado para mejorar los ingresos de su población, pueden considerarse en factores para generar competencia. Pero para nuestro estudio consideramos la política gubernamental y las estrategias de gobierno diseñadas para mejorar el turismo.

El *papel del Gobierno* como parte de los elementos del diamante consideramos al apoyo que tiene el minicluster para el desarrollo de la infraestructura turística, dado por los recursos asignados por el gobierno central, provincial y seccional.

Una vez establecido los parámetros o factores de análisis y en base de la información presentada anteriormente, podemos resumir.

En lo referente a los *factores básicos*; de acuerdo al Ministerio de Obras Publicas, en el 2003, la provincia en su red vial estatal tenía 1.030 Km. Que correspondían al 11.92% de la red estatal nacional. La red vial en Manabí estaría

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

constituida por 5822 Km., esto abarca tanto a las vías estatales, como a las provinciales y las cantonales.

Según la tipología de la vivienda y de acuerdo al último censo de vivienda del 2001 en Manabí, la vivienda particular se clasifica en: villas o casas, son el 81,66%; los departamentos, el 4,46%; ranchos, el 7,67%; covachas, el 2,03%; chozas el 0,07%; y, otros, el 4,15%.

De las cabeceras cantonales las mejor servidas en términos de cobertura de los cinco, servicios básicos, agua potable, alcantarillado, electricidad, telefonía y recolección de desechos sólidos, son en su orden: Chone 70.28%, Santa Ana 67.42%, Bahía 66.94%, Portoviejo con el 66.52%, Manta 65.12%, y entre 65 y 60 % tenemos: Paján 64.32%, Jipijapa 62.82%, Junín 61.24%, y entre 60 y 50 %: Flavio Alfaro con 58.1%, Pichincha 57.02%, Calceta 55.6%, San Vicente 54.72%, Sucre 52.5%, El Carmen 51.44%, Tosagua 51.18%, Montecristi 51.08%, Jama 50.1%, los menores a 50% son: Rocafuerte 48.82%, Pedernales 46.5%, Jaramijó con el 42.62% Puerto López 42.1% y Olmedo con el 34.06%. Dando esto una referencia de cómo se encuentra la infraestructura básica.

La infraestructura de los cinco servicios básicos (Agua potable, alcantarillado, desechos sólidos, electrificación y telecomunicaciones) a nivel urbano solo alcanza una cobertura del 63.51 %; en tanto que a nivel rural es absolutamente insuficiente, con un 38.93 %. Estos datos estadísticos se incrementa por el alto indicador de la electrificación que es del 94.7 % urbano y 91.7 % rural.

En lo que tiene relación con los *factores avanzados*, que respecta al capital humano y social, constituido básicamente por su gente, sus líderes, sus empresarios, sus políticos, tiene dificultades por cuanto uno de sus principales recursos como es el agricultor vive en situación de pobreza, lo que lo limita en su producción tanto financiera como intelectual. Pero a la par de ello este recurso se está ausentando de la Provincia, ya que va a otros sitios de la Patria y fuera de ella en busca de ingresos.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Manabí, desde los años 60 del siglo anterior, por efectos de las sequías y del deterioro del sector rural, se ha convertido en una provincia de emigrantes: Del análisis del censo de año 2.000 se puede concluir que existe una tasa neta de emigración del 0.65 % anual, o sea que cada año hay una pérdida de 8.000 personas, como balance efectivo entre personas que viene a vivir en Manabí y aquellos que la abandonan. Los grupos vulnerables, mujer, niños, jóvenes, ancianos y discapacitados reciben muy poca atención y las limitadas acciones se concentran en las 2 principales ciudades (Portoviejo y Manta). En el resto de la provincia solo existe interés en determinadas ONGs.

En los albores del siglo XXI, el analfabetismo alcanza en Manabí el 11.6 % de la población mayos de 10 años, lo que en cifras absolutas es de 105.000 personas sobre un total de 1.186.025, habitantes (Censo 2001). La escolaridad media es de 5.9 años o sea que no alcanza siquiera el nivel elemental. En Manabí existen 26 centros de educación superior, de los cuales 6 son matrices y 20 son extensiones. Los cantones que no tienen centros de educación superior son: Flavio Alfaro, Tosagua y Jaramijó. La Universidad Técnica de Manabí (UTM), La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), La Universidad del Sur de Manabí (UNESUM) (públicas) y la Universidad particular San Gregorio de Portoviejo tienen una oferta preponderantemente de profesiones liberales. La Pontificia Universidad Católica del Ecuador (3 campus) y la Escuela Politécnica Agraria de Manabí (ESPAM) tienen una oferta académica orientada a profesiones técnicas. Varias Universidades Nacionales como la Universidad Luis Vargas Torres, de Esmeraldas, la Universidad Agraria de Milagro, La Universidad de Guayaquil, La Universidad de los Ríos y la Universidad de Loja, mantienen extensiones en la provincia. Hay otras ofertas educativas como la de la Universidad Particular de Loja, la Universidad Politécnica Salesiana, la Escuela Politécnica del Ejército, la Universidad Central de Ecuador que posibilitan carreras de manera semipresencial.

El desorden imperante en este campo con la creación de carreras sin considerar las demandas del mercado laboral debe dar paso a una concertación entre autoridades universitarias para responder a las necesidades de la provincia y

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

que los claustros universitarios se transformen en centros de creación de ciencia, tecnología, investigación y de formación humana a tono con las necesidades del futuro manabita, es por tal una necesidad imperante. Definiendo por tal motivo que la gestión administrativa y gerencial es un limitante que no permite un desarrollo armónico de las actividades públicas y privadas. El capital humano, con relación a su salud, pese a estar ubicados en la costa tropical, presenta indicadores favorables en relación de la media del país. Por ejemplo, la esperanza de vida al nacer general es de 72 años en la provincia, frente a 69 años del país. Las mujeres manabitas tienen una esperanza de vida de 75 años y los hombres de 70,3 años, superiores al nacional que son de 72 y 67,3 años respectivamente.

En lo referente al *factor gobierno*, el Ecuador se encuentra inmerso en una profunda crisis, con pocas posibilidades de resolver los múltiples problemas que se le presentan. No ha logrado enfrentar adecuadamente problemas de unidad nacional y ha existido algunos conflictos regionales y gremiales. En este contexto el país tiene una serie de procesos inconclusos a nivel externo e interno. En el primero, la Modernización y Descentralización del Estado, que asigna nuevos roles y competencias a los gobiernos locales y paralelamente la demanda de un proceso de constitución autonómica de algunas provincias del país, entre ellas Manabí. En el segundo, los procesos de integración subregional como la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que se ha estancado y las siempre difíciles negociaciones en la Organización Mundial de Comercio (OMC) y últimamente con el Tratado de Libre Comercio (TLC), con USA, hasta ahora de inciertos resultados favorables para el país.

Los ingresos de los Municipios provienen, en su mayoría de las transferencias de Estado, básicamente de las Ley del 15%. Las mayores autosuficiencias se observan en Manta y Portoviejo con recaudaciones equivalentes al 40 y 15 %, respectivamente, de sus presupuestos operativos anuales. Los 20 cantones restantes tienen recaudaciones propias de entre el dos y el cinco por ciento de sus presupuestos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Pese a que la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social está en vigencia desde el año 1999, las competencias previstas y los recursos correspondientes no han sido transferidos a la Municipalidades y al Consejo Provincial, lo que ha frenado las iniciativas de los organismos seccionales autónomos de Manabí.

En lo relacionado a las *estrategias*, consideramos que el gobierno durante los últimos años no ha logrado definir una política coherente que permita la consecución del objetivo nacional permanente de desarrollo integral y que facilite un mejoramiento de la calidad de vida de la población en general, más aun de los pobladores de la provincia de Manabí, en el actual régimen no se han definido políticas de gobierno menos aún estrategias de desarrollo, es por tanto evidente la poca preocupación del gobierno para con los intereses nacionales, se ha mantenido la estrategia de promoción turística diseñada en gobierno anterior y que efectuó la promoción del destino Ecuador sin considerar que existen destinos que tienen potencial y que requieren apoyo gubernamental para su desarrollo.

Para tomar una relación acerca de la *industria y actividades de soporte* debemos considerar la situación de Manabí respecto de otras provincias y del país, en base de la información estadística proporcionada por el Consejo Provincial de Manabí, permite determinar el nivel de desarrollo en el que se encuentra. Las comparaciones que más interesarían son las que relacionan a Manabí con Guayas y Pichincha que son las provincias hegemónicas y diferenciadas del resto del Ecuador por su poderío económico y político.

Cierto es que Manabí compite con Azuay, Tungurahua y El Oro, porque éstas son provincias de segundo orden, por la atención que reciben, cuyos PIB, Per Cápita alcanzan solo el 50% del de Guayas y Pichincha.

Durante gran parte de la época republicana la provincia de Manabí en términos de economía y producción ocupó el segundo lugar en importancia dentro del país.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

La extraordinaria producción agrícola y ganadera era un aporte básico para satisfacer la demanda interna de productos de primera necesidad y sus productos exportables proveían de divisas al Estado para financiar las importaciones de bienes de capital, medicinas y otros necesarios para el desarrollo del país.

En sucesivas etapas, la paja toquilla, la tagua, el cacao, el café, el camarón y ahora los productos del mar exportados han sustentado la economía ecuatoriana con un máximo histórico de 17% del total exportado en 1909; en 1934 representaba el 14%, frente a un 8% actual y de este último el 6,7% o sea el 83% de la participación de Manabí proviene del sector pesquero con actividades extractiva e industrial.

En esta provincia tenemos un capital ambiental de grandes potencialidades, que permiten ser la primera provincia en el aprovechamiento de recursos del mar hasta el punto que las exportaciones de pescado fresco, camarones congelados, pescado enlatado y harina de pescado representan el 6,7% del valor de todas las exportaciones del país incluyendo el petróleo.

Se cuenta con alrededor de 72.000 ha de cafetales de la variedad arábigo, con productividades de 5 qq/ha, cultivados orgánicamente que se están posicionando en el mercado internacional y que se aspiran sean mejorados y declaradas zonas de protección agrícola y ambiental.

Existe un capital financiero evidenciado en La flota pesquera-atunera de Manta (73% del total nacional) es la mas fuerte de América Latina a nivel de la costa del Pacífico y la numerosa flota de pesca artesanal, que representa el 45% de la nacional es otra potencialidad.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Manabí es la principal provincia productora de ganado vacuno de carne con más de 750.000 cabezas, puesto que se la ha logrado gracias al notable deterioro del ambiente al haber destinado 835.964 ha, según el último Censo Agropecuario, de tierras aptas para la agricultura a pastizales.

El número de cabezas de ganado representa el 17,46% del total nacional y los pastos el 18,63% con una carga de 0,93 cabezas/ha.

En cuanto a avicultura Manabí es la primera productora de huevos de granja (39% del país), gallinas de campo (15.66% del país) y huevos de campo (13.01%) y de pollo de engorde (12.55%).

Es de mencionar que si bien las potencialidades antes anotadas permiten ingresos en base a una infraestructura instalada, también son a su vez parte de nuestro capital social en la medida de que estos sectores de producción se van configurando en sectores de interés organizados que pasan a dinamizar la sociedad como parte de institucionalidad instalada.

La captación y la colocación de recursos por parte de la banca privada de un país es un claro indicador de la dinámica empresarial, de la generación de ahorro interno, de la existencia de fuentes de trabajo y de la fortaleza económica. En el caso ecuatoriano el 76,63% de las captaciones y el 82,08% de las colocaciones de la banca privada se las realiza en Pichincha y Guayas mientras que Azuay moviliza el 7,95% de las captaciones y el 4,62% de las colocaciones. En Tungurahua se capta el 2,72% y se coloca el 2,24%. En El Oro se capta el 2,3% y se coloca el 2,19%. En Manabí las captaciones corresponden al 1,86% y la colocaciones al 1,79% del total nacional. El resto del país, o sea 16 provincias movilizan 8,54% de captaciones

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

y el 7,08% de colocaciones, cifras demostrativas del inequitativo movimiento económico-financiero existente en el país.

Para complementar el desarrollo pesquero de Manta como el primer puerto atunero del Pacífico Oriental se está construyendo el denominado Puerto Atún, en las cercanías de Jaramijó en el sitio Punta Blanca que consta de un muelle de 100 m, espigón rompeolas de 200 m, parque industrial, rada y dársena. Esta obra contribuirá al desarrollo pesquero-industrial de Manta y descongestionará al puerto marítimo que ahora tiene un muelle pesquero y se trata de una iniciativa privada. Es menester en este parámetro definir que la provincia mantiene un acorde flujo de materiales por tener un puerto de características del de Manta, pero la incorporación de áreas rurales e incluso urbanas al flujo, denota una reducida influencia de las actividades comerciales relacionadas al desarrollo industrial, en la gestión de la cadena de abastecimientos, lo que perjudica a las actividades relacionadas con el turismo y que requiere de un flujo permanente de materiales para operar y atender al consumidor de los productos turísticos.

En lo que respecta a la *demanda*, una vez analizado, existe una gran potencialidad de los atractivos turísticos de la provincia, productos que son de interés del turista nacional y que pueden generar interés internacional, detallados en la oferta turística, pero que por la poca o reducida planta turística e incluso infraestructura turística limitan la potencialidad del recursos turístico, en este ámbito y en forma general podemos indicar que los atractivos turísticos que pueden generar demanda nacional e internacional, están limitados a la inversión gubernamental en infraestructura y a la inversión privada en la generación de planta turística. Las áreas de principal atractivo se localizan en Manta y sus playas, El Murciélago y Tarqui; Crucita en Portoviejo; San Jacinto, San Clemente y más al norte están San Vicente, Boca de Briceño, Canoa, Pedernales, Cojimés y al Sur, Puerto Cayo, Puerto López y el Parque Nacional Machalilla. La belleza de las playas, los paisajes, y la ubicación de la provincia con relación a la principal ciudad emisora de turistas de la Sierra, que es Quito, colocan a Manabí en una situación ventajosa. El flujo turístico

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

en la provincia es permanente, durante todo el año. Las épocas de mayor afluencia son los meses de julio, agosto, septiembre y feriados como el de Navidad, Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa. De acuerdo a los reportes de ingresos y salidas de turistas presentado en los boletines de Migración Internacional hasta julio del 2005, existió una afluencia de 522.787 turistas extranjeros, de los cuales existe un 39% que lo hizo a la provincia de Pichincha, el 21% a la provincia del Azuay, y apenas dentro del 4% que esta distribuido para el resto del país se incluye Manabí, pero no es signo de que los turistas efectuaron consumo en esas provincias ni registro adecuado se trasladaron a otras provincias, es por tanto que este indicador de flujo de turistas no puede ser considerado preponderante en la decisión.

Una vez efectuado el análisis del entorno del minicluster podemos definir que existe una evidente y limitada posición competitiva de la provincia con respecto a sus similares, de Pichincha y Guayas, pero muy por encima de otras provincias donde el poco apoyo gubernamental provoca retraso en el desarrollo económico de sus pobladores, es por tanto nuestra consideración respecto a este análisis que el nivel competitivo de la provincia en el sector turístico esta ubicado en un nivel medio, por cuanto la provincia se desarrolla en un entorno poco positivo y no favorable para las aspiraciones turísticas, tal y como lo demuestra el cuadro siguiente:

Tabla 2.44 Nivel de competitividad

NIVEL DE COMPETITIVIDAD TURISTICA		
PARAMETROS.	EVALUACION	ESCENARIO
Gobierno	MEDIO	Existe marco legal, no existe asignaciones suficientes
Factores basicos	BAJO	Existe capacidad limitada
Factores avanzados	MEDIO	Existe centros de profesionalizacion
Industrias de Soporte	MEDIO	Existe industrias relacionadas
Demanda	ALTA	Existe variedad de productos que generan interes
Estrategias	BAJO	No existe un diseño de estrategias privadas de negocios, ni políticas de apoyo gubernamental,
GENERAL	MEDIO	

Elaboración: Grupo de Investigación

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Tomando como base esta metodología nos permitió en primera instancia determinar el nivel de competitividad de las actividades de la provincia dentro del sector turismo, así como cuales son los parámetros de importancia y que pueden influir directamente en el desarrollo turístico de Manabí, estos son:

1. Las acciones del gobierno en el sector turístico,
2. La existencia de planta e infraestructura turística disponible,
3. Presencia de la industria como apoyo a las actividades de turismo relacionadas a la atención y servicio de los turistas,
4. La demanda potencial de los diferentes productos turísticos que genera la provincia,
5. La existencia de estrategias o políticas gubernamentales de aplicación para el desarrollo turístico.

Estos factores establecidos y analizados como generadores de competitividad turística, nos permitió establecer y centralizar como los parámetros y factores causales de problema facilitándonos la agrupación y priorización de los diferentes criterios, en los de más importancia o relevancia, que tienen gran impacto o repercusión en el problema de nuestra investigación.

2.6.1 Identificación de problemas y necesidades.

Para este efecto y a manera de lluvia de ideas incluimos todos los criterios vertidos por los funcionarios del Consejo Provincial de Manabí, la Subsecretaria de Turismo, Cámara Provincial de Turismo, Gerentes de agencias y operadoras de turismo, turistas y usuarios de los servicios así como la población de las diferentes localidades, tomados por medio de las encuestas y entrevistas realizadas.

Los diferentes y disgregantes criterios emitidos han sido concentrados y agrupados considerando que los criterios deben ser *objetivos*, porque deben estar basados en hechos y no en opiniones; *representativos* ya que reflejan la variedad de los hechos que se producen o producido realmente, *verosímiles* ya que se ha

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

eliminado las suposiciones y controversias. Para la identificación de los problemas y para posterior concentración procedemos detallar a continuación:

1. Falta de proyecto para actualizar las ordenanzas tanto municipales como provinciales, con el propósito de mejorar los ingresos por concepto de predios, tasas, timbres de esta forma obteniendo mejores ingresos por cantón para que pueda ser revertido en obras.
2. Falta de un plan para la reforestación de las riberas de los ríos, que detengan la erosión.
3. No existe un inventario catastral de la provincia actualizado que permita determinar los incrementos por mejoras tanto en el área urbana (Municipios y en los predios rurales (Consejo Provincial).
4. Falta de concientización de la sociedad sobre la importancia de la contribución vía pagos de impuestos prediales o tasas, ingresos que son directamente proporcionales con las obras a beneficio de la comunidad.
5. Falta de servicios elementales en zonas dispersas.
6. No existe una buena administración de la cartera catastral.
7. Falta de planes para el manejo de los bosques y tierras de cultivo de manera que la actividad sea sostenible.
8. Falta de integración de todos los sectores institucionales y a la sociedad civil, con el propósito de lograr juntos el desarrollo, lo que garantizará la inversión del sector privado.
9. No existen incentivos a Inversiones Locales y Extranjeras.
10. Falta de promoción y apoyo a nuevas técnicas de cultivo para los habitantes, de tal forma que al implementarse sean económicamente rentable, socialmente equitativo y ambientalmente sostenible.
11. No existe un plan de reconversión de áreas de pastizales a cultivos de ciclo corto y permanente para recuperar su potencialidad de generadora de alimentos para consumo interno o de productos exportables.
12. Falta de un Plan Maestro de Vialidad Rural Permanente.
13. No existe una Red Vial Intercantonal con conexiones a provincias vecinas.
14. No existe un plan desarrollo turístico para incorporar turísticamente áreas como Puerto turístico San José (Montecristi) y los Puertos Fluviales La Esperanza y Poza Honda.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

15. Falta de estudios de impacto ambiental para la ejecución de obra vial.
16. Normar la planificación de tal forma que se le dé continuidad a la relación interinstitucional iniciada.
17. Falta de Agua potable y Saneamiento Ambiental para las Poblaciones Rurales y Urbano Marginales.
18. Falta de Equipamiento Efectivo de las Unidades de Salud.
19. Utilizar técnicas y/o Tecnologías con mínimo Riesgo de Contaminación, Reciclaje y/o Reutilización.
20. Falta de Escuelas Pluridocentes y Completas.
21. No existe un plan de fortalecimiento académico de los centros de estudios, que permitan desarrollar carreras profesionales acorde a la realidad socioeconómica de la región, que potencien la identidad cultural.
22. Falta de Educación e Información a la Comunidad sobre Temas Ambientales.
23. Creación de una Red Provincial de Áreas Protegidas.
24. Recuperación de Usos Ancestrales de la Biodiversidad.
25. Falta de una política adecuada para el Manejo Sustentable de los Bosques Existentes.
26. Falta de políticas para la Creación de Reservas de Vida Silvestre.
27. No existe un Inventario Provincial de Áreas Representativas, de Alta Biodiversidad y Frágiles.
28. No existe un plan de apoyo comunitario para Fortalecer en todas las Entidades Públicas Sistemas de Información para la Comunidad sobre temas turísticos.
29. Falta de Educación para atender al turista y sus necesidades en la zona.
30. No existe un plan para Impulsar la inversión en el sector turístico.
31. No existe un adecuado diseño curricular para Impulsar el Conocimiento sobre la Biodiversidad de la Provincia.
32. No existe un adecuado diseño para la Implementación de obras de alcantarillado sanitario y tratamiento de aguas servidas.
33. Inadecuada Ejecución de Obras de Recolección y Tratamiento de Desechos.
34. No existe una Autoridad Ambiental Acreditada que Emita las Ordenanzas Ambientales Aplicadas a la Situación Local dentro del Proceso de la Descentralización.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

35. Falta desarrollar una Campaña de Reciclaje de Desechos Sólidos.
36. Procurar la corresponsabilidad ciudadana en el financiamiento de las obras de infraestructura.
37. Falta fortalecer los mecanismos de control de la sociedad civil para garantizar la transparencia y honestidad de funcionarios en la obra pública.
38. No existe una política de planificación a mediano y largo plazo como normativa institucional pública.
39. No existe un adecuado mecanismo de coordinación entre organismos para la ejecución de obras que rebasen los límites seccionales.
40. No existe un plan de promoción turística, que incluya todos los atractivos turísticos de la provincia.
41. No existe una adecuada distribución del presupuesto del estado para atender las necesidades de la provincia.
42. Existe un limitado desarrollo de actividades para generar recursos a los gobiernos seccionales.

Todos los criterios detallados, reflejan los problemas y necesidades que tiene la provincia, es por lo que como aspecto metodológico, todos estos problemas, los traducimos como posibles causas, del problema que a nuestra consideración es la falta o el reducido desarrollo turístico de la provincia, que lo traducimos, como el efecto; definiéndose las causas que provocan el efecto o problema a analizar, por lo tanto, todas las causas, las agrupamos en los parámetros de competitividad, que se convierten en los factores de concentración o agrupación, de aquí se priorizan en causas primarias y secundarias del efecto, y en base del cual, en los parámetros que tienen mayor concentración de causas, lo definimos como los parámetros a los que debe darse solución, y en las causas primarias de más concentración son las que se debe reducir o eliminar para mitigar el efecto.

2.6.2. Diseño de diagrama causa efecto.

Una vez definido el efecto que provoca las causas raíz; en el Anexo “C”, se detalla el diagrama de causa efecto, de donde se desprende que las principales

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

causas del problema planteado están concentradas en el parámetro de los factores que incluye aquellos factores básicos que tienen que ver con la planta e infraestructura turística y avanzados relacionados con el talento humano para gerenciar y administrar, así como también en el parámetro del papel del gobierno; el detalle de la priorización de los problemas y necesidades establecidos como causas se presenta a continuación:

a) *FACTORES: Básicos y Avanzados.*

1. Falta de Escuelas Pluridocentes y Completas.
2. No existe un plan de fortalecimiento académico de los centros de estudios, que permitan desarrollar carreras profesionales acorde a la realidad socioeconómica de la región, que potencien la identidad cultural.
3. Falta de Educación e Información a la Comunidad sobre Temas Ambientales.
4. Falta de Educación para atender al turista y sus necesidades en la zona.
5. No existe un adecuado diseño curricular para Impulsar el Conocimiento sobre la Biodiversidad de la Provincia.
6. Falta de concientización de la sociedad sobre la importancia de la contribución vía pagos de impuestos prediales o tasas, ingresos que son directamente proporcionales con las obras a beneficio de la comunidad.
7. Falta de un Plan Maestro de Vialidad Rural Permanente.
8. No existe una Red Vial Intercantonal con conexiones a provincias vecinas
9. Falta de Agua potable y Saneamiento Ambiental para las Poblaciones Rurales y Urbano Marginales.
10. Falta de Equipamiento Efectivo de las Unidades de Salud
11. No existe un adecuado diseño para la Implementación de obras de alcantarillado sanitario y tratamiento de aguas servidas.
12. Inadecuada Ejecución de Obras de Recolección y Tratamiento de Desechos.
13. Falta desarrollar una Campaña de Reciclaje de Desechos Sólidos

b) *PAPEL DEL GOBIERNO:*

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

1. Falta de proyecto para actualizar las ordenanzas tanto municipales como provinciales, con el propósito de mejorar los ingresos por concepto de predios, tasas, timbres de esta forma obteniendo mejores ingresos por cantón para que pueda ser revertido en obras.
2. No existe incentivos a Inversiones Locales y Extranjeras
3. No existe un plan desarrollo turístico para incorporar turísticamente áreas como Puerto turístico San José (Montecristi) y los Puertos Fluviales La Esperanza y Poza Honda.
4. No existe una adecuada distribución del presupuesto del estado para atender las necesidades de la provincia.
5. Existe un limitado desarrollo de actividades para generar recursos a los gobiernos seccionales.

De este análisis podemos establecer que la planta turística que incluye servicios de alojamiento, alimentación y de esparcimiento, la infraestructura turística que incluye la disponibilidad de servicios básicos, sistemas viales y transporte, y el inventario de los atractivos turísticos, abarcan en su totalidad la oferta turística disponible de la provincia, oferta que de acuerdo al inventario establecido demuestran las capacidades de convertir a la provincia en destino diversificado y que por limitaciones de apoyo gubernamental no se han generado en su totalidad el complemento para todos los atractivos de la provincia. Razón por la cual el desarrollo turístico y por ende socioeconómico de la población esta disminuido, agregado el echo de que no existe ni se ha diseñado un plan de estrategias de promoción de los destinos turísticos, que permita dar a conocer al consumidor de estos servicios los diferentes y variados paquetes turísticos que tiene la provincia y no solo el de de sol y playa, que es generalmente comercializado nacional e internacionalmente.

Es por tanto el establecer soluciones a corto, mediano y largo plazo una fundamental tarea; con nuestro estudio tratamos de brindar las más acertadas posibles soluciones, en especial para mitigar los problemas establecidos alrededor de la gestión de gobierno, lo relacionado con la planta, infraestructura turística y la capacidad de gerenciamiento de la población, incluyendo adicionalmente lo

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

relacionado con la promoción turística, que sin ser un factor de concentración dentro de nuestro análisis se convierte en influyente y relacionado para mejorar las actividades turísticas de las zonas donde se efectúa la promoción. De tal forma que el inventario a los atractivos turísticos efectuado, sea promocionado y genere interés en el consumidor, permitiendo y coadyuvando a mejorar el desarrollo turístico de la provincia.

2.7. Validación de resultados y verificación de hipótesis.

Del análisis de la situación de la oferta turística, que determina que la provincia se encuentra en un nivel medio de competitividad turística; del levantamiento del inventario a los atractivos turísticos, donde se establece que de los 278 atractivos y sitios de interés turísticos existentes en la provincia, 16 están jerarquizados como atractivos para el turismo nacional e internacional y de la clasificación y determinación del catastro turístico de la provincia, planta turística, nos permiten establecer que estos factores están íntimamente relacionados con el desarrollo turístico provincial, donde la promoción juega un papel principal y fundamental en el desarrollo de todas las actividades relacionadas con el sector turístico, sean estas públicas o privadas. Complementando a este, que el diseño de estrategias de promoción permitirá incrementar los flujos de turistas hacia los destinos turísticos de la provincia, generando ingresos y bienestar general, y por ende mejorando el nivel de desarrollo del turismo en la provincia.

2.8. Determinación de posibles cursos de acción a seguir.

Una vez definidos y alcanzados los objetivos de la investigación, es fundamental diseñar estrategias para la mitigación de los problemas y que propendan al desarrollo turístico de la provincia, que incluyan además la promoción e imagen turística de la provincia, estrategias que permitan ser consideradas como estrategias nacionales en el ámbito de desarrollo; siendo este a nuestra

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

consideración una de las acciones más viables a ejecutar para la solución del problema

CAPITULO 3

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.

Todo proyecto que pretenda poner en marcha un plan real y creíble de turismo, deberá evaluar, antes de abordar los problemas de diseño de infraestructura: los productos ecoturísticos y los programas de actividades para los visitantes. Y deberá realizar un estudio de estrategia y desarrollo del propio bien.

El estudio de generación de estrategias es importante y necesario para conocer las características del mercado de la región y las instalaciones turísticas existentes. Es necesaria, también la identificación de la capacidad de la zona para desarrollar turismo ecológico, cultural y de aventura.

Posteriormente a la realización del trabajo antes descrito, se hace necesaria una valoración de los proyectos propuestos, en la que se haga un análisis detallado que permita establecer las acciones estratégicas para realizar los proyectos.

Para ello, es necesario evaluar, en el sitio, las posibilidades de los planes turísticos, con la intervención de las autoridades municipales y gubernamentales, permitiendo diseñar un plan de desarrollo de las actividades relacionadas.

Además es necesario definir objetivos estratégicos a nivel provincial y que sea consecuentes con los objetivos nacionales permanentes; es así que luego de una análisis y en consideración a la problemática analizada definimos el objetivo estratégico provincial como:

“Contribuir al presupuesto general del estado mediante la optimización y priorización de los ingresos por transferencias propendiendo a la generación

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

de otros recursos que permita el desarrollo de la planta e infraestructura turística”.

En lo que tiene que ver con los gobiernos seccionales se definió el objetivo estratégico:

“Contribuir al desarrollo del turismo de la provincia a través de la profesionalización ciudadana en áreas relacionadas al turismo y fomentar las actividades turísticas para que se fortalezca la imagen y la promoción turística”.

Las estrategias que diseñamos pretenden recoger estas situaciones y dar solución a los factores que causan la problemática en el área de desarrollo del turismo en la provincia de Manabí, dentro de este diseño incorporamos estrategias que puedan ser acogidas por el gobierno central y seccional para mejorar la competitividad del microcluster y por ende lograr la consecución de los objetivos estratégicos planteados.

En igual manera consideramos estrategias que pueden ser acogidas por las entidades privadas para mejorar la competitividad de sus unidades de negocio, determinando así, las actividades relacionadas con el turismo.

Para la creación y diseño de estrategias consideramos metodológicamente los siguientes aspectos parte de un proceso y que nos facilitaron la generación de las estrategias:

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

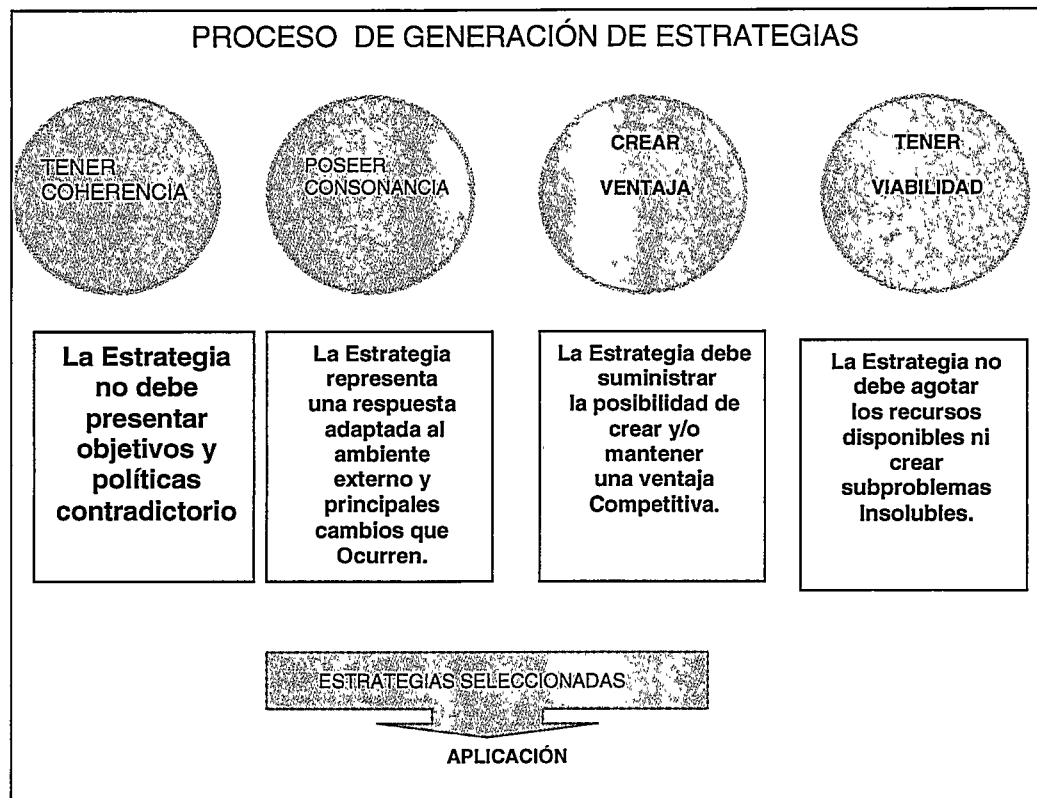


Figura # 3.1 Proceso de generación de las estrategias

Una vez concluido este proceso de creación, a continuación ponemos a consideración las estrategias más importantes que deben ser ejecutadas para mejorar el nivel de desarrollo que posee actualmente el turismo en la provincia de Manabí.

3.1. Estrategias de Desarrollo.

Considerando la definición de estrategia nacional y que su aplicación coadyuvan a la consecución de los objetivos nacionales actuales y estos a su vez a los permanentes y que dentro de estos se estipula al objetivo de desarrollo integral como un objetivo altamente relacionado con el turismo, ya que su consecución

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

permite construir un sistema económico sustentado en las ventajas comparativas y competitivas así como el uso sostenible de los recursos naturales; que el gobierno a diseñado para ejecución del presupuesto del 2006 objetivos nacionales actuales considerados como política macroeconómica que considera la reactivación del sector no productivo, y que para su consecución se encuentra diseñada la estrategia nacional que tiene que ver con la promoción turística de la marca Ecuador a través del FMPT; sobre el cual nos basamos para diseñar los objetivos estratégicos; nos acoge como marco propicio para establecer las estrategias de desarrollo para el sector gobierno y que deben ser ejecutadas de abajo hacia arriba, es decir desde los municipios hasta el gobierno central, donde este último juega un papel fundamental en la asignación adecuada de recursos a los diferentes programas y proyectos que se diseñen para el mejoramiento del nivel de desarrollo del turismo de la provincia de Manabí.

Por lo que estas Estrategias están dirigidas a los gobiernos provinciales y seccionales de la provincia de Manabí.

Después del proceso de generación de estrategias las que deben aplicarse se resumen en los siguientes enunciados:

1. Mejoramiento de la imagen turística de la provincia.
2. Mejorar los sistemas de facilitación del acceso a la provincia y de seguridad.
3. Fortalecimiento del marco jurídico provincial y seccional.
4. El apoyo a la inversión y reducción de cargas fiscales al sector
5. Desarrollo planificado de la infraestructura relacionada con los servicios públicos
6. Mejoramiento del sistema vial.
7. Fortalecimiento de los sistemas de información y de difusión al usuario.
8. Desarrollo del programa de capacitación y formación profesional en turismo.
9. Desarrollo del plan de marketing para los destinos turísticos inventariados.
10. Mejoramiento de la calidad en los servicios turísticos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

11. Fortalecimiento y desarrollo de la promoción turística de la provincia.

Para la consecución de las estrategias es necesario diseñar acciones estratégicas corrientes y de emergencia, que deben ser ejecutadas por los funcionarios responsables de la administración y gestión del sector turismo en el gobierno provincial, es decir en el consejo provincial y en los gobiernos seccionales o sea en los municipios.

Acciones estratégicas para mejorar la imagen turística.

- AEC.- Se acentuará la imagen turística de acuerdo a como se diseñen los nuevos productos o destinos en base del inventario de los atractivos turísticos efectuado en la investigación, oferta de productos que debe cumplir con las expectativas que se generan en el consumidor.
- AEE.- Difundir a través de medios informáticos los cambios y mejoramiento en la infraestructura turística para mostrar una provincia con condiciones muy favorables, tanto para visitar como para invertir.

Acciones Estratégicas para Facilitación del Acceso y Seguridad General

- AEE.- Propiciar la suscripción de un convenio con el Ministerio de Gobierno para la creación de la Policía de Turismo, capacitados en turismo de la provincia, según temporadas y usos turísticos.
- AEC.- Diseño del plan de señalización turística vial a nivel del sistema vial cantonal, con énfasis en lugares turísticos.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEE.- Mantenimiento y remodelación de los aeropuertos, para una mejor recepción y despacho de pasajeros.
- AEE.- Modernización de los sistemas computarizados de migración y aduanas en aeropuertos, con capacitación al personal de contacto en lo que se refiere a agilidad de servicios y mejor atención al usuario.
- AEE.- Se deberá ejecutar obras de remodelación, equipamiento y modernización de los terminales aéreos y marítimos existentes, principalmente en lo que se refiere a rediseño de espacios físicos, entrenamiento a funcionarios.

Acciones Estratégicas para fortalecer el Marco Jurídico

- AEE.- Elaboración y promulgación de normas y ordenanzas Municipales en apoyo al desarrollo turístico.
- AEC.- Establecimiento de resoluciones de los Consejos Provinciales en lo referente a obras de adecuación de centros turísticos clave.
- AEC.- Establecimiento de normativa especial para la declaratoria de Municipios con eficiencia administrativa en gestión Turística.
- AEE.- Suscripción de convenios con los Municipios de la provincia, con el objeto de emprender programas completos de apoyo técnico sectorial, para asuntos de ordenamiento, capacitación, promoción, gestión local y facilitación turística.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEC.- Simplificación de normativa, reglamentación y trámites para la operación de los destinos turísticos establecidos en el inventario de los atractivos.

Acciones estratégicas para el Apoyo a la inversión turística y reducción de cargas fiscales al sector.

- AEE.- Análisis y diseño de alternativas para racionalizar las cargas fiscales a empresas y a turistas.
- AEC.- Diseño de sistemas para la simplificación de trámites y procedimientos de recaudación de impuestos.

Acciones Estratégicas para mejorar la Infraestructura de Servicios Públicos

- AEC.- Hacer un análisis, de los programas de planificación del Consejo Provincial, a fin de establecer prioridades de inversión en cuanto al mejoramiento de la dotación de servicios públicos básicos a los atractivos turísticos inventariados, a los ya existentes y considerados como sitio de interés, así como la planificación permanente para el desarrollo de nuevos destinos.
- AEC.- Iniciar programas de educación ambiental, capacitación y organización ciudadana, que deriven en la ejecución de campañas para la recolección y disposición adecuada de los desechos sólidos y líquidos, con prioridad en el involucramiento directo de las poblaciones cantonales y de las organizaciones de la sociedad civil.

Acciones Estratégicas para Mejorar la Vialidad

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEC.- Empezar la rehabilitación integral de las principales vías de circulación intercantonales, interprovinciales y las de acceso a las áreas turísticas inventariadas y considerarlas como prioritarias.

Acción Estratégica para Fortalecer los Sistemas de Información y de Difusión al Usuario

- AEE.- Diseño de una herramienta de Información, que procese y proporcione datos provinciales, cantonales, parroquiales y de las actividades relacionadas al turismo, para consulta de empresarios e inversionistas. Este sistema servirá como una base de datos con múltiples fines, válida como insumo de los programas de acción a cargo del Fondo Mixto de Promoción Turística.

Acciones Estratégicas para mejorar la Capacitación y Formación Profesional

- AEC.- Diseñar planes de cooperación y asistencia multinacional a países amigos y a fuentes multilaterales de cooperación, programas de asistencia que permitan elevar la calidad de los planes de formación profesional en universidades e institutos, formación de profesores e instructores, adquisición de instrumental didáctico, aprendizaje de idiomas, becas de pregrado y postgrado, publicaciones técnicas y el régimen de prácticas de los estudiantes.
- AEE.- Se tratará además de resolver la ausencia de personal formado en centros turísticos clave, a través de la conformación de Brigadas Móviles de Capacitación para la realización de cursos itinerantes para promover un empleo más eficiente de los recursos formativos y una mejor cobertura del territorio.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEE.- Las entidades de Gobierno, propietarias, responsables o administradoras de bienes turísticos clave, como son: áreas naturales protegidas, museos, bienes patrimoniales, centros de exposiciones, ferias, convenciones, entre otros, revisarán toda forma de tratamiento a los turistas extranjeros y encaminarán su gestión a favor del mercado receptivo, con los medios a su alcance, incluido el personal bilingüe y publicaciones en otros idiomas.

Acciones Estratégicas para Desarrollo del Plan de Marketing para los Destinos Turísticos Inventariados.

- AEE.- Elaborar un Plan de Mercadeo de corto plazo que permita orientar el gasto promocional hacia las tareas más urgentes y de mayor efectividad probable, mientras se evalúan informaciones de mercado y otros estudios que permitan orientar las campañas de promoción de mayor alcance y plazos.
- AEE.- Los entes gubernamentales requerirán para que el Fondo Mixto de Promoción Turística incluya un Laboratorio de Mercadeo, para diseñar un Plan de Mercadeo con el fin de promocionar a nivel internacional la provincia de Manabí.
- AEE.- Permanente evaluación para poder reformular las estrategias y acciones del Fondo Mixto de Promoción, aplicable a los planes y campañas que se proyecten en adelante.
- AEE.- Establecer un programa de Benchmarking, que posibilite el análisis de la competencia internacional, para productos turísticos de Ecuador y los torne más competitivos.
- AEE.- Se alentará la creación de Fondos Mixtos Cantonales de Promoción, para que contribuyan en el diseño de campañas más específicas por productos y actividades de su interés.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEE.- Las aerolíneas nacionales se comprometan a aportar sus propias acciones de mercadeo y materiales de divulgación o de promoción para fortalecerla.
- AEE.- Lograr que el Ministerio de Relaciones Exteriores en Quito se comprometa a dar información en su oficina de relaciones turísticas internacionales, con el fin de dotar a las representaciones diplomáticas del material promocional y de difusión turística de la provincia en el exterior.
- AEC.- Diseñar las ferias internacionales con incorporación en mayor proporción de la promoción de los atractivos de la provincia en especial atención los inventariados.

Acciones Estratégicas para el Mejoramiento de la Calidad en el Servicio.

- AEC.- Poner en marcha un nuevo sistema de categorización de los servicios turísticos principales, donde se incorporen los conceptos más modernos de calidad, no sólo en relación con las instalaciones y los medios físicos, sino que mida el profesionalismo y el nivel de desempeño y competitividad del servicio.
- AEC.- Crear un instrumento, que incluya encuestas periódicas en hoteles de todas las categorías, sobre el nivel de satisfacción de los turistas, estadísticas sobre el contenido de quejas y reclamos y opiniones de expertos calificados.
- AEC.- Establecer requisitos de funcionamiento las certificaciones de calidad del servicio, bajo las normativas ISO y lo que al respecto recomiende la Organización Mundial de Turismo para la hotelería y los establecimientos comprometidos en el manejo ambiental.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

Acciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Promoción Turística.

- AEE.- Crear un Fondo Mixto de Promoción Provincial, con contribuciones voluntarias de los gobiernos seccionales, transportadores, empresarios turísticos y hoteleros, centros comerciales, casas de cambio, tarjetas de crédito, empresas de publicidad, publicaciones con alta promoción turística, Cámaras de Comercio, ONGs relacionadas con áreas turísticas.
- AEC.- Crear incentivos para que las contribuciones hacia el Fondo Mixto sean deducibles de impuestos.
- AEC.- Crear un Círculo de Competitividad para el microcluster, conjuntamente con el Fondo Mixto de Promoción para establecer un Plan de Mercadeo de Destinos, capaz de posicionar la oferta turística general del microcluster en los mercados externos. Para ello se analizarán los medios más idóneos, particularmente en lo concerniente a investigación e información, para producir los mensajes más convenientes en los distintos foros internacionales.
- AEC.- Priorizar la generación de proyectos que propendan a la integración geográfica entre provincias
- AEC.- Diseñar y Promocionar el mapa de las carreteras de primero y segundo orden de la provincia.
- AEE.- Fomentar la creación de un centro de información, con bases de datos sobre demanda turística y mejores referencias del mercado actual y potencial del microcluster.
- AEC.- Mantener actualizados los inventarios turísticos basados en programas permanentes de ordenamiento territorial.

“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- AEE.- Diseñar información específica sobre patrimonio natural y cultural del microcluster y normas de comportamiento en áreas protegidas.
- AEE.- Establecer casetas de información turística en todos los cantones de la provincia.
- AEC.- Iniciar programas de señalización turística, con detalles pormenorizados de los sitios, parroquias y cantones.
- AEC.- Mejorar la información sobre territorio y opciones de inversión privada en hotelería y realización de una Guía para el Inversionista local e internacional.

3.2 Proyectos Prioritarios de Inversión

Siendo consecuentes con las estrategias de desarrollo diseñadas, en base de la observación efectuada en las diferentes áreas así como de la opinión generalizada de los pobladores, de la determinación de los problemas y necesidades de la provincia, a continuación detallamos los proyectos que las entidades gubernamentales deben considerarlos como prioritarios para mejorar el desarrollo del turismo de la provincia.

En lo que tiene que ver con la estrategia de desarrollo No. 2 ***Mejorar los sistemas de facilitación del acceso a la provincia y de seguridad:***

1. En la Terminal del aeropuerto deben realizarse trabajos de mejora de servicios, particularmente en lo referente a:
 - Control migratorio;
 - Aduanas;
 - Mostradores de check-in;
 - Áreas de descanso de usuarios;

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

- Servicios higiénicos;
 - Telefonía pública;
 - Locales comerciales;
 - Cafetería y restaurante.
2. Mejoramiento – remodelación del Terminal de pasajeros para cruceros en Manta.
 3. Mejoramiento – remodelación del Terminal Terrestre.
 4. Fortalecimiento de la seguridad de vías y carreteras.
 5. Construcción de paradores de ruta, con estaciones de servicio, en base a rutas críticas de turismo de playa.

En lo relacionado con la estrategia de desarrollo No. 5 ***Desarrollo planificado de la infraestructura relacionada con los servicios públicos:***

1. Adquisición e Instalación de maquinaria de limpieza de playas en principales balnearios del litoral.

En lo que tiene relación con la estrategia de desarrollo No.6 ***Mejoramiento del sistema vial:***

1. Adecuación de las carreteras fuera de zonas de baja-mar, ya que el valor de la playa es mayor que el de la vía.

En lo que tiene que ver con la estrategia de desarrollo No. 7 ***Fortalecimiento de los sistemas de información y de difusión al usuario:***

1. Diseño e implementación de una herramienta informática, basada en internet, para la difusión y promoción de las actividades turísticas de la provincia, del mejoramiento de la infraestructura turística, del sistema vial de la provincia, el inventario de los atractivos turísticos, el catastro de la planta turística y normas de comportamiento del turista en áreas protegidas.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

En lo que tiene que ver con la estrategia de desarrollo No.8 ***Desarrollo del programa de capacitación y formación profesional en turismo:***

1. Construcción de Centros de Convenciones en puntos clave del microcluster, con buenos servicios aéreos y de conectividad terrestre.
2. La construcción de un hotel-escuela para la preparación de niveles técnicos y básicos en hotelería. Podría considerarse uno de los hoteles de propiedad del Estado.
3. La creación de un centro de capacitación técnica y profesional en las diferentes especialidades del turismo.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

CONCLUSIONES

Luego del desarrollo de la presente investigación podemos concluir lo siguiente:

1. La ubicación geográfica, la hospitalidad de su gente y la diversidad de sus atractivos naturales hacen de Manabí una provincia con gran potencial turístico que permitiría posicionar su imagen turística en el mercado interno y externo.
2. La limitada calidad de los servicios básicos y de infraestructura, sobretodo en lo que se refiere a la red vial, demuestra el poco interés de las autoridades gubernamentales por lo que las reducidas asignaciones presupuestarias no permiten atender proyectos de inversión y de beneficio social para la zona.
3. Las actividades realizadas por el Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador, están basadas en un plan de Marketing de país con objetivos macro, provocando concentración de esfuerzos promocionales en aéreas y destinos ya desarrollados turísticamente.
4. La mayoría de los establecimientos dedicados a la actividad relacionada con el alojamiento y la alimentación, están ubicados en los cantones costeros y en aquellos cuya actividad comercial es alta, perjudicando el desarrollo del turismo en el resto de la provincia por la reducida inversión del sector privado.
5. Las actividades turísticas clasificadas como planta turística cuentan con personal poco capacitado preparado profesionalmente para la atención y servicio de turistas limita la generación de la demanda de destinos turísticos de la provincia por referido.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

6. El levantamiento del inventario turístico de la provincia, no ha sido actualizado bajo parámetros de clasificación adecuada, lo que ha provocado grandes expectativas en la población nacional, sin embargo, al ejecutar nuestra estudio investigativo logramos determinar cuales son los que verdaderamente deben ser catalogados como atractivos turísticos así como el mediano nivel de competitividad que tiene Manabí frente al resto de provincias.
7. El diseño y aplicación de las estrategias de desarrollo, establecidas en la investigación facilita a los gobiernos provinciales y seccionales el mejoramiento del nivel de desarrollo del turismo.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

RECOMENDACIONES



Como criterios validos nos permitimos recomendar las siguientes acciones a emprender:

1. Los Municipios, el consejo Provincial de Manabí, las instituciones vinculadas con el turismo y la comunidad en general deben ejecutar las acciones estratégicas para posicionar la imagen turística de la provincia, fortaleciendo la promoción nacional e internacional de los atractivos turísticos que cumplen con los requisitos necesarios para brindar servicios de calidad, que se encuentran detallados en el inventario de los atractivos así como de información de las actividades turísticas relacionadas.
2. Los organismos gubernamentales locales deben diseñar planes de desarrollo integrado en función de la provincia y sus necesidades, como un todo, capaz de generar ingresos por autogestión para disminuir la dependencia mayoritaria de los fondos asignados por el gobierno nacional facilitando la ejecución de los proyectos de inversión que tienen prioridad y se establecieron en esta investigación.
3. El gobierno provincial deberá diseñar un adecuado plan de mantenimiento y desarrollo vial para facilitar el acceso a los diferentes atractivos y sitios de interés turístico coadyuvando con el desarrollo del turismo de todos los cantones de la provincia.
4. El gobierno provincial en coordinación con el sector privado deben crear centros de capacitación profesional en las especialidades del turismo para que la población se encuentre comprometida y competente en la oferta de

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

servicios y atención de calidad que permitan satisfacer las más exigentes necesidades de los turistas.

5. La Cámara Provincial de Turismo de Manabí deberá actualizar permanentemente el inventario de los atractivos turísticos efectuado en la presente investigación, poniendo a disposición de los inversionistas y turistas en general la información estadística del turismo de la provincia para generar interés de inversión y desarrollo socioeconómico de la población en general.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

BIBLIOGRAFÍA

1. Academia de Guerra Naval. Seguridad Nacional. Curso de Dirección. Ecuador, 2005.
2. Arellano, Rolando C. Marketing, Enfoque América Latina. Editorial McGRAW HILL, 1 edición, México, 2001.
3. Aguirre, Oscar. Análisis del Turismo Nacional. Proyecto OMT-PNUD. 98.12, 2000.
4. Ascanio Guevara Alfredo. Turismo: Evaluación de la demanda turística internacional. Universidad Simón Bolívar. Caracas, Venezuela, 2000. geocities.com/aascanio2000/Mi_pagina.html.
5. Autoridad Portuaria de Manta. Manta, El sueño de un puerto. Folleto Publicitario. Ecuador, 2003.
6. Banco Central del Ecuador. Información estadística mensual. Ecuador, Julio, 2005.
7. Banco Mundial. La nueva estrategia de asistencia al Ecuador. El Ecuador de un vistazo. 2003.
8. Cámara Provincial de Turismo de Pichincha. Indicadores turisticos.captur.com//INDICADORES_TURISTICOS_OCT_2005_MINTUR
9. Carrera, Jaime. Sendero equivocado. Observatorio de la política fiscal. Diario de negocios “Dinero”. Numero 321, Ecuador, 2005.
10. Chávez, Soledad. Normas ISO 9001:2000. Curso Auditor Interno. Bureau Veritas, Ecuador, 2004.
11. Consejo Provincial de Manabí. Turismo. manabi.gov.ec/consejo_cat.
12. Corporación de estudios y publicaciones. Leyes de fomento y reglamentos. XVII edición, Ecuador, 2004.
13. CAPTUR. Grupo Publicitario. Así es el Ecuador. Folleto Publicitario.
14. Corporación Ecuatoriana de Turismo, CETUR.; Ministerio de Turismo. Investigaciones Turísticas. Turismo Receptivo. Ecuador, 1997.
15. Ecuador Aventura. Rutas de Turismo. ecuadoraventura.com/costa-manabi.htm.
16. El Mercado bursátil ecuatoriano. “The Seminarium Letter”. Numero 20, Ecuador, 2005.
17. Figueroa Jorge C. Economía Turística. Universidad Santo Thomas. La Serena, Chile. 2004.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

18. Fuenzalida, Darcy O. Evaluación de Proyectos de Inversión. Universidad Técnica Federico Santa Maria, Chile, 1999.
19. Fundación José Peralta. Ecuador: su realidad. VII edición, Ecuador, 2000.
20. Fundación Ecuatoriana de Promoción Turística, FEPROTUR. Ecuador. A world to Discover. Ofertas de Viajes . Febrero 2003..
21. Giampieri, Máximo. Descripción turística de Ecuador. Folleto Informativo. Ecuador, 2004.
22. Goetsch David and Davis Stanley. Introduction To Total Quality, Benchmarking. Editorial Merril.
23. González, Carlos. Conceptos Generales de Calidad Total. México, 2000.
24. Grande, Ildfonso Esteban, Marketing de los Servicios, McGRAW HILL, III edición, España, 2000.
25. Grupo Editorial Océano. Diccionario Enciclopédico Compact Océano, edición 1998.
26. Hill Charles y Jones Gareth. Administración estratégica un enfoque integrado. McGRAW HILL, III edición, España, 2001.
- 27.
28. Instituto Nacional de Estadística y Censo. Información de Hoteles y Restaurantes. inec.gov.ec/interna.tablas.
29. Koontz, Harold y Weihrich, Hainz. Administración, una Perspectiva Global. Editorial McGRAW HILL, XI edición, México, 1998.
30. Ley de Cámaras provinciales de turismo y su federación nacional. Registro Oficial No.689 del 5 de mayo de 1995.
31. Luque, Luliana. Turismo. Guía de Turismo. Instituto Educativo Metropolitano. Venezuela, 2003.
32. Mendoza, Marlene. Manual Básico de Planificación Estratégica para Microempresarios. C.I.E. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2002.
33. Ministerio de Economía y Finanzas. Pro forma Presupuestaria. minfinanzas.ec-gov.net/Proforma2006/.htm.
34. Ministerio de Relaciones Exteriores. Promoción Turística. mmrree.gov.ec/mre/documentos/promocion/introduccion.htm.
35. Ministerio de turismo. Turismo y Desarrollo. vivecuador.com/html2/esp/turismo_desarrollo.htm.
36. Ministerio de turismo. Ecuador y sus paisajes. vivecuador.com/html2/.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

37. Norton, Presley & García, Marco Vinicio. 500 Años de Ocupación. Parque Nacional Machalilla. Folleto. Ecuador.
38. Ordenanzas Municipales, Biblioteca Jurídica, Ecuador, 1995.
39. Organización Mundial del Turismo. Información Estadística. world-tourism.org/facts/menu.html.
40. Organización Mundial del Turismo. Referencias Básicas sobre Estadísticas de Turismo. World-Tourism.org /statistics/ tsa_project/ basic_references.
41. Padilla, David y Cabello Mario. Empresas Competitivas. Editorial McGRAW Hill.
42. Paredes, Pablo Lucio. Análisis del Entorno. El Impacto económico del turismo en Ecuador. IDE. Notas de Clase. 2003.
43. Peña, Gianell. Teoría y Diseño Organizacional. Grupo Sol Meliá. Santo Domingo, R.D. 2002.
44. Perez Llanes Roberto. El turismo en la frontera Perú-Ecuador. 2004. comunidadandina.com/estadisticas de turismo de la comunidad andina/
45. Porter, Michael. The Competitive Advantage of Nations. Diamond Model. Free Press, Nueva York, 1990.
12manage.com/methods_porter_diamond_model_es.html.
46. Presidencia de la Republica. Política. presidencia.gov.ec/secciones.
47. Proaño Leroux, Darío. Diagnóstico Turístico de Manabí. Folleto. Ecuador, 2002.
48. Revista Consumer. revista.consumer.es/web/es/20020701/actualidad/informe1.
49. Rosabeth Moss Kanter. La ventaja competitiva de las ciudades. Entrevista. Traducción y adaptación, Silvia Chauvin. Corporación Microempresarial TBL, The Botton Line. 2005.
50. SAETA. The Magic of Ecuador. Summary. Folleto Publicitario.
51. Santos Silva Jorge. Tesis Doctoral. Turismo, crecimiento y desenvolvimiento: análisis urbano-regional basado en cluster. Escuela de Comunicación y Artes. Sao Paulo, Brasil. 2004.
52. Sistema integrado de gestión financiera. Ejecución Presupuestaria. sigef.gov.ec/index.
53. Stanton, Etzel, Walker. Fundamentos del Marketing. Editorial McGRAW HILL, XXI edición, 1998.

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

ELOISA ORELLANA E. JORGE SALDAÑA M. REMIGIO VELÁZQUEZ L. UTEG.

54. Universidad Técnica Particular de Loja. Guía para Diseñar El proyecto de tesis. Texto Guía. Ecuador, 2003.
55. Vistazo. FITE 2005. Inventario Turístico del Ecuador. 2005.
56. Vistazo. Super Turístico. Manabí, Para disfrutar la naturaleza. 2005.
57. Zambrano Bravo, Carlos & Vargas Aúz, Víctor Hugo. Parque Nacional Machalilla. Ecología - Cultura – Turismo. Ecuador, 2003.

LISTADO DE ANEXOS Y APENDICES.

Anexos:

Anexo "A" Las encuestas.

Anexo "B" Listado de Atractivos y sitios de interés turísticos.

Anexo "C" Diagrama de causa efecto.

Apéndices:

Apéndice "A-1" Resultado de la encuesta empresas de turismo de Quito y Guayaquil.

Apéndice "A-2" Resultado de la encuesta a empresas de turismo establecidas en la provincia de Manabí.

Apéndice "A-3" Resultado de la encuesta a turistas que disfrutaban de los sitios y atractivos turísticos de la provincia de Manabí.

Apéndice "A-4" Resultado de la encuesta a ejecutivos de visita en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

Apéndice "B-1" Fichas del Inventario de los Atractivos y sitios turísticos.

ANEXO "A"
LAS ENCUESTAS

CUESTIONARIO PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES NACIONALES

Esta encuesta esta dirigida a empresas o agencias de turismo Nacionales.

El centro de investigaciones de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, se encuentra efectuando un estudio para determinar y establecer los servicios turísticos existentes y / o que se pueden incorporar para mejorar el turismo receptivo a la provincia de Manabí.

Por favor señale con una x donde corresponda y detalle con ideas claras y precisas donde se requiera su comentario.

Datos Generales

Nombre Agencia _____

Nombre encuestado: _____

Ciudad de localiacon : _____

Fecha : _____

1. Su agencia se especializa en :
 - Preparar paquetes turísticos para turistas nacionales. ()
 - Compra y reserva de tickets para rutas nacionales e internacionales ()
 - Desarrollar alianzas con empresas de servicios para preparar paquetes turísticos para el turismo receptivo. ()
 - Promocionar cluster (región) litoral con paquetes turísticos promocionales ()
 - Otras..... ()

2. Cuantos paquetes promocionales de la provincia de Manabí para el turismo receptivo ha vendido o preparado durante el último trimestre?
 - Ninguno ()
 - De 1 a 12 ()
 - De 13 a 18 ()
 - De 19 a 24 ()
 - Mas de 25 ()

3. Tiene su empresa sitio web? SI () NO ()

4. Estaría su empresa dispuesta a promocionar los atractivos de la provincia de Manabí, en su sitio Web? SI () NO ()

5. Estaría su empresa dispuesta a efectuar alianzas estratégicas con empresas de servicios como hoteles, restaurantes, paseos turísticos, etc; para desarrollar y ofertar paquetes promocionales de Manabí, para incrementar el turismo receptivo?
SI () NO () Por que?

Gracias por su colaboración

CUESTIONARIO PARA LAS AGENCIAS DE TURISMO DE MANABI

2. Su agencia se especializa en :
- Preparar paquetes turísticos para turistas nacionales. ()
 - Preparar tours para turistas extranjeros. ()
 - Compra y reserva de tickets para rutas nacionales e internacionales ()
 - Desarrollar alianzas con empresas de servicios para preparar paquetes turísticos para el turismo receptivo. ()
 - Promocionar los atractivos de la ciudad con paquetes turísticos promocionales ()
 - Otras..... ()
2. Cuantos paquetes promocionales de la provincia para el turismo receptivo ha vendido durante el último trimestre?
- Ninguno ()
 - De 1 a 12 ()
 - De 13 a 18 ()
 - De 19 a 24 ()
 - Mas de 25 ()
3. Tiene su empresa sitio web? SI () NO ()
4. Estaría su empresa dispuesta a promocionar los atractivos de de la provincia, en su sitio Web?
SI () NO ()
5. Estaría su empresa dispuesta a efectuar alianzas estratégicas con empresas de servicios como hoteles, restaurantes, paseos turísticos, etc; para desarrollar y ofertar paquetes promocionales de esta localidad, área para incrementar el turismo receptivo?
SI () NO () Por que?

Gracias por su colaboración.

CUESTIONARIO PARA LOS TURISTAS EN MANABI

Esta encuesta esta dirigida a los diferentes turistas del área.

El centro de investigaciones de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, se encuentra efectuando un estudio para determinar y establecer los servicios turísticos existentes y / o que se pueden incorporar para mejorar el turismo a la provincia de Manabí.

Por favor señale con una x donde corresponda y detalle con ideas claras y precisas donde se requiera su comentario.

Datos Generales

Nombre : _____
País - Ciudad : _____
Fecha : _____

1.- Cómo decidió visitar este destino turístico:

Por referencia de otros visitantes

Ya había estado aquí.

Por agencia de viajes

Otros

2.- Qué es lo que encuentra más atractivo que prefirió este lugar?

La comida

El paisaje, playa, del lugar

La calidez de la gente del lugar

Otros

3.- Cómo le parece los precios de los servicios recibidos:

	BARATO	ACEPTABLE	COSTOSO	INNACCESIBLE
HOTELES				
ALIMENTOS				
TRANSPORTE				
DIVERSION				

4.- Que considera le hace falta a este lugar turistico :

Gracias por su colaboración.

CUESTIONARIO PARA EJECUTIVOS

Esta encuesta esta dirigida a los ejecutivos y usuarios de los principales hoteles de la ciudad de Guayaquil, Quito y Cuenca.

El centro de investigaciones de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, se encuentra efectuando un estudio para determinar destinos turísticos existentes y los que se pueden incorporar para mejorar el turismo receptivo a la provincia de Manabí.

Por favor señale con una x donde corresponda.

Datos Generales

País – Ciudad de procedencia: _____

Fecha : _____

1.- Su visita a esta ciudad es por:

Negocios	
Turismo	
Estudios	

2.- Conoce o sabe de algún atractivo turístico de la provincia de Manabí?

SI	
NO	

3.- De ser afirmativo, qué es lo que mas recuerda de ese atractivo?

La comida.	
El paisaje del lugar, la playa.	
La calidez de la gente del lugar.	
La tranquilidad y las zonas verdes.	
Otros	

4.- Para sus vacaciones le gustaría disfrutar de un lugar que tenga:

Playa y sol	
Aventura y áreas verdes.	
Descanso y relajamiento	
Excursión	
Ninguna de las anteriores	
Otros	

5.- Como generalmente planea sus vacaciones:

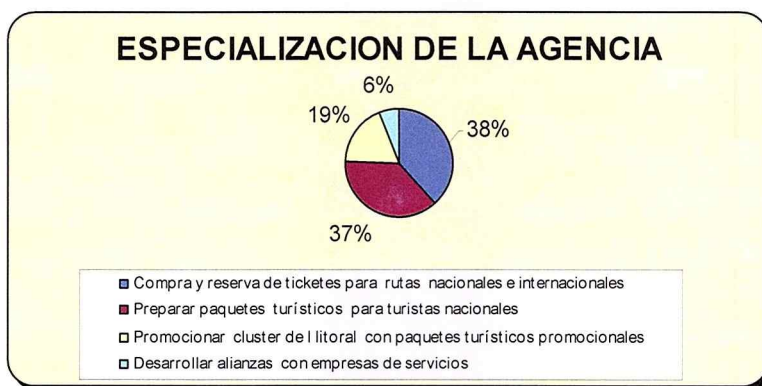
Una agencia – operadora de turismo	
Paquetes promocionales de hoteles.	
Promociones en la prensa	
Planeadas Por Ud. Mismo y por referencias	

Gracias por su colaboración.

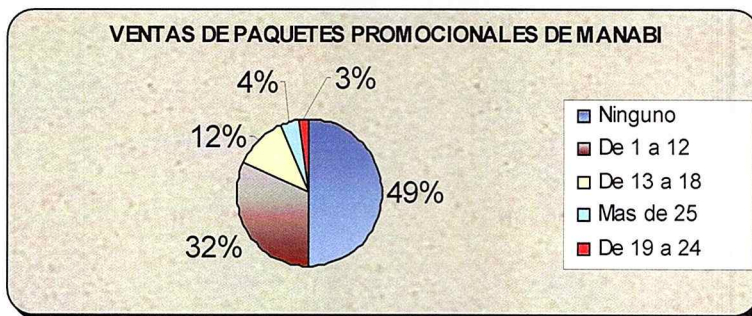
APENDICE A-1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

**EFFECTUADA A LAS EMPRESAS DE TURISMO ESTABLECIDAS EN QUITO Y
GUAYAQUIL DE UNA MUESTRA DE 155 EMPRESAS**

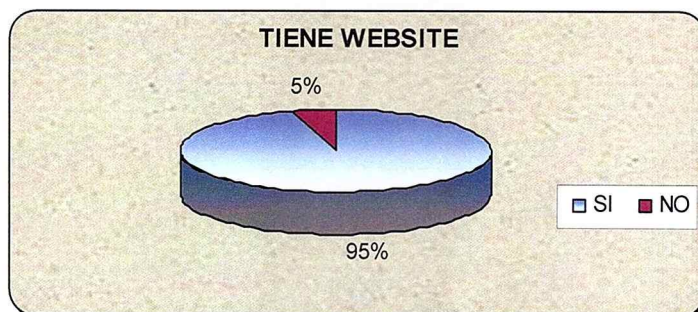
1. Su agencia se especializa en :



2. Cuantos paquetes promocionales de la provincia de Manabí para el turismo receptivo ha vendido o preparado durante el último trimestre?



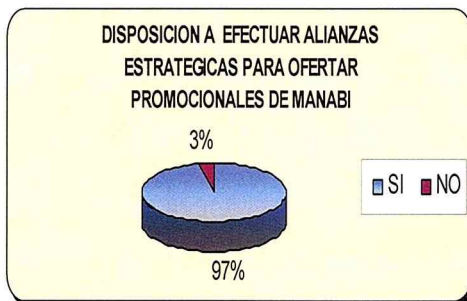
3. Tiene su empresa sitio web)



4. Estaría su empresa dispuesta a promocionar los atractivos de la provincia de Manabí, en su sitio Web)



5. Estaría su empresa dispuesta a efectuar alianzas estratégicas con empresas de servicios como hoteles, restaurantes, paseos turísticos, etc; para desarrollar y ofertar paquetes promocionales de Manabí, para incrementar el turismo receptivo?



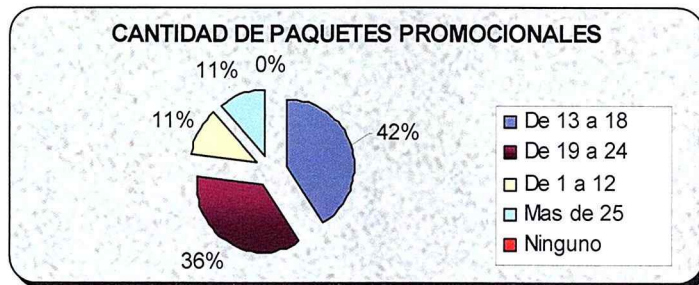
APENDICE A-2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

EFECTUADA A LA EMPRESAS DE TURISMO ESTABLECIDAS EN LA
PROVINCIA DE MANABI. DE UNA MUESTRA DE 44 AGENCIAS.

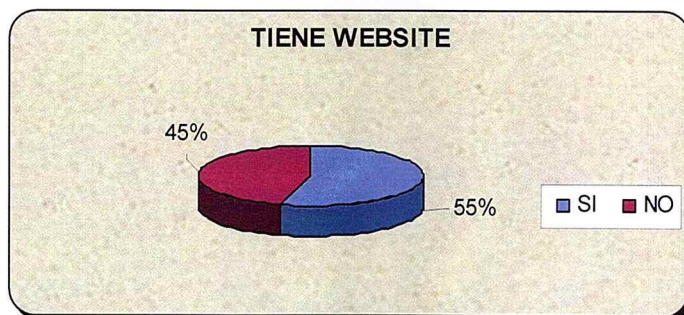
1. Su agencia se especializa en :



2. Cuantos paquetes promocionales de la provincia para el turismo receptivo ha vendido durante el último trimestre?



3. Tiene su empresa sitio web



4. Estaría su empresa dispuesta a promocionar los atractivos de de la provincia, en su sitio Web?

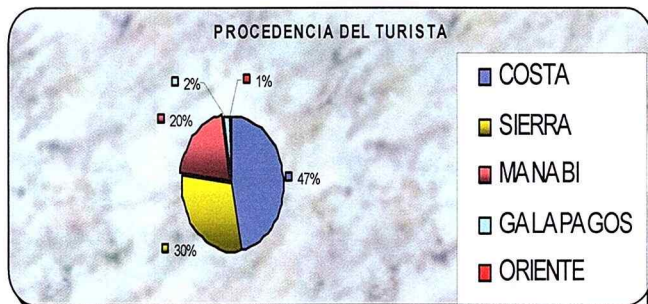
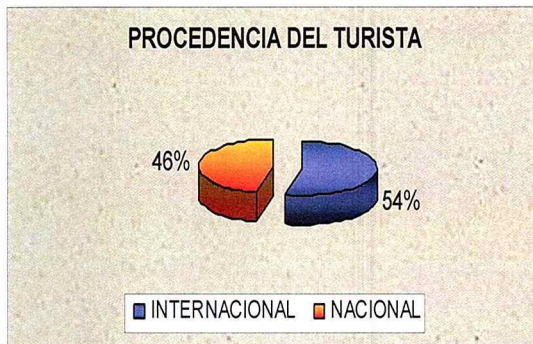
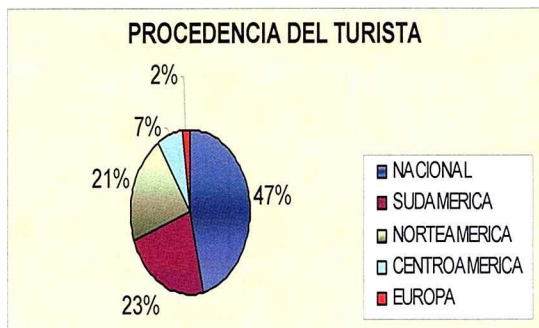


5. Estaría su empresa dispuesta a efectuar alianzas estratégicas con empresas de servicios como hoteles, restaurantes, paseos turísticos, etc; para desarrollar y ofertar paquetes promocionales de esta localidad, área para incrementar el turismo receptivo?



APENDICE A-3 RESULTADO DE LA ENCUESTA

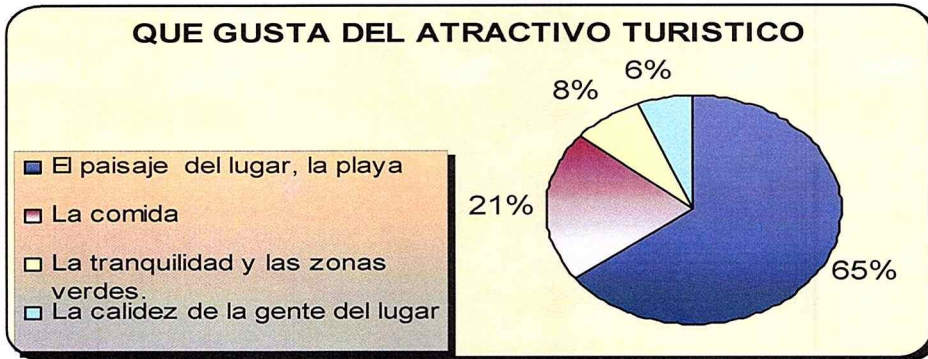
EFECTUADO A LOS TURISTAS QUE DISFRUTABAN DE LOS SITIOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE MANABI ENTRE LA PRIMERA SEMANA DE MAYO Y LA PRIMERA SEMANA DE JUNIO.
UNA MUESTRA DE 928 TURISTAS



1.- Cómo decidió visitar este destino turístico:



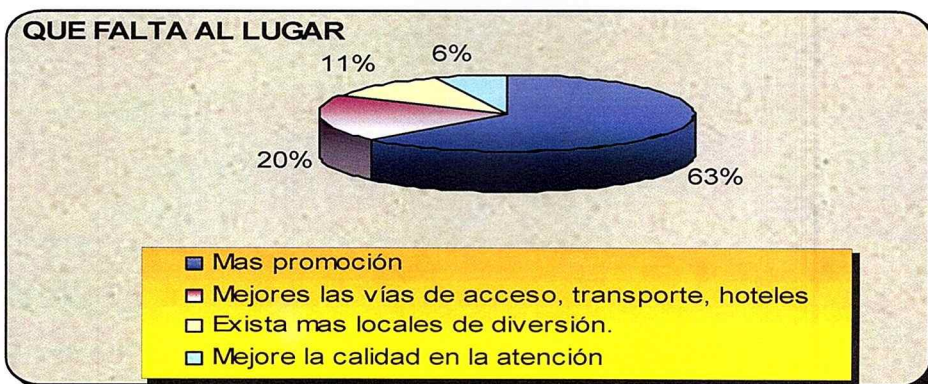
2.- Qué es lo que encuentra más atractivo que prefirió este lugar?



3.- Cómo le parece los precios de los servicios recibidos:

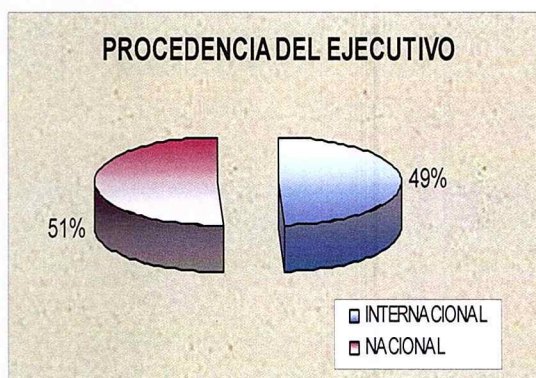
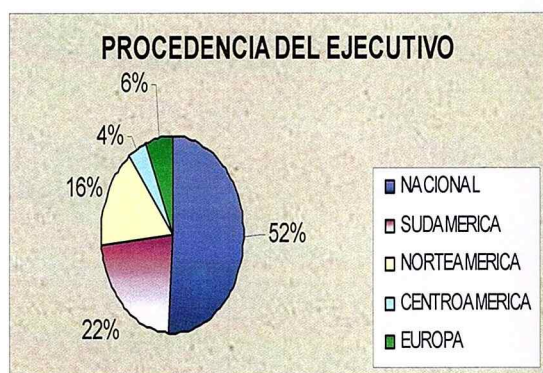


4.- Que considera le hace falta a este lugar turistico :

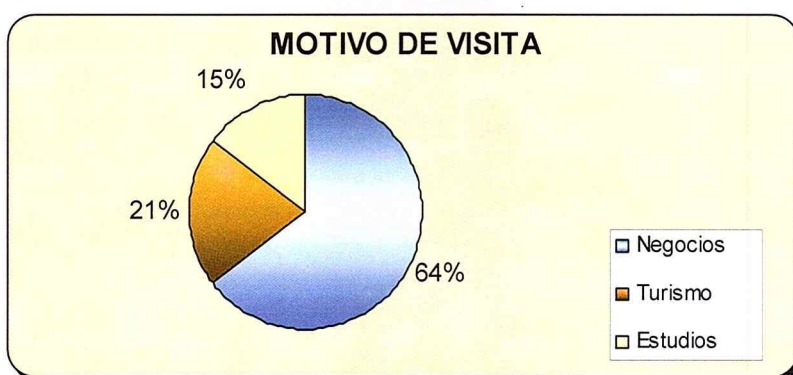


APENDICE A-4 RESULTADO DE LA ENCUESTA

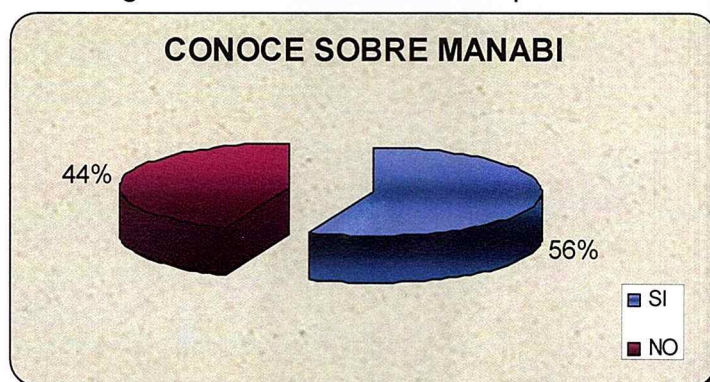
EFECTUADA A EJECUTIVOS DE VISITA EN LA CIUDADES DE QUITO GUAYAQUIL Y CUENCA HOSPEDADOS EN LOS PRINCIPALES HOTELES:
UNA MUESTRA DE 116 PERSONAS



1.- Su visita a esta ciudad es por:



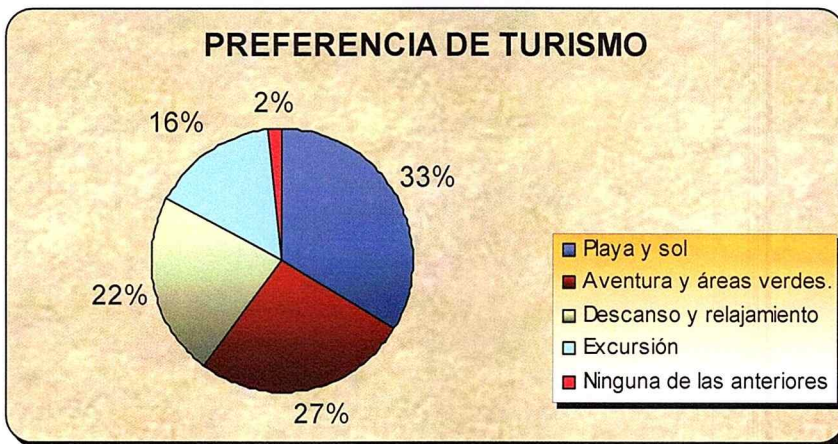
2.-.- Conoce o sabe de algún atractivo turístico de la provincia de Manabí?



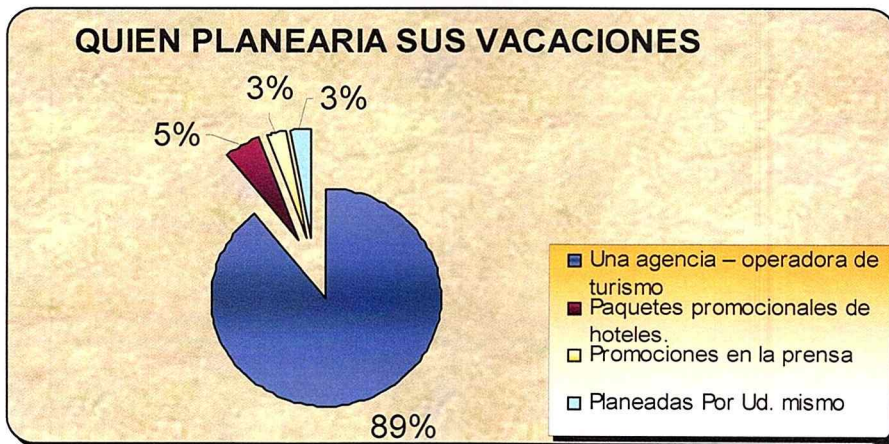
3.- De ser afirmativo Qué es lo que mas recuerda de ese atractivo?



4.- Para sus vacaciones le gustaría disfrutar de un lugar que tenga:



5.- Como generalmente planea sus vacaciones:



ANEXO "B"
Lista de atractivos y sitios de interés turístico.

FICHA DE JERARQUIZACION							
N°	LUGAR TURISTICO	ALOJA MIENTO	ALIMENTA CION	ESPAR CIM	VIAS	SSBB	TOTAL
1	Isla Corazón	0	10	5	15	15	45
2	Parque Machalilla	18	20	17	18	17	90
3	Isla de la Plata	8	12	13	12	12	57
4	Crucita	18	20	17	18	18	91
5	Montecristi	15	16	12	18	10	71
6	Pedernales	19	19	17	17	18	90
7	San Vicente	14	15	12	14	15	70
8	Bosque de Pacoche	5	12	8	12	10	47
9	Manta	19	19	18	18	19	93
10	La Aveja de Andarieles	10	11	12	13	11	57
11	Bosque Cubaru	9	10	9	8	9	45
12	Cañaberal	8	11	7	8	9	43
13	Cerro de Jama	5	12	8	6	10	41
14	Cascada Río Andresillo	7	13	9	11	12	52
15	Cerro de Hojas	5	8	8	10	9	40
16	La Pila	11	12	5	7	9	44
17	Noboa	9	13	8	12	12	54
18	Valle Ramito	7	10	8	9	11	45
19	Río Cojimies	9	12	8	9	11	49
20	Cueva/Iglesias	5	9	5	9	9	37
21	Isla de Salango	5	9	5	10	9	38
22	La Jagua	7	9	5	11	9	41
23	Volcan Chocotete	5	7	5	10	11	38
24	Cueva en siete iglesias	5	8	6	9	10	38
25	Paján	6	7	8	11	9	41
26	Tosagua	5	12	8	13	14	52
27	Chone	11	17	9	17	17	71
28	Portoviejo	14	15	11	18	18	76
29	Jipijapa	13	16	11	14	17	71
30	Puerto Cayo	14	16	12	17	15	74
31	Aguas Termales en Andil, Choconchá y Joá	9	12	11	12	14	58
32	Jama	14	16	11	16	17	74
33	Bahía de Caraquez	18	19	17	19	18	91
34	La laguna del Encanto en San Plácido	9	11	11	13	15	59
35	San Jacinto y San Clemente	12	16	9	15	17	69
36	San Clemente	12	16	13	15	13	69
37	Puerto López	14	16	14	15	18	77
38	Canoa	12	15	15	16	17	75
39	Cojimíes	9	14	9	12	14	58
40	Jaramijó	9	9	8	12	15	53
41	El murcielago	9	12	4	17	18	60
42	Aguas Termales El Zapallo y La Peña	4	6	4	12	16	42
43	San Antonio	5	9	4	13	16	47
44	Flavio Alfaro	6	11	8	14	15	54
45	Rocafuerte	4	14	9	15	17	59
46	Sucre	5	13	9	15	16	58
47	Santa Ana	12	11	6	16	16	61
48	Poza Honda	8	9	5	15	15	52
49	Los Frailes	12	10	5	15	14	56
50	Islas Fragatas	5	5	4	14	15	43
51	Bolívar	11	10	5	16	16	58

Resultados de la jerarquización

Listado de Lugares turísticos que se catalogan como atractivos turísticos.

N°	LUGAR TURISTICO	CALIFICA
1	Parque Machalilla	X
2	Crucita	X
3	Montecristi	X
4	Pedernales	X
5	San Vicente	X
6	Manta	X
7	Chone	X
8	Portoviejo	X
9	Jipijapa	X
10	Puerto Cayo	X
11	Jama	X
12	San Jacinto y San Clemente	X
13	Puerto López	X
14	Canoa	X
15	Bahía de Caraquez.	X
16	Santa Ana	X

Listado de Lugares turísticos que se catalogan como sitios de interés turístico.

N°	LUGAR TURISTICO	NO CALIFICA
1	Isla Corazón	X
2	Isla de la Plata	X
3	Bosque de Pacoche	X
4	La Aveja de Andarieles	X
5	Bosque Cubaru	X
6	Cañaberal	X
7	Cerro de Jama	X
8	Cascada Río Andresillo	X
9	Cerro de Hojas	X
10	La Pila	X
11	Noboa	X
12	Valle Ramito	X
13	Río Cojimíes	X
14	Cueva/Iglesias	X
15	Isla de Salango	X
16	La Jagua	X
17	Volcan Chocotete	X
18	Cueva en siete iglesias	X
19	Paján	X
20	Tosagua	X
21	Aguas Termales en Andil, Choconchá y Joá	X
22	La laguna del Encanto en San Plácido	X
23	San Clemente	x
24	Cojimíes	X
25	Jaramijó	X
26	El murcielago	X
27	Aguas Termales El Zapallo y La Peña	X
28	San Antonio	X
29	Flavio Alfaro	X
30	Rocafuerte	X
31	Poza Honda	X
32	Los Frailes	X
33	Islas Fragatas	X
34	Bolívar	X
35	Sucre	X

HOTELES 5 ESTRELLAS DE LA PROVINCIA DE AMANABI

No. RAZON SOCIAL HABITAC. PLAZAS PROPIETARIO/A DIRECCION TELEFONO

CRUCITA						
	<u>Hotel Residencias</u>					
1	HIPOCAMPO	25	50	MARIA M. MENDOZA ROMERO	MALECON Y BAJADA DEL PARQUE	234-0167
MONTECRISTI						
	<u>Hotel</u>					
1	ORLANDO	32	70	ORLANDO FLORES ALONSO	COLORADO - VÍA MANTA	292-2827
BAHIA DE CARAQUEZ						
	<u>Hotel</u>					
1	LA HERRADURA	30	60	MIGUEL A. VITERI MOLINARI	AV. BOLIVAR	269-0446
2	LA PIEDRA	35	75	ILSE RUPERTI DE VELEZ	AV. CIRCUNVALACION	269-1473
3	BAHIA HOTEL	40	100	PASTORA PADILLA DE GARCIA	MALECON	269-0059
PEDERNALES						
	<u>Hotel</u>					
1	VEREDA TROPICAL	40	100	CARLOS ENRIQUE QUISPE	AV. MAXIMILIANO PUERTA	268-1394
MANTA						
	<u>Hotel</u>					
1	Oro Verde	100	150	MANTA ORO S.A.	Malecon y Circunvalacion	629-200/210 FAX
2	Las Gaviotas	50	70	LAS GAVIOTAS CIA LTDA.	Malecon Tarqui 1109	627-240
3	Haddad Manabi	60	80	DALINDA MENDOZA	Malecon Tarqui 103	622-712
4	Lun Fun	55	75	SIMÓN GUIM	AV.11 y calle 12	622-966
5	Manta Imperial	70	80	ENA LOOR R.	Malecon P. Murcielago	621-955/ 623016
6	El Inca	45	60	VICTOR MOLINA V.	Calle 105 n°204 Tarqui	620-440
7	Panorama	40	50	PAQUITA ORLANDO	AV.105 y calle 108	611-552/ 622996 FX
8	AMERICANA	35	50	RIGOBERTO ALCIVAR		-
9	Las Rocas	40	50	RAMÓN CEDEÑO	Calle 105 y AV 106	612-856/ 623163
10	El Ancla	15	30	NORMA DE PATIÑO	Av. 105 y calle 108	627-937/ 622611 FX

NACIONAL (hoteles de 2 y 3 estrella)

INTERNACIONAL (hoteles de 3, 4 y 5 estrellas)

LOCAL (hotel de 1 estrella y no hay hotel)

FICHA DE JERARQUIZACION (TURISMO LOCAL)

Nº	LUGAR TURISTICO	ALOJA MIENTO	ALIMEN TACION	ESPAR CIM	VIAS	SSBB	TOTAL
1	Isla Corazón	0	10	5	15	15	45
2	Isla de la Plata	8	12	13	12	12	57
3	Montecristi	15	16	12	18	10	71
4	San Vicente	14	15	12	14	15	70
5	Bosque de Pacoche	5	12	8	12	10	47
6	La Aveja de Andarieles	10	11	12	13	11	57
7	Bosque Cubaru	9	10	9	8	9	45
8	Cañaberal	8	11	7	8	9	43
9	Cerro de Jama	5	12	8	6	10	41
10	Cascada Río Andresillo	7	13	9	11	12	52
11	Cerro de Hojas	5	8	8	10	9	40
12	La Pila	11	12	5	7	9	44
13	Noboa	9	13	8	12	12	54
14	Valle Ramito	7	10	8	9	11	45
15	Río Cojimies	9	12	8	9	11	49
16	Cueva/Iglesias	5	9	5	9	9	37
17	Isla de Salango	5	9	5	10	9	38
18	La Jagua	7	9	5	11	9	41
19	Volcan Chocotete	5	7	5	10	11	38
20	Cueva en siete iglesias	5	8	6	9	10	38
21	Paján	6	7	8	11	9	41
22	Tosagua	5	12	8	13	14	52
23	Aguas Termales en Andil, Choconchá y Joá	9	12	11	12	14	58
24	La laguna del Encanto en San Plácido	9	11	11	13	15	59
25	Canoa	12	15	15	16	17	75
26	Cojimies	9	14	9	12	14	58
27	Jaramijó	9	9	8	12	15	53
28	El murcielago	9	12	4	17	18	60
29	Aguas Termales El Zapallo y La Peña	4	6	4	12	16	42
30	San Antonio	5	9	4	13	16	47
31	Flavio Alfaro	6	11	8	14	15	54
32	Rocafuerte	4	14	9	15	17	59
33	Sucre	5	13	9	15	16	58
34	Poza Honda	8	9	5	15	15	52
35	Los Frailes	12	10	5	15	14	56
36	Islas Fragatas	5	5	4	14	15	43
37	Bolívar	11	10	5	16	16	58

NACIONAL (hoteles de 2 y 3 estrella)

INTERNACIONAL (hoteles de 3, 4 y 5 estrellas)

LOCAL (hotel de 1 estrella y no hay hotel)


FICHA DE JERARQUIZACION (TURISMO NACIONAL)

Nº	LUGAR TURISTICO	ALOJAMI ENTO	ALIMENT ACION	ESPARCI M	VIAS	SSBB	TOTAL
1	Parque Machalilla	18	20	17	18	17	90
2	Crucita	18	20	17	18	18	91
3	Montecristi	15	16	12	18	10	71
4	Pedernales	19	19	17	17	18	90
5	San Vicente	14	15	12	14	15	70
6	Manta	19	19	18	18	19	93
7	Chone	11	17	9	17	17	71
8	Portoviejo	14	15	11	18	18	76
9	Jipijapa	13	16	11	14	17	71
10	Puerto Cayo	14	16	12	17	15	74
11	Jama	14	16	11	16	17	74
12	Bahía de Caraquez	18	19	17	19	18	91
13	San Jacinto y San Clemente	12	16	9	15	17	69
14	San Clemente	12	16	13	15	13	69
15	Puerto López	14	16	14	15	18	77
16	Santa Ana	12	11	6	16	16	61

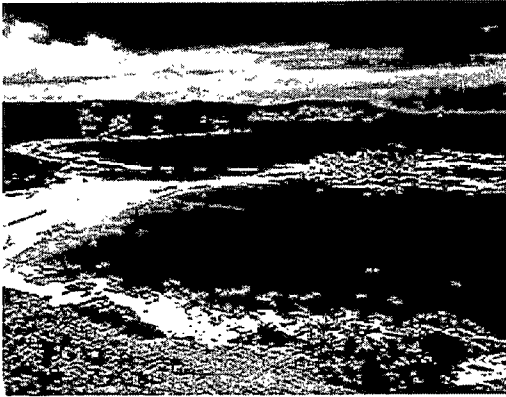
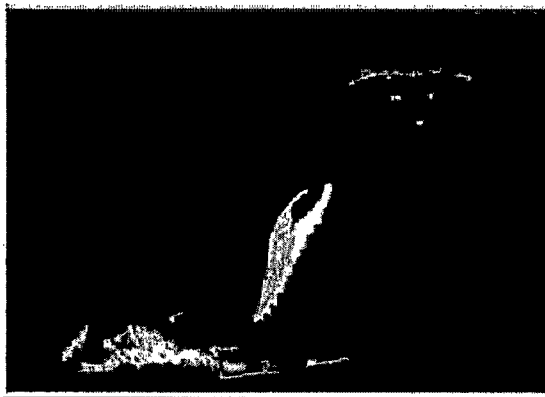
FICHA DE JERARQUIZACION (TURISMO INTERNACIONAL)

Nº	LUGAR TURISTICO	ALOJAMI ENTO	ALIMENT ACION	ESPARCI M	VIAS	SSBB	TOTAL
1	Parque Machalilla	18	20	17	18	17	90
2	Crucita	18	20	17	18	18	91
3	Pedernales	19	19	17	17	18	90
4	Manta	19	19	18	18	19	93
5	Bahía de Caraquez	18	19	17	19	18	91

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Isla Corazón Ficha Nº: 1 Categoría: Sitio Atractivo Ecológico Tipo: Área Natural	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Sucre Parroquia: Bahía de Caraquez	Nombre del Poblado: Bahía de Caraquez Distancia (km):
	
CALIDAD	INTEGRALIDAD VALORISICO Características del Atractivo Altura (msnm): 212 Temperatura (Grado Centígrado): 27º Extensión: 212 Población: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Existe una gran variedad de aves (Martín pescador, Águila pescadora, Garza gris, Ibis blanco, Pato Cuervo, Garza Azul, Garza grande, etc.), moluscos como la concha prieta, concha mica, Sangara, Almeja, Mejillones, con los que se preparan exquisitos manjar
EXTRINSECOS	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

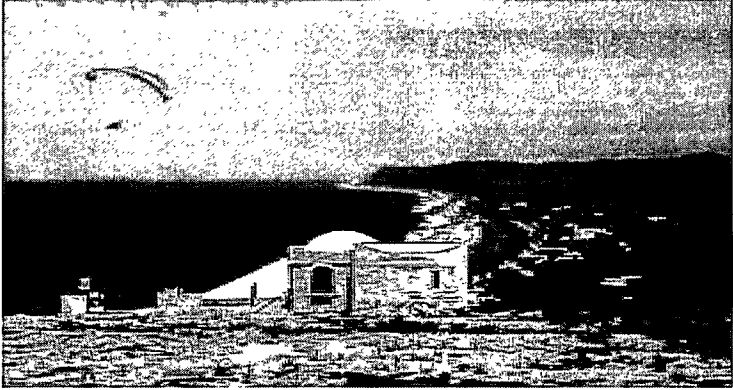
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES											
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Parque Machalilla Ficha Nº: 1 Categoría: Sitio Atractivo Ecológico Tipo: Área Natural											
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:										
Provincia: Manabí Cantón: Puerto López, Manta y Jipijapa Parroquia	Nombre del Poblado: Puerto López Distancia (km):										
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>											
C A L I D A D	<p>Características del Atractivo</p> <p>INTRO VALOR ISIC O</p> <p> Altura (msnm): 15 metros Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 55.000 hectáreas Inviernos hasta 35º en verano desde 18º a 28º Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Hay animales como: venados, monos, ardillas, osos hormigueros y perezosos, guantas, garzas, pelícanos, gaviotas, fragatas, halcones, tortugas terrestres y acuáticas, lagartijas y variedad de peces. La vegetación se clasifica en tres categorías: bosque lluvioso, bosque seco tropical y muy seco tropical. Entre las especies vegetales están: cecropia, balsa, palma, guayacán, bálsamo, cedro, cactus, enredadera, árbol de seda natural y miraguano. En el área marina es característico la presencia de ballenas jorobadas que acuden temporalmente entre junio y septiembre para reproducirse. </p>										
E X T R I N S I C O	<p>Estado de Conservación del Atractivo</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Conservado <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 50%;">No alterado <input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Entorno</td> </tr> <tr> <td>Conservado <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>No alterado <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Conservado <input type="checkbox"/>	No alterado <input checked="" type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	Entorno		Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
Conservado <input type="checkbox"/>	No alterado <input checked="" type="checkbox"/>										
Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>										
Entorno											
Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>										
Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>										

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Isla de la Plata Ficha Nº: 3 Categoría: Sitio Atractivo Ecológico Tipo: Área Natural	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Puerto López Parroquia:	Nombre del Poblado: Puerto Cayo Distancia (km): 40
C A L I D A D	IN T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): 8 m Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 1.200 hectáreas Entre 18° C y 30° Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Este lugar han hecho su hogar piqueros de patas azules y rojas, enmascarados, fragatas, albatros, pelícanos y durante junio a septiembre se tiene la visita de leones marinos provenientes de Perú y las ballenas jorobadas que vienen desde la Antártica a reproducirse en las aguas tropicales de la costa Ecuatoriana. Arrecifes de coral blanco y negro, coloridos peces, tortugas marinas, estrellas de mar, pepinos de mar, concha perla, spondylus, langostas, pulpos, mantarayas, delfines, tiburones, etc
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Crucita Ficha Nº: 4 Categoría: Sitio Atractivo Ecológico Tipo: Playa	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia Crucita	Nombre del Poblado: Rocafuerte Distancia (km): 40
	
C A L I D A D	INT V A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): 80° 23m 17 s Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 204, 420 Población: 12 mil habitantes Precipitación Pluv: Biodiversidad: Habitan más de 40 especies de aves, existiendo el pelícano, las gaviotas, las garzas blancas, galletera, cangrejas, guacos, patitas, marinas, pato cuervo, patillosd, aves migratorias y otras especies que convierten al sector en lugar ideal par el estudio de la fauna marina Se dedican a la pesca, artesanal y la agricultura. Deportes para practicar: Parapentes, Alas Delta, Surfing, Pesca, Buceo, etc. Fiestas Populares: 24 de julio: Parroquialización, Mayo: mes de la Cruz y Santa María, 2 de diciembre: Fiesta de la Virgen de Guadalupe.
E X T R V A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Montecristi Ficha Nº: 5 Categoría: Flokllore Tipo: Artesanías y artes populares	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Montecristi Parroquia Montecristi	Nombre del Poblado: Manta Distancia (km): 40
	
C A L I D A D	Características del Atractivo I Altura (msnm): 443 M Temperatura (Grado Centígrado): 24º N Extensión: 734.2 Km2 Población: V Precipitación Pluv: A Biodiversidad: L O Agropecuario Especies forestales y otros cultivos. Incluso se experimentado con cultivos de la Sierra, como cebolla perla, col, papa y uva. Sus principales comunidades agrícolas son Manantiales, Los Bajos y Toalla, donde se cultiva maíz, tomate, maní, plátano, pimiento, cabuya, limón, higuierilla, la cría de ganado vacuno, porcino, y aves de corral. Comercial .- Objetos antiguos elaborados en barro, paja toquilla y madera, producto típico de esta zona las famosas artesanías, sombreros de Montecristi elaborados de la paja toquilla, el mimbre y el bejuco, artesanía de agua.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Pedernales Ficha Nº: 6 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Pedernales Parroquia Pedernales	Nombre del Poblado: Jama Distancia (km): 40
C A L I D A D	INT R A L I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): 500 Temperatura (Grado Centígrado): 25º Extensión: 1.463,00 Población: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Pose un clima subtropical entre frío y húmedo Las principales actividades económicas son: la ganadería, agricultura y el cultivo del camarón. Es un cantón ganadero, agrícola, camaronero y turístico.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: San Vicente Ficha Nº: 7 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: San Vicente Parroquia San Vicente	Nombre del Poblado: Bahía de Caraquez Distancia (km): 40
C A L I D A D	IN T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): 25º Extensión: 4,939 y 50,000 de Precipitación Extensión 204,420 Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> X Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> X Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Bosque de Pacoche Ficha Nº: 8 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Bosque	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Manta Parroquia	Nombre del Poblado: Manta Distancia (km): 26
	
C A L I D A D	IN T R A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): 25º Extensión: 4,939 y 50,000 de Precipitación Extensión 204,420 Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Hay animales como: monos, micos, conejos, venados, ardillas, tigrillos, zorros, perico ligero, culebras, guacharacas, palomas, loros, pericos, diferente variedad de pájaros, los campesinos cuentan que hasta hace pocos años existió el tigre. La presencia de la flora y la fauna, es lo que le otorga vida a este
E X T R A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Manta Ficha Nº: 9 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Manta Parroquia: Manta	Nombre del Poblado: Montecristi Distancia (km):
	
C A L I D A D	INTRINSICO VALOR Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 18.400 km ² , 350 km de costa, y de mar territorial 129.640km ² Precipitación Pluv: Población 250 mil habitantes Biodiversidad: Forma parte del litoral ecuatoriano con características agrícolas, comerciales, de exportación, pesca y turismo
E X T R I N S I C O V A L O R	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: La Aveja de Andarieles Ficha Nº: 10 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Lugar de observacion de flora y fauna	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Junin Parroquia	Nombre del Poblado: La Aveja de Andarieles Distancia (km): 11
	
C A L I D A D	VALOR I NT VALOR V TR VALOR R IS VALOR C O
Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Esta zona se torna interesante por la presencia del mono aullador, que la presencia del hombre los inquieta, y con potentes gritos evidencian respeto por su hábitat. Además hay sahino, guatusa, armadillo, ardillas, micos, loros, gallito de monte, guacharacas, perdiz (negra y chanca), pájaros, entre otros. En esta zona se producen; café, cacao, limón, mandarina, naranja, guineo, plátano, tagua, papaya, guayaba, mango. El hombre de este agro se dedica a la pesca	
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Bosque Cubaru Categoría: Sitios Naturales Tipo: Bosque	
Fecha: 1-nov-05 Ficha N°: 11	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jipijapa Parroquia:	Nombre del Poblado: Jipijapa Distancia (km): 10
	
C A L I D A D	VALOR I N T R A L O S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: El valor de este bosque es inmerso, pues a más de ser un pulmón natural, abastece de agua a la comunidad de Santa Rosa, líquido vital que llega por gravedad a través de tuberías; también los acuíferos de Santa Gallo son abastecidos por esta riqueza natural. Respecto a la fauna, encontramos monos, micos, venados, guatusa, guanta, armadillo, gatillo de monte, gran variedad de pájaros y mariposas, hormigas, tigrillo, culebras de gran tamaño.
	VALOR E X T R A L O S I C O Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

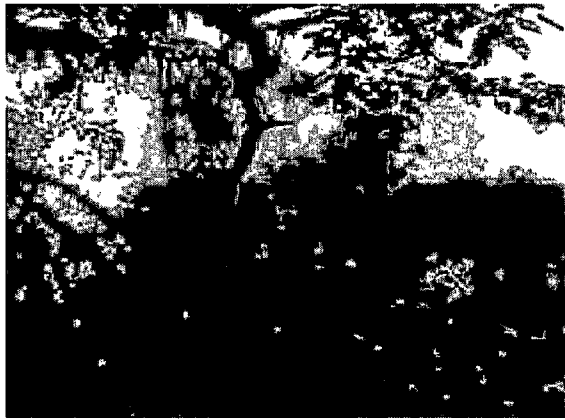
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cañaberal Ficha Nº: 12 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Bosque tropical	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jama Parroquia:	Nombre del Poblado: Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): 650 m Temperatura (Grado Centígrado): 15º Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: En este hermoso bosque tropical húmedo resulta fácil observar monos, micos, venados, tigrillos, sahino, guanta, guatusa, armadillo, culebras, loros, gavilán, etc. Esta zona es rica en agricultura y ganadería.
E X T R A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cerro de Jama Ficha Nº: 13 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Bosque Trpical	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jama Parroquia:	Nombre del Poblado: Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R A L N O S I C O
	Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): 15º Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: En este hermoso bosque tropical húmedo resulta fácil observar monos, micos, venados, tigrillos, sahino, guanta, guatusa, armadillo, culebras, loros, gavián, etc. Esta zona es rica en agricultura y ganadería.
E X T R A L N O S I C O	Estado de Conservación del Atractivo
	Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>
	Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
	Entorno
	Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cerro de Hojas Ficha Nº: 15 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Bosque Tropical	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia	Nombre del Poblado: Portoviejo Distancia (km): 10
	
C A L I D A D	INTEGRALIDAD VALORICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Este bosque tropical húmedo poseen un plan de manejo que será plasmado en un proyecto turístico, incluyendo cancha, piscina, chozas, senderos, refugios, comida, entre otras actividades tendientes a fomentar el turismo ecológico y preservar la naturaleza como parte vital en la existencia del hombre, la flora y fauna. Aquí se aprecia una hermosa explanada con decenas de algarrobos.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

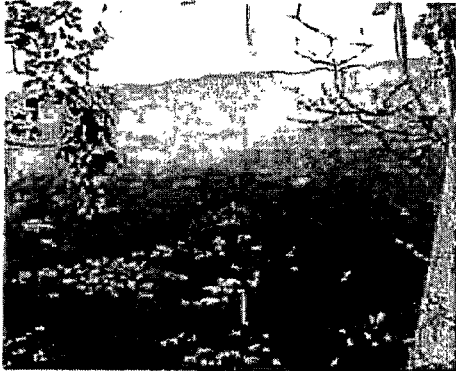
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES		
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: La Pila Categoría: Fiklore		
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 16 Tipo: feria		
UBICACIÓN:		
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Provincia: Manabí Cantón: Montecristi Parroquia:	Nombre del Poblado: Montecristi Distancia (km):	
		
C A L I D A D	I N T R V A L O R I C O	Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: En su variada exposición de figurines de barro que caracterizan las costumbres y tradiciones de las diversas culturas que se desarrollaron en nuestras costas, tal como los elaboraron nuestros antepasados. En La Pila también se elaboran hamacas de hilo y poliester de colores vivos que a más de ser exquisitas en sus decoraciones son ideales para un buen descanso.
	Temperatura (Grado Centígrado): Población:	
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo	
	Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
	Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
	Entorno	
Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	
Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Noboa Ficha Nº: 17 Categoría: Sitio Natural Tipo: Río	
UBICACIÓN:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
Provincia: Manabí Cantón: 24 de Mayo Parroquia: Noboa	Nombre del Poblado: Sucre Distancia (km): 30
	
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Es un sector eminentemente agrícola que brinda atractivos turísticos, principalmente el río, bañado con aguas cristalinas y transparentes, con extensas playas adecuadas naturalmente para la recreación familiar Lo más rescatable del sector, es la claridad nítida de las aguas del río, libres del bullicio ciudadano, del smog, pero encarcelado por la silvestre virginidad.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

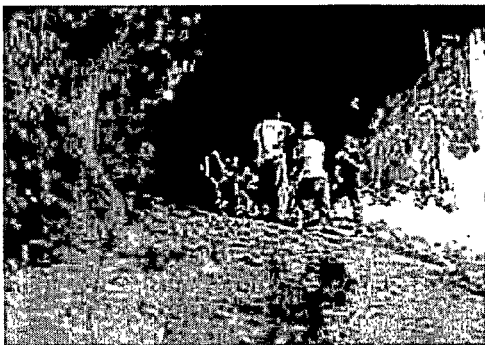
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Valle Ramito Categoría: Sitio Natural	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 18 Tipo: Río	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: 24 de Mayo Parroquia Noboa	Nombre del Poblado: Sucre Distancia (km): 30
	
C A L I D A D	IN T R V A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Es un sector eminentemente agrícola que brinda atractivos turísticos, principalmente el río, bañado con aguas cristalinas y transparentes, con extensas playas adecuadas naturalmente para la recreación familiar y de manera preferente para la niñez, pues no representa peligro.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES		
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Río Cojimíes Categoría: Sitio Natural		
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 19 Tipo: Rios		
UBICACIÓN:		
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia Cojimíes	Nombre del Poblado: Pedernales Distancia (km):	
		
C A L I D A D	I N T R I N S I C O	Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Se podría practicar el deporte de pesca, anzuelos, esquiar y regata A su paso se observan grandes piscinas camaroneiras, islas, haciendas que hacen de ese sector un emporio de riquezas y esperanzas
		Temperatura (Grado Centígrado): Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo	
	Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
	Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
	Entorno	
Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	
Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES											
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cueva/Iglesias Ficha Nº: 20 Categoría: Sitio Natural Tipo: Grutas y Cavernas											
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:										
Provincia: Manabí Cantón: Jipijapa Parroquia: La Unión	Nombre del Poblado: Jipijapa Distancia (km): 30										
											
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): 450M Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: A 30 metros en escalera y cabo se llega a la cueva de piedra y tierra arenosa(piso) fina, más adelante hay una de mayor profundidad.										
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Conservado <input checked="" type="checkbox"/></td> <td style="width: 50%;">No alterado <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Entorno</td> </tr> <tr> <td>Conservado <input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>No alterado <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	Entorno		Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>										
Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>										
Entorno											
Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>										
Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>										

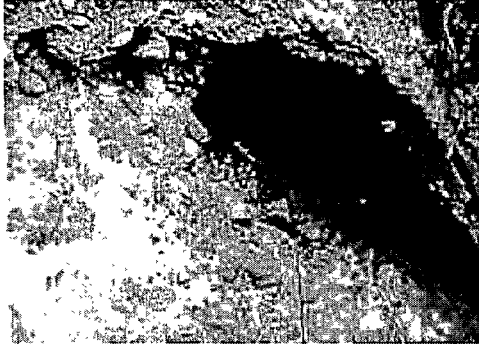

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES			
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana		Fecha: 1-nov-05	
Nombre del Atractivo: Isla de Salango		Ficha Nº: 21	
Categoría: Sitio Natural		Tipo: Lugar de Observacion de Flora y Fauna	
UBICACIÓN:		CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
Provincia: Manabí	Cantón: Puerto López	Nombre del Poblado: Comuna de Salango	Distancia (km):
Parroquia			
			
C A L I D A D	I N T R I N S I C O	Características del Atractivo	
		Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:	Temperatura (Grado Centígrado): Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo		
	Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
	Entorno		
Conservado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	

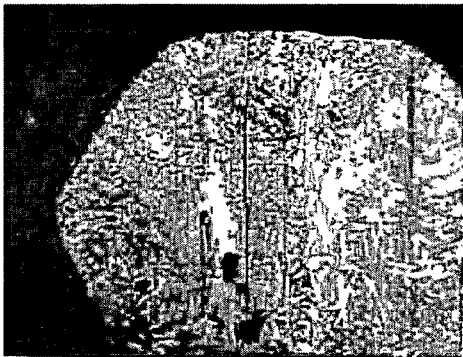
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: La Jagua Ficha Nº: 22 Categoría: Sitio Natural Tipo: Lugar de Observacion de Flora y Fauna	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia:	Nombre del Poblado: Rocafuerte Distancia (km): 3
	
C A L I D A D	I N T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Este hermoso y pintoresco sector es ideal para realizar campamentos al aire libre.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES				
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana		Fecha: 1-nov-05		
Nombre del Atractivo: Volcan Chocotete		Ficha Nº: 23		
Categoría: Sitio Natural		Tipo: Lugar de Observacion de Flora y Fauna		
UBICACIÓN:		CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Provincia: Manabí		Nombre del Poblado: Rocafuerte		
Cantón:		Distancia (km): 3		
Parroquia				
				
C A L I D A D	I N T R I N S I C O	Características del Atractivo		
		Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:	Temperatura (Grado Centígrado): Población:	
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo			
	Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
	Entorno			
Conservado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES																	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cueva en siete iglesias Ficha Nº: 24 Categoría: Sitio Natural Tipo: Grutas y Cavernas																	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:																
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia San Sebastián de Pichincha	Nombre del Poblado: El Moral Distancia (km): 8																
																	
C A L I D A D	Características del Atractivo ALTURA: 240 M Temperatura (Grado Centígrado): EXTENSIÓN: PRECIPITACIÓN PLUVIA: Población: BIODIVERSIDAD: Hay: monos, micos, tigrillos, pericos, guacamayos, saíno, guatusa, guante, armadillo, conejos, perdiz, gallo de monte, venado, variedad de pájaros																
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Conservado</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>No alterado</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> Entorno <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Conservado</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>No alterado</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	Conservado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>														
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>														
Conservado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>														
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>														


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Paján Categoría: Sitio Natural	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 25 Tipo: Lugar de caza y pesca	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Paján Parroquia:	Nombre del Poblado: Paján Distancia (km): 17
	
C A L I D A D	INTEGRALIDAD VALORICO Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Los habitantes de este sector manabita, viven exclusivamente de la agricultura y ganadería, convirtiéndose en productor de café, achote, maíz, arroz, plátano, paja, entre otros. Respecto a la ganadería cuenta con varias haciendas y ranchos.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Tosagua Ficha Nº: 26 Categoría: folklore Tipo: Manifestaciones religiosas manifestacion cultural arqueología	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Tosagua Parroquia	Nombre del Poblado: Paján Distancia (km): 17
C A L I D A D	IN T R V A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Los habitantes de este sector manabita, viven exclusivamente de la agricultura y ganadería, mantienen el transporte por ferrocarril, existe areas para inetres arqueologico.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Chone Ficha Nº: 27 Categoría: Florklore Tipo: Feria y Arte Popular	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Chone Parroquia Chone	Nombre del Poblado: San Antonio Distancia (km):
	
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): 22 M Temperatura (Grado Centígrado): 28º Extensión: 3.570,6 kilómetros Población: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Centro ganadero de la provincia
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Portoviejo Categoría: Folklore	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 28 Tipo: Feria y Arte Popular	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia: Portoviejo	Nombre del Poblado: Montecristi Distancia (km):
	
C A L I D A D	VALOR INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): 136 M Temperatura (Grado Centígrado): 28° Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Conocida como la ciudad de "Los Reales Tamarindos" por estar circundada por árboles de esa fruta. La artesanía manabita se distingue en mimbre, cestería y paja toquilla. Sobresale también la cocina a base de pescado y otros productos del mar, a mas de plátano, yuca, maíz y maní
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Jipijapa Ficha Nº: 29 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Lugares de observación de flora y fauna	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jipijapa Parroquia Jipijapa	Nombre del Poblado: Puerto cayo Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R V A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: La principal actividad de este cantón es la producción y exportación de café, además del comercio en sus diferentes formas y la artesanía. Entre los platos típicos de este cantón están el greñoso, el bollo, tortillas de maíz.
E X T R V A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Puerto Cayo Ficha Nº: 30 Categoría: Sitio Natural Tipo: Playa	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jipijapa Parroquia	Nombre del Poblado: Puerto López Distancia (km):
	
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

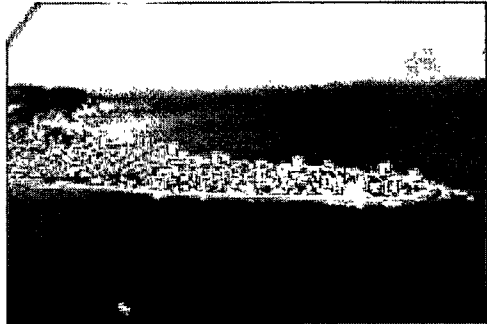
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Aguas Termales en Andil, Choconchá y Joá Ficha Nº: 31 Categoría: Sitio Natural Tipo: Lagos, lagunas y esteros	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Jipijapa Parroquia	Nombre del Poblado: Jipijapa Distancia (km):
C A L I D A D	INTRINSICO VALOR Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:
	Temperatura (Grado Centígrado): Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Jama Categoría: SITIOS NATURALES Tipo: Playas	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 32	
UBICACIÓN:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
Provincia: Manabí Cantón: Jama Parroquia	Nombre del Poblado: Pedernales Distancia (km):
C A L I D A D	INTRINSICO VALOR R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:
	Temperatura (Grado Centígrado): Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>
	Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana	Fecha: 1-nov-05
Nombre del Atractivo: Bahía de Caraquez	Ficha Nº: 33
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Playas
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí	Nombre del Poblado: San Antobio
Cantón: Bahía de Caraquez	Distancia (km):
Parroquia: Leonidas Plaza	
	
C A L I D A D	INT VALORICO Características del Atractivo Altura (msnm): 2 M Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Esta zona es gran productora de camarones. Los manglares del estuario son áreas de reserva, declaradas como zona de producción faunística. Existe una gran variedad de aves (Martín pescador, Águila pescadora, Garza gris, Ibis blanco, Pato Cuervo, Garza Azul, Garza grande, etc.), moluscos como la concha prieta, concha mica, Sangara, Almeja, Mejillones, con los que se preparan exquisitos manjares, como los famosos ceviches, también hay crustáceos, como los cangrejos y camarones; y peces (lisa blanca, robalo, corvina, entre otros).
	EXT VALORICO Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: La laguna del Encanto en San Plácido Ficha Nº: 34 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Lagos, lagunas y esteros	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia San Plácido	Nombre del Poblado: Portoviejo Distancia (km): 20
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES																									
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: San Jacinto y San Clemente Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas																									
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 35																									
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:																								
Provincia: Manabí Cantón: Sucre Parroquia San Jacinto y San Clemente	Nombre del Poblado: Charapoto Distancia (km):																								
C A L I D A D	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">I N T R I N S I C O</th> <th style="text-align: left;">Características del Atractivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">V A L O R</td> <td> Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: </td> </tr> <tr> <td></td> <td> Temperatura (Grado Centígrado): Población: </td> </tr> </tbody> </table>	I N T R I N S I C O	Características del Atractivo	V A L O R	Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:		Temperatura (Grado Centígrado): Población:																		
I N T R I N S I C O	Características del Atractivo																								
V A L O R	Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:																								
	Temperatura (Grado Centígrado): Población:																								
E X T R I N S I C O	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Estado de Conservación del Atractivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">C O N S E R V A D O</td> <td style="text-align: center;">X</td> <td style="text-align: center;">N O A L T E R A D O</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">D E T E R I O R A D O</td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">E N P R O C E S O D E D E T E R I O R O</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <th colspan="4">Entorno</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">C O N S E R V A D O</td> <td style="text-align: center;">X</td> <td style="text-align: center;">E N P R O C E S O D E T E R I O R O</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">D E T E R I O R A D O</td> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">N O A L T E R A D O</td> <td style="text-align: center;"></td> </tr> </tbody> </table>	Estado de Conservación del Atractivo				C O N S E R V A D O	X	N O A L T E R A D O		D E T E R I O R A D O		E N P R O C E S O D E D E T E R I O R O		Entorno				C O N S E R V A D O	X	E N P R O C E S O D E T E R I O R O		D E T E R I O R A D O		N O A L T E R A D O	
Estado de Conservación del Atractivo																									
C O N S E R V A D O	X	N O A L T E R A D O																							
D E T E R I O R A D O		E N P R O C E S O D E D E T E R I O R O																							
Entorno																									
C O N S E R V A D O	X	E N P R O C E S O D E T E R I O R O																							
D E T E R I O R A D O		N O A L T E R A D O																							

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Puerto López Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 37	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Puerto López Parroquia	Nombre del Poblado: Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>


FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Nombre del Atractivo: Canoa Categoría: Sitios Naturales	
Fecha: 1-nov-05 Ficha Nº: 38 Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
Provincia: Manabí Cantón: San Vicente Parroquia Canoa	Nombre del Poblado: San Vicente Distancia (km):
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad:
	Temperatura (Grado Centígrado): Población:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES													
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Cojimíes Ficha Nº: 39 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas													
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:												
Provincia: Manabí Cantón: Pedernales Parroquia	Nombre del Poblado: Pedernales Distancia (km): 35												
C A L I D A D	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; vertical-align: middle;">I N T R V A L O R I C O</th> <th>Características del Atractivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td> Altura (msnm): <input type="text"/> Temperatura (Grado Centígrado): <input type="text"/> Extensión: <input type="text"/> Precipitación Pluv: <input type="text"/> Población: <input type="text"/> Biodiversidad: <input type="text"/> Hay caseríos importantes como: Atahualpa, Cheve, Mache, Coaque, en donde se puede efectuar turismo ecológico. A su paso se observan grandes piscinas camaroneras, islas, haciendas que hacen de ese sector un emporio de riquezas y esperanzas </td> </tr> </tbody> </table>	I N T R V A L O R I C O	Características del Atractivo		Altura (msnm): <input type="text"/> Temperatura (Grado Centígrado): <input type="text"/> Extensión: <input type="text"/> Precipitación Pluv: <input type="text"/> Población: <input type="text"/> Biodiversidad: <input type="text"/> Hay caseríos importantes como: Atahualpa, Cheve, Mache, Coaque, en donde se puede efectuar turismo ecológico. A su paso se observan grandes piscinas camaroneras, islas, haciendas que hacen de ese sector un emporio de riquezas y esperanzas								
I N T R V A L O R I C O	Características del Atractivo												
	Altura (msnm): <input type="text"/> Temperatura (Grado Centígrado): <input type="text"/> Extensión: <input type="text"/> Precipitación Pluv: <input type="text"/> Población: <input type="text"/> Biodiversidad: <input type="text"/> Hay caseríos importantes como: Atahualpa, Cheve, Mache, Coaque, en donde se puede efectuar turismo ecológico. A su paso se observan grandes piscinas camaroneras, islas, haciendas que hacen de ese sector un emporio de riquezas y esperanzas												
E X T R V A L O R I C O	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Estado de Conservación del Atractivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Conservado <input type="checkbox"/></td> <td>No alterado <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Entorno</td> </tr> <tr> <td>Conservado <input type="checkbox"/></td> <td>En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Deteriorado <input type="checkbox"/></td> <td>No alterado <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>	Estado de Conservación del Atractivo		Conservado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	Entorno		Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>
Estado de Conservación del Atractivo													
Conservado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>												
Deteriorado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>												
Entorno													
Conservado <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>												
Deteriorado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>												

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Jaramijó Ficha Nº: 40 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia:	Nombre del Poblado: Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Playa El Murcielago Ficha Nº: 41 Categoría: Sitios Naturales Tipo: Playas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Manta Parroquia	Nombre del Poblado: Manta Distancia (km):
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Aguas Termales El Zapallo y La Peña Ficha Nº: 42 Categoría: Sitio natural Tipo: termas	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia Portoviejo	Nombre del Poblado: Distancia (km):
C A L I D A D	INTRINSICO Características del Atractivo Altura (msnm): 136 M Temperatura (Grado Centígrado): 28º Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad:
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES				
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana		Fecha: 1-nov-05		
Nombre del Atractivo: San Antonio		Ficha Nº: 43		
Categoría: Sitios Naturales		Tipo: Playas		
UBICACIÓN:		CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Provincia: Manabí		Nombre del Poblado:		
Cantón:		Distancia (km):		
Parroquia:				
C A L I D A D	I N T R I N S I C O	Características del Atractivo		
		Altura (msnm):	Temperatura (Grado Centígrado):	
		Extensión:	Población:	
		Precipitación Pluv:		
		Biodiversidad:		
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo			
	Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
	Entorno			
	Conservado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>
	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>

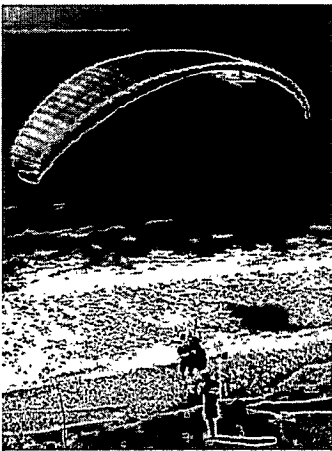
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Flavio Alfaro Ficha Nº: 44 Categoría: Folklore Tipo: Artesanias y artes populares	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Flavio Alfaro Parroquia	Nombre del Poblado: Distancia (km):
C A L I D A D	IN T R A L O S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 1.343,1 kilómetros Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: El sector encierra una gran riqueza mineral. Se dedican a la ganadería y la producción de café, cacao, tagua, plátano y una gran variedad de frutas tropicales El flavioalfarenses confecciona todavía sombreros, petates, bolsos con materiales de mocora, bejuco y paja toquilla
E X T R A L O S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana	Fecha: 1-nov-05
Nombre del Atractivo: Rocafuerte	Ficha Nº: 45
Categoría: Folklore	Tipo: Ferias y mrcados
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Rocafuerte Parroquia:	Nombre del Poblado: Portoviejo Distancia (km):
C A L I D A D	Características del Atractivo I N T E R V A L O R I C O Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Por su potencial, en la producción de arroz, a este cantón se lo conoce como el granero de Manabí Otra de las fuentes de trabajo, que ancestralmente contribuye a la economía del cantón, es la fabricación de sillas de tijera, actualmente desplazada por un nuevo modelo (perezosas). La elaboración de objetos decorativos en tagua, producción de ropa, bordados, ollas de barro, dulces y otras artesanías también son parte del aparato productivo.
	Estado de Conservación del Atractivo E X T R I N S I C O Conservado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Sucre Ficha Nº: 46 Categoría: folklore Tipo: Artesanias y artes populares	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Sucre Parroquia Sucre	Nombre del Poblado: Bahía de Caráquez Distancia (km):
	
C A L I D A D	IN T R A L O S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: La principal actividade es la producción camaronera, que genera divisas para el país, así como también la agricultura, ganadería, avicultura, comercio, pesca y turismo.
E X T R A L O S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Santa Ana Ficha Nº: 47 Categoría: Folklore Tipo: Manifestaciones religiosas y creencias populares	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Portoviejo Parroquia	Nombre del Poblado: Portoviejo Distancia (km):
C A L I D A D	<p>Características del Atractivo</p> <p>I Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): N Extensión: V Precipitación Pluv: Población: A Biodiversidad: L Es un pueblo que pese a su potencial productivo, de donde sale una gran cantidad de productos tradicionales como el café, cacao, balsa y de ciclo corto, entre ellos el maíz, camote, yuca, tomate O Son parte de las tradiciones de este pueblo las fiestas religiosas, los velorios. R Como actividades que no mueren se encuentra el tejido de sombreros, habilidad que la heredaron de los indígenas (cultura Manta), que se especula también estuvo asentada en lo que hoy es Santa Ana. I C O</p>
E X T R I N S I C O	<p>Estado de Conservación del Atractivo</p> <p>Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/></p> <p>Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/></p> <p>Entorno</p> <p>Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/></p>

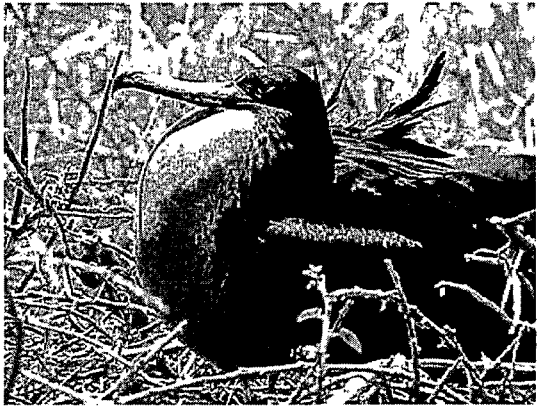
FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Poza Honda Ficha N°: 48 Categoría: Sitio natural Tipo: Lugar de observacion de flora y fauna	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Santa Ana Parroquia	Nombre del Poblado: Honorato Vasquez Distancia (km): 3
C A L I D A D	IN T R I N S I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Tiene 12.5 kilómetros de largo y 1.200 metros de ancho Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: En los viajes en canoas se puede disfrutar de hermosos paisajes marcados por la vegetación y el ganado.
E X T R I N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES				
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana		Fecha: 1-nov-05		
Nombre del Atractivo: Los Frailes		Ficha Nº: 49		
Categoría: Sitio Natural		Tipo: Playa		
UBICACIÓN:		CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
Provincia: Manabí	Cantón: Puerto López	Nombre del Poblado:		
Parroquia:		Distancia (km):		
C A L I D A D	I N T E R N A C I O N A L	Características del Atractivo		
		Altura (msnm): Extensión: Precipitación Pluv: Biodiversidad: Playa considerada como una de las mas hermosa a nivel mundial.	Temperatura (Grado Centígrado): Población:	
E X T R A N S I C O	Estado de Conservación del Atractivo			
	Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
	Entorno			
Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Islas Fragatas Ficha Nº: 50 Categoría: Sitio Natural Tipo: Lugar de observacion de flora y fauna	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia:	Nombre del Poblado: Distancia (km):
	
C A L I D A D	INT VALORICO Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Su nombre se debe a que en el lugar predominan las aves fragatas, llamadas también piratas, porque sustraen el alimento de otras, en especial de las gaviotas o gaviotín real. Estas aves son muy sensibles al ruido y voces humanas, expresan su enojo expulsando el alimento que guardan para sus crías; el macho es muy conocido porque tiene el pecho rojo y lo infla cuando está cortejando a la hembra El suelo de la isla está constituido de lodo y arena, encontrándose almejas, conchas, mejillones y la sangara (concha grande).
E X T R V A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

FICHAS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS DE LA PROVINCIA

DATOS PERSONALES	
Supervisores: J. Saldaña, R. Velásquez, E. Orellana Fecha: 1-nov-05 Nombre del Atractivo: Bolívar Ficha Nº: 51 Categoría: Folklore Tipo: ferias y mercados	
UBICACIÓN:	CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:
Provincia: Manabí Cantón: Parroquia	Nombre del Poblado: Distancia (km):
C A L I D A D	IN T R V A L O R I C O Características del Atractivo Altura (msnm): Temperatura (Grado Centígrado): Extensión: 537,8 kilómetros Precipitación Pluv: Población: Biodiversidad: Las principales actividades son la agricultura, ganadería, comercio y la elaboración de artesanías con paja mocora y algodón Las mujeres tienen destreza en la confección de bolsos, petates, hamacas, alfombras de paja mocora y algodón. En la región se cosecha café, cacao, plátano, paja mocora y árboles frutales, así como se crían ganado bovino, caballar y aves de corral.
E X T R V A L O R I C O	Estado de Conservación del Atractivo Conservado <input checked="" type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Entorno Conservado <input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> Deteriorado <input type="checkbox"/> No alterado <input type="checkbox"/>

ANEXO C
DIAGRAMA DE CAUSA EFECTO

