



Universidad Tecnológica Empresarial de
Guayaquil "UTEG"

Facultad de Estudios a Distancia y Postgrado

Maestría en Administración y Dirección de
Empresas

T E S I S

"El Fomento de la Actividad Turística a Través de
la Implementación de un Plan Estratégico
de Marketing"

A u t o r e s :

Econ. Ingrid Patiño Oyarvide
Econ. Anibal Salazar Escobar

T U T O R A :

MSc. Mara Cabanilla Guerra



Guayaquil - Ecuador
Abril - 2006

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hijo, Kevin quien ha sido siempre mi inspiración y fuerza al cumplimiento de mis metas, a través de este esfuerzo espero haber sembrado en él las mismas ganas de aprender para estar listos a las oportunidades y obtener nuestro desarrollo profesional, sin olvidar nunca los valores morales, necesarios para el éxito personal

Econ. Ingrid Patiño Oyarvide

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mis hijos Paul, Yalussy, Andrea y el más pequeño Alejandro, pero en especial a mi querida esposa Mónica que han sufrido la ausencia de su padre y esposo los días sábados y aquellos en que teníamos que realizar un trabajo para cumplir con los objetivos propuestos en cada modulo, por su comprensión y apoyo en las decisiones tomadas, espero que este sirva de ejemplo y guía en sus vidas y en sus estudios, muchas gracias. Quiero hacer una especial mención a mi padre que estuvo atento a mi logro a pesar de su enfermedad.

Econ. Aníbal Salazar Escobar

AGRADECIMIENTO

Porque sé que sin él nada es posible, agradezco a Dios por su bondad infinita al permitirme lograr otro de mis sueños.

A mi hijo porque me cedió ocupar parte de nuestro tiempo y hoy lo tengo a mi lado disfrutando de este logro

A mis padres queridos y hermanas, porque siempre estuvieron atentos a mis dificultades, brindándome su apoyo incondicional, porque nunca faltó un consejo sabio, y sobre todo lleno de amor que me sirva de guía hacia mi felicidad

A mi tutora de tesis Ing. Mara Cabanilla por compartir sus conocimientos para hacer posible esta tesis, y a todos aquellos amigos que me alentaron en el día a día

Econ. Ingrid Patiño Oyarvide

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por estar en este mundo, siempre tratando de ser parte de la solución y no del problema, luego me es grato agradecer por los objetivos alcanzados, a la UTEG, a los maestros, a los compañeros, que han contribuido a obtener y mejorar los conocimientos durante los dos años que compartimos todas esas gratas experiencias enriquecedoras y que anhelamos sirvan para desarrollarnos de una mejor manera en nuestra vida profesional y personal de cada uno de los nuevos master.

Un especial agradecimiento a EDINA y su principal Ramiro Chiriboga que contribuyo decididamente en este largo camino del objetivo trazado para la obtención de este Título

Econ. Aníbal Salazar Escobar

RESUMEN EJECUTIVO

Esta tesis resalta la importancia del turismo en el desarrollo de nuestra economía, una actividad que hoy en día genera nuevas y amplias plazas de trabajo, su gestión óptima permite también el ingreso de divisas, inversiones e intercambio de idiomas y culturas.

Países como Argentina, Brasil, Uruguay y Chile se han convertido en pioneros de las actividades turísticas, su gran experiencia los hace muy competitivos en el sector, la aplicación de estrategias de marketing oportunas y dinámicas les permite mostrarse como países destacados en su organización y estructura turística .

El estudio que hemos realizado en los tres primeros capítulos nos han llevado a la concientización de todo el encanto natural que tiene nuestro país Ecuador, sus regiones Costa, Sierra y Oriente muestran bellezas particulares las cuales son de mucho atractivo para el turista nacional e internacional. Participar de turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, son muchas de nuestras opciones para darnos a conocer mundialmente, sin embargo y para ello necesitamos ser competitivos en el sector turístico.

La costa del Ecuador tiene playas hermosas ideales para descansar y hacer deporte, pero muchas de ellas se han mantenido rezagadas sin darlas a conocer al turista y es que la falta de información, publicidad, y difusión no permite mostrar la diversidad que ellas poseen.

Nosotros hemos querido resaltar una de ellas y el lugar elegido ha sido Puerto López en la provincia de Manabí, para ello decidimos participar de sus actividades turísticas, las cuales serán detalladas en las siguientes paginas, pero la lectura tan solo nos permitirá crear expectativas de sus tesoros naturales, los mismos que por no estar totalmente promocionados son ahora el disfrute de pocos privilegiados

El objetivo general que nos hemos planteado es presentar una propuesta de aplicación de un plan de marketing estratégico en la zona de Puerto López, canal que no solo facilitara su fomento turístico sino también su desarrollo económico, social y cultural. Para ello será necesario integrar a todos sus habitantes especialmente a aquellos vinculados actualmente con las operaciones turísticas como sus operadores, dueños de hostales, hoteles, y entidades de gobierno de la zona

Hemos tratado de no pasar ningún punto por alto y alcanzar la meta propuesta>

- Mejorar totalmente la imagen de Puerto López en el mediano plazo, esto es la portada de su Malecón, pavimentación de calles, e instalación de servicios básicos
- Concienciar a sus habitantes de que la actividad turística es fuente generadora de empleos e ingresos
- Mejorar señalización y publicidad turística en todo el Cantón

- Elevar los niveles de conocimiento y educación de sus habitantes, minimizar porcentajes de analfabetismo
- Promover a Puerto López tanto en el nivel interno como externo para obtener así incremento de turistas del 30% en el primer año de aplicación del plan y 12% durante los siguientes años
- Dar a conocer a Puerto López con niveles de aceptación del 30% a tres años y 40% al quinto año, después de aplicar marketing estratégico
- Diversificar la oferta de productos para mantener la llegada de turistas durante todo el año.

El desafío está planteado y las tareas que de este estudio se desprenden será el compromiso de todos, quienes nos sentimos orgullosos de las riquezas de nuestro País, entendiendo así una vez más que el turismo contribuye a la generación de nueva riqueza y oportunidades de empleo productivo.

CAPITULO I

Introducción	1
1.-DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Planteamiento y Formulación del problema.....	3
1.1.1 Pronóstico.....	13
1.1.2 Control del Pronóstico.....	15
1.1.3 Formulación del Problema.....	16
1.1.3.1.- Sistematización.....	16
1.2 Objetivos de la Investigación.....	17
1.2.1 Objetivo General.....	17
1.2.2 Objetivos Específicos.....	17
1.3 Justificación de la Investigación.....	17
1.4 Marco Referencial.....	18
1.4.1 Marco Teórico.....	19
1.4.2 Marco Conceptual.....	22
1.5 Hipótesis.....	22
1.5.1 Hipótesis General.....	22
1.5.2 Hipótesis Particulares.....	23
1.6 Aspectos Metodológicos de la Investigación.....	23
1.6.1 Metodología.....	23
1.6.2 Fuentes y Técnicas para la Recopilación.....	24
1.6.3 Técnicas.....	25

CAPITULO II

2.- ANÁLISIS DEL TURISMO.....	26
2.1 El Turismo Como Servicio Internacional.....	26
2.2 Ventajas y beneficios del turismo.....	31
2.3 Evolución del Turismo en los Países de América del Sur.....	33
2.4 Turismo en Ecuador su desarrollo avances y mejoras.....	36
2.5 Ley de turismo: Comentarios sugerencias ventajas desventajas.....	37
2.6 Turismo por región y provincia.....	39
2.6.1 Turismo por Región.....	39
2.6.2 Turismo por provincia.....	42
2.6.2.1 Provincias de la costa.....	42
2.6.2.2 Provincias de la sierra.....	43
2.6.2.3 Provincias del Oriente.....	46
2.7 Principales Vías de comunicación.....	47

CAPITULO III

3.- DESCRIPCIÓN SOCIO - ECONÓMICA Y AMBIENTAL DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ.....	48
3.1 Estudio Ambiental de Puerto López.....	48
3.1 .1 Sector Ambiente.....	48
3.2 Análisis de los Servicios básicos.....	54
3.3 Estudios de los Servicios Básicos.....	56
3.3.1 Educación.....	56

3.3.1.1	Analfabetismo funcional.....	58
3.3.1.2	Niveles de educación de la población.....	59
3.3.2	Salud.....	59
3.3.3	Análisis de la Población Económicamente Activa.....	61
3.3.3.1	Empleo.....	61
3.3.3.2	Población económicamente activa.....	63
3.4	Indicadores de Pobreza.....	63
3.5	Principales zonas y lugares de atracción turística.....	64
3.6	Capacidad Turística Instalada.....	75

CAPITULO IV

4.- PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ.....	77
4.1 Misión y Visión del Plan estratégico.....	77
4.2 Investigación del Entorno.....	77
4.2.1 Investigación Primaria.....	77
4.2.2 Investigación Secundaria.....	92
4.3 Análisis del Entorno.....	93
4.3.1 Matriz del Boston Consulting Group.....	93
4.3.2 Análisis FODA.....	95
4.3.3 Identificación de las Estrategias en la Matriz FODA.....	101
4.3.4 Análisis de las cinco Fuerzas de Porter.....	107
4.4 Diagnóstico Estratégico.....	110
4.5 Análisis de los Recursos.....	112
4.5.1 Recursos Económicos.....	112

4.5.2 Recursos Naturales.....	112
4.5.3 Recursos Humanos.....	113
4.6 Fijación de los Objetivos.....	113
4.7 Estrategias a implementarse en este plan.....	115
4.8 Propuesta de financiamiento para el plan estratégico.....	142
4.8.1 Financiamiento	142
4.8.2 Impacto social.....	146
4.8.3 Impacto ambiental.....	147
4.9 Implementación de las Estrategias.....	150
4.10 Proyecciones económico Sociales del Cantón Puerto López.....	152
4.10.1 Oferta.....	152
4.10.2 Demanda.....	154
4.10.3 Crecimiento y Desarrollo Social de la Población.....	155
4.11 Proyección de ingresos y costos contemplados en la aplicación del plan estratégico de marketing.....	156
4.11.1 Ingresos.....	158
4.11.2 Costos.....	159
4.11.3 Beneficios.....	160

CAPITULO V

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	161
5.1 Conclusiones.....	161
5.2 Recomendaciones.....	161
5.3 Bibliografía.....	163
Anexos.....	167



INTRODUCCION

Seguros de que Puerto López es un Cantón que tiene un potencial de belleza natural por brindar y necesidad de desarrollarse, hemos tratado de aportar con un granito de arena a través de este trabajo de investigación de su entorno actual, así como de sus variables socio – económicas

Nuestro estudio dentro del primer capítulo trata de explicar las razones por las cuales decidimos investigar, la actividad turística, ya que en nuestro País está considerada como uno de los sectores con mayores perspectivas de crecimiento y de oportunidades para el desarrollo de los nuevos profesionales de la presente maestría. El objetivo principal que perseguimos alcanzar es que mediante las alternativas y estrategias, se desarrolle la actividad turística de este Cantón en un mayor porcentaje de la tasa de crecimiento obtenida en los últimos años. La hipótesis sobre la cual se trabajó esta investigación plantea que el Cantón Puerto López necesita de un Plan Estratégico para poder incrementar su actividad turística y por ende recibir un mayor número de visitantes nacionales y extranjeros

En el capítulo dos se enmarca en el análisis del turismo Ecuatoriano, como se ha venido desarrollando a través de su historia y el aporte al PIB que ha generado esta actividad en sus diferentes manifestaciones tales como el turismo cultural, histórico, ecoturismo, de aventura, comunitario, deporte extremo, agroturismo, etc. Nos hemos permitido presentar estadísticas y resultados del comportamiento y crecimiento de la actividad turística de varios Países de América del Sur, constituyéndose en uno de los rubros más importantes para la generación de divisas y empleo



En el capítulo tres hacemos un análisis a la situación socio – económica actual de la población del Cantón y su área de influencia, realizamos una investigación sobre la población económicamente activa, es decir de los niveles o porcentajes de empleo, sub-empleo y desempleo de esta zona, así como también los niveles de educación e ingresos per-cápita, el grado de acceso que tienen sus habitantes a los servicios básicos y de salud, niveles de natalidad y mortalidad poblacional, la cantidad de establecimientos educativos, sus deficiencias y necesidades para que la población estudiantil tenga mejores bases y por lo tanto mayores oportunidades de incorporarse a las actividades productivas. Se constató que a pesar de que existen grandes atracciones turísticas en Puerto López, su infraestructura hotelera actualmente es deficiente ya que no cuenta con todas las comodidades que exigen los estándares de calidad en esta actividad

En el cuarto capítulo, exponemos nuestro aporte, producto de un proceso investigativo que se enmarco en las realidades y necesidades determinadas mediante la aplicación de un análisis FODA, es decir conocer sus fortalezas y debilidades, así como sus amenazas y oportunidades que nos puede brindar este cantón. Se determinaron los recursos con que cuenta esta zona, económicos, naturales y humanos. Se plantearon las alternativas para la aplicación del plan estratégico, los objetivos que deben alcanzar todos las personas involucradas en el mejoramiento de esta actividad, y las estrategias que se deben implementar para alcanzar los objetivos planteados.



CAPITULO # I

1.- DISEÑO DE LA INVESTIGACION

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento y Formulación del problema

En la actualidad el turismo es una de las más importantes actividades económicas del mundo y una de las principales generadoras de divisas en nuestro país.

El turismo de aventura y el Ecoturismo como sub.-sectores de la actividad turística no están siendo aprovechados en su máxima capacidad, cuyos principales y más importantes atractivos lo constituyen la biodiversidad, que unido a una política conservacionista, integra una de las mejores opciones al desarrollo de nuestra economía.

La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna, y cuenta con alrededor de siete mil cien especies de animales entre mariposas, reptiles, mamíferos, etc.; Esto pone al Ecuador entre los diecisiete países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta.

La mayor parte de su fauna y flora vive en veintiséis áreas protegidas por el Estado que representa el diecisiete por ciento de todo su territorio, además cuenta con una increíble diversidad de montañas, ecosistemas y culturas para



explorar. Se puede encontrar picos y glaciares por arriba de los cinco mil metros, selvas Amazónicas, playas soleadas y bosques nublados.

La ventaja de Ecuador frente a otros países de la región, es que tenemos el clima estable, contamos solo con dos estaciones a diferencia de los otros países durante todo el año, lo que permite tener una afluencia continua de visitantes. La ventaja más importante que tiene el país es que en un pequeño territorio se agrupan tal diversidad de flora, fauna, que sumada a las condiciones geográficas inmejorables, ha hecho del turismo una actividad generadora de empleo y de ingresos económicos

Así lo demuestra el siguiente cuadro que resalta los hoteles y el personal ocupado en los centros turísticos, en el que podemos observar que la generación de puestos de trabajo se ha mantenido con un constante crecimiento del casi diez por ciento en el periodo comprendido entre mil novecientos noventa y cinco, y el dos mil tres generando en este periodo treinta y tres mil doscientos sesenta y un nuevos puestos de trabajo.



Cuadro #1

Hoteles y personal ocupado en el sector en el periodo 1995 -2004

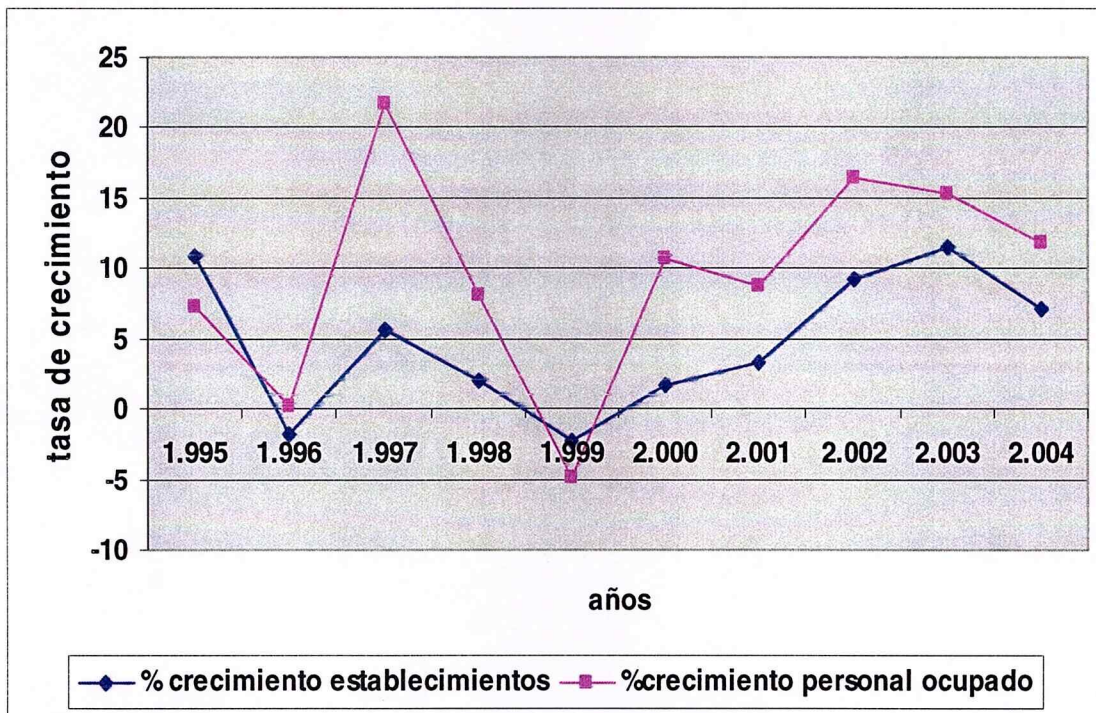
años	Número	personal	% crecimiento	%crecimiento
	establecimientos	ocupado	establecimientos	personal ocupado
1995	688	32.353	10.08	7.19
1996	676	32.427	- 1.74	0.23
1997	714	39.488	5.62	21.78
1998	728	42.700	1.96	8.13
1999	712	40.575	-2.20	-4.98
2000	724	44.940	1.69	10.76
2001	748	48.855	3.31	8.71
2002	817	56.893	9.22	16.45
2003	911	65.614	11.51	15.33
2004	976	73.425	7.14	11.90

Fuente: INEC

Elaborado por: Ingrid Patiño. Aníbal Salazar



Grafico # 1



Fuente: Tabla # 1

Elaborado por: Ingrid Patiño. Aníbal Salazar

En mil novecientos noventa y cinco el desarrollo del turismo en Ecuador había alcanzado un nivel preponderante en la economía del país creciendo en un siete por ciento el personal ocupado en esta área, los hoteles alcanzaron un crecimiento del diez punto ocho por ciento en mil novecientos noventa y seis, el sector continuó con su crecimiento pero para este año el crecimiento fue poco significativo obligando a que el presidente de entonces (Sixto Duran) crea la ley de turismo, cuya importancia radica en el tratar de reglamentar e incentivar las operaciones turísticas del país; logrando esta ley cumplir su objetivo pues para el año mil novecientos noventa y siete el personal ocupado en hoteles creció en veintiuno punto setenta y ocho por ciento, y a continuado con un constante crecimiento del nueve punto veintinueve por ciento hasta el dos mil tres;



además esta ley hizo que por primera vez se tenga información a cerca de dicho sector

Desde la vigencia de esta ley y al contar con cifras oficiales se ha podido observar que el turismo ha tenido una tendencia de crecimiento del siete punto noventa y ocho por ciento anual en promedio desde la vigencia de esta ley hasta el año dos mil tres superando en tres puntos porcentuales al promedio del resto del mundo.

En mil novecientos noventa y nueve cuando Ecuador se encontraba inmerso en una profunda crisis económica esta actividad se contrajo en aproximadamente trece por ciento.

En el año dos mil la actividad tuvo un repunte del tres por ciento llegando a representar en el producto interno bruto el dos por ciento. En el dos mil uno el crecimiento del sector fue de tres punto uno por ciento a pesar de los atentados del once de septiembre que origino pánico a nivel mundial y una contracción del sector lo que representó que para inicios del año dos mil dos en el mundo haya una reducción de personal que laboraba en el sector turístico. Esto significo que se despidan doce millones de personas que se dedicaban a la actividad y a una reducción de los ingresos provenientes del sector turístico principalmente para los países del primer mundo como Estados Unidos, Alemania, Francia, etc.,

La inseguridad en los países desarrollados donde Estados Unidos tenía intereses obligó a los turistas a mirar hacia América del Sur a la que se considera como un lugar tranquilo y seguro. Para el dos mil dos, 14.5 millones de personas visitaron América del Sur dos por ciento del total del turismo mundial, a Ecuador llegaron seiscientos cincuenta y cuatro mil personas que representa el cuatro por ciento del promedio de América del Sur es decir el



0.8% de el turismo mundial. La proyección, de esta actividad es de un crecimiento de entre el seis y siete por ciento anual a nivel global, del cual el Ecuador será partícipe.

Cuadro # 2

Total ingresos y egresos de turistas a Ecuador en el periodo 1995 - 2004

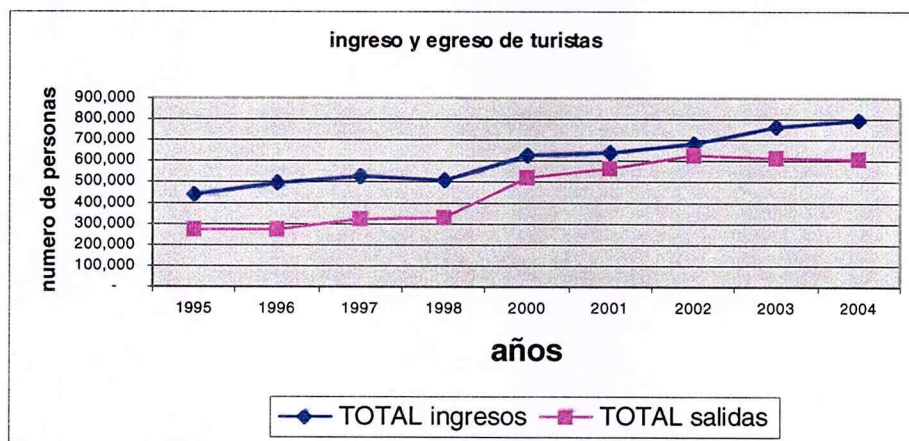
	1995	1996	1997	1998	2000	2001	2002	2003	2004
Total Ingresos	439,523	493,727	529,492	510,626	627,090	640,561	682,962	760,776	792,523
Total Salidas	270,512	274,536	320,623	329,719	519,974	562,067	626,611	613,106	605,382

Fuente Anuario de migración internacional INEC

Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

Grafico # 3

Ingreso y egreso de turistas en Ecuador en el periodo 1995 - 2004



Fuente: cuadro # 2

Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar



En el año dos mil dos hubieron seiscientos ochenta y dos mil novecientos sesenta y dos turistas internacionales y novecientos tres mil turistas nacionales, los cuales generaron ingresos de quinientos noventa y seis millones, representando así, el 4.4% de participación en el producto interno bruto (PIB) nacional.

La importancia del turismo en la economía ecuatoriana ha crecido en los últimos cuatro años que representó en el dos mil cuatro, setenta mil puestos de trabajo y cuyas perspectivas se presentan muy positivas. El turismo representó, en el dos mil tres, el 4,3% del Producto Interno Bruto (PIB) a pesar que experimento una disminución en relación del 2.16% con respecto al año anterior



Tabla 3

Turismo receptivo periodo 1995 - 2004

	1,995	1996	1997	1998	2000	2001	2002	2003	2004
TOTAL	439,523	493,727	529,492	510,626	627,090	640,561	682,962	760,776	792,523
Africa	712	1,023	1,033	980	1,507	1,588	2,107	1,720	2,027
El Caribe	2,861	3,180	3,441	3,319	3,405	3,689	3,948	4,075	4,423
Américas	332,212	375,817	408,219	389,857	503,872	511,963	550,468	617,551	640,421
Australia	1,641	1,917	2,241	1,991	3,260	3,361	3,249	3,637	3,806
Asia	6,687	6,371	6,297	6,791	10,496	7,420	9,192	9,264	10,591
Europa	94,592	105,452	108,473	107,845	103,893	112,390	113,435	124,137	130,930
Reg.No Espec	84	39	12	46	1	6	-	-	2

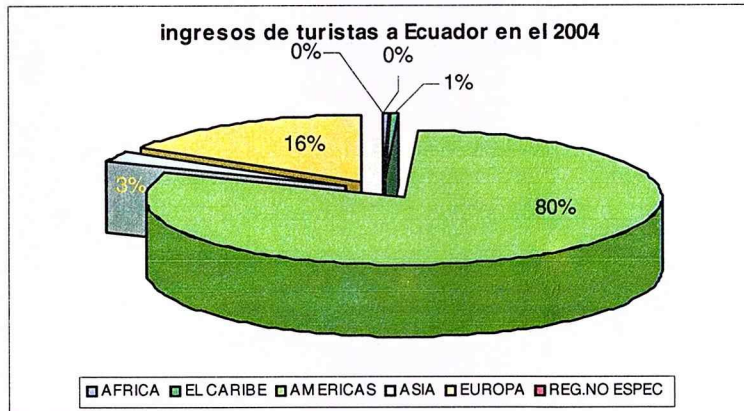
Fuente: Anuarios de migración internacional INEC

Elaborado: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar



GRAFICO # 4

Ingresos de turistas por continente en el año 2004

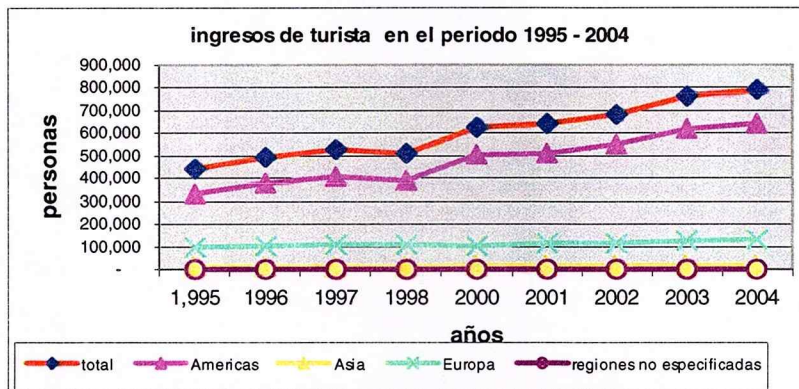


Fuente: Tabla # 3

Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

Grafico # 5

Total de turistas que ingresaron a Ecuador en el periodo 1995-2004



Fuente: Tabla # 3

Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

El turismo se ha consolidado como el cuarto rubro de generación de divisas para el país, según las estadísticas del Banco Central del Ecuador. Para el primer trimestre del dos mil cinco el turismo receptivo del Ecuador registró un



crecimiento del 28.79% como lo demuestra la tabla 3. Un total de doscientos ochenta y tres mil trescientos nueve visitantes llegaron a Ecuador durante el primer trimestre del presente año, mientras en igual periodo del año anterior solo, se recibió a doscientos sesenta y dos mil ciento once visitantes.

El crecimiento del sector en Ecuador a partir del dos mil dos, se debe a dos factores, en primer lugar a la situación mencionada con anterioridad que fue la inseguridad que sentían los turistas de todo el mundo respecto a los países donde Estados Unidos tenía intereses que originó un crecimiento del turismo receptivo hacia América del Sur y consecuentemente en Ecuador. Segundo la etapa de difusión como destino prioritario para los viajeros del mundo a partir del dos mil cuatro, una vez que arrancó la ejecución de una de las acciones más importantes a través del diseño y aplicación de un Plan Integral de Marketing que posicione la marca Ecuador en la mente de los potenciales viajeros y lleve mensajes turísticos al lugar donde ellos viven.

Para realizar estos objetivos, el Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador (FMPT) emprende la contratación de las denominadas "Oficinas Ecuador", encargadas de difundir al país en el extranjero por intermedio de un trabajo conjunto con las empresas turísticas de esos países en los temas de difusión y marketing; además, de la preparación de viajes con prensa internacional y el estímulo a la inversión extranjera en el país.

Las "Oficinas Ecuador" estarán manejadas por empresas de relaciones públicas de reconocido prestigio a escala mundial y serán las que capacitarán a la industria turística de América y Europa en la oferta de las zonas turísticas del país, así como destino para negocios.



Los países en los que se instalaran las oficinas de difusión turística son: EEUU, Canadá, Brasil, Argentina, Chile, Inglaterra, Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Francia, España e Italia.

1.1.1 Pronóstico

Al turismo en el Ecuador no se le ha dado la importancia que se merece. Dentro del territorio ecuatoriano, la poca o mínima promoción de los lugares turísticos con los que cuenta el país por parte de los gobiernos tanto seccionales, como por parte del sector privado en los medios de comunicación o por medio de folletos informativos que orienten a los turistas internos de la calidad y cantidad de lugares para esparcimiento hace que un gran número de estos turistas salgan del país para buscar lugares donde vacacionar, sin permitir que nuestro turismo interno se desarrolle en su totalidad, de igual manera la oportunidad que nos ofrece esta actividad para el ingreso de divisas se vería seriamente afectada, pues el turista externo por la falta ó poca información e incentivo no visitaría nuestro País.

La baja participación del turismo receptivo que tiene Ecuador en América del sur apenas representa el cuatro por ciento del total de turismo de la región, va a mantenerse en las mismas condiciones en el mediano plazo si continua con la poca promoción de las posibilidades turísticas con las que cuente el país en el exterior.

La actividad turística en el Ecuador tiene condiciones exógenos favorables para su continuo crecimiento si se mantiene e incrementa la política de marketing turístico que inicio la ministra del ramo del gobierno anterior, y se amplía hacia un mayor número de países las oficinas de promoción turística. Pero esta



política de marketing debería ser de forma integral es decir afectar positivamente a todas sus regiones Costa, Sierra y Oriente. En el caso de la región Costa, cuenta con lugares que aún no son debidamente explotados, como en particular el Cantón Puerto López que pese a sus maravillas naturales no cuenta con el apoyo de sus autoridades como Municipio y Prefectura, podría quedar como un punto aislado sin desarrollo alguno

Si el sector turístico continúa realizando sus actividades en las mismas condiciones con las que ha venido operando en los últimos años con una escasa infraestructura hotelera de primer nivel, así como la poca difusión de la mega diversidad de flora y fauna ecuatoriana y sin el apoyo de una política de estado que incentive su desarrollo, en el mediano y largo plazo seguirá siendo el de más baja captación en América. Originando que el sector se estanque y que deje de ser uno de los que más aporta al PIB

En lo expuesto en esta parte se puede observar la poca importancia que en Ecuador se le da al turismo. Esto se aprecia en la infraestructura deficiente con la que cuenta el país pues solo tiene novecientos once hoteles de los cuales solo treinta son de primer nivel y están ubicados en las grandes ciudades como Guayaquil y Quito. En lo referente a la publicidad en Ecuador solo la empresa privada es la que hace grandes esfuerzos por difundir sus productos.

Si analizamos un caso particular como Manabí y en especial Puerto López el poco esfuerzo realizado por sus autoridades y los dueños de hoteles en lo referente a publicidad y marketing, hacen que este sector sea desconocido tanto dentro del país como en el exterior. Pues no se ha hecho un estudio profundo de las necesidades del Cantón, para que las obras que mas necesita Puerto López sean ejecutadas por orden de prioridades, tampoco se ha a publicitado al cantón de manera más agresiva en el exterior e interior del país



para que se pueda captar una porción mas grande del mercado a lo largo de todo el año y en el que no solo se promocione la observación de ballenas, sino también las maravillas naturales con las que cuenta.

Para la consecución de este objetivo se debe desarrollar un plan de marketing estratégico el cual deberá de ser seguido por sus habitantes lo más rigurosamente posible para lograr el desarrollo económico y social de sus habitantes en forma sostenible y sustentable, además de amigable con el medio ambiente

1.1.2 Control del Pronóstico

Las actuales condiciones favorables exógenos por las que está atravesando el turismo en Ecuador deben ser aprovechadas para formular estrategias orientadas hacia la difusión, publicidad y promoción, tanto en el interior como en el exterior haciendo énfasis en las diferencias y ventajas competitivas con la que cuenta Ecuador, resaltando las múltiples actividades que sus cuatro regiones ofrecen (costa, sierra, oriente e insular) para cada gusto, entre los que se pueden destacar visitas a bosques húmedos y selvas tropicales, la observación de aves, viaje a las Islas Galápagos, realizar buceo u observar a las ballenas jorobadas. Deportes extremos, practicando rafting o kayaking, realizar ciclismo de montaña, turismo comunitario y sobre todo la apertura y amabilidad de sus habitantes.

Además se deben realizar obras de vialidad que permitan una movilización sin contratiempos a los diferentes destinos. Incrementarse el parque automotor que cumpla con las condiciones necesarias de confort que los turistas requieren, mejorar e incrementar la infraestructura hotelera en los lugares de destino turístico, crear centros de recepción en las principales ciudades que



permitan el alojamiento temporal de los turistas para su futuro periplo en las diferentes actividades que van a realizar, en los cuales se les proporcionará toda la información necesaria de los lugares elegidos así como el guía que los llevará en sus rutas, la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen la actividad turística, la creación de los centros de estudio, medios, clases o materias en los que se promueva, fomente e incentive el turismo interno para evitar de esta manera la salida de gran cantidad de turistas hacia otros países por el desconocimiento de la vasta actividad turística que se puede realizar en el país.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo afecta la situación interna, y qué factores están interviniendo en el escaso desarrollo de la actividad turística en Puerto López y su influencia en el crecimiento económico?

1.1.3.1 Sistematización

El poco desarrollo del Cantón Puerto López, tanto en infraestructura turística como en servicios básicos es un problema perdurable sin que hasta el momento haya podido ser solucionado definitivamente por las autoridades competentes.

Es un estudio que vale la pena establecer pues se considera una de las principales causas para el desarrollo turístico del Cantón, así como la falta de inversión, situación muy importante para el progreso económico del mismo



1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Aportar al crecimiento turístico y económico dentro de la zona de Puerto López desde la aplicación del plan estrategias de marketing

1.2.2 Objetivos Específicos

Determinar el beneficio económico que aporta el sector turístico a los habitantes de Puerto López

Identificar las causales de la baja inversión privada en el desarrollo de las actividades turísticas.

Analizar las estrategias y acciones que se realizan en el Ecuador para el incremento del Turismo Nacional e internacional en relación a Puerto López

Diseñar un plan estratégico que permita promocionar mejor las bondades de Puerto López e incrementar así de manera sostenible el ingreso, como la fidelidad de turistas y habitantes del sector

1.2 Justificación de la Investigación

Hoy en día el turismo internacional se ha convertido en gran fuente generadora de divisas, entonces porque quedarnos de brazos cruzados? si tenemos a favor maravillas naturales por mostrar, si contamos con la hospitalidad de



nuestra gente. Es bueno que el Ecuador empiece ya a aplicar estrategias de marketing y publicidad para dar a conocer a nuestro País en todo su territorio y no solamente apunte a Islas Galápagos. Nosotros proponemos también en esta tesis al Cantón Puerto López

Es de nuestro interés poder determinar las causas principales por las cuales el Cantón Puerto López no desarrolla en su totalidad la actividad turística, teniendo a su disposición belleza natural y playas hermosas, lugares que gusta mucho al turista. Nacional y Extranjero

Estamos seguros que sabiendo explotar sus bondades ecológicas, los habitantes de este Cantón tendrán un desarrollo económico mucho más prometedor, y a su vez mejorando su nivel de educación tendrán más oportunidades para elevar su nivel de vida

Al culminar esta tesis nos sentiremos haber aplicado los conocimientos adquiridos en esta importante maestría, permitiéndonos alcanzar nuevos objetivos

1.3 Marco Referencial

Nuestra investigación abarca los diferentes conceptos teóricos, el proceso de la investigación y su relación Macroeconómica y Microeconomía del sector turístico

A pesar de las limitaciones que podríamos encontrar en nuestra investigación en cuanto a bibliografía específicamente de autores locales y nacionales y por las dificultades de nuestra movilización a los diferentes centros turísticos de la COSTA en especial a los de Puerto López en la provincia de Manabí debido a



los costos y al tiempo disponible para nuestro estudio estamos dispuestos a esforzarnos y presentar un buen trabajo.

1.4.1 Marco Teórico

Es importante señalar que nuestro tema se enmarca dentro de la Macroeconomía como punto de partida, para su análisis e investigación.

Nuestra investigación, tratará de analizar datos, lugares y sitios turísticos no promocionados de la mejor manera en la actualidad

La base bibliográfica sobre la cual se desarrolla nuestra investigación hace referencia a los siguientes enfoques:

La planificación formal del turismo por parte del Estado se inicia a fines de la década de mil novecientos cuarenta, y que de acuerdo a antecedentes los Países pioneros de la planificación de Turismo fueron Francia y España quien en el año de mil novecientos cincuenta y dos elabora el ante-proyecto de Planificación Nacional de Turismo.

En la década de mil novecientos sesenta países Europeos con vocación turística elaboran planes interesantes que permitan el desarrollo Nacional.

El Turismo en América Latina inicia su proceso de desarrollo a partir de los años mil novecientos sesenta y uno, en la ciudad de México donde se crea el Departamento de Desarrollo Turístico, que impulsa en Plan Nacional de Desarrollo Turístico, cristalizándose en el año de mil novecientos sesenta y ocho



En América del Sur el primer País en iniciar un Plan de Desarrollo Turístico fue Argentina, mediante un convenio tripartito en el que participó La Secretaría de Difusión y Turismo, Las Naciones Unidas y el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Urbanístico de la Universidad de Buenos Aires.

Se creó un Centro de Capacitación Turística el que se encargó de crear el Plan de Desarrollo físico del Litoral Atlántico de Argentina, que según los analistas no fue integral, es decir no se desarrollaron integralmente las zonas turísticas.

En el año mil novecientos sesenta y nueve, el Gobierno de Perú siguiendo las recomendaciones del programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, crea un Plan Turístico y Cultural Perú – UNESCO, el cual se conoce con el nombre de Proyecto COPESCO

En Brasil en los años mil novecientos setenta y dos – mil novecientos setenta y tres se realizaron estudios tendientes al Desarrollo Turístico de extenso Litoral comprendido entre Río de Janeiro y el Puerto de Santos, creando el Proyecto TURIS

Desde entonces, los países americanos comenzaron a efectuar esfuerzos tendientes al Desarrollo del Turismo, con el propósito de obtener de este los beneficios económicos y sociales que indudablemente brinda

La junta del Pacto de Cartagena, que reúne a los países que conforman el denominado Grupo Andino con la colaboración del entonces Programa de Desarrollo Turístico de la OEA (Organización de Estados Americanos), también realizó esfuerzos en este sentido y en mil novecientos setenta y cuatro elaboró un estudio sobre turismo en los Países del Grupo Andino, con miras a la integración Turística de la Región



En Quito en el año mil novecientos ochenta y siete, se define a la actividad turística como “Un nuevo mecanismo para alcanzar la integración”, se inicia la planificación Turística que está limitada a las áreas establecidas en la decisión ciento setenta y uno aprobada por los Ministros de Turismo en la Isla Estévez que incluía el transporte turístico, la facilitación, la formación de recursos humanos y la comercialización del Producto Turístico Andino.

Cuando se habla de Planificación Turística en Ecuador y en América Latina se han encontrado con la existencia de varios enfoques:

1.- Enfoque Urbanístico: Este enfoque se fundamenta en un detallado análisis y evaluación de los Recursos Turísticos generalmente de orden físico, este enfoque se basa en el aprovechamiento del territorio y localización de las facilidades, evaluación del costo beneficio¹.

Este enfoque en América Latina coincide con el inicio de la planificación formal por parte del Estado a fines de la década del sesenta

2.- El enfoque de Política Económica: Este enfoque recurre al empleo de metodologías y técnicas ya experimentadas en otros campos de la actividad económica, adaptándolas al caso particular del turismo

En nuestro País recién en Agosto diez del año mil novecientos noventa y dos se crea el Ministerio de Turismo encargado de establecer los lineamientos sobre los cuales se deben permitir la inversión en el sector turístico

Las fuentes para llevar a cabo esta investigación son:

¹ Según F Lawson y M.Baud Bovy



- Ley de turismo y legislación conexas, corporación de estudios y publicaciones, Quito-Ecuador
- Compendio estadístico de turismo, Organización Mundial de Turismo (OMT)
- Revistas y Publicaciones del Ministerio y de cámaras de turismo

Boletines de estadísticas mensuales del Banco Central del Ecuador

1.4.2 Marco Conceptual

Una de las teorías de turismo se basa en la necesidad de conocer otro tipo de culturas, geografía, historia, costumbres, formas de pensamiento e idiomas con el fin de aumentar su autoestima y apreciar y respetar más su propia nacionalidad y país de origen

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

Formular un plan estratégico de marketing para que el cantón Puerto López logre de manera sostenible incrementar el número de visitantes y como consecuencia de esto les permita mejorar sus ingresos turísticos y la generación de empleo



1.5.2 Hipótesis Particulares

- El desarrollo del nuestro plan estratégico, permitirá una mayor afluencia de turistas a la zona, generando así el ingreso de divisas y desarrollo de nuevas fuentes de trabajo
- A través de la regeneración en el Cantón Puerto López, la implementación de servicios básicos y el desarrollo de nuevas habilidades por parte de sus habitantes en lo referente al servicio al turista, nos permitirá atraer la inversión en este Cantón en cuanto a infraestructura se refiere, ellos se verán altamente motivados por su cambio
- La asignación de presupuesto para campañas publicitarias desafiantes a nivel nacional e internacional, la participación activa y constante en ferias de turismo, nos facilitará el camino para dar a conocer a Puerto López dentro del territorio Ecuatoriano, creando para este cantón su marca y slogan propio con el respaldo total del Ministerio de Turismo

El desarrollo de este plan estratégico, permitirá la difusión del cantón a nivel Nacional e Internacional, creando nuevas expectativas en los turistas consiguiendo su afluencia y fidelidad.

1.6 Aspectos Metodológicos de la Investigación

1.6.1 Metodología

Método de investigación. El método independiente del objeto al que se aplique, tiene como objetivo solucionar problemas.



Podemos establecer dos grandes clases de métodos de investigación: los métodos lógicos y los empíricos.

Los primeros son todos aquellos que se basan en la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que los métodos empíricos, se aproximan al conocimiento del objeto mediante su conocimiento directo y el uso de la experiencia, entre ellos encontramos la observación y la experimentación.

A pesar de la existencia de varios métodos de investigación que se relacionan entre sí hemos elegido el método Hipotético Deductivo porque es el que parte de una hipótesis que se puede someter a una comparación con la realidad, siguiendo pasos sencillos y lógicos que nos permiten observar y corregir errores cometidos en la investigación.

En el Método Hipotético deductivo la hipótesis es una suposición de carácter provisional para establecer las relaciones y explicar los hechos, hasta que una hipótesis no se apruebe tendrá un valor relativo y probable ya que el fenómeno al que se refiere la misma puede ser explicado de varias formas diferentes. Este método supone mejores resultados cuando una hipótesis se puede experimentar en la realidad con el propósito de conseguir un resultado mediante una deducción rigurosa.

1.6.2 Fuentes y Técnicas para la Recopilación

Las fuentes de nuestra investigación estará dada por la bibliografía que detallamos en los siguientes párrafos, además de nuestras consultas en

Tu destino ecoturístico en la Costa del Pacífico



bibliotecas de las universidades que tienen carreras de turismo, datos obtenidos a través de Internet, Ministerio de Turismo, Municipalidad del Cantón

1.6.3 Técnicas

Las técnicas que utilizaremos para recolectar los datos para nuestro estudio será mediante la investigación de campo, utilizando herramientas como las entrevistas personalizadas, encuestas, visitas a centros e instituciones vinculadas a la actividad turística, los mismos que nos permitirán obtener información apropiada para nuestra investigación.



CAPITULO II

2.- ANÁLISIS DEL TURISMO

2.1 El Turismo Como Servicio Internacional

El turismo es una de las industrias que han experimentado históricamente un crecimiento más rápido, originando la creación de empleo. El turismo está presente; en casi todos los países, y en casi todas las regiones de dichos países.

El crecimiento del turismo mundial ha sido una fuerza positiva para la economía de numerosos países en desarrollo y es el único sector de servicios en el que se registra un superávit comercial.

En economías desarrolladas, en transición y en desarrollo, los ingresos en divisas por turismo internacional no se los puede determinar exactamente por lo que se los determinan como valor estimado. Reflejando que el turismo es un producto de exportación invisible y que está integrado por servicios intangibles cuyo pago no se registra como aportaciones directas a la Balanza de Pagos.

Para calcular el volumen de divisas obtenidas por el turismo internacional los técnicos en turismo la calculan multiplicando el volumen anual de llegadas de visitantes por la duración de la estancia y los gastos diarios.

La OCDE estima que los ingresos por turismo en los países en desarrollo pasaron de seis mil millones de dólares de los Estados Unidos en 1980 a sesenta y dos mil doscientos millones en 1996.



La Organización Mundial del Comercio considera que el turismo representa más de un tercio del valor total del comercio de servicios mundiales, y que figura entre las cinco primeras categorías de productos de exportación en más del ochenta por ciento de los países, siendo la principal fuente de ingresos en divisas en un tercio de los países en desarrollo.

El turismo es, una estrategia de desarrollo económico a la que se presta apoyo en los países en desarrollo por su capacidad de estimular rápidamente el aumento de los ingresos en divisas, los ingresos gubernamentales a través de tasas e impuestos y el aumento del empleo.

El turismo genera un mayor número de puestos de trabajo que la mayoría de los demás sectores, y además es una fuente importante de empleo para nuevos trabajadores y para aquellos con calificaciones mínimas.

El efecto multiplicador suele ser mayor que el de otros muchos sectores. El turismo diversifica y estabiliza las economías ante fluctuaciones en otros productos de exportación. En cambio, los beneficios del turismo pueden reducirse a través de la salida de divisas creada por la necesidad de importar servicios o productos, los gastos de marketing internacional, el pago de intereses por préstamos al exterior y el pago de la franquicia o de las tasas de gestión a empresas extranjeras.

La salida de divisas es un problema particular para las economías pequeñas y en desarrollo. Afortunadamente, suele disminuir con el tiempo, a medida que la economía se desarrolla y que aumentan las fuentes nacionales de productos y servicios. No se reconoce tampoco como una industria en la Codificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) o como un producto (en la CPC). Los servicios turísticos están integrados por un gran abanico de actividades, que



varían desde los servicios de transporte hasta los servicios de alojamiento. Entre una y otra categoría, los servicios turísticos incluyen servicios de alimentación y bebidas, ocio y esparcimiento, y servicios de comercialización de viajes, como agencias de viajes y tour operadores. Por lo tanto, al turismo se lo concibe más bien como una amalgama de industrias que sirven a los visitantes.

La Organización Mundial del Turismo define el turismo como la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio y otros motivos.

En si para ser breves, el turismo es algo que las personas hacen y no que las empresas producen. Es decir es una actividad que depende de la demanda.

Un aspecto clave de la naturaleza del turismo como actividad marcado por la demanda es que el turismo internacional se caracteriza por el considerable movimiento fronterizo de personas. No obstante, a diferencia de la mayoría de los servicios, la mayor parte de las personas que se desplazan son consumidores que se dirigen hacia el proveedor.

Otra consecuencia del turismo como concepto determinado por la demanda es que la construcción de instalaciones turísticas, como hoteles, no forma parte del sector turístico, sino que es una actividad propia de la industria de la construcción.

Del mismo modo, la compra de provisiones como insumo para la explotación de las empresas turísticas no representa gastos turísticos. Son actividades, necesarias para la explotación de las empresas turísticas que prestan servicios



a personas dedicadas al turismo, pero no son los resultados o los productos de las empresas turísticas.

Sólo los servicios directamente consumidos por los visitantes como el uso de una habitación de hotel o la contratación de un guía turístico son gastos turísticos y deberían considerarse como el resultado de las industrias turísticas.

El turismo depende ostensiblemente de la infraestructura, incluidos no sólo los servicios públicos de los que depende cualquier industria, sino también casi todos los medios de transporte.

Este sector está muy influido por una amplia gama de servicios gubernamentales, que van desde las formalidades para cruzar las fronteras hasta el suministro de información. A pesar de que el turismo está dominado por pequeñas y medianas empresas y por el contacto personal implícito en la hostelería, Internet y el comercio electrónico están reformando profundamente el sector de suministro de información y servicios turísticos.

El turismo es particularmente vulnerable a las amenazas externas. Por ejemplo, la guerra de Irak, que redujo la demanda de viajes internacionales, y el aumento del precio del petróleo en los meses que precedieron a la guerra, llevaron a una serie de compañías aéreas, particularmente en América del Norte, al borde de la bancarrota.

El brote del síndrome respiratorio agudo severo (SRAS) afectó enormemente al turismo en algunos países, en particular Singapur, China, Taiwán y Canadá. La Comisión Canadiense de Turismo estima que el SRAS y la guerra de Irak costaron a la industria aérea mundial cinco mil millones de dólares de los Estados Unidos y seis y medio millones de puestos de trabajo.



Otro factor que contribuye a la vulnerabilidad del turismo es que la demanda turística depende tanto de las personas como de las empresas (turismo de negocios). Por lo tanto, todo lo que afecta a la demanda procedente de ambas fuentes puede tener grandes efectos en la demanda turística.

Los consumidores son sensibles a la delincuencia, el malestar social y la guerra, así como a los riesgos ambientales o para la salud, como los terremotos y las erupciones volcánicas. Incluso las condiciones meteorológicas, desde tifones hasta fuertes precipitaciones de nieve, pueden tener importantes consecuencias en la demanda.

Cuando las condiciones en un destino se vuelven peligrosas o difíciles a los visitantes, éstos simplemente tienden a viajar a otro destino, pero no dejan de viajar.

La demanda del turismo de negocios está estrechamente vinculada con la salud financiera de las empresas, el estado de la economía en el país emisor, el rendimiento de la inversión que las empresas esperan obtener a partir del viaje, y su percepción de la seguridad del viaje para sus empleados y directivos.

Uno de los mejores parámetros para predecir la demanda del turismo de negocios es el rendimiento anual total de las inversiones comerciales, los cambios en términos de PIB también están relacionados con los gastos totales del turismo de negocios.



2.2 Ventajas y beneficios del turismo

Sus principales ventajas radican sobre el desarrollo de las estructuras económicas. Un aspecto fundamental que reactiva las economías de todos los países es el gasto en turismo, que tiene un componente interno y uno internacional. El primero se limita a los residentes que viajan dentro de su país de residencia. El segundo tiene gravitación en la balanza de pagos y en los ingresos de divisas:

1. Los ingresos por concepto de turismo internacional son los provenientes del gasto hecho por visitantes internacionales que ingresan, incluidos sus pagos a transportistas nacionales por traslados. Deben incluir también cualquier otro pago previo hecho por bienes y servicios recibidos en el país de destino.
2. El gasto en turismo internacional es el de los visitantes que salen hacia otros países, hecho en éstos, incluidos sus pagos a transportistas extranjeros por traslados.

La "industria turística" está compuesta por las empresas o establecimientos cuyos ingresos por concepto de ventas contienen una proporción significativa de gastos hechos por visitantes. Si bien la cuantificación de lo significativo varía de un país a otro, la Organización de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de Turismo han elaborado la Clasificación Estándar de Actividades Turísticas (CSAT) para ayudar en este proceso.

Los gastos de los visitantes en un país inician una compleja cadena de hechos económicos que a menudo se conoce como el impacto económico del turismo.



El impacto económico del turismo incluye los beneficios o consecuencias positivas de esta actividad en términos de ingresos o prosperidad para los residentes de un país u otra circunscripción territorial. Comprende también las consecuencias negativas del turismo, o sus costos, para los residentes en la zona que se estudie. El saldo neto de beneficios y costos económicos del turismo contribuye al bienestar económico neto de los residentes. En la práctica, pocos son los países que cuentan con los recursos necesarios para calcular el impacto real del turismo. Por consiguiente, puede usarse el producto interno bruto (PIB) como una aproximación adecuada al grado de bienestar económico neto global en la mayoría de los países, y puede determinarse la contribución neta del turismo al PIB mediante técnicas de estimación cuantitativa, por ejemplo los modelos econométricos.

El impacto económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios. Los primeros son consecuencia directa de la actividad de viaje en el lugar. Los gastos de los visitantes se convierten en ingresos de los comercios que, a su vez, se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo.

El uso de espacios de recreo por los visitantes requiere gastos en servicios para ellos, así como la reparación de cualquier daño causado al medio ambiente: se trata de costos directos. Esos beneficios y costos guardan relación directa con los viajes.

Además los viajes surten efectos secundarios. En cuanto a los beneficios, los comerciantes gastan parte de sus ingresos en la compra de los bienes y servicios que necesitan para atender a sus clientes, incluidos suministros y costos de capital, como los intereses sobre la deuda y las ganancias de los propietarios. Esos proveedores, a su vez, deben adquirir ciertos rubros a otros y



a medida que esta cadena se prolonga en un país, se da una producción indirecta de ingreso y empleo.

El otro tipo de beneficio secundario es provocado sobre los ingresos. En este caso se determine el gasto de consumo de los sueldos, salarios y otros ingresos generados por los gastos de los visitantes en el lugar. Así que los empleados y operadores de la industria turística adquieren bienes y servicios para uso personal, generan ingresos comerciales que, a su vez, se usan para adquirir suministros, abonar remuneraciones y sufragar costos de capital.

Los efectos combinados de las actividades económicas directas, indirectas y provocadas que resultan de los gastos de los visitantes, son resumidos por el multiplicador, que es la tasa aritmética del impacto total del gasto inicial del visitante medido en ventas, ingreso personal y de capital o empleo. Si bien es difícil estimar su confiabilidad, el multiplicador de ventas, ingresos o empleo es un instrumento útil para calcular rápidamente los beneficios económicos totales que genera el aumento de los gastos de los visitantes.

2.3. Evolución del Turismo en los Países de América del Sur

El turismo en América del sur a tenido un crecimiento satisfactorio en los últimos tres años creciendo en promedio a una tasa de diez por ciento a excepción de Uruguay que para el dos mil cuatro tubo un crecimiento del treinta y cuatro por ciento en relación del dos mil tres no obstante, de esto el país con mayor número de visitantes por años es Argentina, seguido por Brasil, Uruguay y Chile que son los países de América del sur con mayor participación del turismo receptivo



En **Argentina**, solamente en enero del dos mil cinco, el número de arribos a los diferentes destinos turísticos del país llegó a casi ocho millones de personas, lo que significa un aumento del siete por ciento en relación con el año pasado.

Unos siete millones novecientos ochenta y cuatro mil setecientos sesenta y ocho turistas llegaron a distintos destinos de todo el país, cifra que implica un incremento en el orden del siete por ciento al 2004, cuando se registraron siete millones cuatrocientos cincuenta y seis mil novecientos cincuenta y seis de arribos.

La ciudad con mayor afluencia de turista es la ciudad costera de Mar del Plata, que agotó su capacidad hotelera dado que en enero existieron días con picos superiores a los trescientos ochenta mil turistas estables.

Brasil recibió el año pasado seis mil ciento treinta y ocho mil doscientos diecisiete pasajeros procedentes del exterior, un récord para el país y un número 14% superior al de 2003, según estadísticas de la Empresa Brasileña de Turismo.

El crecimiento hasta 6,1 millones del número de desembarques internacionales en 2004 se produce luego de que ese índice hubiese caído gradualmente de 5,5 millones en 1998, el anterior récord, a 5,3 millones en 2003.

Por su parte, **Uruguay** recibió durante el año 2004 alrededor de dos millones de turistas, lo que significa una inyección a su economía de entre setecientos y ochocientos millones de dólares, según el Ministro de Turismo de dicho país.



La cifra representa además un aumento de casi el 34%, si se compara con el número de turistas que visitó a Uruguay en 2003, que fue de 1.5 millones.

En **Chile**, entre enero y junio del 2004, la llegada de turistas de mercados de larga distancia como Estados Unidos, Canadá, México, Alemania, España, Francia, Inglaterra e Italia creció en un 20,8%, respecto al mismo período del año anterior.

Las cifras demuestran que Chile está logrando posicionarse como país turístico en los principales mercados internacionales. El Plan de Marketing de la CPT con aportes de Sernatur y de las empresas socias han abordado por primera vez campañas promocionales y publicitarias dirigidas al público final. Imágenes del Desierto de Atacama, Isla de Pascua, centros de ski, cruceros y la Patagonia, entre otras, pueden observarse en importantes medios de comunicación de Brasil, Alemania, España, México y Estados Unidos, como parte de las acciones de marketing que venden a Chile como destino turístico en el mundo.

El 1.8 millón de turistas que el 2004 visitaron Chile dejaron en el país mil doscientos cincuenta millones de dólares, informó el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). El ingreso de divisas por el turismo el último año aumentó en poco más del 10% con relación al 2003, cuando se registraron mil cien millones de dólares, según el organismo estatal citado, quien ha fomentado en los últimos años el turismo desde Europa y países de América del Norte.



2.4. Turismo en Ecuador su desarrollo avances y mejoras

El turismo en Ecuador en la última década a tenido un constante crecimiento que significo para mil novecientos noventa y seis un ingreso de turistas del doce punto treinta y tres por ciento superior al año anterior pero el ingreso de divisas no fue igualmente proporcional pues el gasto promedio por turista que visito el país en este año fue de quinientos sesenta y nueve dólares once dólares menos que los que gastaron los turriras que visitaron el país en el año noventa y cinco (Ver anexo1)

El año con mayor numero de ingresos de extranjeros fue el dos mil en el que ingresaron seiscientos veintisiete mil turista ciento nueve mil extranjeros mas que en mil novecientos noventa y nueve que represento un crecimiento del veintiuno punto cuatro por ciento con relación al año anterior dejando en divisas un promedio de seiscientos cuarenta y un dólares por turistas un diecisiete punto veinte por ciento mas que el año anterior.

En el dos mil uno la crisis económica y social por la que atravesaba, Ecuador y la implantación de un nuevo sistema monetario, que es la dolarización de la economía llevo a que los precios de los productos y servicios para este año se incrementaran de manera desmesurada; originando el encarecimiento de los servicios de todo tipo al igual que los precios del turismo que en ese año a pesar de ha ver tenido una contracción en la cantidad de ingresos de personas al país en un dos punto ochenta y siete por ciento en relación al dos mil el ingreso en divisas fue superior a los años anteriores dejando un ingreso promedio por persona de setecientos seis dólares y un crecimiento en ingresos por divisas con un seis punto noventa y siete por ciento superior al dos mil.

En el año dos mil dos los precios de los productos y servicios tendían a normalizarse y el turismo no fue la excepción situación que llevo a incrementar



el ingreso de turistas al país a pesar de que el ingreso de extranjeros se incrementó en un doce por ciento el ingreso de divisas solo creció en un cuatro por ciento pues el gasto medio por turista se redujo a seiscientos cincuenta y cuatro dólares.

En la última década el ingreso de turistas a Ecuador a tenido una tasa de crecimiento promedio superior al siete por ciento no así el ingreso anual en divisas que han dejado los turistas a lo largo de estos diez años pues en mil novecientos noventa y cinco en gasto promedio por turista era de quinientos ochenta dólares para el dos mil cuatro fue apenas de cuatrocientos sesenta y tres dólares debiéndose a dos motivos:

Primero la disminución de la inflación a partir del dos mil uno que es cuando comienza a reducirse el gasto por turista que nos visita ya que hasta el año anterior tubo una tasa de crecimiento del nueve punto treinta por ciento es decir seiscientos diez dólares en promedio por año.

Segundo la promoción de los diversos lugares turísticos con los que cuenta el país en el ámbito mundial, así como la creación de mas lugares de recreación y hospedaje que ha originado una reducción de los precios de los servicios originando la afluencia de turista en mayor numero hacia el país que representó en el dos mil tres mas de cuatrocientos millones de dólares

2.5. Ley de turismo: Comentarios sugerencias ventajas desventajas

En lo referente al turismo Ecuador cuenta con la Ley No. 97 del 27 de Diciembre del 2002 La que establece las normas para la promoción, inversión y desarrollo en el sector turístico. Y entre sus capítulos los que incentivan y orientan hacia el desarrollo del sector turístico son:



Capítulo uno señala quienes podrán participar en esta actividad y establece la obligación de los gobiernos de proporcionar los medios necesarios para garantizar el desarrollo sustentable del turismo.

Esta misma ley en su capítulo siete, ofrece incentivos como la exoneración de tasas, contribuciones societarias e impuestos gubernamentales a excepción del IVA en ciertos casos; así con el fácil acceso a créditos del sistema financiero para las personas que cumplan con las condiciones necesarias y que sean calificados por el Ministerio de Turismo.

Además este mismo capítulo en el artículo veinte y siete establece la devolución del IVA pagado a los visitantes extranjeros en sus gastos realizados en la estadía dentro del país y de esta manera incentivar el desarrollo del turismo receptivo, además de los incentivos la ley también establece las sanciones a quienes violenten las leyes y disposiciones relevantes al turismo y a las normas tributarias, como son la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Estos artículos promueven el desarrollo del turismo interno y la participación del gobierno que mejore los servicios básicos necesarios, la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad así como la protección del medio ambiente

Lo que podemos deducir al hacer un análisis de la ley es que esta fue elaborada con el ánimo de promover el desarrollo del sector turístico no obstante las resoluciones que emite el organismo rector de esta actividad ha



frenado dicho desarrollo pues estas regulaciones son las que ponen normas bastantes rigurosas yéndose en contra de lo establecido en la ley, por que la gradación que está establecida para la aplicación de las normas vigentes en el país es la constitución, los códigos, las leyes y por ultimo las resoluciones y no será valida ninguna norma que contradiga una ley superior.

Además podemos observar que no es la ley la que contiene falencias sino es el desconocimiento de la misma la que hace se haga tabla raza de estas, pues es notorio que la idiosincrasia ecuatoriana se considera que la ley es solo letra muerta y que podemos hacer lo que se nos de la gana mientras no nos descubran o mientras tengamos un mínimo de poder para poderla irrespetar. Por consiguiente no son las leyes las que deben de ser mejoradas sino que debemos ser nosotros los que debemos desarrollar una cultura de cumplimiento hacia las normas vigentes y de esta manera poder exigir nuestros derechos.

2.6. Turismo por región y provincia

2.6.1 Turismo por Región

Ecuador está dividido en cuatro regiones, en las que se distribuyen 22 provincias y 205 cantones. En la costa del Pacífico dividida en cuatro provincias. En la sierra, con diez provincias dividida. La Amazonía, y la región insular.

Costa

Su territorio está formado por llanuras fértiles, colinas, cuencas sedimentarias y elevaciones de poca altitud. Por su territorio corren ríos que parten desde los



Andes hasta llegar al Océano Pacífico. Sus cinco provincias cuentan con playas y balnearios muy atractivos para el turista. Se destacan las de Esmeraldas, Manabí y Guayas. En esta zona se encuentra la red fluvial más extensa del país. Se trata de la Cuenca del río Guayas, que tiene cerca de doce afluentes junto a las poblaciones de Daule, Babahoyo, Macul, Puca, Paján y Colimes.

Ecuador tiene 640 kilómetros de costa

Sierra

La cordillera de los Andes atraviesa el país de sur a norte. De este sistema montañoso nacen las cordilleras Occidental y Oriental al dividirse en la provincia de Loja, formando hoyas y valles a lo largo del callejón interandino.

Entre las dos cordilleras se desplaza una meseta que llega hasta los tres mil metros de altura. La Sierra abarca diez provincias que tienen importantes elevaciones montañosas como el Chimborazo, los Illinizas, el Cotopaxi, el Cayambe y el Antisana. (recuadro).

Chimborazo: 6310 msnm

Cotopaxi: 5897 msnsn

Cayambe: 5790 msnsn

Antisana: 5758 msnsn

Altar: 5320 msnm

Illiniza: 5248 msnsn

Tungurahua: 5023 msnm

Cotacahi: 4.944 msnm

Las grandes elevaciones se producen del centro al norte del país. De Riobamba



hacia el sur decae su altitud y aumenta el ancho, formando una especie de altiplano

Amazonía

El relieve de la Amazonía está conformado por una serie de colinas que se originan en la parte oriental de los Andes y descienden hasta las llanuras del Amazonas, a cuya cuenca pertenecen importantes ríos como el Putumayo, el Napo y el Pastaza. Hay dos regiones geográficas: Alta Amazonía y llanura Amazónica. En la primera se encuentran las cordilleras de Napo Galeras, Cutucú y Cóndor.

Los relieves más sobresalientes de la región se encuentran en la parte norte, cerca del volcán Sumaco, y los más bajos hacia el lado este. En la Amazonía se encuentran cinco de las provincias del país.

Galápagos

El Archipiélago está constituido por 13 islas principales, 17 islotes y decenas de rocas antiguas (recuadro: mapa de las islas). Su origen es volcánico y se encuentran a casi mil kilómetros del continente. Su territorio bordea los ocho mil kilómetros cuadrados. Sus principales volcanes, que van entre los mil y mil seiscientos metros de altura aproximadamente, se encuentran en la isla Isabela. Algunos de ellos son Wolf, Cerro Azul y Darwin.



2.6.2 Turismo por Provincia

2.6.2.1 Provincias de la Costa

Esmeraldas. La provincia verde, como se la conoce popularmente, está situada en la costa nor-occidental del país. La temperatura varía entre 21 y 25 grados centígrados. Su principal atractivo lo constituyen las playas del sector sur y la reserva ecológica Cayapas-Mataje, al norte. Esmeraldas es uno de los puertos principales del Ecuador, terminal del oleoducto y posee un aeropuerto para vuelos domésticos, con conexión hacia Cali, Colombia

Manabí Ubicada en la parte central de la Costa del Pacífico, Manabí ofrece hermosas playas, encantadores pueblos de pescadores, importantes ciudades como Manta, que además es el segundo puerto del país, y el Parque Nacional Machalilla ubicado en Puerto López con rica vegetación y diversas especies de animales.

Igualmente cuenta con gran producción artesanal. Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y posee un clima subtropical entre seco y húmedo. Tiene dos aeropuertos domésticos y uno internacional.

Guayas. Con amplia actividad comercial, la provincia de Guayas, ubicada al sur-occidente de Ecuador, alberga al puerto principal del país, Guayaquil, así como reservas ecológicas de importancia como Manglares-Churute. Posee balnearios con buena capacidad hotelera y pequeñas playas para la práctica de algunos deportes.



Tiene un aeropuerto internacional e infraestructura para la realización de eventos nacionales e internacionales. Varias cadenas hoteleras internacionales tienen filiales en Guayaquil. Su temperatura bordea los 25 grados centígrados y tiene un clima tropical húmedo

Los Ríos.- Con un clima tropical cuyas temperaturas oscilan entre 22 y 23 grados centígrados, Los Ríos se encuentra localizada en la Cuenca del río Guayas. Sus atractivos se concentran en algunos territorios naturales protegidos por organizaciones privadas y tradiciones costeñas como el rodeo montubio

El Oro-Conocida por su rica producción de banano, El Oro tiene además una constante actividad comercial. Otro de los puertos de importancia del país se encuentra en esta provincia: Puerto Bolívar. La zona más atractiva para los bañistas es la Isla de Jambelí, con su pacífica playa rodeada de manglares. Ubicada al sur del litoral ecuatoriano, El Oro tiene un clima tropical húmedo y semi húmedo. Su temperatura promedio es de 23 grados centígrados

2.6.2.2 Provincias de la Sierra

Carchi. En el extremo norte de Ecuador, Carchi se presenta rodeada de elevaciones montañosas como el volcán Chiles (4.768 msnm), y con un clima templado-frío que genera una temperatura promedio de 12 grados centígrados. Cuenta con importantes territorios protegidos como El Ángel y con pequeños pueblos multicolores. Otro de sus destinos es el Santuario de la Gruta de La Paz. Tiene un aeropuerto doméstico que también conecta con el sur de Colombia



Imbabura Se la conoce como la provincia de los lagos por albergar varias formaciones de agua aptas para la pesca y los deportes de aventura. Situada en la sierra norte del país, Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura que oscila alrededor de los 18 grados centígrados. Su producción artesanal ha hecho que sus habitantes indígenas, principalmente los Otavalo, sean conocidos en todo el orbe. La Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas es, así mismo, parte de sus riquezas. La capacidad hotelera de Imbabura es una de las más importantes del país.

Pichincha Trazos de su existencia se pueden encontrar en distintas partes del país, principalmente en los centros ceremoniales o templos arqueológicos descubiertos

Cotopaxi. Su principal atractivo es el Parque Nacional Cotopaxi. Ubicada en la Hoya Oriental del Patate, en la zona central del país, la provincia de Cotopaxi tiene un clima que oscila entre 12 y 17 grados centígrados. Cuenta con mercados indígenas importantes y es rica en tradiciones populares

Tungurahua. Con un clima templado, húmedo y frío, esta provincia, rodeada de imponentes montañas y ubicada al sur de Cotopaxi, es conocida por sus festividades carnavalescas y por su producción de flores y frutas. El trabajo artesanal en cuero es otra de las riquezas del sector. La población de Baños constituye una de las entradas a la Amazonía.

Bolívar. Su acogedora capital, Guaranda, es la más pequeña de las capitales de la Sierra ecuatoriana. Un agradable clima con temperaturas entre 22 y 25 grados centígrados, en los sectores tropicales, hacen de Bolívar un sitio de constante visita. Sin embargo, también ofrece páramos fríos. Se encuentra ubicada en el centro del país, al margen occidental de la Sierra. El Carnaval de Guaranda es toda una tradición en Ecuador



Chimborazo. Esta es una provincia muy visitada por los turistas extranjeros que llegan al país. Las características de su relieve, con elevaciones como el nevado Chimborazo, la convierten en sitio ideal para la práctica de andinismo. No obstante, Chimborazo también ofrece historia, tradiciones, artesanías y otras riquezas naturales como lagunas y páramos. Tiene una temperatura promedio de 13 grados centígrados y está en la ruta sur de la Sierra ecuatoriana

Cañar. Sitio de riquezas precolombinas convertido en el destino arqueológico más importante y visitado del país. En Ingapirca, Templo al Sol, está la principal atracción de Cañar. Pero esta provincia, perteneciente al Austro ecuatoriano, también tiene otros sectores interesantes como lagunas y mercados indígenas. Su clima es frío y está situada en la región austral interandina.

Azuay. Con territorios naturales protegidos como el Parque Nacional El Cajas y con su capital, Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Azuay conforma el centro turístico más importante de la zona austral del país.

Igualmente ofrece finas artesanías y festividades populares durante varias épocas del año. Su clima tiene temperaturas que oscilan entre 12 y 20 grados centígrados. Esta provincia cuenta con un aeropuerto nacional

Loja. Ubicada al sur de Ecuador, esta provincia organiza las festividades religiosas de la Virgen del Cisne, adonde acuden peregrinos de todo el país y del extranjero. Igualmente, Loja ofrece otros puntos atractivos y muy visitados como el Valle de Vilcabamba, conocido internacionalmente por sus longevos moradores, que llegan a vivir alrededor de cien años. Su temperatura promedio es de 16 grados centígrados.



2.6.2.3 Provincias del Oriente

Sucumbíos. Sucumbíos, que limita al norte con Colombia, tiene clima tropical húmedo con temperaturas que bordean los 23 grados centígrados. Además de poseer reservas ecológicas con vasta flora y fauna como el Cuyabeno, cuenta con el primer pozo petrolero explotado en el país. Su capital es otra de las puertas de acceso hacia la Amazonía, y disfruta de amplia oferta hotelera

Napo. Varias comunidades indígenas como los Quichuas del Oriente habitan en Napo. Sus habitantes elaboran artesanías con productos naturales de la zona, tales como shigras (bolsos de mano), cerámicas, arcos y flechas. Sus pueblos aún conservan tradiciones centenarias. Situada al nororiente del país, tiene un clima tropical húmedo.

Pastaza. La zona de Pastaza y sus alrededores fue conocida en la época de la Colonia como la provincia de La Canela. Actualmente es sitio de visita obligada por turistas que buscan el contacto con la naturaleza y la aventura.

Exuberantes bosques y especies animales y vegetales diversas, constituyen su riqueza principal. Su temperatura promedio es de 26 grados centígrados y el clima es tropical húmedo.

Morona Santiago. Con amplia riqueza natural en la que se destacan ríos, árboles de cedro, caoba, canelón y laurel, Morona Santiago se extiende al suroriente del país. Y al igual que en otras provincias de la Amazonía, alberga comunidades indígenas diversas. Apta para la aventura, ofrece un clima tropical húmedo lluvioso, principalmente. Su temperatura promedio es de 21 grados centígrados.



Zamora Chimpipe. Con reservas naturales como el Parque Nacional Podocarpus, Zamora Chinchipe está en la parte suroriental de Ecuador. Su orografía es irregular debido a la influencia de las cordilleras orientales y del Cóndor. Tiene clima tropical húmedo y semihúmedo y una temperatura que bordea los 18 grados centígrados.

Orellana. Es la provincia más joven del país. Tiene apenas tres años de existencia. Entre sus riquezas se encuentra el petróleo y la madera, además de bellos paisajes, flora y fauna. Al norte limita con Sucumbíos, al sur con Pastaza, al este con Perú y al oeste con

2.7 Principales Vías de Comunicación

Ecuador cuenta con cuarenta y nueve mil ciento noventa y siete kilómetros de carreteras siendo la provincia de Manabí la que tiene un mayor extensión de carretera en relación a las demás provincia, del país pues representa el trece punto cuarenta y ocho por ciento del total de la red vial con la que cuenta el país seguida por la provincia del Guayas con un diez punto veinte y cuatro por ciento y Pichincha con un diez punto uno por ciento.

Además Ecuador cuenta con una gran cantidad de ríos a todo lo largo y ancho del país en entre los que podemos mencionar el Río Guayas uno de los más grandes del país así como el Daule, Babahoyo, Napo entre otros (Ver anexo 2)



CAPITULO III

3.- DESCRIPCIÓN SOCIO – ECONÓMICA Y AMBIENTAL DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

3.1 Estudio Ambiental de Puerto López

El cantón Puerto López se encuentra ubicado en el suroeste de la provincia de Manabí, entre los 01°10' y 01°40' de latitud sur y entre los 80° 25' y 80° 52' de longitud oeste; cuenta con una superficie de 411,69 km² y cerca de 50 Km. lineales de franja costera.

Las jurisdicciones territoriales que lo componen son tres parroquias: Salango, Puerto López y Machalilla. Dentro de ellas existen en cuatro Comunas Jurídicas: La Tunas, Salango, El Pital y Agua Blanca. Las comunidades, centros poblados o recintos más importantes son: Salaite, Pueblo Nuevo, San Vicente, San Isidro, Vueltas Largas, Río Blanco, Platanales, El Tamarindo, Dos Ríos, Guale, Matapalo, El Triunfo, la Encantada, La Colombia, Río Plátano, Río Chico, Puerto Rico, Las Cabañas y Ayampe. La vía marginal de la costa conecta la cabecera cantonal de Puerto López con sus dos parroquias rurales: Salango y Machalilla.

3.1.1 Sector Ambiente

De acuerdo a la sectorización que fue definida en el Plan de Desarrollo Estratégico de Puerto López en el año 2000, el sector ambiental también fue considerado. Aunque en realidad se trata de un eje transversal, se decidió



analizarlo en los distintos escenarios comunitarios, parroquiales y cantónales.
(Ver anexo 3)

Los problemas más acuciantes según la opinión y percepción de los actores locales son: el insuficiente nivel de conciencia ambiental de la población; la contaminación; y, la escasez de agua y la disminución de caudales en las cuencas hídricas.

Sin embargo de esta priorización y por tratarse de un tema vital para un Cantón Ecológico como Puerto López, a continuación se citan algunas aseveraciones de un Estudio realizado por Fundación Natura publicado en el año 2001.

En el Programa de Monitoreo Socio Ambiental para el PNM (Fundación Natura, 2001), se menciona que:

El PNM es la única área del Ecuador ubicada en la eco región del Bosque Seco, definida de la más alta prioridad para la conservación debido a su amplia riqueza y diversidad. Esta área contiene un área marina o costera de dos millas náuticas desde la Costa, que incluye la Isla Salango, La Plata y varios islotes.

En el estudio realizado a siete comunidades con el fin de poder conocer acerca del uso que se estaba dando a las especies vegetales y animales se pudo confirmar que:

Desde la creación del PNM en el año 1979, han existido una serie de conflictos por la extracción de madera y cacería. Existen pocas alternativas de trabajo en



la zona. No existe un monitoreo y control de actividades, los mismos que establezcan tasas de uso de especies animales y vegetales con la presencia de animales domésticos libres que presionan sobre el bosque y evitan la regeneración natural.

No existe en realidad un liderazgo que permita la integración con las comunidades para un mejor manejo de la conservación de su ambiente a través de su participación, es decir sus recursos por desconocimiento talvez son utilizados sin planes de aprovechamiento, es por eso que sus actividades se direccional hacia la cacería y tala

Según las encuestas, el 71 % no conoce las reglas del área protegida y el restante no está de acuerdo; hace falta un proceso para el aprovechamiento de los recursos no maderables, educar a la gente para que se pueda realizar un trabajo de integración, a través de planes reales y participativos.

Sin embargo en el año de 1997 se declara a Puerto López como el primer Cantón Ecológico del Ecuador, lo que mantiene muy orgulloso a sus habitantes, más aún se considera importante concienciar a sus moradores en la conservación del lugar, dado que hoy en día buscamos por lo general de un lugar con estos atractivos para escapar de la agitada metrópolis.

El Municipio se expresa muy preocupado por el desarrollo y mejoramiento del cantón dando así la apertura a que existan varios estudios y documentos de enorme importancia, entre los cuales se puede mencionar el Plan de Manejo del Parque Nacional Machalilla; el Plan Estratégico de Desarrollo del Cantón Puerto López; el Plan de Manejo de la ZEM Puerto Cayo – Ayampe; el Proyecto de Fortalecimiento de los Municipios para la Descentralización del



Turismo; el Plan Estratégico para el de Desarrollo Turístico del Cantón Puerto López.

La presencia del Parque Nacional Machalilla es un elemento determinante en el carácter ambiental del cantón, aunque el manejo y los recursos provenientes del parque están centralizados, lo que influye en que los beneficios de ser una zona protegida, no sean compartidos por la población local.

Es indudable que las características tan particulares del área jurisdiccional y la declaratoria de cantón ecológico y ambiental, marcan la orientación del desarrollo que se quiere alcanzar y despierta el interés de muchísimas entidades y de Ong's dedicadas a la conservación que actualmente se hallan trabajando en la zona.

Es muy acentuado el criterio de que las políticas conservacionistas de las ONG's y del parque Machalilla han incidido en la asignación de importantes recursos económicos a la conservación en detrimento de los requerimientos orientados a la superación de la pobreza que afecta a una gran parte de la población, particularmente del área rural.

En febrero del 2003 se crea la Unidad Municipal de Manejo Ambiental de Puerto López como parte de la Dirección de Turismo, Medio Ambiente y Pesca, contemplada por el orgánico funcional del Municipio como una dependencia administrativa de carácter técnico subordinada a la Alcaldía, cuyas finalidades, atribuciones y competencias son las siguientes:

- 1.- Proteger y conservar el ambiente y los recursos naturales de ese cantón.



2.- Atender, colaborar y coordinar acciones con organismos estatales, organizaciones de base, ONG's y juntas parroquiales, encaminadas al mejoramiento y optimización de la gestión productiva, calidad ambiental del cantón.

3.- Implementar un plan de capacitación dirigido a los técnicos y trabajadores de las instituciones que están inmersas en la temática.

4.- Impulsar estudios e investigaciones de carácter técnicos y científicos que permitan contar con información confiable y actualizada sobre el estado del ambiente.

Para el cumplimiento de sus funciones, sin perjuicio de ampliar su capacidad administrativa, esta unidad se integra con:

1.- El Concejal de la Comisión del Medio Ambiente.

2.- Un Técnico Forestal.

3.- Jefe del Departamento de Turismo, Pesca y Medio Ambiente.

4.- Un médico de conocimiento de salud pública.

5.- El Comisario Municipal.

La Municipalidad de Puerto López cuenta con un total de 65 funcionarios, distribuidos de la siguiente manera:



34 empleados a nombramiento, 4 empleados a contrato, 21 trabajadores a nombramiento y 6 trabajadores contratados. Adicionalmente a este grupo de funcionarios habría que sumar 56 profesores contratados que la municipalidad mantiene dentro de un programa de educación como aporte de apoyo.

El nivel de preparación de los funcionarios en forma general no cumple con los requisitos básicos deseables para el desempeño de sus puestos, este problema básicamente responde a que es un cantón joven (8 años de creación) y que no cuenta con instituciones de especialización superior y las pocas personas que deciden continuar sus estudios superiores tienen que generalmente movilizarse hasta las ciudades más cercanas tales como Manta, Portoviejo y Guayaquil, los cuales una vez familiarizados con el ritmo y oportunidad que se presentan en ellas difícilmente regresan a su ciudad de origen, frente a esto se puede decir que en el Cantón no se puede contar con profesionales apropiados para el desarrollo de las funciones requeridas, razón por la cual los cargos directivos de la municipalidad recaen generalmente en profesionales externos al Cantón provenientes de las ciudades con mayor desarrollo como las mencionadas anteriormente.

Esta situación adicionalmente da como lugar a que estos profesionales condicionen sus servicios, en el sentido de trabajar únicamente determinados días u horas a la semana , que inclusive por falta de un control apropiado de las autoridades superiores no se cumple ni siquiera con esto decayendo en un malestar organizacional y descoordinación de actividades laborales.

Considerándose a este resultado una consecuencia de la poca presencia y responsabilidad de las autoridades municipales que permitan regular dichas desviaciones y tomar decisiones oportunas al respecto.



La capacitación adicional que debería brindar la Municipalidad en base a objetivos de carácter institucional no es canalizada correctamente, es decir no se capacita al personal requerido sino que a veces se envía a los cursos a otras personas que no tienen que ver con el tema.

En la práctica la Unidad actualmente está conformada por un Jefe de la Unidad que es al momento el Biólogo Luís Holguín y tres funcionarios adicionales para las áreas principales; tiene una asignación presupuestaria para su funcionamiento de alrededor de US\$ 50.000, que se los dedica casi exclusivamente al pago de sueldo y salarios.

Gracias a la autogestión y a la consecución de diversos apoyos particularmente de organizaciones internacionales y de las propias comunidades se ha logrado contar con recursos y acciones para diversas actividades de carácter ambiental

3.2 Análisis de los Servicios básicos

Los servicios básicos en Puerto López tienen un marcado déficit en estructura, planificación y financiamiento, esta problemática es difícil de analizarla por separado, ya que siempre guarda estrecha relación con otros sectores, por ejemplo salud, educación o turismo, en las que sobresale la falta de infraestructura de servicios básicos como falta de la red de agua potable, no existe alcantarillado sino canales de evacuación de las aguas lluvias que en su mayoría se encuentran obstruidos por desechos, no hay red de aguas servida por lo la eliminación de las heces se la realiza mediante pozos sépticos o letrinas. En lo relacionado a la red de teléfonos.

En lo relacionado a la salud a lo largo de todo su territorio solo existen seis dispensarios de los cuales tres los maneja el Ministerio de Salud dos son del



seguro campesino y uno es de la municipalidad. Los cuales atienden en promedio cuatro días a la semana. Y carecen de medicamentos y una adecuada infraestructura para atender a los habitantes del sector los cuales padecen enfermedades gastrointestinales hipertensivas y anemias las cuales se encuentran entre las diez principales causas de muerte. La marcada desnutrición infantil que en el Cantón representa mas del treinta y seis por ciento reflejan la inadecuada atención en salud de los habitantes del sector.

La educación en Puerto López esta marcada por una grave crisis de carácter estructural como se explicará mas adelante en la que sobresale, una baja asignación de recursos por parte del ministerio de Educación y cultura que hace que la instrucción en este sector sea deficiente así también la falta o poca interés de los educadores por auto capacitarse acentuando aun mas la crisis del sector la deficiente cantidad de centros de educación que brinde a los educandos un mayor abanico de posibilidades en especializaciones, limitando el campo de conocimiento de los niños y jóvenes del cantón.

En lo referente a vialidad el cantón solo cuenta con una vía asfaltada que se encuentra en regular estado y esta es la de acceso principal al cantón, las demás vías alternas solo se encuentran lastradas, originado en las épocas de invierno fango que hace difícil el transitar dentro del Cantón.

Pero no todo en el cantón Puerto López es deficiente pues el servicio de electricidad cubre mas del noventa por ciento de sus habitantes y solo en el sector rural es donde hace falta este servicio pero solo en un diez por ciento. (Ver anexo 4)



A continuación se hace constar algunos datos relativos a la infraestructura, según las opiniones y percepciones de los habitantes de las diferentes comunidades, recintos y parroquias del Cantón Puerto López, recogidas en las Asambleas / Talleres.

3.3 Estudios de los Servicios Básicos

3.3.1 Educación

La educación en Puerto López esta marcada por una crisis de carácter estructural marcada principalmente por la falta de apoyo económico del gobierno que impide crear nuevas partidas docentes, la oferta de alternativas para la elección de especializaciones es limitada originada principalmente por la falta de actualización de los docentes, lo que ha ahondado la crisis del sector y ha aumentado la deserción estudiantil. (Ver anexo 5)

En el Cantón Puerto López existe el mismo número de planteles educativos primarios, tanto del fisco como particulares trece planteles fiscales y trece particulares que representan el treinta y cuatro punto veintiuno por ciento para cada uno. El número de escuelas municipales es también significativo y alcanzan a nueve. El número de profesores fiscales alcanza los cincuenta y uno representando el cincuenta y seis punto cero cuatro por ciento del total de profesores que laboran en El Cantón, mientras que los municipales solo son cuarenta.

De igual modo, si se suman el número de escuelas municipales, particulares y comunitarias en todo el territorio cantonal, éstas superan ampliamente al número de escuelas fiscales lo que refleja lo mencionado con anterioridad la falta de presupuesto para crear partidas docentes



En cuanto a la enseñanza secundaria, las opciones particulares, a distancia y las academias artesanales son más numerosas que los planteles fiscales. Las opciones de instrucción universitaria son mínimas y operan solamente en la Cabecera Cantonal. (Ver anexo 6)

Es importante destacar, el rol que la Municipalidad del Cantón Puerto López ha jugado en el sector educativo. Gracias a su aporte, se hace posible la educación de cientos de niños y adolescentes provenientes de las zonas rurales y urbanas. Aporte que cubre, en cierta medida, el vacío que deja el Ministerio de Educación en Puerto López. No es solo la insuficiente y deteriorada infraestructura educativa, ni el insuficiente número de profesores fiscales que trabajan en este sector del país, sino fundamentalmente, de la obligación del Ministerio de Educación, de prestar un servicio integral, como un derecho inalienable de la población, establecido por la constitución del Ecuador ha quedado en el papel.

El cantón Puerto López cuenta con treinta y cinco escuelas en total el total de asistencia a la escuela de niños es de setecientos veintinueve niños a los centros de educación primaria Los centros de educación intermedia colegios son apenas nueve en todo el cantón seis de estas se encuentran en la parroquia Puerto López dos de las cuales son academias artesanales y dos son centros de educación a distancia en lo referente a instrucción superior están presentes las extensiones de la Universidad de Guayaquil con sus escuelas de Informática, Licenciatura en Primaria, Comercio Exterior e Ingeniería Forestal, la universidad de Babahoyo con su escuela de Ecoturismo y la UNESUM con su escuela de Gestión Ambiental.



La tasa cantonal de analfabetismo es del catorce punto siete por ciento, con mayor porcentaje en las mujeres de la parroquia Salango. El porcentaje cantonal de Puerto López es mayor que el provincial en uno punto nueve por ciento además es uno de los mas altos del país con un cuatro punto cuarenta y dos por ciento superior al promedio nacional (ver anexo 7)

3.3.1.1 Analfabetismo Funcional

Es un indicador de mucha importancia ya que, a diferencia del anterior, el analfabetismo funcional se explica en personas que han recibido tres años o menos de instrucción primaria y que por lo tanto, aunque puedan leer, no son capaces de entender a cabalidad el contenido de la lectura.

La escala cantonal, es del treinta y cinco punto tres por ciento, dentro del cual el mas elevado de este indicador lo tiene la parroquia Puerto López con casi el cuarenta y uno por ciento siendo un valor bastante más elevado que el indicador a nivel provincial que se ubica en el veintiocho punto tres por ciento y aun mas elevado que el nivel de analfabetismo funcional a nivel nacional (ver anexo 8)

Según este indicador las mujeres del cantón Puerto López son las que mayor porcentaje de analfabetismo funcional representan en promedio casi el treinta y seis por ciento, a nivel cantonal Las mujeres de la Parroquia Puerto López presentan el mayor porcentaje de analfabetismo funcional con un cuarenta punto once por ciento, (ver anexo 9)



3.3.1.2 Niveles de Educación de la Población

El porcentaje de población con educación primaria completa a nivel cantonal es del cuarenta y tres punto cuarenta y cuatro por ciento, debiéndose en primer lugar al alto índice de deserción escolar de niños y niñas en edad escolar, el nivel secundario completo solo lo posee el ocho punto veinte y ocho por ciento de la población es seda por la insuficiente infraestructura de centros de educación media y a la existencia de una limitada oferta de especializaciones que limita el acceso al estudio de los jóvenes del sector ,el nivel superior apenas el cinco punto setenta y nueve por ciento. (Ver anexo 10)

3.3.2 Salud

El sector salud al igual que todos los sectores del cantón Puerto López sufre una seria crisis debido a la pocas obras de infraestructura que lo dote con una cantidad de centros de salud adecuada para la oportuna atención de sus habitantes principal mente en el área rural, además de una deficiente educación en lo relacionado a medios y medidas de prevención contra enfermedades hechos estos que han originando en la población un elevado índice de mortalidad entre sus habitantes, así como un alto índice de desnutrición principalmente en su cabecera cantonal.

Las enfermedades de mayor recurrencia son las intestinales debido a la deficiente obras de infraestructura principalmente en lo referente a agua pues esta en su mayoría es obtenida de pozos profundos, acequias y ríos y llevada a los hogares por medio de tuberías que ellos denominan agua entubada el agua potable en el sector casi no existe. Además la eliminación e excretas no se realiza por medio de instalaciones de aguas servidas sino por medios de pozos



sépticos, letrinas y lo que denominan cielos abiertos originando de esta manera la proliferación de bacterias por la inadecuada eliminación de los desechos fecales entre otras causas.

Las enfermedades respiratorias se originan principalmente por el excesivo polvo existente en el sector debido a que las vías de comunicación de Puerto López no están cubiertas por lo menos con una capa asfáltica, solo la vía principal de ingreso al Cantón cuenta con capa asfáltica en regular estado. (Ver anexo 11)

En todo el territorio cantonal de Puerto López apenas existen seis unidades de salud, tres de las cuales dependen del Ministerio de Salud Pública, otras dos del Seguro Social Campesino y una de la Municipalidad. La atención que prestan es restringida, cubriendo apenas unos cuatro días a la semana.

Toda esta información muestra a las claras que la población de este territorio se encuentra expuesta a severas dificultades al momento de prevenir o curar sus enfermedades y procurarse un estado de bienestar físico.

Las enfermedades que sufren los habitantes del Cantón son causadas por condiciones de insalubridad. Debido a lo ya indicado con anterioridad que es la insuficiente infraestructura sanitaria lo que a originado la proliferación de enfermedades que no serían serias si se contara con las instalaciones adecuadas y suficientes para evitarlas a más de que a los habitantes de este sector se les debe brindar una capacitación en lo referente a prevención de enfermedades y darles una educación sobre salubridad y condiciones seguras en sus casas (Ver anexo 12)



La totalidad de habitantes del cantón no disponen de agua tratada, siendo las fuentes naturales de agua las que utilizan para su provisión, asimismo, carecen de sistemas adecuados de eliminación de excretas. Con esta información, queda corroborada la problemática, sencilla pero alarmante del sector salud.

Estas condiciones insalubres han originado que el índice de mortalidad por causas de enfermedad entre los habitantes del cantón sea bastante elevado entre las principales causas de muerte podemos citar las enfermedades hipertensivas que representan mas del nueve por ciento, por diarreas y gastroenteritis por motivos infecciosos el índice de mortalidad es de cerca del cuatro por ciento, el paludismo y anemias agudas representan cada uno cerca del dos por ciento por lo que se puede observar en las cifras mencionadas en este párrafo casi el veinte por ciento de las muertes en Puerto López se deben a enfermedades que tendrían cura si fueran tratadas oportunamente. (Ver anexo 13)

A pesar de que la desnutrición crónica afecta a mas del treinta y seis por ciento de la población infantil menor de cinco años las autoridades de salud del cantón no hacen lo suficiente para reducir este índice (Ver anexo 14)

3.3.3 Análisis de la Población Económicamente Activa

3.3.3.1 Empleo

El cantón Puerto López cuenta con doce mil setenta y siete personas en edad de trabajar esto es persona que tengan mas de doce años. De los cuales cuatro mil seiscientos dos están laborando en varias actividades principalmente



en la pesca que representa el cuarenta y cinco punto cuatro por ciento del total de la población económicamente activa

La pesca artesanal es la principal fuente de ingresos para los habitantes del Cantón. Sin embargo, los índices de rentabilidad se están reduciendo debido a que no existen las suficientes facilidades pesqueras, los costos van en constante aumento, los peces por su explotación intensiva van disminuyendo paulatinamente y los mecanismos de crédito, asistencia técnica y capacitación no existen.

La agricultura. La población ocupada del cantón representa el treinta y siete punto cinco por ciento, La actividad agrícola en general está destinada al autoconsumo, debido a la baja rentabilidad que genera en el ámbito local. La agricultura es practicada por la mayoría de las familias de Puerto López que tienen vínculos con el ámbito rural.

El poco apoyo estatal, la inexistencia de mecanismos de financiamiento, comercialización directa y acceso al recurso hídrico, han llevado a que la agricultura se realice dentro de granjas tradicionales y sea atractiva solamente para la generación de beneficios familiares, disminuyendo sus potencialidades comerciales y las posibilidades de aplicar técnicas para proteger el medio ambiente y poco dependientes de insumos externos la parroquia con mas alta porcentaje de ocupación es Puerto López que tiene un treinta y nueve punto cinco por ciento cuenta con dos mil quinientos cuarenta personas que están laborando del total de sus habitantes (ver anexo 15)



3.3.3.2 Población Económicamente Activa

La población económicamente activa del Cantón Puerto López, es de cuatro mil ochocientas once personas, con el veintiocho punto noventa y cuatro por ciento en relación con el total de la población que es de 16626 habitantes, de los cuales Puerto López es la parroquia con mas alto porcentaje de ocupados con un cincuenta y cuatro punto veintinueve por ciento en relación de la población total económicamente activa pero solo con un treinta punto cero nueve por ciento del total de sus habitantes.

La parroquia Salango es la que tiene menos personas ocupadas en relación con la PEA debido a que solo representa el veinte punto sesenta y dos por ciento pero mantiene un porcentaje del veintisiete punto sesenta y uno por ciento casi igual al de la parroquia Machalilla (ver anexo 16)

3.4 Indicadores de Pobreza

La población que no cuenta con servicios básicos completos, a nivel del cantón es de noventa y tres punto cincuenta y seis por ciento, sobre todo la que habita en el sector rural.

La parroquia Puerto López siendo la mas grande en numero de habitantes es la que mas incide en este índice por que los habitantes de esta parroquia con necesidades básicas insatisfechas llega a representar casi el cuarenta y seis por ciento del total de habitantes de este cantón y dentro de su población representa el ochenta y ocho punto doce por ciento el mas bajo del cantón pues Machalilla solo ciento once personas satisfacen sus necesidades básicas



y si tenemos en cuenta que una familia tipo en el Cantón cuenta con cinco miembros nos demuestra que a solo veintidós familias de Machalilla se les atiende sus necesidades, por este motivo Machalilla es la parroquia del cantón Puerto López.

3.5 Principales zonas y lugares de atracción turística

El cantón Puerto López está ubicado en el Ecuador, extremo sur-oeste de la provincia de Manabí. Tiene una extensión de 449 Km. cuadrados en los cuales se encuentra el Parque Nacional Machalilla con 55.095 hectáreas. Visitada por turistas Nacionales y Extranjeros, cuenta con un importante número de atractivos turísticos, que hacen de su viaje de vacaciones una auténtica aventura de descubrimiento, disfrutando placenteramente del medio ambiente.

Norte: Cantón Jipijapa - Provincia de Manabí; **Sur:** Cantón Santa Elena - Provincia del Guayas; **Este:** Cantón Jipijapa - Provincia de Manabí; **Oeste:** Océano Pacífico con aproximadamente 50 Km de playas

DIVISIÓN POLÍTICA

Cabecera Cantonal: Puerto López

Posee dos Parroquias:

Machalilla, Creada el 20 de Marzo de 1878.

Salango, creada el 20 de Agosto de 1996

Antropología

El cantón contribuye con un importante aporte al conocimiento antropológico por las riquezas arqueológicas descubiertas. Los hallazgos encontrados por un



grupo de científicos encabezados por Presley Norton (+) y Jorge Marcos en 1978 demuestran que fue asentamiento de diversas culturas como: Valdivia, Machalilla, Chorrera, Guangala y Manteña entre otras. Más de cinco mil años de asentamientos humanos y trascendencias culturales.

Comunidades

El cantón esta integrado por varias comunidades, cada una en forma heterogénea recibe cálidamente al visitante, con sus cualidades naturales y culturales entre las principales podemos nombrar a Río Plátano, San Vicente, Guale, San Isidro, Río Blanco, Río Chico, Puerto Rico, Ayampe, Matapalo, El Pital, La Ciénega, Pueblo Nuevo, Las Tunas y Agua Blanca.

La población de las comunidades se dedica a la agricultura, ganadería y pesca principalmente. El turismo es una de las actividades que algunas comunidades, concientes de la necesidad de la conservación de los recursos, han emprendido con la colaboración del Parque Nacional Machalilla, el apoyo de ONGs y Financiamientos de las Naciones Unidas y de la Unión Europea.

Por su infraestructura apropiada, capacidad de receptabilidad y servicio al turismo nacional e internacional, se lo considera como una importante meta eco-turística, caracterizada por ser una concentración de Biodiversidad y bellezas paisajísticas, playas vírgenes y santuario de ballenas jorobadas, entre otros atractivos naturales y culturales. Además la disponibilidad de servicios, agencias de viajes, empresas de turismo, guías naturalistas, hoteles, restaurantes, ofrecen facilidades y comodidades para todo tipo de visitantes. Le invitamos a conocer y compartir la emoción de la aventura y el descubrimiento.



Parque Nacional Machalilla

Establecido en la Provincia de Manabí fue creado El 26 de julio de 1979. Este parque, con 55.095 hectáreas, entre la parte continental, insular y el área marina, encuentra sus límites en Puerto Cayo, al norte, hasta el río Ayampe, al sur; al interior de la costa limita con la parte norte de la cordillera Chongón-Colonche.

El área del Parque comprende además la Isla Salango, la Isla de la Plata, y el área marina de dos millas náuticas a partir del perfil costero y del perímetro de las islas.

El clima, como el resto de la región litoral, presenta variaciones originadas por las corrientes marinas.

Hay dos estaciones bastantes definidas durante el año: una lluviosa, desde el mes de enero a mayo, y otra seca, de junio a diciembre

La temperatura promedio mensual varía ligeramente en torno a los 24 grados centígrados; los meses más calurosos van de enero a abril, y coinciden con los meses de mayores lluvias; la precipitación promedio anual es de 450 mm, aunque presenta variaciones de acuerdo a la zona.



Centro de Interpretación P.N.M

Está ubicado en el centro de la ciudad de Puerto López, es el punto de partida para los visitantes para familiarizarse con el área natural a explorar.

Matorral desértico tropical

Está ubicado exactamente en la faja costera que limita con el mar, hasta las primeras estribaciones con una altura aproximada de 300 m.s.n.m.

La zona incluye las Isla de la Plata y Salango, presenta una temperatura promedio anual que fluctúa entre 24 y 26 grados centígrados . La vegetación está compuesta de especies como cactus candelabro, ceibo, algarrobo, palo santo, barbasco, ébano y muyuyo.

Monte espinoso tropical

Se encuentra situado hacia el oriente, junto a la zona anterior, en los valles medio y superior de los ríos Salaite, Buenavista, Ayampe y Plátano, hasta una altura de 300 m.s.n.m. aproximadamente. Esta zona de vida tiene una temperatura media anual que oscila entre 24 y 26 grados centígrados. Entre los árboles que sobresalen son el ceibo, el algarrobo, y el guayacán además algunos arbustos como cactus y plantas trepadoras.

Bosque seco tropical

Se caracteriza por encontrarse en una zona húmeda, debido a la presencia de lloviznas y neblinas, la vegetación de este bosque se compone de árboles



cubiertos de musgos y plantas epifitas además encontramos especies como el guayacán, ébano, samán y el dormilón . También encontramos la orquídea de navidad.

Monte espinoso pre-montaña

Se caracteriza por ser la zona más alta del Parque recibiendo gran cantidad de neblina . La temperatura fluctúa entre los 18 y 24 grados centígrados. Entre los reptiles encontramos la boa, la coral, la culebra boba, la tortuga y algunas especies de lagartijas. En las áreas secas son comunes las aves pequeñas, igualmente de gran variedad.

Playa negra y la tortuga

Conformado por un conjunto de 2 playas, la primera compuesta de arena negra producto del componente ferroso, la segunda de arena color blanca y pendiente variables; sus plataformas superficiales se conforman por pizarras compuestas del sedimento coralino y arena. Forma parte del atractivo un peñón, ubicado diagonal a la playa denominado la tortugita.

Puerto Cayo

En Puerto Cayo se conjuga sol, mar y arena, con el estilo de vida sencillo de sus habitantes. Su extensa playa y su paisaje invitan a caminar en su playa de arena gris.



Playa la viuda

En el sitio Pueblo Nuevo, se descubre una hermosa playa que muestra acuíferos de agua dulce, hacia el Norte nos podemos recrear con la Isla Viuda, denominada así por estar sola en este sector del Pacífico

Salaite

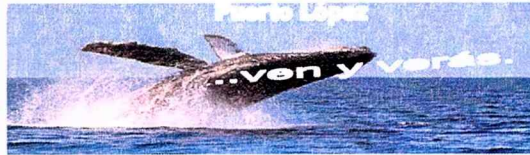
Ensenada de 5Km, delimitada por Punta Pedernales y Punta Canoa, compuesta de arena gris y pendientes fuertes, formada por acantilados y plataformas tiene un excelente potencial paisajístico - fotográfico, frente a la playa se sitúa el islote Sombrerito.

Ayampe

Playa interesante que une a varios poblados. Varias hosterías ecológicas se encuentran en el sector. Aquí la cordillera Chongón-Colonche llega al mar con su bosque húmedo tropical que junto al río Ayampe son sitios para disfrutar del turismo de naturaleza.

Blaoma 1 y 2

Separadas una de otra por un promontorio de vegetación son de excelentes características, pero cerradas al uso público. Hacia el Pacífico se encuentra el Islote Horno de Pan.



Salango

Con 4 Km de playas. Se halla limitada entre punta La playita y Piqueros, Su blanca arena invita al paseo de largas caminatas y descubrir en las entrañas del perfil costero la belleza de las formaciones rocosas por acción de las olas. Frente a esta playa se encuentra la Isla Salango y su Parcela Marina, sitio de singular belleza. En esta población cuyos antepasados dejaron huellas que puedes apreciar en el Museo Arqueológico de Salango.

Puerto Lopez

Ensenada de 2 Km, playa de arena gris. Se halla limitada entre punta Las mesas y la Poza, desde el río Buena-vista al norte, es jurisdicción del parque y en época de vacaciones constituye un sitio de turismo nacional.

Atractivos eco-turísticos

El Cantón Eco turístico de Puerto López, en la Zona Sur de la provincia de Manabí, posee entre sus atributos la ventaja de ser el Centro Principal de Operaciones para visitar los espléndidos sitios turísticos del Parque Nacional Machalilla. Además de disfrutar de los magníficos paisajes costeros del cantón, el turista puede visitar los diferentes sitios de interés turísticos que se encuentran dentro y fuera del área protegida

El perfil costero del complejo de playas de los frailes

Compuesto por Playa Negra, Tortugueta, Cabuya, Bálsamo 1 y Bálsamo 2; este sitio muestra una asociación armónica con el bosque seco tropical. Sus condiciones prístinas son siempre apreciadas por los visitantes, quienes lo



califican como un sitio ideal para la natación, el descanso y el buceo superficial. Este complejo de playas se ubica a escasos 5 minutos al norte de Puerto López.

A orillas de la carretera a Machalilla, se encuentra la Oficina del Parque Nacional Machalilla donde se registran los visitantes. Desde este punto, se toma 5 minutos en vehículo o 30 minutos a pie para alcanzar la primera playa.

EL AREA INSULAR ISLA DE LA PLATA

La Isla de la Plata constituye uno de los mayores atractivos del Parque Nacional Machalilla. La existencia de singulares aves residentes y migratorias, así como la belleza escénica convierten a este paraíso en un lugar ideal para el ecoturismo.

A más de ello, la Isla tiene gran importancia histórico-cultural en razón de haber sido utilizada como refugio del pirata Sir Francis Drake, para esconder los tesoros hurtados a galeones españoles y lugar ceremonial de la confederación manteña. Para visitar este sitio, Puerto López cuenta con varias operadoras turísticas que ofrecen este tour durante todo el año.

SITIOS ARQUEOLÓGICOS

Agua Blanca se ubica a 3 minutos en vehículo al norte de Puerto López, al costado derecho de la carretera a Machalilla. Junto al río Buenavista, se asienta un conjunto de templos, plazas y viviendas propias de la Cultura Manteña, civilización que fuera 1500 años atrás, la que mayor desarrollo alcanzará en estas tierras.



Un museo arqueológico, urnas funerarias y las mismas costumbres del pueblo de Agua Blanca, complementadas con los atractivos naturales del sector como pozos azufrados y el bosque secundario, constituyen una excelente razón para visitar este lugar

Actualmente con la directa participación de los habitantes, el Comité Internacional para el Desarrollo de los Pueblos (CISP), mediante el aporte económico de la Unión Europea y de las Naciones Unidas, se encuentra trabajando en la implementación de una nueva oferta turística para Puerto López y el Parque Nacional Machalilla. Gracias a esto, varias comunidades han decidido juntar esfuerzos para proteger su medio ambiente y realizar nuevas actividades productivas en la línea del desarrollo sustentable.

Es así como el turista, además de disfrutar de los sitios tradicionales de visita del PNM, ahora puede encontrar nuevas e interesantes opciones donde podrá compartir del conocimiento y la experiencia de la gente de la zona sur de Manabí.

La parcela marina de Salango

Salango además de poseer una exquisita gastronomía local y contar con una acogedora modalidad de alojamiento comunitario, ofrece la oportunidad de conocer el arrecife coralino y disfrutar de la experiencia del buceo de superficie en su nueva Parcela Marina.

Aquí un grupo de buzos calificados como guías nativos, comparten con el visitante su conocimiento y experiencia en la protección de los recursos marinos como el Coral y la Concha Spondylus. Adicionalmente la parcela brinda la



aventura de realizar la actividad en el sistema ancestral de navegación usado hace cientos de años; la balsa Manteña

Sendero ecoturístico el rocío

En un sector muy representativo del bosque seco tropical, a solo 5 minutos de la parroquia Machalilla, se ubica El Rocío. Un sitio en donde se conjuga la riqueza natural del Parque Nacional Machalilla con el estilo de vida sencillo del campesino. Una característica granja agrícola de autoabastecimiento, abre la puerta a un sendero de 2 Km de longitud que descubre a los ojos del visitante un fantástico paisaje del perfil costanero del Pacífico.

Sus moradores, hombres y mujeres sencillos que guardan diversos conocimientos del bosque y sus especies, se han formado en un continuo proceso de capacitación, como guías naturalistas nativos

Sendero interpretativo bola de oro

Para el Bosque húmedo se presenta como una gran alternativa de visita, este sendero interpretativo que parte del recinto Río Blanco en la Comuna de El Pital. Un pequeño paraíso verde en donde igualmente sus habitantes están empeñados en proteger la vida silvestre. Ríos y cascadas de aguas cristalinas, exuberante vegetación, diversidad de especies animales y vegetales, en donde un grupo extrovertido de jóvenes guías, presentan una opción muy esperada, recorridos a pie o a caballo, para adentrarse en la espesura de la selva y poder observar monos aulladores y otros animales en un ambiente cargado de misterio, por la Ruta de Cacique de Piedra, hacia el punto más alto del Parque Nacional Machalilla: La Bola Oro a 800msnm.



Arqueología

Agua Blanca es un sitio arqueológico en el corazón del parque, que sobresale por los vestigios de una ciudad del período Manteño, la principal del señorío Salangome. En su época de mayor apogeo llegó a tener cerca de 600 edificaciones.

Los historiadores relatan que mientras en Egipto se construían las impresionantes pirámides, en las costas de lo que hoy constituye el territorio ecuatoriano, empezaba a florecer una cultura de mucha importancia que hoy por hoy, representa un elemento básico para identificar nuestras raíces.

Lo importante además de todo esto es que los nativos son los guías que a la vez ofrecen a los turistas servicios de alojamiento y comida típica.

Para llegar a Agua Blanca se ingresa a la altura del kilómetro 5, al norte de Puerto López donde funciona un control para registro e información. Los vestigios encontrados en las excavaciones arqueológicas de la cultura Machalilla (1500 A.C. a 1300 A.C)

Se encontraron objetos cerámicos como ollas con patitas de polípodos, botijas, pitos, candeleros de barro, vasijas con asa en forma de estribos pintadas de dos colores, figuras humanas macizas pintadas de rojo o con bandas de ese color

La existencia de esqueletos humanos que denotaban una humilde condición de la Cultura Machalilla, referente al periodo Formativo Medio, que se extendió desde el sur de Manabí hasta la provincia de El Oro e Isla Puná



3.6 Capacidad Turística Instalada

En lo referente a la capacidad instalada para atender a los turistas el Cantón Puerto López tiene en total cincuenta lugares para hospedarse entre hoteles, hostales, hosterías, cabañas, residencias y albergues con precios que fluctúan entre cuatro y veinticinco dólares. Contando con quinientas veintiocho habitaciones ninguna de ellas de primer nivel, muchas de estas habitaciones no cuentan con teléfono, televisión ni aire acondicionado. Todos estos lugares de hospedaje tienen un total de mil quinientos cinco plazas, dando un promedio aproximado de tres plazas por habitación originándolas pequeñas e incómodas, que atienden a un número significativo de visitantes al mes, cuya cantidad fluctúa entre dos mil quinientos y tres mil visitantes que pernoctan en promedio tres días.

El cantón Puerto López cuenta con un total de treinta y ocho lugares donde ingerir alimentos entre restaurantes, bares, fuentes de soda y cafeterías que al igual que los lugares de hospedarse no son lo suficientemente cómodos ni de primer nivel pero cuentan entre sus menús con comida exótica y exquisita, en total los restaurantes cuentan con ochocientos setenta y cuatro plazas (Ver anexo 18)

Puerto López cuenta con dieciocho operadores turísticos que promocionan la guianza, el avistamiento de ballenas, los deportes acuáticos como buceo y snorkeling, el recorrido por senderos, la visita a museos. Los atractivos que más se destacan son el Parque Nacional Machalilla, Isla de la Plata e islotes, la presencia de ballenas jorobadas entre junio y septiembre, las playas, varios senderos y recorridos, los remanentes de manglar, las zonas montañosas y el Río Ayampe.



Los gastos por turista en los negocios involucrados en esta actividad pueden variar de cuarenta a cincuenta dólares y de cuatrocientos a quinientos dólares. La diferencia entre los ingresos que perciben estos locales, radica en el tamaño de su estructura, tenemos a aquellos con grandes instalaciones y aquellos que recién inician o están ubicados en zonas rurales, los de tipo empresarial y aquellos de carácter familiar o comunitario. Los servicios que más compran los visitantes son de hospedaje, guianza y restaurantes, empezándose a desarrollar nuevas ofertas. (Ver anexo 19)



CAPITULO IV

4.- PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

4.1 MISIÓN Y VISIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

VISION

Queremos ver a Puerto López como el lugar ideal para el ecoturismo, ofreciendo al mercado nacional e internacional niveles óptimos de infraestructura turística y calidad de servicio

MISION

Nuestro Plan tiene la misión de concienciar e integrar a todos aquellos que participan en el sector turístico y a sus habitantes, que esta actividad se convierta en la base que les permita alcanzar el desarrollo económico social cultural sin afectar el medio ambiente y su entorno natural.

4.2 Investigación del Entorno

4.2.1 Investigación Primaria

Para nuestra investigación hemos considerado emplear varios métodos aplicados en la búsqueda primaria dentro de los cuales podemos detallar los siguientes:



Encuesta estratificada en dos rangos de edades diferentes para corroborar el área de turismo a que se dedican las personas comprendidas en cada uno de estos. El primer rango estaba comprendido entre jóvenes de 18 y 30 años, debido a que los miembros entendidos en este rango buscan hacer turismo de diversión y turismo aventura. El segundo rango lo ubicamos entre personas comprendidas entre los 31 y 50 años ya que estos buscan turismo de descanso, ecológico y cultural. Esta estratificación se la hizo con el objetivo de lograr encontrar las características del turista que visita Puerto López y diseñar una estrategia para la captación del turismo menos desarrollado. El modelo de encuesta que se diseño para este fin es el siguiente



ENCUESTA

SEXO M ____ F ____

EDAD _____ **AÑOS**

OBJETIVO: Determinar el grado de referencia de la población con respecto a la ubicación del Cantón Puerto López y sus atractivos Turísticos

1.- Conoce usted el Cantón Puerto López Si ____ No ____

2.- Sabía usted que el Cantón PL se encuentra en la
Ruta del Sol Si ____ No ____

3.- Ha visitado usted en alguna ocasión PL Si ____ No ____

4.- Sabía usted que el mayor atractivo de PL
es la aparición de ballenas Si ____ No ____

5.- Conoce usted algún otro atractivo de PL Si ____ No ____

6. Cuál _____

7.- En caso de haber visitado PL, cuantas veces
lo ha hecho 1 ____ 2 ____ +2 ____

8.- Cuántos días hizo turismo en PL 1 ____ 2 ____ +2 ____

9.- Considera usted que hay servicios necesarios para
que acuda el turista Reg ____ Baja ____ MB ____

10.- Como califica usted los costos de los servicios
de la zona Alto ____ Bajo ____ Bien ____

11.- Qué medios de Transp. uso para llegar a PL
T.Pub. ____ T:Priv. ____ Tour ____

12.- Que le parecieron los servicios de atención al
público en PL Reg ____ Baja ____ MB ____

13.- Qué tipo de hospedaje prefiere Rústico ____ Tradicional ____

14.- Recomendaría usted visitar PL Si ____ No ____

15.- Le gustaría visitar nuevamente PL Si ____ No ____

16.- Cuál ha sido su otra alternativa preferida de visita _____



La tabulación de estos resultados los presentaremos en bloques diferentes en el primero hemos agrupado las respuestas que determinan el grado de conocimiento que tiene la gente con relación a Puerto López y los restantes han sido distribuidos por pregunta y sus resultados de acuerdo a las edades clasificadas:

Tabla 4

Grado de conocimiento

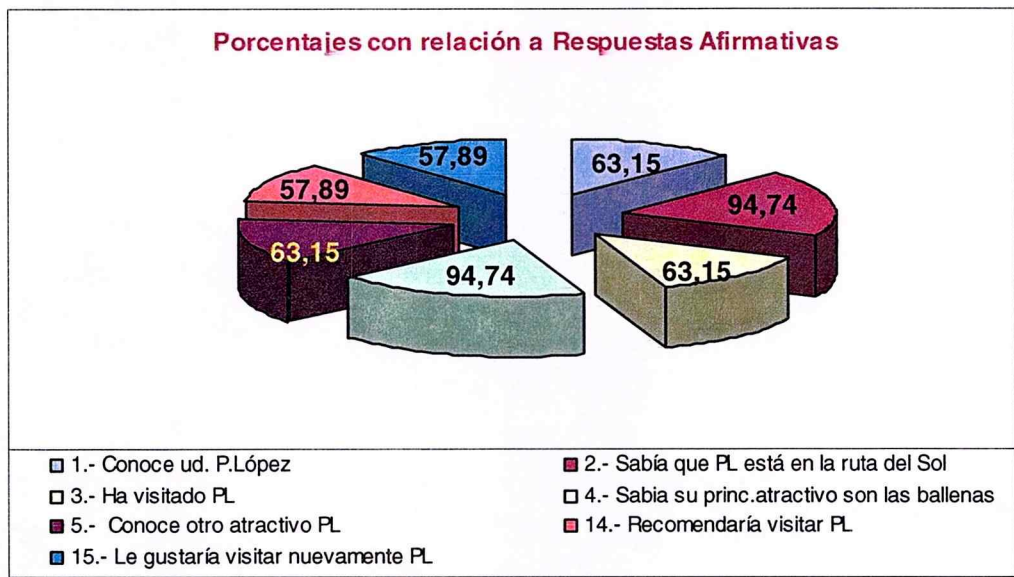
Grupo de 31 años en adelante			
Encuestados 19 personas			
	si	no	% si
1.- Conoce ud. P.López	12	7	63,15
2.- Sabía que PL está en la ruta del Sol	18	1	94,74
3.- Ha visitado PL	12	7	63,15
4.- Sabía su princ.atractivo son las ballenas	18	1	94,74
5.- Conoce otro atractivo PL	12	7	63,15
14.- Recomendaría visitar PL	11	1	57,89
15.- Le gustaría visitar nuevamente PL	11	1	57,89

Fuente Encuesta realizada Por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar



Grafico 6



Fuente Tabla 4

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

En el grupo de 31 años en adelante, el 94.74% conoce la ubicación de Puerto López dentro de la Ruta del Sol, pero solo el 63.15% lo ha visitado, sabe que su mayor atractivo en el avistamiento de de ballenas, menciona también como atractivo turístico sus playas e Isla de la Plata. El 57% recomienda el lugar y está dispuesto a visitarlo nuevamente



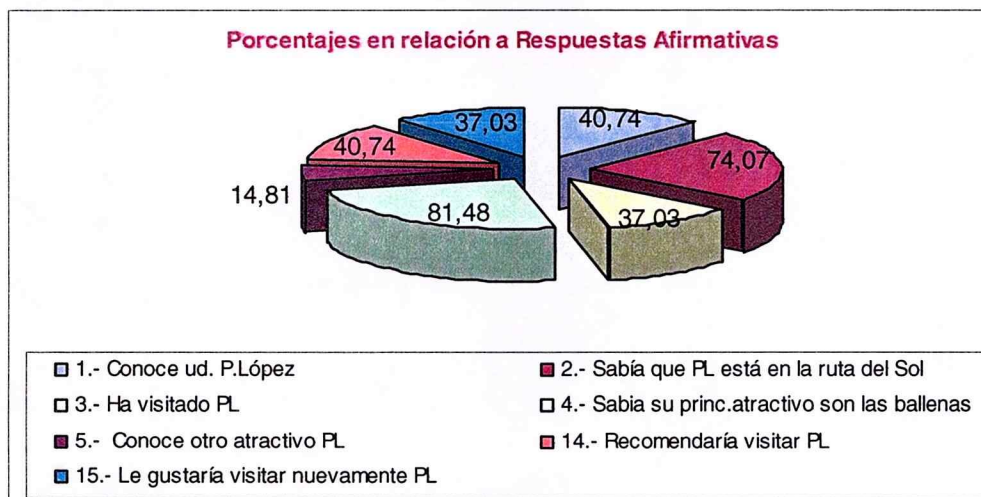
Tabla 5

Grupo de 18 a 30 años			
Encuestados 27 personas			
	si	no	% si
1.- Conoce ud. P.López	11	16	40,74
2.- Sabía que PL está en la ruta del Sol	20	7	74,07
3.- Ha visitado PL	10	17	37,03
4.- Sabía su princ.atractivo son las ballenas	22	5	81,48
5.- Conoce otro atractivo PL	4	23	14,81
14.- Recomendaría visitar PL	11	0	40,74
15.- Le gustaría visitar nuevamente PL	10	0	37,03

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 7



Fuente Tabla 5

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar



En el grupo de 18 a 30 años, apenas el 37.03% ha visitado Puerto López, a pesar de que el 74.07% sabe de su ubicación en la ruta del sol. El 62.97% de esta población no se ha visto interesado en conocerlo, ó no cuenta con la información debida, pues poco saben de sus atractivos turísticos, cambian su visita a un lugar más ameno como Salinas

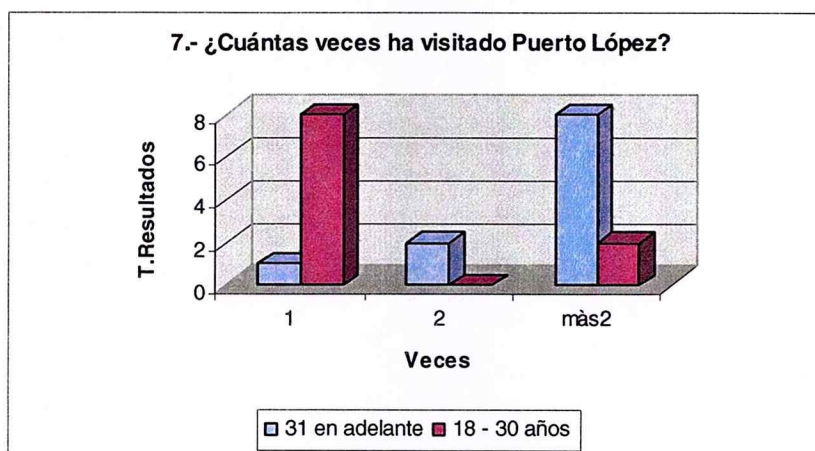
Tabla 6

7.- ¿Cuántas veces ha visitado PL?	1	2	màs2
31 en adelante	1	2	8
18 - 30 años	8	0	2

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 8



Fuente tabla 6

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar



Los resultados obtenidos señalan que de las 22 personas que han visitado Puerto López el 45.45% decidieron regresar a este lugar más de dos veces, sin embargo este porcentaje se acentúa más en el grupo de personas de 31 años en adelante

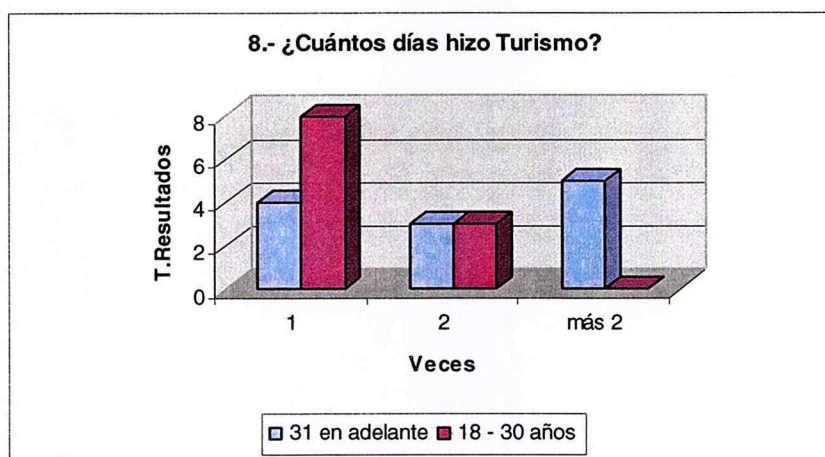
Tabla 7

8.- ¿Cuántos días. Hizo turismo?	1	2	más 2
31 en adelante	4	3	5
18 - 30 años	8	3	0

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 9



Fuente tabla 7

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Generalmente el turismo que realizan en esta zona es por corto tiempo, el 54.54% de las personas que visitaron lo hicieron en apenas un día y el 22.72% en más de dos días



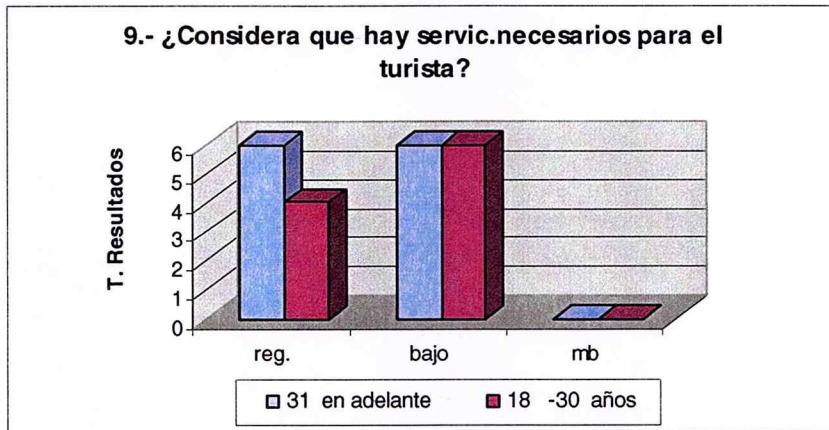
Tabla 8

9.- ¿Considera que hay servic., necesarios para turista?	reg.	bajo	mb
31 en adelante	6	6	0
18 -30 años	4	6	0

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 10



Fuente tabla 8

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

El 54.54% de las personas que han visitado Puerto López considera que los servicios necesarios son bajos y el 45.45% lo considera regular



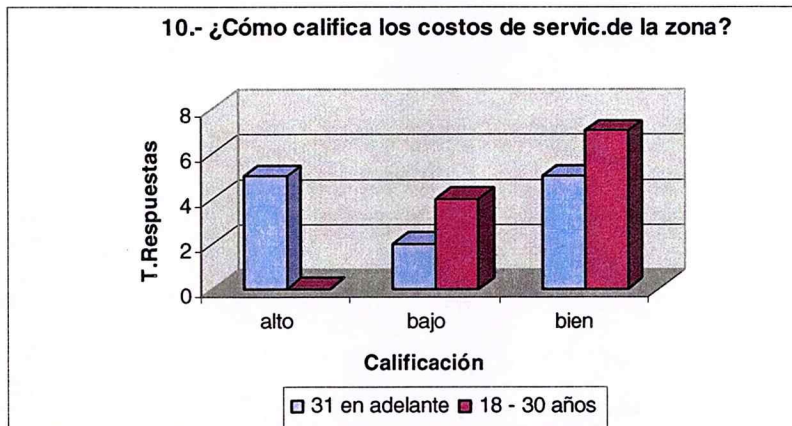
Tabla 9

10.- ¿Cómo califica los costos de servic.de la zona?	alto	bajo	bien
31 en adelante	5	2	5
18 - 30 años	0	4	7

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 11



Fuente: tabla 9

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

En cuanto a sus costos por turismo en la zona el 54.54% de sus visitantes entrega una calificación favorable a los mismos y tan sólo el 22.72% los tilda como altos



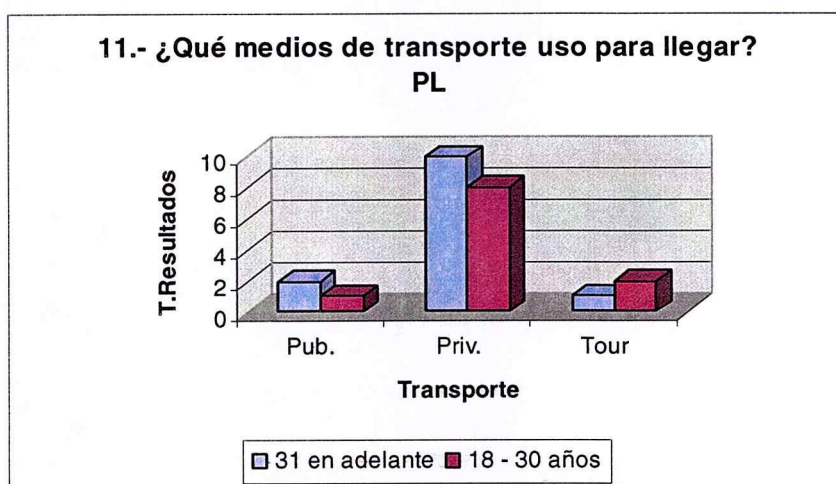
Tabla 10

11.- ¿Que medios de transporte uso para llegar PL?	Pub.	Priv.	Tour
31 en adelante	2	10	1
18 - 30 años	1	8	2

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Gráfico 12



Fuente: tabla 10

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Sus respuestas señalan que el 81.81% ha preferido visitar la zona en vehículo privado y el 18.19% en vehículo público ó tour



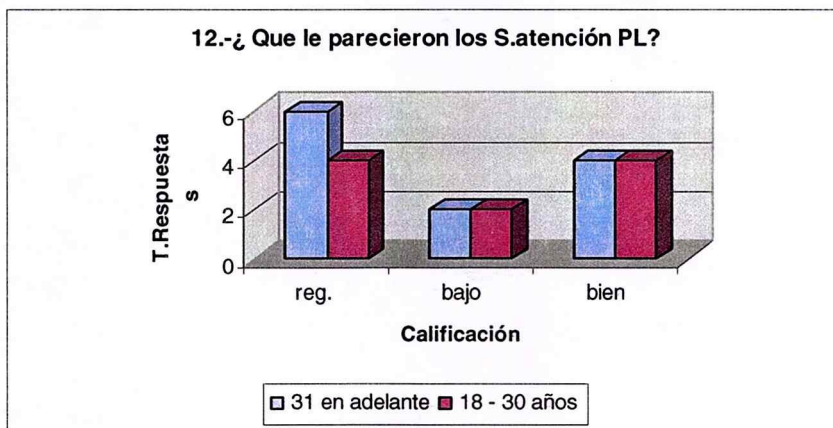
Tabla 11

12.- ¿Que le parecieron los serv. atención en PL?	reg.	bajo	bien
31 en adelante	6	2	4
18 – 30 años	4	2	4

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 13



Fuente: tabla 11

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

El 90.90% de los visitantes calificaron los servicios de atención en Puerto López como buenos ó regulares



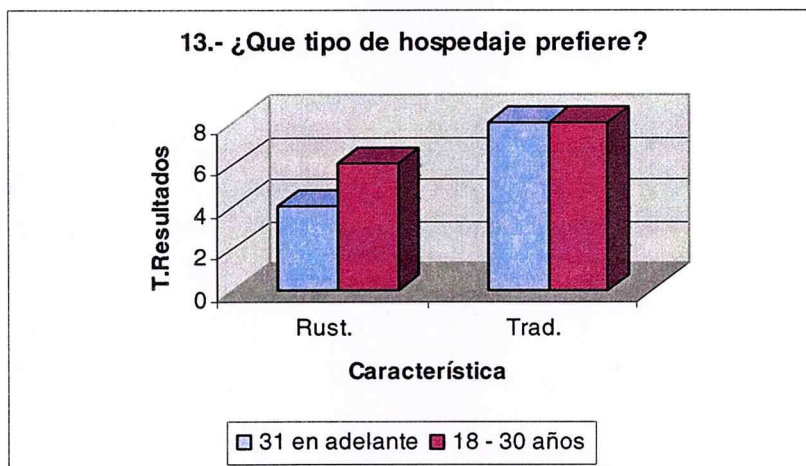
Tabla 12

13.- ¿Que tipo hospedaje prefiere?	Rust.	Trad.
31 en adelante	4	8
18 - 30 años	6	8

Fuente: encuesta realizada por Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Grafico 14



Fuente: tabla 12

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

En ambas clasificaciones por rango de edad, el hospedaje que prefieren es el tradicional.

También se realizaron entrevistas personalizadas a los habitantes del Cantón Puerto López, con relación a la recepción de servicios básicos y sobre el cumplimiento de los proyectos por parte de la Administración Municipal. Así también se pudo obtener datos estadísticos del año 2004 del número de



visitantes a la zona y su proveniencia, esto a través de los registros que llevan en 17 de los 37 hoteles ubicados en la zona, como se refleja en el siguiente cuadro, vale mencionar que en este lugar no existen los mecanismos adecuados para llevar datos estadísticos, por eso su dificultad en presentar sobre los años anteriores².

Tabla 13

Turistas Registrados en el año 2004, en 17 hoteles que manejan libro de registro

Población	Ecuador	Europa	Norteamérica	Centro y Sur América	Oceanía	Asia	África
Porcentaje	51.60%	35.31%	8.28%	2.70%	1.11%	0.95%	0.05%

Fuente: Riopel Kate

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

De acuerdo a los datos expresado en esta tabla, se establece que el mayor número de visitantes provienen de nuestro País, seguido de turistas Europeos con una diferencia de apenas el 16.29%, sin embargo si hacemos la comparación con el número de turistas Europeos que visitaron nuestro País en ese mismo período su incidencia es de tan solo el 2.57%, asegurando con esto la falta de promoción de este lugar tanto a nivel Nacional como Internacional. Veamos en los siguientes cuadros el detalle de turistas por países que ingresan a Puerto López

² RIOPEL, Kate. Turismo en Puerto López, Manabí, Ecuador. School for Internacional Training. Cultura Development, Ecuador, Spring 2005.



Tabla 14

Ingreso de Turistas Europeos, registrados en el 2004, clasificados por País de origen

País	Francia	Alemania	Inglaterra	Holanda	España	Suiza	Italia	Bélgica	Austria	Suecia
#de registros	606	588	484	433	332	323	248	189	88	73
%	18,01	17,48	14,39	12,87	9,87	9,60	7,37	5,62	2,62	2,17

Fuente: Riopel Kate

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

Podemos observar que dentro de los Países Europeos quienes representan el mayor número de turistas son Francia, Alemania e Inglaterra

Tabla 15

Ingreso de Turistas Norteamericanos, registrados en el 2004, clasificados por País de origen

País	# de registros	%
Estados Unidos	638	74,88
Canadá	214	25,12

Fuente: Riopel Kate

Elaborado por: Ingrid Patiño y Aníbal Salazar

El mayor porcentaje de participación de turistas dentro de los Países Norteamericanos se centra en Estados Unidos con participación del 74.88%, y si consideramos este dato dentro del ingreso total de turistas extranjeros, son los de mayor importancia en cuanto a su número



El método de observación aplicado por nosotros en la investigación de campo, se sustenta en la realización de varias visitas al Cantón Puerto López, y su área de influencia, realizamos recorridos por cada uno de sus atractivos turísticos con la finalidad de comprobar sus bondades y tener un mejor criterio en cuanto a costos para turistas Nacionales y Extranjeros, su infraestructura hotelera, vías de comunicación, telecomunicaciones, tipos de diversión, deporte y transporte a estos sitios.

4.2.2 Investigación Secundaria

Dentro de nuestra investigación en el capítulo anterior hemos realizado un análisis muy detallado del entorno dentro del cual se desenvuelve las actividades turísticas del cantón Puerto López.

Hemos analizado su infraestructura hotelera, es decir la capacidad de recepción de pasajeros con las cuales cuenta el Cantón en la actualidad, hemos revisado sus medios de comunicación terrestres y fluviales, los deficientes servicios de telecomunicaciones existentes, la falta de pavimentación de las calles, la falta de construcción de aceras y bordillos, falta de señalización de tránsito y turística, etc., así también hemos analizado los aspectos socio-económicos del cantón es decir los niveles de educación, el acceso a la misma, tasas de empleo, sub-empleo y desempleo, un análisis de las principales causas de mortalidad existentes en la zona de nuestra investigación



4.3 Análisis del Entorno

4.3.1 Matriz del Boston Consulting Group

La BCG, conceptualmente decimos que sirve para proporcionar información necesaria acerca del comportamiento de todos los productos turísticos que puede ofrecer el Cantón Puerto López y su área de influencia. Podemos determinar la tasa de crecimiento o la cantidad de demanda de la población meta, y su participación en el mercado. La matriz BCG, relaciona los productos estrella con aquellos que tienen una alta demanda y alta participación en el mercado, Los productos vacas aquellos que tienen una larga trayectoria en el medio, y una alta participación en el mercado, los perros aquellos que no se han desarrollado y tienen una baja participación en el mercado, los productos incógnita aquellos que se encuentran en proceso de desarrollo, y que tienen poca participación en el mercado, porque existen otros lugares que están brindando un mayor nivel de satisfacción y mejor cumplimiento de sus expectativas.

La matriz que nuestro plan establece para el análisis correspondiente lo detallamos a continuación



MATRIZ DE BOSTON CONSULTING GROUP		
PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO		
DE CRECIMIENTO DEL MERCADO	ALTO	<p>ALTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • El festival mundial de las ballenas jorobadas • La excursión por el parque nacional Machalilla • Un viaje al parque insular de la isla de la Plata • Festival mundial de las balsas
	BAJO	<p>BAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visita al bosque tropical seco • Desarrollo de los deportes acuáticos • Visita al museo arqueológico • Excursión por la playa Agua Blanca • Caminatas por los senderos ecoturísticos Roció y Bola de Oro • Visita al Bosque tropical seco
	ALTO	<ul style="list-style-type: none"> • Disfrutar de la comida propia de la zona • Visitar y bañarse en las playas de Puerto López • Recorrer las playas vecinas como Puerto cayo, Salango y Machalilla • Desarrollo de la pesca deportiva • Recorrido en lancha por la costa de los Frailes
	BAJO	<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de ciudad ecológica y atraer al turista • Fomento de paquetes turísticos para estudiantes y jóvenes deseosos de aventura y conocimiento • Inversión en una estructura turística para atraer a mas turistas • Creación de centros de diversión nocturna como discotecas y casinos



Aunque esta matriz se la utiliza generalmente en el ámbito de los negocios y empresas, consideramos que se puede aplicar en nuestro estudio, por cuanto nos permite establecer las actividades turísticas que generan una mayor rentabilidad en la zona, lo cual nos permitirá realizar mayores inversiones en aquellas actividades que tengan potenciales posibilidades de crecimiento, mantener aquellas que constituyen un puntal de los ingresos actuales, y revisar aquellas que fueron muy productivas pero que en la actualidad no contribuyen en la medida de sus atenciones y esfuerzos de los actores del sector turístico.

4.3.2 Análisis FODA

Para la determinación de la situación turística actual del Cantón Puerto López hemos considerado utilizar la Matriz FODA, con este análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas esperamos llegar a conclusiones que nos permitan desarrollar nuestro Plan de Marketing Estratégico para alcanzar nuestra misión

FORTALEZAS:

- FLORA, FAUNA EXUBERANTES Y CLIMA AGRADABLE

En lo relacionado a la flora y la fauna Puerto López cuenta con un clima bastante confortable cuya temperatura oscila entre los 18 y 24 °C que le ha permitido tener árboles de tipo maderable como los que se detallaron en el capítulo tres. Además cuenta con una gran variedad de animales entre los que sobresalen reptiles como culebras, lagartijas y tortugas también posee varios tipos de animales en peligro de extinción como el guacamayo color escarlata y el ocelote y una extensa diversidad de vida marina, y otros animales ya desaparecidos en el resto de país.



- DIVERSIDAD DE TURISMO

El ecoturismo es el atractivo turístico más explotado en Puerto López, que se realiza con largas caminatas en las que se recorre el parque nacional Machalilla declarado primer cantón ecológico del país, Sendero Bola de Oro, Agua Blanca la isla de la Plata en estos lugares los guías son miembros de las mismas comunidades que nos dan a conocer su historia y costumbres.

En estos sitios se puede realizar turismo aventura, como el snorkeling, buceo, camping y otras actividades.

- PLAYAS EXTENSAS Y HERMOSAS.

La majestuosidad del mar armoniza con las imponentes montañas lo que brinda la sensación de paz y descanso, también se puede disfrutar de playas vírgenes como los Frailes en la que el verde de sus aguas contrasta con su arena blanca.

- BAJO NIVEL DE INSEGURIDAD

Datos proporcionados por las habitantes del sector relacionados a la seguridad del lugar manifestaron no tener mayores problemas de inseguridad

- HOSPITALIDAD Y APERTURA DE SU GENTE

El elemento humano es comunicador de las actividades turísticas que se pueden realizar en el cantón y se caracteriza por la amabilidad y hospitalidad



que brindan a sus visitantes factor muy importante para la comodidad y confianza de los mismos.

DEBILIDADES

- ESTRUCTURALES

En lo relacionado a obras de infraestructura lo que sobresale a simple vista es la falta de asfalto de sus calles produciéndose en las épocas lluviosas malestar entre sus habitantes por que los caminos se transforman en lodazales, no existe alcantarillado fluvial y sanitario , y la iluminación en sus avenidas principales en deficiente.

- IMAGEN

El malecón no presenta la alegría que todo turista espera en cada lugar que visita dando una imagen de desorden y desaseo

- TRANSPORTE

Los medios de transporte urbanos son deficientes en el cantón solo cuenta con los moto taxi que no brinda las comodidades necesarias para el desarrollo de la actividad turística además sus costos son elevados aun para el turista nacional

- SERVICIOS BÁSICOS Y DE APOYO A LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS

La principal deficiencia de los servicios de apoyo al turista es la falta de una institución financiera que labore permanentemente en el sector. Tampoco existe una red de alcantarillado, el servicio de agua potable no existe solo existe agua



de pozos y acequias. Las telecomunicaciones son deficientes pues solo cubren una pequeña porción de los habitantes.

- FALTA DE LUGARES DE DISTRACCION

La ausencia de sitios de distracción es marcada en el sector lo que hace que los turistas no tengan lugares a donde dirigirse en la noche y poder pasar un rato ameno junto a sus familiares.

- DESORGANIZACIÓN EN EL COMERCIO TURÍSTICO

Todo el comercio de Puerto López se encuentra en una desorganización total, los puestos de artesanías y venta de ropa de playa no están asentados de manera ordenada, se encuentran ubicados en construcciones inseguras, y no cuentan con servicios básicos necesarios como agua, luz y teléfono.

- FALTA DE GUÍAS BILINGÜES

Uno de los soportes del turismo a nivel mundial son los guías turísticos en especial los bilingües. En Puerto López esta actividad es desarrollada por los habitantes del sector que en su mayoría no están capacitados de manera adecuada para esta actividad y solo hablan español lo que dificulta la comunicación con los turistas extranjeros que no conocen bien el idioma.

- DEFICIENCIA EN INFORMACIÓN TURÍSTICA

La desinformación de los operadores turísticos a nivel mundial es marcada pues lo que más se promociona a nivel internacional son las islas Galápagos y los



paisajes de la sierra y el oriente son pocos los operadores internacionales que promocionan Puerto López en la época de observación de ballenas.

AMENAZAS

- DESASTRES NATURALES

Se considera que la provincia de Manabí es propensa a sufrir movimientos sísmicos, inundaciones en los inviernos, estas situaciones podrían generar un desinterés en posibles inversionistas en este cantón.

- INESTABILIDAD POLITICA

La actividad turística se ve afectada por la falta políticas de estado y por los problemas políticos que en nuestro país se han vuelto una costumbre, generando el descontento en la gente por el desgobierno, el cantón puerto López no esta libre de estos problemas.

- COMPETENCIA

El desarrollo de los centros turísticos más cercanos a Puerto López, podría influir en la disminución de la preferencia de los turistas a acudir a este Cantón.

- PRECIOS

En nuestro país los servicios turísticos aparentan ser más caros, en comparación a los precios de nuestros países vecinos como Perú o Colombia en donde se manejan propias, y por lo tanto hay una ventaja para los turistas que traen moneda dura, por el cambio a moneda local.



- CONFLICTOS ARMADOS

La situación actual que viven los países limítrofes con Ecuador, provocan inseguridad, afectando el desarrollo de nuestro turismo, por la imágenes de violencia que se transmiten en los medios de comunicación.

OPORTUNIDADES

- CRUCEROS INTERNACIONALES

El Puerto de Manta se ha convertido en un puerto de parada obligada de los cruceros, esto constituye una oportunidad para vender turismo ecológico teniendo la ventaja de estar muy cerca de dicho puerto.

- PROMOCIÓN

El Cantón Puerto López se encuentra en una zona privilegiada de la Ruta del Sol por lo que debemos vender la idea de visitarla tanto a nivel Nacional como Internacional.

- EDUCACIÓN

A través de la educación lograremos desarrollar las habilidades y destrezas de la gente que esta integrada a la actividad turística, una muestra de esto es la enseñanza Bilingüe mediante los intercambios estudiantiles con entidades de otros países, especialmente de habla inglesa.



- TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC)

En el caso de que se firme el TLC estimamos que habrá un incremento de visitantes extranjeros por asuntos de negocios convirtiéndose en difusores de las bondades del país, a quienes tenemos que llegar con la promoción del cantón eco turístico del Ecuador.

4.3.3. Identificación de las Estrategias en la Matriz

FODA

La matriz FODA nos permite desarrollar cuatro tipos de estrategias: FO, DO, FA, DA

- La matriz FO tiene como objetivo aprovechar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades
- La matriz DO tiene como objetivo la minimización de las debilidades para aprovechar las oportunidades
- La matriz FA tiene como objetivo la utilización de las fortalezas para reducir ó evitar las amenazas
- La matriz DA tiene como objetivo minimizar las debilidades para neutralizar³

³ FRED, David, "La Gerencia Estratégica" Pag. 193



ESTRATEGIAS FO

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1.- Flora, Fauna y Clima F2.-Diversidad de Turismo F3.-Playas extensas y hermosas F4.-Bajo nivel de inseguridad F5.-Hospitalidad y apertura de su gente</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1.- cruceros internacionales O2.- Promoción O3.- Educación O4.-Tratado libre Comercio (TLC) -</p>	<p>INICIATIVA ESTRATEGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenios con Universidades Nacionales e Internacionales - Creación de Servicios Turísticos diferenciados - Afiliación a cadena de Hoteles (Vip Club) - Creación Marca Lugar



Estrategias DO

	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1.- Estructurales</p> <p>D2.- Imagen</p> <p>D3.- Transporte</p> <p>D4.- Servicios Básicos y de apoyo a las atracciones turísticas</p> <p>D5.-Falta de casinos y discotecas</p> <p>D6.- Desorganización en el comercio turístico</p> <p>D7.- Falta de guías bilingües</p> <p>D8.-Deficiencia en información turística</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1.- cruceros internacionales</p> <p>O2.- Promoción</p> <p>O3.- Educación</p> <p>O4.-Tratado libre Comercio (TLC)</p> <p>-</p>	<p>INICIATIVA ESTRATEGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regeneración urbana - Convenios con ONGs - Atracción de inversionistas - Creación de folletos informativos y publicidad, telemarketing - Ampliar la información en página Web y mantenerla abierta - Capacitación en normativos municipales - Renovación de convenio con el CISP (Comité Internacional para el desarrollo de los Pueblos)



ESTRATEGIA FA

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1.- Flora, Fauna y Clima F2.-Diversidad de Turismo F3.-Playas extensas y hermosas F4.-Bajo nivel de inseguridad F5.-Hospitalidad y apertura de su gente</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1.-Falta de asignación presupuestaria A2 Exceso de promoción de Galápagos A3.- Poco interés por parte de empresarios en inversión turística A4.-Desastres Naturales A5.- Inestabilidad Política A6- Desarrollo de la Competencia A7.- Conflictos Armados</p>	<p>INICIATIVA ESTRATEGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación mantenimiento al PNM, y playas vírgenes - Elaboración de manual preventivo y de protección al medio ambiente - Ofrecer calidad máxima de producto - Centrarse en Nichos de Mercado - Controles en el nivel de precios



ESTRATEGIAS DA

	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> D1.- Estructurales D2.- Imagen D3.- Transporte D4.- Servicios Básicos y de apoyo a las atracciones turísticas D5.- Falta de casinos y discotecas D6.- Desorganización en el comercio turístico D7.- Falta de guías bilingües D8.- Deficiencia en información turística
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> A1.- Falta de asignación presupuestaria A2.- Exceso de promoción de Galápagos A3.- Poco interés por parte de empresarios en inversión turística A4.- Desastres Naturales A5.- Inestabilidad Política A6.- Desarrollo de la Competencia A7.- Conflictos Armados 	<p>INICIATIVA ESTRATEGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan integral de participación en pro mejora del Cantón - Campañas de concientización y visión futura



<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1.- Flora, Fauna y Clima F2.- Diversidad de Turismo F3.- Playas extensas y hermosas F4.- Bajo nivel de inseguridad F5.- Hospitalidad y apertura de su gente</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1.- Estructurales D2.- Imagen D3.- Transporte D4.- Servicios Básicos y de apoyo a las atracciones turísticas D5.- Falta de casinos y discotecas D6.- Desorganización en el comercio turístico D7.- Falta de guías bilingües D8.- Deficiencia en información turística</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1.- cruceros internacionales O2.- Promoción O3.- Educación O4.- Tratado libre Comercio (TLC)</p>	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>FO1.- Convenios con Universidades Nacionales e Internacionales FO2.- Creación de Servicios Turísticos diferenciados FO3.- Afiliación a cadena de Hoteles (Vip Club) Creación Marca Lugar</p>	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>DO1.- Regeneración urbana DO2.- Convenios con ONGs DO3.- Atracción de inversionistas DO4.- Creación de folletos informativos y publicidad, telemercadeo Ampliar la información en página Web y mantenerla abierta Capacitación en normativos municipales Renovación de convenio con el CHIS</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1.- Falta de asignación presupuestaria A2.- Exceso de promoción de Galápagos A3.- Poco interés por parte de empresarios en inversión turística A4.- Desastres Naturales A5.- Inestabilidad Política A6.- Desarrollo de la Competencia A7.- Conflictos Armados</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Planificación mantenimiento al PNM, y playas vírgenes Elaboración de manual preventivo y de protección al medio ambiente Ofrecer calidad máxima de producto Centrarse en Nichos de Mercado Controles en el nivel de precios</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>Plan integral de participación en pro mejora del Cantón Campañas de concientización y visión futura</p>



4.3.4 Análisis de las cinco Fuerzas de Porter

Este enfoque de planificación de la estrategia corporativa fue propuesto en 1980 por Michael Porter, que plantea que en el mercado existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo en el mismo, y que es preciso analizar los objetivos y recursos con relación a estas cinco fuerzas.

a.- Amenaza de entrada nuevos competidores

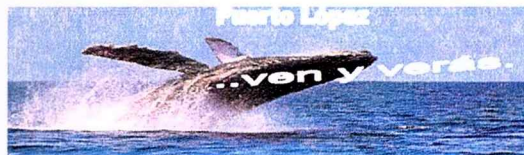
En un mercado donde sus retornos son elevados y tiene barreras muy bajas, con seguridad, muchas firmas querrán entrar en el mismo y llegarán a reducir los retornos. Por eso la importancia de establecer barreras de entrada a posibles nuevos competidores

b.- La rivalidad entre los competidores

En nuestro sitio de investigación la rivalidad puede estar enmarcada en los sitios turísticos cercanos o con similares características, y pueden estar enfrentados por los atractivos, los precios de los paquetes turísticos, o las posibilidades y facilidades de acceso.

c.- Poder de negociación de los proveedores

Dentro de esta fuerza porter analiza en que medida los proveedores pueden influir en la toma de decisiones de la empresa o en nuestro caso en la actividad turística, determinan el tipo de productos que están en condiciones de ofrecer al visitante.



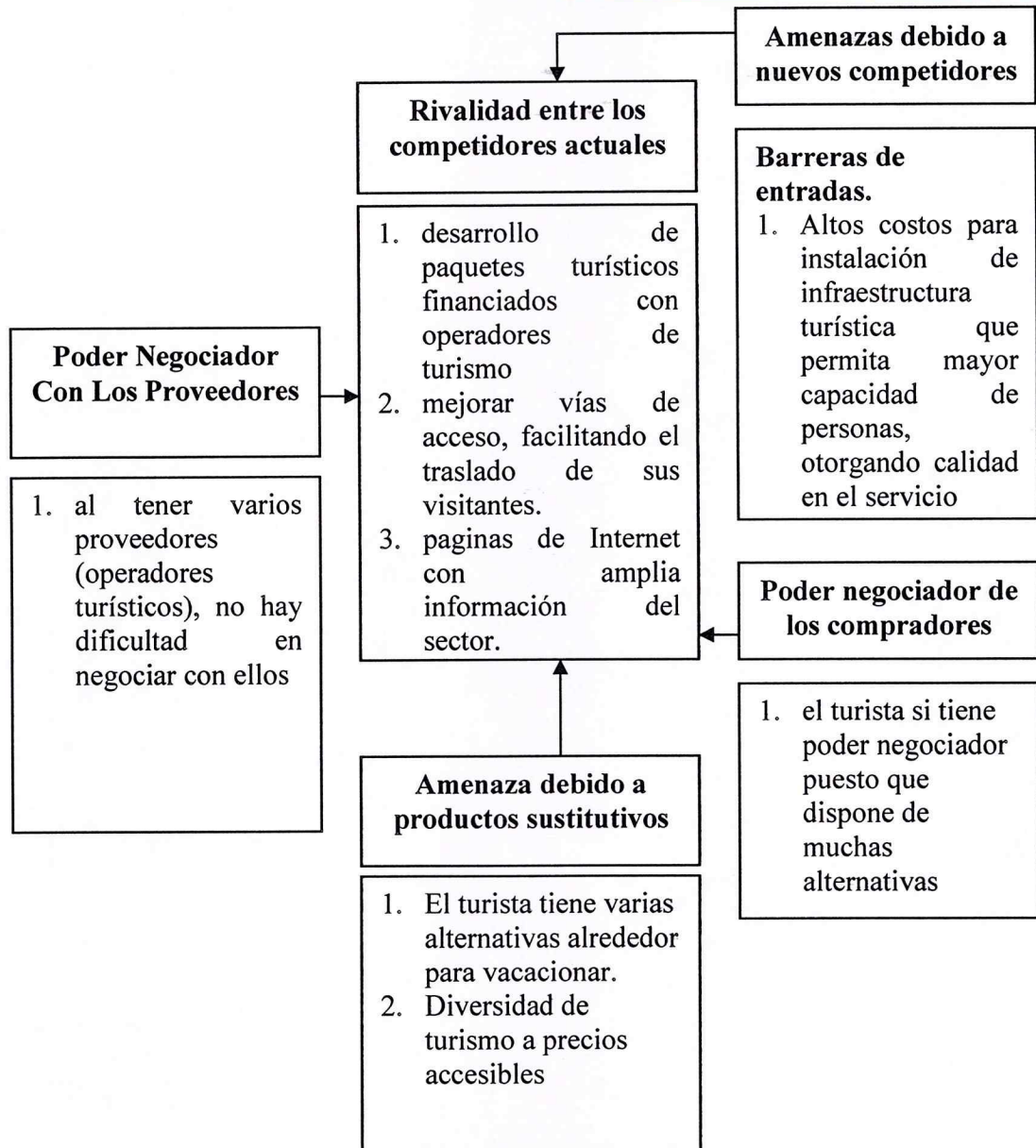
d.- Poder de Negociación de los compradores

Esta fuerza tiene que ver con la capacidad negociadora de los compradores, impondrán sus condiciones al momento de adquirir los bienes o servicios, serán capaces de determinar si lo compran o no lo compran, en nuestro caso el turista es el que demanda nuestros servicios y será el que imponga y escoja las alternativas que le están ofreciendo, el decide que hacer.

e.- Amenaza de Ingreso de Productos sustitutos

La última fuerza de Porter tiene que ver con los productos que están en el mercado que pueden sustituir los productos que nosotros estamos ofreciendo, es decir los paquetes turísticos de lugares similares al Cantón Puerto López.

Dentro de este análisis hemos sintetizado, las 5 fuerzas de Porter y su importancia en la determinación de la rentabilidad de la actividad turística, en el siguiente esquema:





4.4 Diagnóstico Estratégico

Matriz de evaluación de Factores Internos

Factores Internos Claves	Ponderac	Clasif.	R.P.
FORTALEZAS :			
Flora, Fauna Exhuberantes y Clima agradable	0.15	4	0.60
Diversidad de Turismo	0.12	4	0.48
Playas Extensas y Hermosas	0.10	3	0.30
Bajo nivel de inseguridad	0.08	3	0.24
Hospitalidad y Amabilidad	0.10	3	0.30
Descanso y aprovechamiento del Ecosistema	0.08	2	0.16
DEBILIDADES			
Estructurales	0.07	3	0.21
Falta de cultura en el turismo	0.05	3	0.15
Transporte y movilización interna	0.05	2	0.10
Servicios Básicos y de Apoyo a las atracciones turísticas	0.04	2	0.08
Falta de Casinos y Discotecas	0.05	1	0.05
Desorganización en el Comercio Turística	0.04	1	0.04
Falta de Guías Bilingües	0.04	2	0.08
Deficiencia en la Información Turística	0.03	2	0.06
Total..	1.00		2.85



Las Ponderaciones están dadas considerando su impacto en cada una de las clasificaciones, es decir de acuerdo a la importancia de cada uno de los factores, y su clasificación esta dado por su participación en estrategia, el resultado que arroja nos indica los factores que predominan y el valor total nos hace notar que los factores internos son favorables mediante la aplicación, de las estrategias.

Matriz de Evaluación de Factores Externos

Factores Externos Claves	Ponderac.	Clasif.	R.P.
AMENAZAS			
Desastres Naturales	0.05	1	0.05
Inestabilidad Política	0.14	3	0.42
Competencia	0.12	2	0.24
Precios	0.12	2	0.24
Conflictos Armados	0.05	1	0.05
Inviernos Rigurosos o desastrosos	0.10	3	0.30
OPORTUNIDADES			
Cruceros Internacionales	0.15	4	0.60
Promocion	0.12	4	0.48
Educación	0.05	2	0.10
Tratado de Libre Comercio	0.10	3	0.30
Total..	1.00		2.78



4.5 Análisis de los Recursos

4.5.1 Recursos Económicos

Desde el punto de vista Gubernamental en este cantón como en el resto del Ecuador no existen en la actualidad suficientes recursos económicos para apoyar el desarrollo de la actividad turística que se financia con aportes del estado.

El autofinanciamiento mediante tasas e impuestos locales son el sustento para atender los presupuestos de las oficinas de información y apoyo logístico de la actividad turística. Para buscar alternativas de obtención de mayores ingresos y recursos vamos a proponer las estrategias adecuadas que incrementaran los mismos en beneficio de cada uno de los individuos inmersos directa o indirectamente en esta actividad.

4.5.2 Recursos Naturales

En la Población del Cantón Puerto López podemos decir que lo más importante de esta zona son sus recursos naturales destacándose las inmensas playas dotada de arena blanca y aguas muy tranquilas, y claras; podemos mencionar el mar que rodea esta parte del continente apto para hacer deportes acuáticos, como el buceo, esquiar, o hacer ecoturismo por las playas y las islas cercanas.



También sobresale el Parque Nacional Machalilla por la riqueza étnica que representa y por el encuentro con parte de nuestra identidad cultural de la costa que allí se desarrolló en la época incásica.

Su clima, ambientes marinos, y paisajes constituyen elementos importantes de sus atractivos turísticos, mismos que valen la pena disfrutar.

Su bosque tropical seco, tiene características particularmente especiales sobre su adaptación y supervivencia a extremas sequías

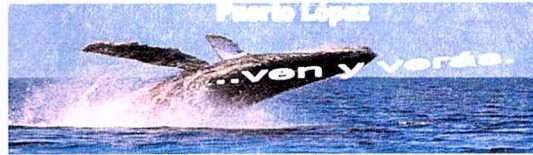
La isla de la Plata es un atractivo principal. Aquí existen grandes colonias de aves residentes y migratorias, podemos encontrar sin ir a Galápagos los piqueros patas azules y patas rojas, que causan mucha gracia a visitantes, es un sitio recreativo muy seguro para los bañistas y el buceo.

4.5.3 Recursos Humanos

Los Recursos Humanos de nuestra zona no están siendo aprovechados en su mejor capacidad, por factores como la falta de educación, mejorar los niveles de la misma, falta de entrenamiento, falta de concientización de que al turista no hay que explotarlo para que regrese, falta de una preparación bilingüe, mejorar las administraciones de los centros turísticos.

4.6 Fijación de los Objetivos

El Objetivo, conceptualmente se puede decir que es el resultado que queremos alcanzar. Los objetivos deben ser cuantificables y mensurables en cantidad y en tiempo, desafiantes y realizables, nos indican el camino a seguir de acuerdo a



nuestras posibilidades, sin objetivos no es posible establecer las estrategias que permitan alcanzar los mismos.

En nuestra investigación los objetivos que se esperan alcanzar con la ejecución del plan de marketing estratégico para el desarrollo del cantón Puerto López son los siguientes:

a.-Mejorar la imagen del Cantón Puerto López en el mediano plazo, dos años, esto es la portada de su Malecón, pavimentación de sus avenidas principales, alumbrado e instalación de servicios básicos en todo el cantón.

b.- Se hace imprescindible crear conciencia en los habitantes de Puerto López en el corto plazo en un periodo de seis meses, que la actividad turística es fuente generadora de empleos e ingresos, y que ellos forman parte indispensable e integral del cambio de imagen que se quiere transmitir a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón. Para lo cual todos los que realicen actividades turísticas deben inscribirse en la Cámara de Turismo

c.-Crear convenios entre empresas privadas y Municipio del Cantón para llevar acabo en el corto plazo, un año, letreros de señalización y publicidad turística que permita al visitante desplegarse dentro del mismo con mucha facilidad

d.- Entendiendo de la importancia del servicio al cliente, en el mediano plazo, tres años, los habitantes que desarrollan actividades en este sector deberán mejorar sus conocimientos y habilidades, elevando sus niveles de educación con relación a los actuales momentos.

e.- En el mediano plazo, tres años se deberá promover turísticamente a Puerto López con campañas televisivas y afiches publicitarios, a nivel interno y externo



del País. Para obtener un incremento de visitas del 30% en el primer año de aplicación del plan y un promedio del 12% adicional en los años siguientes.

f.- Se aspira en el largo plazo, cinco años, haber dado a conocer a Puerto López en el exterior con niveles de aceptación del 30% a tres años y 40% al quinto año con relación a su dato actual

g.- Puerto López deberá aprovechar su ventaja competitiva, el avistamiento de ballenas, durante los meses de Junio, Julio, Agosto y septiembre, con el fin de poder incrementar el número de visitantes, y diversificar la oferta de productos turísticos en los restantes meses del año

4.7 Estrategias a implementarse en este plan

La palabra estrategia proviene de la palabra griega Strates que significa ejército y Agein que significa conducir, es decir conducir al ejército. Otros autores dicen que es el arte y la ciencia de preparar y aplicar los medios disponibles para alcanzar los objetivos planificados.

Nuestro plan ha contemplado un sinnúmero de alternativas con objetivos claros, alcanzables, innovadores y cuantificables, para lo cual hemos considerado utilizar siguientes estrategias

a.- Para mejorar la imagen del Cantón Puerto López consideramos que es fundamental que las autoridades asuman un rol de servicio a su pueblo y se ponga en práctica el concepto de regeneración en sectores como el malecón, y pavimentar sus principales calles, cambiar el sistema de alumbrado público, con uno más llamativo y más claro, utilizando lámparas de neón y que consumen una menor cantidad de kilovatios/hora los recursos que necesitamos los



obtendremos transparentando los ingresos de las visitas realizadas al Parque Nacional Machalilla y canalizándolos en beneficio únicamente de este Cantón, sin que los recursos subsidien y sufragan gastos de otros parques o sitios turísticos del Ecuador. Esto sólo sería factible si se dan a favor las autonomías y la ley de transparencia al gasto público entre en vigencia

La elaboración de los 30 tachos para basura (ver foto) se recomienda las siguientes características tacho de recolección de basura en plancha de acero inoxidable de 1.5 mm con una faja de seguridad en la boca de platina de acero inoxidable de 50mm por 3mm y otra instalada a 250 mm de la anterior para instalar ejes de bisagra.

La cubierta del tacho será construida en plancha de acero negro de 1.5mm con tres refuerzos de tubo de 40mm por 19mm de acero negro, protegido con una capa de empaste protector underfil y pintada con esmalte mate de color verde como acabado.

Características del tacho

- Diámetro 500 mm,
- Alto 850 mm
- Eje de bisagra de 19 mm
- Platina de 50 mm x 3 mm

Características de la cubierta

- 1100 mm de alto
- 600 mm de ancho
- 600 mm de fondo



El material y la mano de obra para los tachos de basura se presupuestan a continuación

Tachos basura			
Descripción	cantidad	valor unitario	Total
Planchas de acero inoxidable de 1.5mm	30.00	120.00	3,600.00
Planchas de acero negro de 1.5mm	30.00	36.00	1,080.00
Platinas de acero inoxidable de 50mm por 3mm	15.00	45.00	675.00
Tubo rectangular de 40mm por 2mm	45.00	15.00	675.00
Eje de 19 mm en acero inoxidable	1.00	75.00	75.00
Anticorrosivo	3.00	14.00	42.00
Underfil	3.00	14.00	42.00
Esmalte verde	3.00	14.00	42.00
Diluyente	5.00	4.00	20.00
Gasolina	5.00	1.50	7.50
Sierras	3.00	1.50	4.50
Masilla plástica	2.00	14.00	28.00
Lijas para hierro	10.00	0.50	5.00
Mano de obra por unidad	30.00	100.00	3,000.00
Obra adicional instalación de tachos	30.00	25.00	750.00
Total material y mano de obra			10,046.00
Valor por unidad			333.87

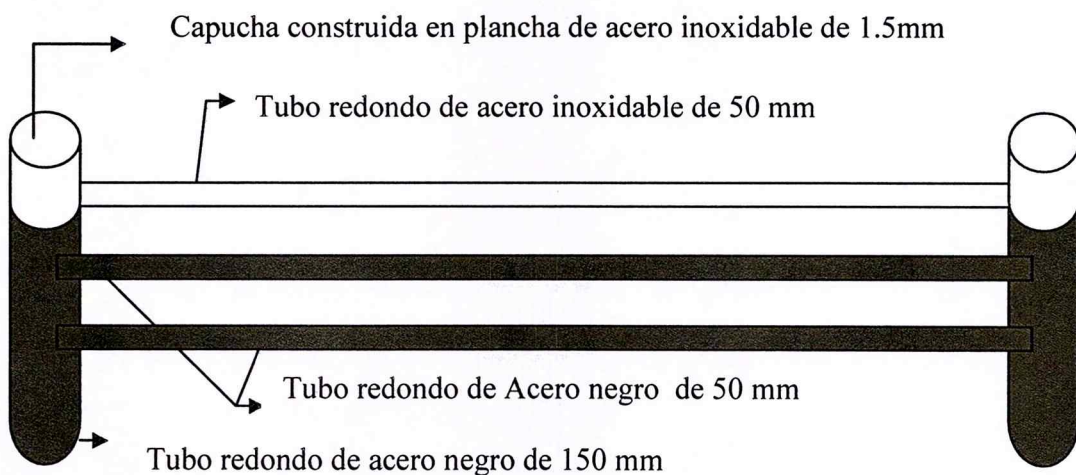
Para la construcción de las barandas para el malecón de Puerto López el material que se recomienda utilizar es el que a continuación se detalla:

- Tubo redondo en acero negro de 150 mm por 3 mm
- Tubo redondo de acero inoxidable de 50 mm por 2 mm
- Tubo redondo en acero negro de 50 mm por 2 mm



LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS BARANDAS SERÁN LAS SIGUIENTES:

- Pilaretes de 150mm empotrados en el piso en una riostra de 300 mm de ancho
- Los pilarete deberán estar a una distancia de tres metros entre cada uno
- La altura de cada pilarete será de 950 mm
- Cada pilarete tendrá en su punta superior una cubierta de acero inoxidable de 1.5 mm en forma de capucha de 150 mm de ancho
- Los pilaretes serán unidos con tubos de 50mm a una distancia de 300 mm entre ellos
- El primero de estos tubos será de acero inoxidable soldado en la capucha a 50mm de la punta





Para esta obra el material y la mano de obra se encuentra presupuestada en el siguiente cuadro.

Baranda del malecón			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Tubo redondo de 6 pulgadas	70.00	80.00	5,600.00
Tubo redondo de 2 pulgadas	400.00	23.00	9,200.00
Tubo de acero inoxidable de 2 pulgada	200.00	120.00	24,000.00
Soldadura	30.00	1.40	42.00
Plancha de acero de 1.5 mm	3.00	130.00	390.00
Sierra sanflex	10.00	1.50	15.00
Soldadura de acero	80.00	0.50	40.00
Anticorrosivo	15.00	14.00	210.00
Underfil	15.00	14.00	210.00
Esmalte verde	15.00	14.00	210.00
Diluyente	15.00	4.00	60.00
Waípe	10.00	2.50	25.00
Gasolina	10.00	1.50	15.00
Mano de obra por metro lineal	20.00	1,200.00	24,000.00
Total material y mano de obra			64,017.00
Valor de cada metro lineal			53.35

Adicionalmente a este trabajo se recomienda construir a lo largo de el malecón una riostra de 300mm de ancho previo el replantillado del piso y la construcción de un muro de piedra para poder asegurar de manera firme la baranda los costos de estos trabajos se detalla a continuación



Descripción	Cantidad	Valor	Total
Replanteo del piso	1,200.00 m ²	5.47	6,564.00
Riostra	120.00 m ³	453.00	54,360.00

Los postes para el alumbrado para el malecón recomendamos que sean de tipo ornamentales, ubicados en las esquinas de cada cuadra del malecón a ambos extremos de la acera los cuales deberán poseer las siguientes características:

- Tres metros de altura
- Elaborados en hierro fundido
- Diámetro inferior de 200mm
- Diámetros superior 120mm
- Espesor 5 mm
- Deberán poseer 2 lámparas de neón en forma de candelabro
- Distancia entre lámparas de 400 mm

Los precios y las cantidades se detallan a continuación

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Postes de alumbrado	30.00	600.00	18,000.00
Lámparas	60.00	40.00	2,400.00
Focos	60.00	3.00	180.00
Cable	56.00	15.00	840.00
Fotocélulas	30.00	8.00	240.00
Instalación	30.00	50.00	1,500.00
Total			23,160.00



En los mil doscientos metros de la parte principal del malecón de Puerto López se recomienda cambiar la capa de asfalto por una de cemento para que tenga una mayor resistencia al tráfico que soporta esta avenida, para evitar su deterioro con facilidad, esta capa de cemento deberá poseer las siguientes características:

- Espesor de 200 mm

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Pavimento	9,600.00	75.00	720,000.00
Replantillado del terreno	9,600.00	6.50	62,400.00
Relleno piedra	9,600.00	15.00	144,000.00
Aceras	3,600.00	8.35	30,060.00
Bordillos	2,400.00	25.00	60,000.00
Total			1,016,460.00

Las baterías sanitarias deberán ser construidas de cemento y estar debidamente separados por sexo

Y se deberán cumplir las siguientes normas en su diseño

Cada sección tanto de hombres como de mujeres tendrá como mínimo dos cabinas de escusados cuyas dimensiones serán 1 metro de ancho por 1.20 metros de largo y de 2.30 metros de alto para cada cabina. Tener una puerta con cerradura interna y deberán mantenerse los debidamente limpios y desodorizados

Adicionalmente las cabinas de los hombres deberá poseer un urinario como mínimo, y tanto la cabina de hombres como de mujeres estarán dotados de dos lavamanos



Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Baterías sanitarias	4.00	3,500.00	14,000.00

b.- A pesar de su amabilidad su condición conservadora no les permite observar que el ingreso de turistas hacia su pueblo les genera beneficios sino que al contrario entorpece sus actividades laborales y culturales. Para lo cual proponemos campañas televisivas, radiales y en los diarios de circulación, para así obtener la aceptación total haciendo del turismo su actividad principal

Actualmente el Municipio del Cantón analiza llevar a cabo varios proyectos a favor del Cantón, entre los cuales podemos nombrar el de Educación ambiental, mismo que se desarrollará en pro de crear conciencia entre sus habitantes para proteger el hábitat de las especies y la conservación del medio ambiente

Este proyecto es planteado por PROLOCAL y enfrenta los problemas de la pesca indiscriminada y de animales de libre pastoreo que fueron jerarquizados durante el primer taller comunitario.



Duración del Proyecto:	5 años	
Ubicación del Proyecto	Comunidad:	Puerto López
	Parroquia:	Puerto López
	Cantón:	Puerto López
	Provincia:	Manabí
Comunidades participantes: Platanales, Dos Ríos, El Tamarindo, La Encantada, Río Blanco, San Vicente, Matapalo, La Colombia, Guale, Río Plátano, Puerto López		
Número de familias:	560	
Jefes de familia hombres:		Jefes de familia mujeres:
Monto estimado del Proyecto	\$ 70.000	
Aporte de la comunidad:	\$ 14.000	
Monto total del Proyecto:	\$ 84.000	
Costo por familia:	\$ 150	

La escasa cultura ambiental, hace que estos pueblos estén relegados de un desarrollo socio-económico, ignorando cómo aprovechar sustentablemente sus propios recursos, es por eso que con este proyecto se persigue básicamente crear una conciencia ciudadana de conservación ambiental para mejorar la calidad de vida de la población

c.-La información para los visitantes es primordial, puesto que es la primera impresión que ellos se llevan y que puede ser el germen que siembre la confianza y las bondades de nuestros pueblos para con los turistas, por lo tanto debemos implementar una adecuada señalización de la ciudad y sus atractivos turísticos para hacer más fácil y agradable la estancia de quienes nos visitan, para financiar estas obras las autoridades municipales, de tránsito y turísticas deben crear y buscar el apoyo en los empresarios privados, mediante la



implementación de canjes o convenios para poner las publicidades de las empresas en los letreros de señalización.

Señales de información

Indicaciones que puedan resultar de utilidad, Rutas, Destinos, direcciones, Distancias, Servicios, Puntos de interés

SEÑALES DE PREVENCIÓN

Clasificación

1. Señales indicativas de curvas.
2. Señales indicativas de cruce.
3. Señales indicativas de las condiciones físicas de la superficie de la vía.
4. Señales indicativas de reducción del ancho de la vía
5. Señales indicativas de las variaciones circunstanciales de la vía
6. Señales indicativas de peligros ajenos al diseño de la carretera.
7. Señales indicativas de los movimientos de peatones.
8. Señales de indicación de restricciones en las dimensiones de los vehículos
9. Señales indicativas de las condiciones de la vía.



Posición

Considerar:

Condiciones particulares de la carretera

Volumen de tránsito

Velocidad de circulación

Tabla de posición de señales de prevención

Velocidad (km/h)	30	40	50	60	70	80	90	100	110
Distancia (m)	30	40	55	75	95	115	135	155	175

- Dos señales preventivas
- Primera en posición inicial
- Segunda 50 metros antes

SEÑALES DE INFORMACIÓN

Clasificación

1. Señales para identificar calles y carreteras.
2. Señales para indicar sentidos de circulación.



Solo Vuelta Izquierda **Doble Circulación** **Vuelta Derecha Continua**

3. Señales para indicar la interrupción por motivos accidentales de la carretera.
4. Señales para indicar información general.
 - Señalización de hoteles y hospedajes
 - Señalización de atractivos turísticos
 - Señalización de servicios básicos



Señalización de Centros educativos y salud



Señalización de zonas protegidas

Las características que deberán poseer estas señales son las que se señalan a continuación:

Diseño

Información: forma rectangular, con el lado mayor en posición horizontal

Servicios:

rectangular, pero con el lado mayor dispuesto en posición vertical

Dimensiones

1,80; 2,40 ó 3,00 m. De ancho y 0,45; 0,60; 0,90; 1,20; 1,80; 2,40 ó 3,00 metros de altura.

Tabla de dimensiones para señales de información

Tipo de señal	Zona rural	Zona urbana
Señales rectangulares	60 x 90 cm ²	50 x 75 cm ²

Señales para indicar direcciones y destinos

- **Señales de preseñalización:** estas señales se utilizarán con anterioridad a intersecciones o empalmes para indicar al conductor las diferentes opciones de destinos y trayectorias que se le presentarán más adelante.



- **Señales de dirección:** estas señales se situarán en la intersección, lo más próximo posible al punto de decisión, para indicar al conductor la dirección que debe tomar para alcanzar el destino al que se dirige.
- **Señales de confirmación:** estas señales se ubicarán a continuación de las intersecciones o empalmes como confirmación de los destinos a los que se accede por la ruta que se circula.

Geometrización y diseño de señales de información

Las dimensiones de las señales de información que indican direcciones y destinos serán función del número de nombres que contengan, así como de los tamaños de las letras, números, símbolos y flechas utilizados.

Letras

Color blanco en todos los casos.



Tabla de tamaños de letras (en mm)

Tipo de señal	Preseñalizac	Movimiento	Confirmación	Dirección
Carretera rural con velocidad > 100 km/h	250	200	200	200
Carretera rural con velocidad < 100 km/h	200	150	150	150
Carteles sobre la calzada	400	400	400	400
Zona urbana	150	125	125	125

Los materiales a usarse en la elaboración de estas señalizaciones son:

- Plancha galvanizada de 1.5mm
- Tubo redondo galvanizado de 50mm
- Pintura fluorescente

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Señales de dirección	300.00	80.00	24,000.00
Señales de información general	120.00	150.00	18,000.00
Señales de Atractivos turísticos	20.00	300.00	6,000.00
Total			48,000.00

d.-En los actuales momentos en un mundo globalizado el concepto de atención al cliente es fundamental para desarrollar la imagen de las empresas, en



especial si estas trabajan con estándares internacionales, esto se alcanza únicamente con la capacitación permanente de su personal.

Aunque el carisma y ganas de servir caracteriza a los habitantes de Puerto López, es importante mejorar su potencial de atención al cliente en los empleados que acogen al turista actualmente en Puerto López, así también se hace necesario fomentar centros de enseñanza bilingües

CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO TURISTICO

Se crearan alianzas estratégicas con Universidades y centros de estudio que se dediquen a la enseñanza de turismo, mediante el mecanismo de pasantía dentro de las cuales los estudiantes podrán poner en práctica sus conocimientos y a su vez compartir las experiencias con el personal que labora dentro de la actividad turística, tomando como centro de instrucción la Cámara de Turismo, y en cuanto al mejoramiento de los idiomas aplicar la misma estrategia mencionada y tratar de incrementar intercambio de estudiantes extranjeros.

Descripción de Rubros	C.Mensual	C.Anual
Alquiler de local para dictar seminarios y conferencias	100,00	1.200,00
Mobiliario Para amoblar el local		
2 Pizarrones acrílicos		300,00
50 sillas plásticas		600,00
2 escritorios		300,00
1 TV 29"		900,00
1 Computadora		800,00
1 Proyector		1.500,00
Materiales y Utiles de Oficina	30,00	360,00
Hospedaje y alimentación de Pasantes	450,00	5.400,00
Total		11.360,00



e.-La estrategia que el sector va a poner en práctica es la de mejorar la promoción del Cantón Puerto López, para lo cual hemos considerado plantear trabajar en diferentes caminos o alcanzar diferentes metas a través de la utilización de diferentes tácticas que las analizamos a continuación:

1. Desarrollo de una campaña de publicidad.

Para lograr esto es preciso determinar el mercado al que queremos llegar con el mensaje, es decir la audiencia meta, si nuestro mercado está en los turistas nacionales o en el mercado extranjero, o si nuestra publicidad debe apuntar en los dos frentes, consideramos que de acuerdo a la tendencia del comportamiento del mercado mundial el sector turístico es el de mayor perspectiva de crecimiento, de acuerdo a las estadísticas analizadas existe una mayor afluencia de turistas nacionales que los extranjeros.

Nuestras metas con la promoción será hacer conocer en el Ecuador y en el mundo de los atractivos turísticos que posee Puerto López. Para la promoción utilizaremos diversas formas que las mencionamos a continuación:

MEJORAMIENTO DE LA PAGINA WEB

Utilizaremos medios interactivos como el mejorar la información de la página WEB, esta debe resaltar a Puerto López como un sitio Turístico, su localización, y como hacer para llegar y visitar este hermoso lugar del Ecuador con licencia para aparecer en varios sitios de navegación tanto en español, Inglés, Francés, Alemán, Italiano, Portugués, Japonés, chino, Musulmán, entre los más principales. Nuestra propuesta respecto a la página Web es la siguiente:

Puerto Lopez :: Ven y veras :: - Microsoft Internet Explorer

Archivo >> Dirección E:\index.html Ir





Home Información Turismo Acerca de.. Contáctenos

... PUERTO LOPEZ ...

...ven y veras !

Puerto Lopez...

Puerto Lopez ciudad de con una extensión de 411.69 km2, con cerca de 50 km lineales de franja costera y una población 18630 habitantes, ubicada en el Suroeste en la Provincia de Manabí. Emerge del anonimato debido a sus recursos turísticos naturales, los mismos que ha logrado explotar para beneficio de sus pobladores y comunidades aledañas.

Tu destino escurritaco en la costa del Pacífico...

Listo Inicio >> turismo Mapas Edu Diaz M (E:) Puerto Lopez :: Ve... MI PC

<< 21:47



Puerto Lopez ::: Ven y verás :: - Microsoft Internet Explorer

Archivo » Dirección E:\turismo\turismo.html


Home Información Turismo Acerca de.. Contáctenos

...: PUERTO LOPEZ ::: ..ven y verás !

Turismo....

Desde hace 5 años se vienen realizando importantes programas turísticos, gestados por los Gobiernos Cantonales, el Municipio y las Cámaras Turísticas de Pto. Lopez. Uno de los mayores eventos y el más importante es el Festival Mundial de las Ballenas, el cual se realiza en los meses de Junio a Septiembre de cada año, con grandes comparsas que dan la apertura al mencionado avistamiento.

Además de otros atractivos como sus playas, los frailes, piqueros, Salangos, Parque Nacional Machahilla, Ayanpe, Cendero de Rocío, Isla de la Plata en la cual se puede observar una gran variedad de flora y fauna.



Inicio Inicialización Puerto Lopez ... Edu Diaz M (E:) Mapas MI PC Microsoft Phot... 21:48



Básicamente la página Web está diseñada de una manera práctica y sumamente comprensible de las bondades turísticas que ofrece Puerto López, y la forma más fácil de llegar a este lugar, nos muestra las principales atracciones turísticas y se va a convertir en el mecanismo que posicione al cantón Puerto López en el mercado turístico tanto a nivel nacional como internacional

El costo para la elaboración y ejecución de la página web, incluyendo el dominio y las seguridades a los sistemas de comunicación e información que contenga dicha página, en el mercado local se cotiza en valores entre los \$1000 y \$6000 dólares dependiendo de la cantidad de sistemas adicionales que requiera una empresa o institución; el costo del mantenimiento en los sitios de navegación son independientes y muy variados y pueden estar entre los \$300 y \$600 dólares mensuales

FERIAS TURISTICAS

Tener una participación activa en las principales ferias turísticas del Ecuador, América y el mundo, en donde se promocionen paquetes turísticos con ventajas comparativas que favorezcan a incrementar el número de visitantes, como jubilados, profesionales, deportistas, investigadores, y estudiantes habidos de conocer nuevas costumbres, culturas, variedad de comidas, hermosas playas y otros atractivos turísticos propios de la zona.

Anualmente en nuestro País se realizan Ferias Turísticas, mismas que son organizadas por la Bolsa Internacional de Turismo del Ecuador B.I.T.E., es el evento profesional más concurrido por los empresarios de turismo Ecuatorianos y por aquellos del extranjero que buscan soluciones integrales a sus demandas de paquetes turísticos en Ecuador y la Región



B.I.T.E.	
Dimesión Stand	Costo más IVA
6,00 m2	500,00
12.00 m2	1.000,00
18,00 m2	1.500,00

Este cuadro nos indica el costo de los stand para la participación en las Ferias organizadas por el BITE (suscripción www.bitecuador.org), mismas que son celebradas en la ciudad de Cuenca, aquellas Ferias Internacionales realizadas en otros Países como España y Estados Unidos tienen un costo de \$600 dólares por stand.

Encontrar empresas que puedan hacer representación turística en mercados como España, Francia, Alemania, Inglaterra, USA, y otros, los países vecinos pueden ser atendidos desde Ecuador, la promoción estaría encaminada a preparar planes operacionales anuales, considerando los mercados y el público objetivo.

ELABORACION MATERIAL PUBLICITARIO

Dentro de las tácticas considerarían entregar boletines de prensa, elaborar folletos, postales, camisetas, llaveros, stickers, recuerdos varios, capaces de atraer a los visitantes que los lean, los mismos que serian entregados en ferias locales, eventos deportivos, oficinas como agencias de viajes, operadores turísticos, y en eventos que crean puedan atraer a potenciales viajeros y así visitar nuestro lugar de análisis y por supuesto nuestro país.



Descripción de Rubros	C.Unitario	C. Millar
Dípticos turísticos	0,30	300,00
Trípticos turísticos	0,40	400,00
Postales	0,15	150,00
Stickers	0,03	30,00
Camisetas	3,00	3.000,00
Llaveros artesanales	0,50	500,00
Total		4.380,00

En el ámbito promocional es importante determinar los objetivos de la misma pues el propósito de la publicidad es vender la imagen de este sector, vender los servicios, vender la atención que los turistas van a recibir en caso de visitar este hermoso lugar.

MARCA

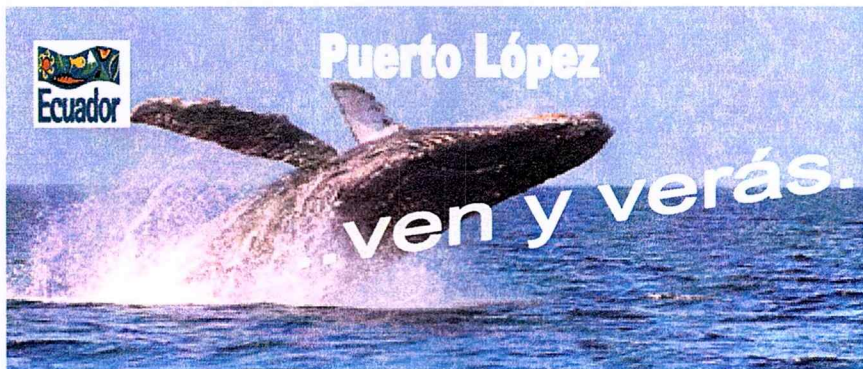
Para nuestro Plan Estratégico hemos considerado que la mejor alternativa en cuanto al nombre de la marca es el de " Puerto López", por ser un nombre conocido a nivel nacional e internacional, cuando se menciona este nombre enseguida lo relacionamos con la provincia de Manabí, con el avistamiento de las ballenas jorobadas, con el cantón ecológico, con el Parque Nacional Machalilla, entre otros; es decir que esta marca ya se encuentra posicionada en un sector del mercado ó de los clientes metas, por lo tanto nuestros esfuerzos van a estar encaminados a realzar de la mejor manera el nombre de este cantón

Puerto López



ESLOGAN Y LOGOTIPO

Para promocionar la actividad turística es necesario promocionar el mensaje ya creado “Puerto López ven y verás; para que llegue al subconsciente de quien lo ve o escucha, sembrando la curiosidad por conocer y experimentar las emociones que este sitio puede ofrecer. Este mensaje puede estar junto a un logotipo que enmarque el atractivo ya conocido y que puede ser reconocido fácilmente “avistamiento de ballenas”, y siempre con el respaldo del Ministerio de Turismo Ecuador



La imagen escogida, representa una de las bellezas que posee nuestro País, como es el mar de color azul intenso, y con el símbolo que identifica a Puerto López en el Ecuador y el resto del mundo, como es la presencia de la ballena jorobada en este sector durante los meses de junio a octubre, en la parte superior del recuadro el nombre del cantón, y en el centro la leyenda “.....ven y verás”, que hace alusión a la invitación a los turistas a conocer este ecológico sector



PUBLICIDAD EN RADIO, TELEVISION, PRENSA Y GUIAS TELEFONICAS

Para incrementar la promoción, se deben distribuir los folletos en los lugares en donde mayormente acude el turista como Malecón 2000, diferentes Mall del País, Hoteles, grandes cadenas de comisariato, restaurantes reconocidos, rentadoras de carros, en cuanto a medios de difusión de la publicidad, es importante considerar el tipo de medios, nuestra estrategia será anunciarnos en radio, televisión, guías turísticas y guías telefónicas de Guayaquil, Quito y Cuenca para el turismo nacional.

Descripción de Rubros	10"	20"	30"	40"	50"	60"
Cuñas Publicitarias en radio						
AAA de 8H00 a 20H00	6,80	12,24	17	19,04	23,12	27,2
AA de 20H00 a 7H00	4,25	6,91	11,69	14,96	17	19,04
Cuñas Publicitarias en Televisión						
AAA de 7H00 a 22H00	150,00	300,00	400	500	600	700
Publicación en Periódicos	4 x 4	10 x 10	10 x 20	20 x 20	1/2 pagina	1 pagina
Diario Universo	300,00	800,00	1.200,00	1.800,00	4.000,00	8.000,00
Diario El Mercurio	50,00	150,00	200,00	300,00	690,00	1.500,00
Publicidad en Guias Telefónicas						
Guía GYE	1.700,00	5.000,00	7.000,00		9.000,00	18.000,00
Guía Manabí	300,00	600,00	1.100,00		2.100,00	4.200,00

Un aspecto importante de la promoción es el presupuesto con el cual contamos para este tipo de campañas, en nuestro caso los recursos disponibles no son muy generosos como para implementar un programa de



promoción como el que estamos diseñando en el plan estratégico, por lo tanto debemos apoyarnos en instituciones y organismos involucrados en el negocio del turismo, será necesario buscar el financiamiento mediante convenios, alianzas económicas y la participación especial de los miembros de la cámara de turismo

Una vez se coordinan la utilización de todos los recursos económicos, humanos, naturales, este se convierte en un producto destinado a la satisfacción y disfrute de aquellas personas que buscan una propuesta de descanso y distracción fuera de su lugar habitual de residencia, a este producto se le añaden los servicios turísticos como transporte, hospedaje, alimentación, guías de viaje etc.

ELABORACION VALLAS PUBLICITARIAS

Se recomienda la elaboración de tres vallas publicitarias de gigantografía las cuales estarán ubicadas en puntos estratégicos del cantón, como en las entradas del mismo en donde se les dará la bienvenida a los turistas y en gráfico las bellezas y atractivos con los que cuenta conjuntamente con las rutas y mapa del cantón. En la parte posterior de esta misma valla el anuncio de que esta saliendo de Puerto López y haciéndole la invitación a su pronto retorno. De la misma forma se puede proceder en el puerto de Machalilla.

Estas vallas deberán poseer las siguientes características

- Altura de total de 15 metros
- Diámetro del tubo soporte de la valla 1116 mm
- Base para anclaje soporte de plancha de acero negro de 25 mm
- Pernos para anclaje del soporte 75 mm de largo por 22 mm de diámetro



- Dimensiones de la valla publicitaria de 3 metros de alto por 10 metros de largo

Los materiales que deberán ser usados son

- Plancha negra de 5 mm para la construcción de el tubo de soporte de la valla
- La estructura de la valla será elaborada en correas de 100 mm por 3mm.
- La cubierta de la valla será de plancha de acero negro de 0.9mm
- Plancha de acero negro de 25mm

Costo de material y mano de obra se detalla a continuación.

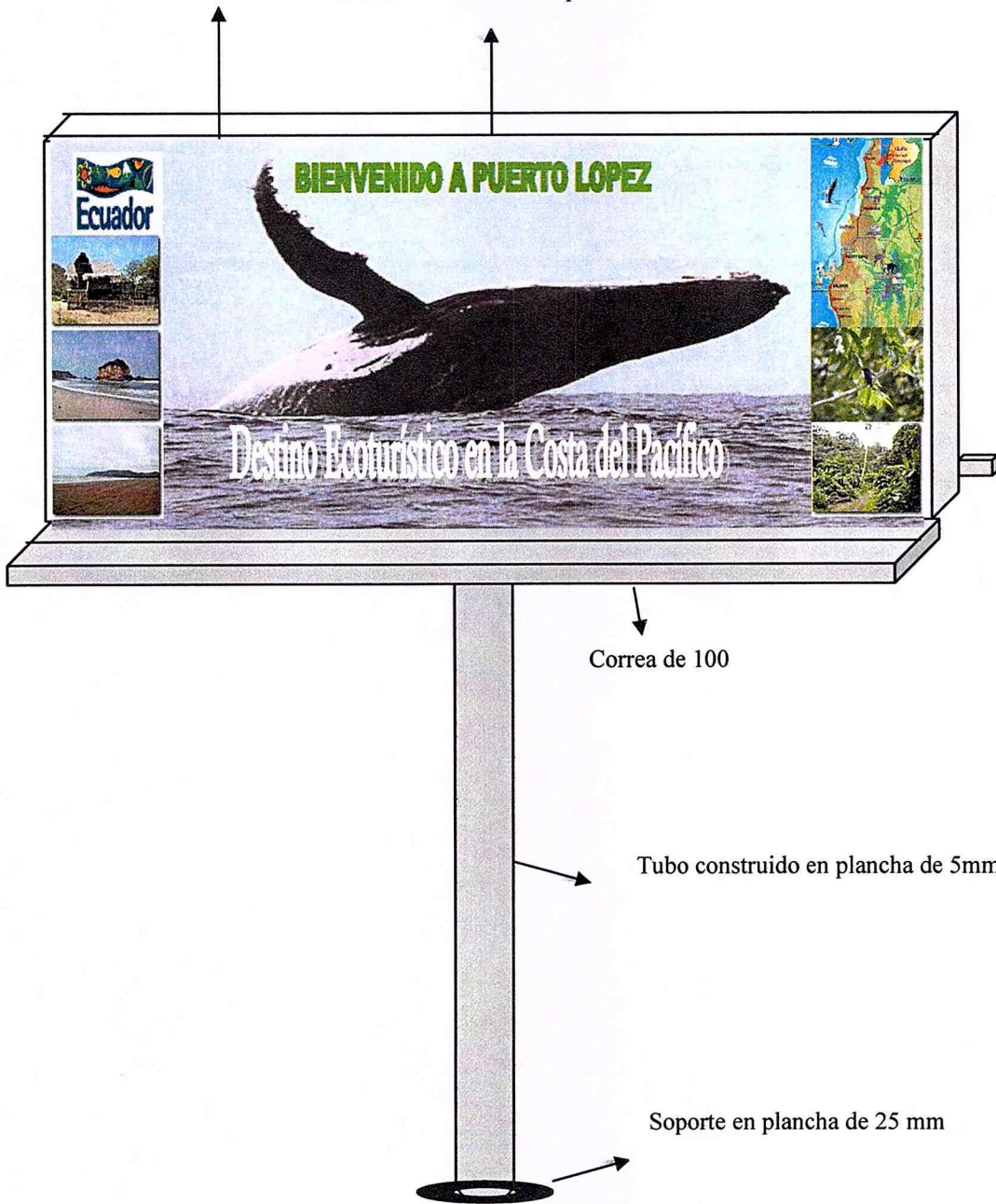
PUBLICIDAD GIGANTE			
Material	Cantidad	Precio	Total
Planchas de acero negro de 5mm	54.00	90.00	4,860.00
Correas de 100 por 3	135.00	23.00	3,105.00
Planchas de acero negro de 0.9	90.00	25.00	2,250.00
Plancha de acero negro de 25 mm	12.00	350.00	4,200.00
Anticorrosivo	30.00	14.00	420.00
Soldadura	180.00	1.40	252.00
Diluyente	30.00	4.50	135.00
Pernos	36.00	3.00	108.00
Reflectores	24.00	35.00	840.00
Cables	3.00	30.00	90.00
Sierras	12.00	1.50	18.00
Mano de obra	3.00	5,000.00	15,000.00
Total material y mano de obra			31,278.00
Precio por cada una			10,426.00

Tu destino ecoturístico en la Costa del Pacífico



Plancha de 0.9mm

Estructura correa de 100 por 3





4.8 PROPUESTA DE FINANCIAMIENTO PARA EL PLAN ESTRATEGICO

Conseguir fondos para iniciar el Plan de Marketing Estratégico, puede ser una tarea difícil, por ello decidimos mencionar algunos mecanismos para la obtención de recursos.

4.8.1 Financiamiento

Financiamiento Gubernamental

Solicitar al Ministerio de Economía para que entregue recursos a la prefectura de Manabí para obras como la pavimentación de la avenida principal del malecón, de Infraestructura sanitaria, y educativa. Esto no se convertiría en una carga para el gobierno pues al mejorar las condiciones de Puerto López, incrementaría el turismo mejorando el nivel de vida de los habitantes del cantón. A su vez el estado recupera lo invertido mediante el cobro de impuestos y tasas a los turistas que ingresen al cantón.

Créditos a organismos internacionales

Como el Banco Interamericano de Desarrollo Una de las primeras opciones que se presentan ante la necesidad de conseguir financiamiento, pero no es recomendable por las altas tasas de interés que estos cobran. Pero son los únicos que financian obras de infraestructura de gran tamaño a los que se les solicitaría recursos para el asfaltado de las principales calles, así como la construcción de aceras y bordillos del cantón.

El Capital privado

Capital propio.- incentivar a los dueños de los hoteles, bares, restaurantes, comerciantes, y operadores turísticos de Puerto López para que aporten capital en la construcción de tachos de basura, postes de alumbrado público,



llaveros, camisetas y demás materiales publicitarios de esta manera incrementar el turismo, obteniendo un mayor margen de utilidad y el retorno de su inversión en el menor tiempo posible

Las alianzas estratégicas.- son otra alternativa de financiamiento y puede hacérselas con operadores y ferias internacionales de turismo, para que publiciten a Puerto López fuera del país y estos a su vez publiciten sus servicios en el Cantón

Los Patrocinios.- Encontrar varias compañías transnacionales y nacionales como Coca Cola, Coopertone, Brama, Pilsener, entre otras para que sufraguen los costos de la construcción de la baranda del malecón y la señalización tu

rística y de tránsito.

Fundaciones.- La creación de una Fundación que financien y administren la regeneración urbana, como ejemplo podemos mencionar el caso del malecón 2000 en Guayaquil del cual transcribimos un documento en el que se detalla el modelo de gestión, los entes que la integran, los recursos humanos empleados, los objetivos del proyecto y el mecanismo que emplearon para financiarse.

Modelo de Gestión

Basado en experiencias exitosas en otras latitudes (Barcelona, Buenos Aires, Bilbao, etc.), el modelo de gestión de Malecón 2000 se fundamentó en una entidad privada sin fines de lucro en la que participan las instituciones más reconocidas y exitosas de la sociedad, a la que se le transfiere en un convenio de comodato, por 99 años, los terrenos del Malecón de la ciudad de Guayaquil para que en ellos desarrolle y administre el proyecto.



La Fundación Malecón 2000 se constituyó el 24 de Enero de 1997 con el objeto de planificar, desarrollar, construir, administrar, financiar y mantener el Malecón Simón Bolívar y otras áreas de la ciudad; sus límites de influencia abarcan las riberas del Río Guayas, sus Islas, tales como la Santay, así como las riberas del Estero y sus islas, tales como Puná, a fin de reencontrar estos espacios como el eje de su desarrollo social, cultural y productivo.

Está conformada por las siguientes instituciones fundadoras:

- - *Municipalidad de Guayaquil*
- - *Gobernación del Guayas*
- - *Primera Zona Naval*
- - *Escuela Superior Politécnica del Litoral*
- - *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*
- - *Universidad Estatal de Guayaquil*
- - *Asociación de Bancos Privados del Ecuador*
- - *Cámara de la Construcción, Cámara de Industrias*
- - *Cámara de la Pequeña Industria*
- - *Cámara de Comercio*
- - *Cámara de Turismo*
- - *Fundación Natura*
- - *Junta Cívica de Guayaquil*
- - *Fundación Ecuador.*

Recursos Humanos

Fundación Malecón 2000, exigió contar con un equipo profesional reducido, competente y muy coordinado, se realizó proceso de selección, a un equipo de jóvenes y talentosos profesionales que con la asesoría de Oxford Brookes University desarrollaron todo el proyecto.



Objetivos del Proyecto

- - *Propiciar la regeneración urbana del centro de la ciudad y evitar el deterioro y pérdida de valor de las inversiones inmobiliarias de la zona adyacente al Malecón*
- - *Atraer el turismo nacional e internacional.*
- - *Incrementar el área verde por habitante en la ciudad de Guayaquil.*
- - *Mejorar el sistema de evacuación de aguas lluvias en el área de influencia del proyecto.*
- - *Proteger el área central de la ciudad, en especial la parte norte del Malecón, ante las inundaciones por las crecidas del río Guayas.*
- - *Contribuir al ordenamiento del tráfico vehicular en todo el centro de la ciudad.*
- - *Disminuir el déficit de espacios de parqueo.*
- - *Revalorizar el Patrimonio Nacional y monumentos (Barrio Las Peñas, Malecón, Municipio, Gobernación, etc.)*
- - *Incrementar la seguridad.*
- - *Generar empleo directo e indirecto. Financiamiento*

Financiamiento

Se debe distinguir dos aspectos en la parte financiera del Malecón 2000:

Los recursos para ejecutarlo

Existen dos tipos de espacios en el Malecón, aquellos contribuyentes al pago de su edificación y aquellos no contribuyentes. Para lo primeros la forma de financiación fue a través de créditos con el sistema financiero (Centro Comercial Malecón) y/o a través de concesiones (Museo del Banco



Central y futuros Hotel y Centro de Entretenimiento). Para los segundos los fondos se obtuvieron a través de las donaciones provenientes de la ley 26 que permite donar hasta el 25% del impuesto a la renta causado.

Los recursos para mantenerlo

Las áreas rentadas permiten obtener los recursos para mantener el Malecón 2000 en óptimas condiciones. Desde un inicio se calculó el programa concesionable teniendo en cuenta este objetivo.

4.8.2 Impacto social

Desde la puesta en marcha de nuestro Plan estratégico de marketing el impacto social de este sería favorable para los habitantes del Cantón, pues se crean nuevas fuentes de trabajo directas (obreros para la regeneración del malecón) que en primera instancia beneficiara a un mínimo de 50 familias. Y a medida que las obras de regeneración avancen las fuentes de trabajo se incrementarían considerablemente, ya que se necesitara personal para limpieza, mantenimiento de las obras ya concluidas y seguridad. Las fuentes de trabajo indirecto como transporte, suministros de construcción y personal tendrán también un impacto favorable. Así como el comercio y la pesca que con vías de comunicación expeditas hará que estas actividades se realicen de una manera más dinámica.

El incremento de los ingresos familiares a consecuencia de los nuevos puestos de trabajo proporcionara a los habitantes del Cantón los recursos necesarios para poder satisfacer sus necesidades básicas como educación, alimentación, salud y vivienda de manera pronta y oportuna, alcanzando un mejor nivel de vida.



La regeneración del cantón no solo proporcionara mejores ingresos familiares si no que también reducirá considerablemente los índices de enfermedades respiratorias. Gastrointestinales, y problemas a la piel, debido a la reducción el polvo, fango, el tratamiento adecuado de la basura y desechos orgánicos. El incremento de los ingresos y la reducción de los focos infecciosos conlleva a elevar considerablemente la condición de vida de los habitantes del cantón e incentivando a turistas nacionales y extranjeros a visitar Puerto López.

4.8.3 Impacto Ambiental

El ecosistema del Cantón no se vera afectado con la regeneración pues los trabajos se realizaran principalmente en la zona urbana, no obstante las molestias que originen en la ejecución de estas obras como ruido, polución, calor, uso de asfalto podrían afectar a los habitantes de la zona urbana por tal motivo estos deberán ser monitoreados constantemente para mantenerlos dentro de los parámetros máximos permitidos para evitar que se afecte la salud de los habitantes.

Control del ruido.

En los trabajos de asfaltado de las calles del cantón y pavimentación del malecón se usara maquinaria pesada que generarán ruido superiores a los ochenta decídeles. Después de terminada la colocación de la capa de asfalto en Puerto López el tráfico se intensificará originando niveles constantes de ruido.

Cuando el ruido sobrepasa determinados límites, se produce sordera y efectos patológicos en ambos sistemas, tanto instantáneos como diferidos. A niveles mucho menores, el ruido produce malestar y dificulta o impide la atención, la comunicación, la concentración, el descanso y el sueño. La reiteración de estas situaciones puede ocasionar estados crónicos de



nerviosismo y estrés lo que, a su vez, lleva a trastornos psicofísicos, enfermedades cardiovasculares y alteraciones del sistema inmunitario. La disminución del rendimiento escolar o profesional, los accidentes laborales o de tráfico y ciertas conductas antisociales.

Sobre la fauna salvaje

Este aspecto no ha sido explorado aún suficientemente. Pero Los resultados de las investigaciones disponibles apuntan a efectos negativos sobre la nidificación de las aves, los sistemas de comunicación de los mamíferos marinos y otros. El ruido ha contribuido al desplazamiento de muchas especies animales de su hábitat y rutas naturales, así como a la creación de impedimentos a sus costumbres de reproducción y alimentación.

Por estos motivos y siendo el ruido un contaminante de fácil reducción con la aplicación controles y leyes que regulan el uso de bocinas y el mantenimiento de los tubos de escape con silenciadores en perfecto estado en los vehículos el ruido no sería un serio problema para el ecosistema.

Polución

En la actualidad la falta de asfalto en las calles de Puerto López a mantenido a sus habitantes a una constante exposición al material particulado en niveles bastante elevados teniendo efectos perjudiciales sobre la salud y bienestar del las personas, y ha contribuido a aumentar las enfermedades respiratorias como la bronquitis y exacerbar los efectos de algunas enfermedades cardiovasculares el siguiente cuadro muestra los efectos en la salud por la exposición de la polución existente

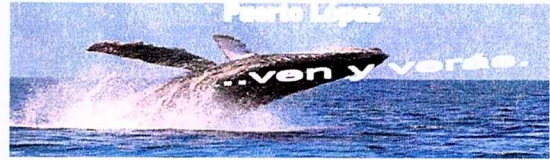


Efectos en la salud humana por exposición a material particulado

Concentración (ug/m3)	Efecto observado	Impacto
200	Disminución capacidad respiratoria	Moderado
250	Aumento de enfermedades respiratorias en ancianos y niños	Moderado
400	Afecta a toda la población	Grave
500	Aumento de mortalidad en adulto mayor y enfermos	Muy grave

Impactos en la Salud

La exposición a contaminantes del aire puede causar efectos agudos (corto plazo) y crónicos (largo plazo) en la salud. Usualmente, los efectos agudos son inmediatos y reversibles cuando cesa la exposición al contaminante. Los efectos agudos más comunes son la irritación de los ojos, dolor de cabeza y náuseas. A veces los efectos crónicos tardan en manifestarse, duran indefinidamente y tienden a ser irreversibles. Aunque los contaminantes



pueden afectar a la piel, ojos y otros sistemas del cuerpo, el principal perjudicado es el sistema respiratorio.

Después de cubierta las calles con la capa de asfalto recomendada en este Plan los niveles de polvo en el medio ambiente tienden a reducirse provocando la reducción de las enfermedades que origina el polvo y mejorando la salud de los moradores

4.9 Implementación de las Estrategias

Nuestro trabajo de investigación está considerado específicamente como una alternativa que se va a sugerir para que sea aplicado por las autoridades de turno del Cantón Puerto López, en el caso de que así sea estimamos que el plan estaría implementado en un mediano plazo puede ser 3 años, para lo cual establecemos un orden de prioridades en la aplicación de las estrategias mediante el Diagrama de Gantt.



DIAGRAMA DE GANTT							
		Año 1		Año 2		Año 3	
No.	Estrategias	1	2	3	4	5	6
1	Regeneración del Malecón	■	■	■	■		
2	Pavimentación de Calles	■	■				
3	Mejorar Alumbrado público	■	■				
4	Adecuar la Señalización Turística	■	■				
5	Instalación de servicios básicos	■	■				
6	Promoción y Publicidad	■	■	■	■		
7	Mejorar información página Web	■					
8	Mejorar conocimiento y habilidades de los habitantes	■	■				
9	Buscar representación turística internacional	■	■				
10	Creación de marca, slogan y logotipo	■					
Elaboración: Econ. Ingrid Patiño - Econ. Aníbal Salazar							

Se han enumerado cada una de las estrategias a implementarse en los tiempos considerables a cumplirse, para ello se estima poder obtener los recursos económicos y lograrlo de la siguiente manera

En lo que respecta a regeneración urbana, tenemos vivo ejemplo de lo alcanzado en la ciudad de Guayaquil y Machala, a través del cobro de valores por regeneración agregados a los impuestos prediales en un plazo de cinco años. Se debe también buscar la participación de empresas privadas para que inviertan en la regeneración, estableciendo convenios o concesiones para que luego ellos mismos puedan publicitar sus productos



La pavimentación de calles y bordillos se puede lograr mediante la participación de responsabilidad compartida entre las autoridades municipales y los pobladores utilizando el mecanismo de las mingas programadas, los recursos requeridos para esta obra deben ser absolutamente municipales

El alumbrado público corresponde a la empresa eléctrica de Manabí con quienes se debe hacer las gestiones necesarias para conseguir el objetivo planteado que es el de mejorar la calidad de iluminación en avenidas principales de este Cantón

La señalización turística, deberá ser financiada en los mismos convenios con empresas privadas mediante canje ó concesiones publicitarias anexas a las vallas de señalización

En lo concerniente a la parte de promoción y publicidad debe haber una participación muy activa de las asociaciones de turismo en conjunto con la cámara de turismo del cantón para lograr la implementación en los períodos establecidos de las estrategias y objetivos planteados

4.10 Proyecciones económico Sociales del Cantón Puerto López

4.10.1 Oferta

A pesar de la condiciones de aparente crisis en el Ecuador, el comportamiento de la oferta de bienes y servicios destinados a la atención del sector turístico ha tenido un comportamiento de crecimiento sostenido, se han incrementado el número de operadores turísticos, en un 20% en los últimos 5 años, se ha diversificados los productos turísticos para las diferentes épocas del año, la inversión en el mejoramiento de la



infraestructura hotelera ha crecido, la atención al público esta generando una reacción en la población impulsándolos a ser mejores cada día. El sector alimenticio debe ser un puntal del crecimiento turístico satisfacer a los visitantes con platos típicos de la zona y el país puesto que se los considera como elementos importantes de la cultura y las costumbres de los pueblos y sus habitantes.

Categorías en las que se encuentran ubicados los hoteles

Categorías	Hoteles	Totales
Primera	Atamari, Mantarralla Lodge	2
Segunda	Cueva del oso, Pacifico, Tuzco , Plaza Real, Almare, Alandaluz, Ballena Azul, Oceanic, Barquita la, Iguana La , Mandala, Piqueros Patas Azules, Terraza, LA tortuga, Osteria Tsafiki, Sunway Inn, Los Islotes, Piedra del Mar, Sol inn	19
Tercera	Tuzco Inn, Villa Colombia , Machalilla Internacional, Paola, Puerto López, Turis mar, Fragata, Rió Chico, Itapoa, Buenos Aires, Acapulco, Cabañas Manteñas, Manabí sur, Punta Piedrero, Monte Líbano, Yubarta, Isla de la Palta, Flipper	18

De acuerdo al cuadro presentado Puerto López cuenta con 39 hoteles en la actualidad, y esto comparado al dato obtenido en el año 2004 tuvo una variación del 8.33 % anual, un año atípico, pero creemos que la tasa de crecimiento de esta inversión debería ubicarse en el 4 % anual. Por lo que siguiendo esta tendencia se proyecta que dentro de los próximos cinco años los hoteles que se incrementarán serán los de segunda de 19 a 23 y los de tercera de 18 a 22, lo que significa que se mantendrá la deficiencia y la insuficiencia de infraestructura hotelera de este cantón. Es necesario



aumentar la inversión del sector privado con la creación de mayores incentivos tributarios y líneas de créditos con tasas de interés preferenciales.

4.10. 2 Demanda

El comportamiento de la demanda estimamos que va a tener un mayor incremento de acuerdo a las expectativas que se ha generado con la llegada de varios cruceros a nuestras costas en los últimos tiempos, con la firma del TLC que seguramente constituirá y elemento multiplicador de la afluencia turística, especialmente de los norteamericanos.

La migración considerado por muchos un factor negativo, se ha constituido para nuestro país en un elemento generador del turismo en toda Europa porque ellos quieren conocer donde queda Ecuador y porque se produce el efecto migratorio, en España existen unos quinientos mil ecuatorianos, en Italia cien mil, en Francia, en Alemania; Holanda, y otros países, quienes impulsan la marca Ecuador que la debemos aprovechar para impulsar nuestra marca "Puerto López cantón Ecológico del Mundo"



Turismo receptor del Ecuador y la participación del Cantón Puerto López					
Años	2000	2001	2002	2003	2004
Turismo Receptor	627.090	640.561	682.962	760.776	792.523
Participación Puerto L.(3%)	18.813	19.217	20.489	22.823	23.776
tasa de crecimiento		2	7	11	4
Proyección de la demanda del turismo receptor de Puerto López					
años	2005	2006	2007	2008	2009
Proyección turismo receptor	25.221	26.755	34.781	38.955	43.629
tasa estimada	6%	6%	30%	12%	12%

4.10.3 Crecimiento y Desarrollo Social de la Población

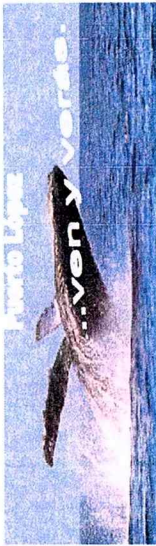
El comportamiento de la demanda estimamos que va a tener un mayor incremento de acuerdo a las expectativas que se ha generado con la llegada de varios cruceros a nuestras costas en los últimos tiempos, con la firma del TLC que seguramente constituirá y elemento multiplicador de la afluencia turística, especialmente de los norteamericanos.

La migración considerado por muchos un factor negativo, se ha constituido para nuestro país en un elemento generador del turismo en toda Europa porque ellos quieren conocer donde queda Ecuador y porque se produce el efecto migratorio, en España existen unos quinientos mil ecuatorianos, en Italia cien mil, en Francia, en Alemania; Holanda, y otros países, quienes impulsan la marca Ecuador que la debemos aprovechar para impulsar nuestra marca "Puerto López cantón Ecológico del Mundo"



Turismo receptor del Ecuador y la participación del Cantón Puerto López					
Años	2000	2001	2002	2003	2004
Turismo Receptor	627.090	640.561	682.962	760.776	792.523
Participación Puerto L.(3%)	18.813	19.217	20.489	22.823	23.776
tasa de crecimiento		2	7	11	4
Proyección de la demanda del turismo receptor de Puerto López					
Años	2005	2006	2007	2008	2009
Proyección turismo receptor	25.221	26.755	34.781	38.955	43.629
tasa estimada	6%	6%	30%	12%	12%

4.11 PROYECCION DE INGRESOS Y COSTOS CONTEMPLADOS EN LA APLICACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING.



FLUJO DE FONDOS DE INVERSION CON APLICACIÓN EL PLAN DE MARKETING

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tasas Turísticas e impuestos		2.823.470	1.337.000	1.230.941	1.133.316	1.045.137	967.001
Fundación " Puerto López"		17.000	19.040	21.325	23.884	26.750	29.960
Total ingresos		2.890.470	1.412.040	1.314.986	1.227.446	1.150.562	1.085.078
Aporte gobierno	1.874.305						
Inversión capital privado	449.165						
Préstamo organismo internacional	500.000						
COSTOS DE INVERSION							
Regeneración del Malecón		134.983					
Pavimentación de Malecón		1.016.460					
Mejorar Alumbrado Publico		23.160					
Adecuar La Señalización Turística		79.278					
Instalación de Baterías Sanitarias		14.000					
Promoción Y publicidad		15.000					
Mejorar Pagina Web		6.600	600	600	600	600	600
Mejorar Conocimientos y Habilidades		95.360	11.360	11.360	11.360	11.360	11.360
Buscar Representación Turística		18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Total Costos de Inversión		1.402.841	29.960	29.960	29.960	29.960	29.960
Costo de operaciones		4.250	4.760	5.331	5.971	7.222	8.688
Sueldos y salarios		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Intereses		43.169	35.512	27.150	18.018	8.046	
Amortización		83.210	90.867	99.229	108.361	118.333	
Total gastos		1.553.470	181.099	181.670	182.310	183.561	58.648
Flujo de fondo neto	2.823.470	1.337.000	1.230.941	1.133.316	1.045.137	967.001	1.026.430
Flujo de fondo descontado al 10%		1.215.455	1.017.307	851.477	713.842	600.432	579.393



4.11.1 INGRESOS.

a.-Los ingresos que se generarían con nuestra propuesta son las tasas por servicios que los turistas pagan en el cantón, los mismos que consideramos se irán incrementando a medida que se vayan ejecutando las obras señaladas en nuestro plan a una tasa del 12%. Con la construcción de las obras de infraestructura y regeneración urbana, pavimentación de calles, construcción de aceras y bordillos estamos seguros que los ingresos por impuestos prediales se incrementarán en un 200% contribuyendo al flujo para obras de inversión y fomento turístico.

Se Explico sobre la creación de una fundación que administre la aplicación del plan estratégico cuales serian sus funciones y como obtendríamos los recursos para las obras y proyectos que se deben llevar a cabo en el cantón, los recursos con los que aportaría la fundación serian obtenidos de los arriendos por locales y espacios ubicados en los lugares regenerados a lo largo del malecón, y también por las donaciones del 25% de impuesto a la renta, que será propuesto para ser aprobado en el Congreso Nacional.

Una fuente a la cual podríamos recurrir es conseguir un préstamo de un organismo financiero Internacional, al cual podríamos aplicar si nuestro plan es aceptado por la autoridades del cantón, como el BID, otro Banco que también podría ayudarnos es el Banco el Estado que financia obras de los organismos seccionales, siempre y cuando se presente el proyecto respectivo de inversión y su capacidad de pago o retorno de la inversión, para lo cual hemos propuesto un valor considerado factible de satisfacer en su capital e intereses, adjuntamos la tabla de amortización. (Ver Anexo 20).

Ya hemos mencionado la obtención de Recursos mediante alianzas estratégicas, patrocinios, Canjes publicitarios, y otros mecanismos en los que participe la empresa privada los mismos que son muy importantes para



financiar obras de promoción y publicidad, en nuestro presupuesto este aporte es muy significativo. Así también esta el aporte de los organismos del Gobierno central como asignaciones de Ministerio de Finanzas, del Consejo Provincial que estarían aportando con el mayor rubro de Inversión de nuestro plan estratégico.

4.11.2 COSTOS

Los Costos de nuestro presupuesto estarán determinados por las inversiones que necesita hacer para cambiar la imagen del cantón.

La regeneración del Malecón lo vamos a realizar con el replantillado de las aceras y bordillos que comprenden el malecón, modernización de las barandas, mejorar la iluminación del sector de la playa y el malecón. Otra obra de vital importancia es la construcción de servicios higiénicos que satisfagan la demanda de los turistas con tecnología y comodidades que exigen los estándares actuales de calidad.

La pavimentación de las calles sin lugar a dudas mejoraría la opinión del turista y aumentaría el autoestima de la población.

Ademas están considerados los costos para:

Mejorar el alumbrado público

Adecuar la señalización turística

Mejorar la pagina web

Invertir en educación y mejoramiento de habilidades

Buscar un Representante fuera del país para que nos promocioe y nos de a conocer.

Dentro de nuestro presupuesto consideramos los Gastos Administrativos que están compuestos por sueldos y salarios de quienes administraran el proyecto y el plan estratégico, la movilización y viáticos, entre otros los que consideramos muy importante para mantener el trabajo. Si se crea la fundación esta seria la encargada de administrar el plan.



Al aplicar para un crédito en un organismo internacional debemos solicitar que el mismo tenga las condiciones mas favorables como una tasa de interés preferencial, periodo de gracia grande, una porción no reembolsable, puesto que parte de la inversión se la va a destinar para el sector social como salud, educación, empleo entre otras variables.

4.11.3 BENEFICIOS

Si bien es cierto que en el corto plazo es decir mientras se realizan las obras se va ha producir un efecto negativo en la salud de los habitantes por lo señalado en los párrafos anteriores como el ruido, la polución, la contaminación entre otros no es menos cierto que los efectos positivos que estos traerán son mayores en todos lo aspectos, económico, social y cultural de los habitantes del cantón.



CAPITULO V

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El presente trabajo de Investigación esta realizado con la finalidad de conocer mejor la riqueza turística que posee nuestro país y específicamente la costa, considerado como el sitio más ecológico del Ecuador.

- 1.- La infraestructura Turística en la actualidad no satisface las expectativas de quienes hacen turismo, es por eso que la mayor cantidad de turistas prefieren hospedarse en sitios cercanos a Puerto López
- 2.- No existen servicios básicos en el sector, como agua potable, alcantarillado sanitario y fluvial, lo que no permite al turista permanecer mayor tiempo en la zona
- 3.- La imagen que presenta actualmente Puerto López no incentiva la fidelidad de turistas nacionales e internacionales
- 4.- La poca promoción de su riqueza natural de forma permanente no está permitiendo la concurrencia de turistas durante todo el año. No existe diversificación de actividades
- 5.- Sus bajos índices de educación, conocimientos, habilidades y destrezas de aquellos que participan en las operaciones turísticas no están permitiendo dar atención óptima

5.2 Recomendaciones

El Plan de Marketing Estratégico propuesto para el desarrollo de la actividad turística esta concebido considerando la predisposición de las autoridades



del Cantón, para ponerlo en marcha tratando de cumplir con el cronograma establecido.

1.- Incentivar la inversión privada para la creación de nuevos lugares de hospedaje y recreación, manteniendo su ambiente natural sin afectar demasiado al eco-sistema y al mismo tiempo entregar las comodidades exigidas por el turista

2.- Recomendamos al Municipio la instalación oportuna de los servicios básicos como el agua potable, alcantarillado fluvial y sanitario lo que contribuirá al desarrollo de la población

3.- Nuestro Plan estratégico contempla el mejoramiento de la imagen de su Malecón, mediante la regeneración del mismo esto es su fachada, instalación de tachos de basura, renovar su alumbrado, aceras, bordillos y pavimentación integral del mismo.

4.- Se recomienda mejorar página web, anuncios publicitarios, participación en ferias, obtener representación internacional para la difusión y promoción de Puerto López y su diversidad de actividades turísticas que se realizan durante todo el año

5.- Poner en ejecución el proyecto de Educación Ambiental, así como también los programas de intercambio estudiantil y conocimiento del idioma inglés, se propone también la creación de centros de capacitación para dictar talleres que ayudaran a mejorar las habilidades y destrezas de sus habitantes



5.3 Bibliografía

- ACERENZA, Miguel Angel Administración de Turismo
Planificación y Dirección. Volumen
No.1 México Editorial TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel Administración de Turismo
Planificación y Dirección. Volumen
No.2 México Editorial TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel Teoría General del Turismo. México
Editorial TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel Administración de empresas
Turísticas.- México Editorial
TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel Restaurantería, Servicio de alimento
y Bebidas.- México Editorial
TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel Agencia de Viajes y Transportación.-
México Editorial TRILLAS.
- ACERENZA, Miguel Angel. Turismo Cultural.- México Editorial
TRILLAS.
- RAMÍREZ, Cavassa Cesar. Calidad Total de las Empresas
Turísticas Gestión Administrativa
para empresas Turísticas.- México



DE LA TORRE, Francisco

La Modernización y Administración de empresas Turísticas.

EDITORIAL OCÉANO

Enciclopedia Turismo Hoteles y Restaurantes.- España Barcelona 1995.

MENDEZ E, Carlos A.

Metodología: Guía Para la elaboración diseño de la investigación. Bogotá Editorial McGRAW-HILL

CASTAÑEDA JIMÉNEZ, Juan.

Métodos De Investigación. Editorial McGRAW-HILL. 1996

GARCIA MENDOZA, Alberto.

Evaluación de Proyectos de inversión. México Editorial McGRAW-HILL. 1998

GUTIERREZ ARANZETA

Introducción Metodológica experimental México Editorial Limusa. 2003

JENNINGS, Jasón.

Menos es Más. Editorial Norma. 2003

LAWRENCE J., Gitman

Fundamentos de Administración Financiera. México. Editorial Harla. 2000

MASSON, Robert y LIND, David.

Estadística para Administración y Economía



RICHARD KOCH	México. Editorial McGRAW-HILL Lo Fundamental y lo más efectivo acerca de la Estrategia McGRAW - HILL
WASHINGTON E. DELGADO	Como creas un Plan de Marketing OMNIKRON S.A. 2000
KELO TOSO	Planeamiento estratégico BUSSINES 2003
E.JEROME McCARTHY, Ph.D. WILLIAM D. PERREAULT, Jr.,Ph.D.	Marketing un Enfoque Global McGRAW-HILL
ING. JORGE SAPELLI	Seminario Marketing Estratégico
LUIS ALFONSO PEREZ ROMERO	Marketing Social Teoría y Práctica PEARSON
MICIP – THE WORLD BANK	Benchmarking del Turismo Ecuatoriano 2001
Msc CARLOS CARPIO FREIRE	Seminario Planificación Estratégica
MARKETING SYSTEM – MINISTERIO DE TURISMO	Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador
MARIO TAMAYO Y TAMAYO	Metodología Formal de la Investigación Científica LIMUSA 1994

Tu destino ecoturístico en la Costa del Pacífico



Msc CARLOS REINOSO DITO

Seminario Gerencia de Marketing

Msc. ALBERTO RIGAIL

Seminario estrategia Competitiva



Anexos

ANEXO 1

**Turismo receptor y emisor e ingresos y egresos de divisas del periodo 1995 al
2004**

	TURISMO RECEPTOR	INGRESOS DE DIVISAS	TURISMO EMISOR	EGRESOS DE DIVISAS
AÑOS	MILES DE TURISTAS	MILLONES DE DÓLARES	MILES DE TURISTAS	MILLONES DE DÓLARES
1995	439.50	255.00	270.50	235.00
1996	493.70	281.00	274.50	219.00
1997	529.00	290.00	320.60	227.00
1998	510.60	291.00	330.00	241.00
1999	518.00	343.00	386.40	271.00
2000	627.00	402.00	520.00	299.00
2001	608.98	430.00	553.24	340.00
2002	683.00	447.19	627.00	363.91
2003	761.00	406.36	613.00	354.37
2004	793.00	367.00	605.00	390.96

**Fuente: Ministerio de turismo
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar**

ANEXO 2

Kilómetros lineales de carreteras y parque automotor hasta el año 2003

PROVINCIAS	RED VIAL ESTATAL AÑO 2003 (KM)	TOTAL RED NACIONAL (KM)
TOTAL	8.606.85	43.197.36
AZUAY	482.77	2.325.64
BOLIVAR	146.09	1.645.19
CAÑAR	229.41	1.278.34
CARCHI	181.66	1.377.50
COTOPAXI	208.51	2.046.52
CHIMBORAZO	466.25	2.432.82
EL ORO	389.85	1.819.96
ESMERALDAS	508.60	1.951.25
GUAYAS	996.60	4.418.19
IMBABURA	163.92	1.326.29
LOJA	750.07	3.371.83
LOS RIOS	308.03	2.480.64
MANABI	1.050.25	5.821.76
MORONA SANTIAGO	534.55	767.47
NAPO	296.43	1.442.92
PASTAZA	139.27	526.14
PICHINCHA	724.45	4.379.71
TINGURAHUA	199.67	1.867.95
ZAMORA	262.59	691.28
GALAPAGOS	---	184.22
SUCUMBIOS	437.78	1.041.74
ORELLANA	130.10	

Fuente: Ministerio de Obras Publicas
Elaborado por Ingrid Patiño, Anibal Salazar

ANEXO 3

Causas de los problemas medio ambienteles

PROBLEMAS AMBIENTALES	PROMEDIO CANTONAL
Falta de conciencia ambiental	9,3
Contaminación	7,9
Escasez de agua y disminución de caudales en las fuentes (cuencas)	7,3
Erosión del suelo y riesgo de desertización	6,6
Riesgo de extinción de especies	5,2
Cacería indiscriminada	4,6
Tala indiscriminada de árboles	4,4

Fuente: Asambleas Territoriales Puerto López
Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 4

Porcentajes de deficiencia de obras de infraestructura

Problemas Infraestructura	Puerto López	Machalilla	Salango	Promedio Cantonal
Falta de infraestructura básica: Agua potable, alcantarillado, teléfonos	9,3	10,0	9,0	9,4
Deficientes servicios básicos (salud, educación, saneamiento)	8,5	7,3	8,3	8,0
Deficiente planificación urbana y de los asentamientos poblacionales	7,0	9,0	5,4	7,1
Falta de áreas verdes y espacios de recreación	7,0	9,0	8,8	8,3
Malas condiciones viales	9,5	6,0	8,8	8,1
Falta de infraestructura Municipal	7,8	10,0	7,8	8,5

Fuente: Asambleas Territoriales Puerto López

Elaborado por: Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 5

Porcentajes promedios de las causales de las deficiencias en la educación de Puerto López

PROBLEMAS EDUCACION	PROMEDIO CANTONAL
Deserción de la población estudiantil	4,4
Escuelas unidocentes	5,6
Falta de presupuesto para crear partidas docentes	8,0
Falta de atención a práctica deportiva	6,9
El sistema educativo no oferta opciones a la localidad	7,5
No existe un currículo local	7,4
Falta de actualización docente	7,4

Fuente: Asambleas Territoriales Puerto López
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 6

Numero de centros educativos en las parroquias de Puerto López

Indicador	Puerto López	Salango	Machalilla	Total
Centros de Desarrollo Infantil	7	3	3	13
Escuelas fiscales	4	6	3	13
Escuelas municipales	5	1	3	9
Escuelas particulares	5	0	8	13
Escuelas comunitarias	1	2	0	3
Profesores primarios fiscales	17	17	6	40
Profesores primarios municipales	15	10	26	51
Colegios fiscales	1	1	1	3
Colegios particulares	1	1	0	2
Colegios a distancia	2	0	0	2
Academias artesanales	2	0	0	2
Extensiones universitarias	3	0	0	3
Carreras universitarias	6	0	0	6

Fuente: Autodiagnóstico comunitario
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 7

Tasas promedio de analfabetismo por sexo en Puerto López

Sector /Sexo	Hombres	Mujeres
Parroquia Machalilla	8.56	12.84
Parroquia Puerto López	15.42	18.14
Parroquia Salango	14.95	19.12
Cantón Puerto López	12.98	16.7
Provincia Manabí	12,62	13,19
Ecuador	8.69	12.07

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 8

Porcentajes de analfabetismo funcional

Sector /Indicador	Parroquia Machalila	Parroquia Pto. López	Parroquia Salango	Cantón Pto. López	Manabí	Ecuador
Analfabetismo funcional	30,8	40,9	34,2	35,3	28,3	21,3

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE, versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 9

Promedios de analfabetismo funcional por sexos en Puerto López

Parroquia	Sexo	Porcentaje
Machalilla	Hombres	27.73
	Mujeres	31.34
Puerto López	Hombres	39.59
	Mujeres	40.11
Salango	Hombres	32.74
	Mujeres	36.00

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE, versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 10

Índice de los Niveles de Educación de la Población

Parroquia	Primaria	Secundaria	Superior
Machalilla	40,80	6,76	4,75
Puerto López	45,16	11,70	8,44
Salango	44,36	6,37	4,17
Total Cantonal	43,44	8,28	5,79

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE, versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 11

Causales de los Problemas sector salud

Problemas salud	Puerto Lopez	Machalilla	Salango	Promedio cantonal
Baja cobertura de servicios de salud, sobretodo en la zona rural	8,3	9,7	7,6	8,5
Las enfermedades de mayor incidencia en la población son de origen intestinal y respiratoria,	7,5	7,7	7,5	7,6
Elevados índices de morbilidad en la población del Cantón Puerto López	7,8	5,7	5,3	6,2
Altos índices de desnutrición crónica en la población infantil, sobretodo rural	7,3	5,0	5,8	6,0
Las principales enfermedades son causadas por ambientes insalubres: aguas contaminadas y basuras	9,0	8,3	5,8	7,7

Fuente: PDEC, 2000 y Asambleas Territoriales

Días promedios de atención en los centros de salud de Puerto López

Indicador	Puerto López	Salango	Machalilla	Total
Unidad de Salud	Centro de Salud Dispensario Médico	Centro de Salud Dispensario del Seguro Campesino	Centro de Salud Botiquín municipal	6
Días de atención a la semana	4	4	5	4
Instituciones del sector	Ministerio de Salud Seguro Campesino	Ministerio de Salud Seguro Campesino	Ministerio de salud Municipio	
Promotores de Salud	26	19	2	47
Curanderos	8	9	2	19
Parteras	11	4	3	18

Fuente: Autodiagnóstico comunitario
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 12

Indicadores de la infraestructura sanitaria

Indicador	Puerto López	Salango	Machalilla
Eliminación de excretas	Letrinas, pozos ciegos, cielo abierto	Letrinas, baños públicos, pozos ciegos, cielo abierto	Letrinas, pozos ciegos, cielo abierto
Servicio de agua para consumo humano	Agua entubada tanqueros	Agua entubada tanqueros	Agua entubada tanqueros
Fuentes de provisión de agua	Río, estero, pozos, vertientes	Río, estero, pozos, vertientes	Río, estero, pozos, vertientes

Fuente: Autodiagnóstico comunitario
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 13

Principales causas de muerte en Puerto López

Nombre de la causa de muerte	Muertes	Porcentaje
Enfermedades hipertensivas	5	9,3
Ciertas afecciones originadas en el período perinatal	5	9,3
Diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso	2	3,7
Septicemia	2	3,7
Diabetes mellitus	2	3,7
Tuberculosis respiratoria	1	1,9
Paludismo (malaria)	1	1,9
Tumor maligno del estómago	1	1,9
Tumor maligno del páncreas	1	1,9
Anemias	1	1,9
Síntomas, signos y hallazgos anormales clínicos y de laboratorio, no clasificados en otra parte	19	35,2
Resto de muertes (total de causas excepto diez principales)	14	25,9

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE, versión 3.5, 2002

Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 14

Porcentaje de desnutrición crónica en niños y niñas menores de cinco años

Parroquia	Porcentaje
Machalilla	37,78
Puerto López	33,58
Salango	36,74
Total Cantonal	36,03

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador SIISE, versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 15

Tasa bruta de ocupación con relación a la población económicamente activa

PARROQUIAS	PET	Ocupados	Tasa bruta de ocupación
Machalilla	3158	1081	34,23
Puerto López	6358	2540	39,95
Salango	2561	981	38,31
TOTAL CANTON	12077	4602	37,5

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador (SIISE), versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 16

Promedio de los Habitantes de Puerto López corresponde a la PEA

PARROQUIAS	PEA	Población total	Porcentaje
Machalilla	1207	4354	27,72
Puerto López	2612	8679	30,09
Salango	992	3593	27,61
TOTAL CANTON	4811	16626	28,94

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador (SIISE), versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 17

Porcentaje de habitantes con necesidades básicas insatisfechas (NBI)

Parroquia	Porcentaje de pobreza por NBI	Numero de habitantes	población total
Machalilla	97,44	4.243	4.354
Puerto López	88,12	7.647	8.679
Salango	95,12	3.417	3.593
Total Cantonal	93,56	15.307	16.626

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores del Ecuador (SIISE), Versión 3.5, 2002
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 18

Capacidad turística instalada en el Cantón Puerto López

Establecimiento y/o actividad	unidades	No. de habitaciones	No. de mesas	No. de plazas
Hosterías	11	159		582
Hoteles	6	102		329
Hostales	22	179		347
Cabañas	7	41		132
Residenciales	2	24		47
Albergues	2	23		68
Restaurantes	26		179	716
Bares	4		20	80
Cafeterías	1		6	24
Fuentes de soda	7		14	54
Operadoras Agencias de viajes	18			
Yates transportadores de turistas	3			
Yates	21	Capacidad 16 pasajeros c/u		

Fuente: Cámara de Turismo Cantonal, 2004
 Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 19

Características principales de la actividad turística en Puerto López

Localidad	Tipo de servicio	Número de visitantes al mes	Ingresos netos mensual \$	Sitios de interés turístico
Puerto López	Hospedaje	2500 – 3000	500	PNM, ballenas, playas
	Guía	2000	350	
Río Blanco	Guías	15	45	Bola de Oro, El Ají, El baila Feo
Salango y Río Chico	Restaurantes	120	480	Salango, ballenas, festival de la balsa, playas
	Cabañas (2)	15	120	
	Agencias de turismo (3)	n/d	n/d	
	Museo	n/d	n/d	
Puerto Rico	Renta caballos	Esporádicos	50	
Las Tunas	Hosterías (3)	n/d	n/d	Manglar, playas, Huecos Feos, La Gotera
Ayampe	Hospederías (7)	30	1.000	Río, playa y zona montañosa.
Las Cabañas	Restaurantes (3)	200		Río y zona montañosa
Machalilla	Cabañas	10 – 30	30 - 90	Senderos nuevos en Machalilla, Pueblo Nuevo, El Rocío, Salaite y San Isidro
	Hotel	20 - 50	70 - 200	
	Restaurante	100 - 200	100 - 300	
	Artesanías	10-20	20 - 40	
	Agencia viaje	5	50	

Fuente: Autodiagnóstico comunitario
Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar

ANEXO 20

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Préstamo				500.000
Interés				6%
Tiempo				5 años
Fecha	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1-Ene-07				500.000,00
1-Jul-07	63.189,41	22.500,00	40.689,41	459.310,59
1-Ene-08	63.189,41	20.668,98	42.520,43	416.790,15
1-Jul-08	63.189,41	18.755,56	44.433,85	372.356,30
1-Ene-09	63.189,41	16.756,03	46.433,38	325.922,92
1-Jul-09	63.189,41	14.666,53	48.522,88	277.400,04
1-Ene-10	63.189,41	12.483,00	50.706,41	226.693,64
1-Jul-10	63.189,41	10.201,21	52.988,20	173.705,44
1-Ene-11	63.189,41	7.816,74	55.372,67	118.332,77
1-Jul-11	63.189,41	5.324,97	57.864,44	60.468,34
1-Ene-12	63.189,41	2.721,08	60.468,34	- 0,00

Elaborado por Ingrid Patiño, Aníbal Salazar