



REPÚBLICA DEL ECUADOR

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO
PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

Ingeniería en Gestión Hotelera y Turística

TEMA:

**Propuesta de Desarrollo Turístico, a través de la implantación
de un centro gastronómico en la Parroquia Rural Santa
Marianita del Cantón Manta, de la Provincia de Manabí**

AUTOR:

Norma Alejandra Vélez Parrales

Julio 2016

GUAYAQUIL-ECUADOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Norma Alejandra Vélez Parrales

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta de Desarrollo Turístico, a través de la implantación de un centro gastronómico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta, de la Provincia de Manabí**, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras, sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los (días) del mes de julio del año 2016

LA AUTORA

Norma Alejandra Vélez Parrales

Agradecimiento

Agradezco a mi Tutor de tesis, el Ing. José Medina por todo su apoyo a lo largo de este proyecto, a mis profesores de la carrera de Ing. en Gestión hotelera y turística, en especial a la miss Mariela Moncayo por haber sido una persona muy valiosa a lo largo de mi educación y formación para ser la profesional que sé que seré. A mis compañeros de carrera que no solo llegaron a ser mis amigos sino mi familia, un grupo muy hermoso, unido y único que formamos a lo largo de estos casi 5 años de formación académica, los quiero mucho y siempre los recordare por los buenos y no tan buenos momentos que pasamos, pero que hicieron que nos unamos más. Muy pronto los veré en las calles ejerciendo mis ingenieros estoy muy orgullosa de ustedes. ¡A todos mis amigos y mejores amigas gracias por entender la dedicación que tenía que ponerle a mi graduación y no invitarme a salir son los mejores!!! Y sobre todo a mi familia, mi pilar, mi motor, mi mayor motivación para nunca desistir, sin ellos no fuera quien soy ahora, papas, amado esposo, hermanas, sobrinas, clohe, tíos, primas, abuelos que desde el cielo me guiaron por el camino correcto los amo y extraño mucho.

Alguien que silenciosamente siempre estuvo en cada momento que tenía que amanecerme estudiando, o que sencillamente quería abandonar todo, mi Dios, mi fe y amor a ti me hizo sentir fe y confianza en mí, gracias mil veces gracias por nunca olvidarte de tu hija y ayudarme a no desistir, y sobretodo cumplir con mis sueños y metas, y ser en la actualidad la mujer y profesional que no solo mis padres soñaron que sería sino la persona que sé que me convertiría. No te defraudare y sobretodo no me defraudare a mí, porque sé que ahora es solo el fin de un capítulo de una historia profesional que recién empieza a escribirse, y que el desenlace de la misma solo depende de mí. Mil veces gracias a todos los que formaron parte de este capítulo de mi vida los quiero.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, los seres más maravillosos y perfectos que la vida me pudo dar, ya que no solo fueron mi guía y ejemplo a seguir, sino mis mejores amigos y mi motivación día a día. Aún recuerdo esa charla con papa cuando me dijo si quería ser alguien más del montón o destacarme no solo como mujer de bien sino, por ser una profesional admirable. Pues padre tal vez pensaste que no te escuchaba créeme que te equivocaste, ya que no existe un segundo en mi vida que no me acuerde de cada una de tus palabras y jalones de oreja, ya que gracias a tu constancia y sacrificio hoy estoy aquí, no solo dedicándote esta tesis sino mi vida entera, ya que para mí siempre serás la persona que más admiro en el mundo y algún día quisiera que mis hijos me lleguen a ver de la forma que yo te miro a ti.

Siempre digo que una buena mujer se forma de la buena familia que tiene a su espalda y eso son ustedes para mí, siempre pero siempre han sido el mejor espejo y ejemplo que tengo desde que nací, y espero algún día inculcarles a mis hijos los valores, respeto, amor y dedicación que ustedes padres amados me enseñaron a mí.

Amor, aunque llegaste los dos últimos años antes que me graduara, tu presencia me ayudó mucho a centrarme y visualizarme a futuro, un futuro profesional que siempre me repetiste que lo tendría, ¡y que hoy puedo decirte tenías razón!! Gracias mil veces gracias por creer en mí y motivarme a no desistir te amo Rafael Donoso.

Sobrinas amadas ustedes 3 mi Adi, Ziva y Fabiana se convirtieron en mi mayor motivación yo quiero que ustedes estén orgullosas de su tía Ale siempre, las amo inmensamente mis princesas.

¡Tío Mauricio, Tía Maritza y hermanito que les diré... lo logre!!! Gracias por nunca perder la fe en mí y siempre decirme que tenía que hacerlo, que confiaban en que sea alguien en la vida y que alcance todos mis sueños, gracias por siempre inyectarme esas buenas energías y deseos. Yo siempre les dije que el día que me graduara les dedicaría mi título pues aquí está, así como lo soñaron mis tíos bellos y mi pequeño bro ya no tan pequeño, ahora tienes que seguir mi ejemplo y tu hacerme orgullosa a mí, los amo como ustedes no tienen idea para mí siempre serán mis segundos padres y tu Mauricito el hermanito que nunca tuve.

Abuelita Jenny desgraciadamente no estas ahora con nosotros, pero sé que desde el cielo estas orgullosa de tu Normita, y estas igual de feliz como lo estoy yo por este triunfo logrado, gracias nana bella te extraño mucho.

Y sobre todo a mi Dios, el único que conocía todo lo que me pasaba y que me susurraba al oído las incontables veces que quería desistir, que continúe, que no abandone mi sueño, que no me rinda, tú fuiste mi fuerza y mi gran motivación, gracias por nunca dejarme sola te amo.

Resumen

La parroquia Santa Marianita en los últimos años ha llamado la atención de los visitantes por sus atractivos naturales que cautivan a los que llegan a sus alrededores. Uno de los aspectos relevantes es el la creciente demanda de deportes acuáticos, especialmente el kitesurfing que ha encontrado en esta playa el sitio ideal para la práctica del mismo por sus constantes vientos y olas moderadas. Sin embargo, la falta de planificación y de planes de desarrollo se ha convertido en un obstáculo que no permite la consolidación del atractivo por su limitada infraestructura. Para el desarrollo de este trabajo, se estructuró un marco teórico a raíz de los sistemas turísticos y la metodología del desarrollo sostenible para establecer un marco de referencia en el desarrollo del mismo. De la misma manera, se realizó un levantamiento de información para establecer el estado actual del entorno, tomando como base la metodología propuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador para el inventario de recursos turísticos. A partir de esto, se aplicó encuestas a la demanda potencial para determinar su aceptación y se propuso la implantación de un centro gastronómico como parte de un plan de desarrollo para la intervención del atractivo determinando acciones para la mejora de la infraestructura turística y capacitación de los pobladores.

Palabras Clave: Deportes extremos, playa, Plan de Desarrollo, Capacitación

Abstract

Santa Marianita parish in recent years has drawn the attention of visitors for its natural attractions that captivate those who come to their surroundings. One of the important aspects is the increasing demand for water sports, especially kitesurfing has found in this beach ideal for practicing it for its constant winds and moderate waves site. However, the lack of planning and development plans has become an obstacle that prevents the consolidation of attractive because of its limited infrastructure. For the development of this work, a theoretical framework following tourism systems and methodology of sustainable development to establish a framework for its development was structured. Similarly, a survey of information was performed to establish the current state of the environment, based on the methodology proposed by the Ministry of Tourism of Ecuador for the inventory of tourism resources. From this, surveys were applied to determine the potential demand for acceptance and a development plan for the proposed intervention, along the implantation of a gastronomic center to increase the attractiveness, determining actions to improve tourism infrastructure and training of people.

Keywords: Extreme sports, beach Development Plan, Training

Índice de contenidos

Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Introducción.....	1
Capítulo 1: Planteamiento de la situación problemática	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Sub problemas de investigación	3
1.4 Objetivo general.....	3
1.5 Objetivos específicos	3
1.6 Delimitación del problema	3
1.7 Justificación.....	4
Capítulo 2	5
2.1 Marco teórico.....	5
2.1.1 Antecedentes del turismo	5
2.1.2 Psicología de la actividad turística.....	6
2.1.3 El turista y las motivaciones.....	7
2.1.4 Industria del Turismo y sus características	9
2.2 Marco Referencial.....	11
2.2.1 Desarrollo Turístico de la Provincia del Guayas	11
2.3 Marco Legal.....	12
2.3.1 Ley de Turismo	12
Capítulo 3	14
3.1 Marco Metodológico.....	14
3.3.1 Enfoque y tipo de investigación	14
3.3.3 Población	16
3.3.4 Muestra.....	16
3.3.5 Técnicas y herramientas de recolección de información	18
Capítulo 4	19
4.1 Análisis y discusión de resultados	19
4.4.1 Aplicación de la encuesta.....	19
4.4.2 Análisis de los resultados	23

Capítulo 5: Desarrollo de la propuesta.....	25
5.1. Resumen ejecutivo	25
5.2. Análisis del entorno	26
5.2.1 Datos generales de la Provincia.....	26
5.2.2 Datos generales del cantón Santa Marianita.....	29
5.3. Planteamiento estratégico	32
5.3.1. Caracterización del destino turístico	32
5.3.2. Caracterización del mercado objetivo.....	33
5.4. Planteamiento operativo y oferta Gastronomic.....	34
5.4.2 Alcances y beneficios de la propuesta	366
5.4.3 Instituciones involucradas en el desarrollo de la propuesta.	377
5.4.4 Líneas de productos	377
5.4.5 Análisis FODA	377
5.4.6 Referencias Técnicas del Proyecto	387
Ministerio de Turismo.....	40
5.4.7 Novedades detectadas en el diagnóstico in situ.....	42
5.4.8 Propuestas de intervención.....	42
5.5. Evaluación, control de la propuesta y desarrollo del centro gastronomic	433
Conclusiones.....	58
Recomendaciones	59
Bibliografía.....	Error! Bookmark not defined.
ANEXOS.....	Error! Bookmark not defined.

Índice de tablas

Tabla 1: Composición demográfica de la Provincia de Manabí	28
Tabla 2: Composición racial de la Provincia de Manabí	28
Tabla 3: Ejes de acción según PLANDETUR.....	43

Índice de figuras

Figura 1: Pirámide de necesidades humanas.	8
Figura 2: Cifras de visitantes por país.....	10
Figura 3: Frecuencia de edad de los encuestados.....	19
Figura 4: Porcentajes de encuestados por nacionalidad.	20
Figura 5: Cómo llego a Santa Marianita.....	21
Figura 6: Kitesurfing en Santa Marianita.....	22
Figura 7: Atención al cliente en la gastronomía	23
Figura 8: Ubicación de la provincia de Manabí	26
Figura 9: Cantones de la provincia de Manabí.....	27
Figura 10: Cantones de la provincia de Manabí.....	30
Figura 11: Carretera a Santa Marianita.....	31
Figura 12: Fauna y Flora de Santa Marianita.....	31
Figura 13: Práctica de kitesurfing en Santa Marianita	32

Introducción

Santa Marianita en los últimos años se ha convertido en un atractivo que atrae visitantes de diferentes lugares del Ecuador. Su paisaje natural, la espontaneidad de sus habitantes, su deliciosa gastronomía y el desarrollo de la práctica de deportes extremos le ha valido para posicionarse como un destino potencial, especialmente por su cercanía a un polo turístico desarrollado como lo es Manta. La importancia de aplicar un plan de desarrollo turístico para la mejora de la Parroquia Rural Santa Marianita se hace imprescindible en la oferta turística de la Provincia de Manabí.

El entorno natural, de la llamada también “playa bonita”, constituye una ventaja que diferencia a este balneario de los existentes en el perfil costanero manabita. La vegetación y sus ensenadas son fundamentales para estructurar la belleza natural del entorno.

Una de las motivaciones de sus habitantes, ha sido el proyectarse como un destino de playa ecológico. De allí que siendo su principal actividad económica la pesca, también se muestran interesados de desarrollar la oferta turística mediante la estructuración de oferta turística con el recorrido a las elevaciones de Punta Cangrejo y Tarima, en donde sus habitantes dan interpretación de la flora y fauna. Esto les ha valido para fomentar el trabajo en equipo y mantener las playas limpias.

Adicional a la motivación de sus habitantes, Santa Marianita se ha consolidado como un lugar perfecto para la práctica del kite surfing, el cual consiste en una tabla de surf amarrada un paracaídas, que permite la realización de pericias empujados por los fuertes vientos presentes en el lugar. La playa se llena de personas que no solo practican este deporte, sino también aquellos que disfrutan observándolo.

Capítulo 1: Planteamiento de la situación problemática

1.1 Planteamiento del problema

La actividad turística en la Provincia de Manabí es uno de los motores económicos más importantes y a su vez más exigente por el alto índice de visitas que han logrado posicionar a sus destinos en mercados importantes, tanto a nivel nacional como internacional.

La zona costera cuenta con bellas playas y vegetación exuberante que si bien constituyen un recurso turístico para la provincia, no han sido trabajadas desde la perspectiva de atractivo turístico lo que incide en la calidad del destino.

Ubicada a 30 minutos del Cantón Manta, punto turístico principal donde se concentra el mercado de Sol y Playa de la provincia, constituye uno de las alternativas más viables para la práctica de este tipo de turismo, que adicionalmente, es escenario para deportes extremos como el kite surfing y que atrae a los practicantes del mismo. Este conglomerado, sumado con los existentes en el casco urbano de Manta, constituye la demanda potencial.

En este sentido, el limitado desarrollo turístico existente en el sector no ha permitido un ascenso en el número de visitantes, y los que van se encuentran con situaciones tales como escasos locales para la gastronomía, dificultad de acceso, señalización defectuosa, y demás.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la implementación de un plan de desarrollo turístico por medio de la implementación de un centro gastronómico mejora atractivos turísticos de la parroquia de Santa Marianita, Provincia de Manabí?

1.3 Sub problemas de investigación

¿Cuáles son las principales motivaciones de los visitantes por el lugar

¿Cuáles son los recursos actuales con los que cuenta la Parroquia Santa Marianita?

¿Cuáles son las características naturales y demográficas del lugar?

¿Qué trabajos anteriores han realizados los organismos de turismo locales en el sector?

¿Cómo conciben al turismo los habitantes de la parroquia?

¿De qué manera la implementación de un centro gastronómico incrementaría las visitas a esta parroquia?

1.4 Objetivo general

Proponer un Plan de Desarrollo Turístico a través de la implementación de un centro gastronómico para el mejoramiento de los atractivos de la Parroquia Rural Santa Marianita.

1.5 Objetivos específicos

- Analizar la teoría del Turismo mediante la revisión de la bibliografía, para la elaboración de un marco de referencia.
- Caracterizar el mercado mediante la aplicación de encuestas para identificar la demanda potencial.
- Proponer un plan de desarrollo turístico en la Parroquia Santa Marianita para el mejoramiento de la oferta turística local.

1.6 Delimitación del problema

La investigación se desarrolló en la Parroquia Santa Marianita, durante el primer semestre del año 2016. El lugar se encuentra al pie del mar y está

situado a 30 minutos de la ciudad de Manta, el cual es un polo de desarrollo turístico de la provincia.

1.7 Justificación

Manabí es una provincia del Ecuador que cuenta con paisajes naturales que cautivan al visitante. En los últimos años, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas ha implementado una red vial de primer orden que ha generado un incremento en el número de visitas.

La parroquia Santa Marianita está ubicada a 30 minutos de la ciudad de Manta. Está conformada por una playa de aproximadamente 14 km de largo, con una ensenada que complementa el paisaje marino muy apetecido por los visitantes.

A pesar de todo lo mencionado anteriormente, el gobierno local no le ha dado la atención debida, quedando solamente en planes que no se concretan y que retrasan el desarrollo de la parroquia. Sus habitantes han sido consultados y capacitados en diferentes programas que en algún momento se desarrollaron, pero que no llegaron a su objetivo final de consolidar el destino turístico.

Desde esta perspectiva, la falta de programas sustentables ha derivado en prácticas turísticas artesanales en lo que respecta a materia de servicio, gastronomía y hospedaje. La presencia de deportistas extremos de kite surfing, se presenta como una excelente oportunidad para consolidar el atractivo, sin embargo, es evidente que se necesita un plan de acción para mantener el interés, principalmente en sus pobladores.

Su naturaleza es también una fortaleza, por cuanto el instinto de conservación de sus habitantes, los han encaminado a las prácticas ecológicas como medio de conservación de sus recursos, ganando también el apelativo de playa bonita, según los mismos habitantes y turistas.

Capítulo 2

2.1 Marco teórico

2.1.1 Antecedentes del turismo

El turismo es una actividad que ha estado presente desde que el hombre ha estado en el planeta. Evocar al hombre antiguo cuyo desplazamiento está motivado por diferentes aspectos, entre ellos el conocimiento y descubrimiento de nuevos espacios que le permitan estar cómodo. Un largo período de la historia pasó hasta el siglo XVII en el continente europeo el cual se dan escenarios como el renacimiento, que implicó ese renacer de la ciencia y el desplazamiento del mismo, por lo que se afirma en diferentes autores que en este período de tiempo se puede decir que nace el turismo como parte de la sociedad.

Lanquar (1811) establece un concepto de turismo, el cual lo enmarca entre la teoría y la práctica del viaje por placer. En esta premisa, Quesada (2000) también hace referencia a Lanquar por cuanto se analiza el concepto dado, y da las bases para un concepto moderno del turismo, el cual se representa en lo realizado por el inglés Thomas Cook, quien integra un producto sobre la base de un “paquete” para el desarrollo del viaje.

La Escuela Berlinesa, ubicada en Alemania, da también su aporte a la conceptualización del turismo. En 1929 establece un concepto citado por Quesada (2000) el cual refiere a “movimiento de personas que abandonan temporalmente su lugar de residencia permanente por cualquier motivo relacionados con ellos” (p.27).

Hunziker (1942), tomó como base el concepto dado por la escuela berlinesa para modernizarlo, a raíz del desarrollo de la sociedad de cara a la

tecnología naciente en materia de transporte y vialidad; y del cambio del comportamiento social en cuanto al movimiento voluntario. Entonces, lo define como un “conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio pero que no esté relacionado ni vinculado con actividad lucrativa alguna”.

En el devenir de la sociedad, hubo acontecimientos que se relacionaron con el desarrollo de la industria del turismo y que han sido sujeto de estudio para establecer un punto de partida a esta novel actividad. Las guerras que enfrentaron a potencias mundiales, motivaron el desarrollo de tecnología en transporte y comunicaciones con motivos bélicos y que terminada la misma, quedo a disposición de la humanidad, quienes en un marco de paz, incorporaron esta tecnología al turismo para el desarrollo de los pueblos.

El turismo en varias ocasiones se lo ha considerado como una segunda revolución industrial por cuanto la incorporación de esa tecnología a esta naciente actividad económica provoco los desplazamientos en masa siendo un motor de reactivación económica en las naciones, llamando la atención de los gobiernos y direccionando estrategias para la optimización de este acontecimiento (Lickorish & Jenkins, 1997).

La OMT (Organización Mundial del Turismo), ha realizado estudios para establecer un marco de referencia en relación al desarrollo del turismo como una industria de servicios. En este marco, establece el desarrollo de esta actividad en la mitad del siglo XX en el cual el mundo vive una aparente paz con la creación de organismos que la garanticen. En 1960, los desplazamientos llegaron a los 69 millones de personas a nivel mundial, pronosticando un crecimiento alto e imaginable, que llego a los 537 millones para el primer año del siglo XXI.

2.1.2 Psicología de la actividad turística

El desarrollo de la sociedad ha implicado cambios en la actividad

turística. Desde el punto de vista social, se habla de tantas diversificaciones en la medida de gustos y tendencias que caracterizan a cada entorno.

Montaner (1996) explica que el turismo es una acción comunicativa, que tiene como eje fundamental la comunicación en el ser humano y que se traduce en un cambio de experiencias que luego, se convierten en tendencias. En el turismo, la comunicación es fundamental y por ello es que se estudia muy de cerca el comportamiento de los individuos en la exposición con otras culturas.

Bajo esta premisa, se analiza entonces el efecto positivo o negativo de la industria turística en función de la planificación e intervención para la estructuración de atractivos, en un marco sustentable que garantice los objetivos sociales y económicos de la comunidad receptora.

Siguiendo a Montaner, el marco de acción para las propuestas de desarrollo turístico debe tener un marco de acción social con las siguientes premisas:

- Identificar y analizar los principales motivos de viajes de las personas
- Incluir a los actores principales de la oferta (comunidad receptora)
- Proteger la cultura y fomentar valores turísticos en visitantes
- Creación de espacios para el fortalecimiento de la experiencia turística a través del diálogo.

2.1.3 El turista y las motivaciones

Siguiendo el análisis psicosocial de la actividad turística, es importante también destacar las acciones que llevan al ser humano a realizar acciones diferenciadoras de su ritmo de vida habitual. Maslow (1991) fundamentó este concepto en una serie de análisis del ser humano, teniendo en cuenta que cada motivación se da de acuerdo a los niveles de preparación y habilidades del ser humano.

De esta manera, lo gráfico con una pirámide que tiene como base, aquellas necesidades que no necesitan entrenamiento alguno ni conocimiento fuera de la característica humana, y a medida que avanza hacia arriba, se estrecha implicando que esas habilidades son más complejas y que provienen ya de una preparación más estructurada.

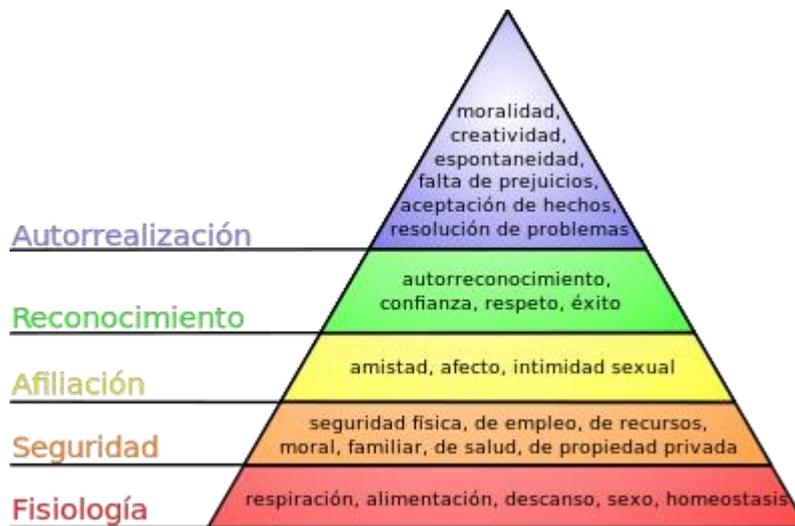


Figura 1: Pirámide de necesidades humanas. *Motivación y Personalidad*. Ediciones Díaz de Santos: Madrid (1991)

Dentro de este análisis, la actividad turística está ubicada en los niveles de reconocimiento y autorrealización por cuanto el viajar genera una satisfacción de éxito y respeto y libera de prejuicios. Está relacionado también con la superación intelectual y estudios.

El turismo no es un fenómeno estático, por cuanto se mueve al mismo ritmo de la sociedad. La demanda de espacios con características especiales, generales o específicas que van a ser insumos importantes para la estructuración de productos turísticos.

2.1.4 Industria del Turismo y sus características

La actividad turística tiene una característica casi única que la distingue de las demás actividades y es el ser una ciencia multidisciplinar. En este sentido, hay algunos autores que asocian al turismo como la “industria sin chimenea” por cuanto, a pesar de ser productos intangibles como el servicio, requieren de un proceso para armar y constituirlos. De hecho, el turismo representa un gran aporte a la economía de los países, especialmente Ecuador en donde el turismo ocupa el cuarto puesto de los ingresos no petroleros.

Y es que, según Lickorish and Jenkins, el término de industria se deriva a que a pesar de analizar muy subjetivamente el hecho de que el denominado proceso del producto es el servicio, eso no implica que dicho producto puede generar impactos ambientales y que el país receptor esté preparado para remediar esos impactos para lograr la sustentabilidad económica que supone el turismo.

En el entorno local, la industria turística ecuatoriana ha pasado por una madurez que ha implicado un aumento del número de visitas. El Ministerio de Turismo del Ecuador indicó que en el año 2011 se alcanzó un ingreso de 1.2 millones de dólares, logrando más allá de lo pronosticado y siendo optimistas en afirmar que la cifra crecería (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2012).

Para el año 2013, el MINTUR demuestra estadísticamente ese crecimiento, el mismo que se reflejó en 1% del indicador anterior, significando un ingreso monetario al país de 1.5 millones de dólares.

En la siguiente figura, realizada por Diario el Universo en reportaje del 23 de Diciembre de 2014, demuestra el crecimiento de visitas, llegando a registrar 1.4 millones de visitantes.

Principales indicadores DE TURISMO

Cifras clave



Llegadas de extranjeros al Ecuador en el primer semestre 2013 - 2014

Entre enero y junio de 2014, el número de visitas creció 14.3% en comparación con el mismo periodo de 2013



Principales mercados turísticos al Ecuador Enero - junio de 2014

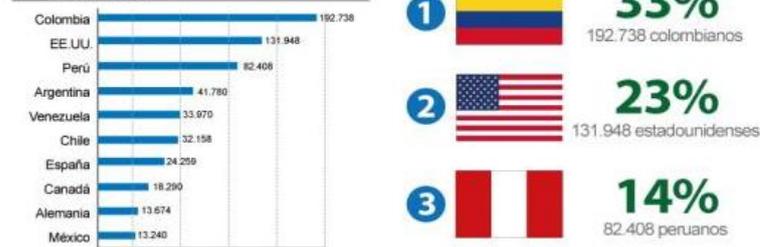


Figura 2: Cifras de visitantes por país. Más de 15 millones de extranjeros visitaron Ecuador. Diario El Universo: Guayaquil (2014).

Como puede apreciarse en la figura, el número que lidera las vistas a territorio ecuatoriano fueron colombianos, seguidos de norteamericanos y peruanos. Esto, según el órgano rector del turismo represento un incremento de divisas generando plazas de empleo y desarrollo comunitario.

2.2 Marco Referencial

2.2.1 Desarrollo Turístico de la Provincia del Guayas

En el año 2012, la Dirección de Turismo de la Prefectura del Guayas puso en ejecución el proyecto para el desarrollo turístico de la provincia, en la cual se trabajó directamente con los principales actores de la oferta para socializar proyectos en beneficio del turismo guayasense.

Para lograr el objetivo, se tomó como marco de referencia el Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD) para que sobre la base de la autonomía de los municipios cantonales, establecer directrices para el trabajo armónico entre los actores de la oferta turística y los GAD municipales, con el apoyo de consultorías a universidades y profesionales en libre ejercicio.

De acuerdo con la página web del Gobierno Descentralizado de la Provincia del Guayas, el primer paso consistiría en el levantamiento de la información del entorno de los 21 cantones para determinar su factibilidad para la conformación de productos turísticos. Con la información consolidada, se estableció la factibilidad a través de estudios de campo dando como resultado rutas temáticas que dinamizaron la economía de los cantones.

Las cinco rutas temáticas estuvieron a cargo de estrategias de marketing para la difusión de las mismas. Utilizando material visual y souvenirs, se alentaba a las personas a experimentar estas rutas por cuanto cada una de ellas tiene una característica que llama la atención del visitante. En un diagnóstico final, el incremento de turismo en la provincia del Guayas fue muy significativo por lo que hace que este modelo sea un buen referente para su adaptación y puesta en marcha.

2.3 Marco Legal

2.2.1 Ley de Turismo

Registro Oficial 733 del 27 de diciembre de 2002

Ley de Turismo conformada por 11 capítulos y 63 artículos de estado vigente.

Para el desarrollo de este trabajo se considera los siguientes artículos de la Ley de Turismo del Ecuador, la cual se cita a continuación:

“Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos”.

Otro documento importante de observar es el Plan Nacional del Buen Vivir el cual se destaca por ser un instrumento de articulación para asegurar la justicia en los diferentes escenarios sociales y económicos del país, su gente y sus pueblos. La armonía y el respeto es la base fundamental de este tratado en el cual se resalta de gran manera los derechos de la naturaleza (SENPLADES, 2013).

En referencia a esto, se citan los siguientes objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir

- Objetivo No 5, el cual menciona la necesidad de construir espacios para el encuentro de los grupos para fortalecer la identidad nacional. De esta manera se fortalece la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Objetivo No 8, el mismo que garantiza los derechos de la madre tierra, promoviendo la sostenibilidad del ambiente, el territorio y la naturaleza. En este sentido, el turismo debe ser siempre garante de esos derechos mediante la educación de la comunidad receptora y sus visitantes.

Capítulo 3

3.1 Marco Metodológico

3.3.1 Enfoque y tipo de investigación

Para el desarrollo de este trabajo, se ha tomado en cuenta la investigación de tipo descriptiva por cuanto los hechos se describieron tal cual se dieron en el ambiente sin ningún tipo de acción modificadora o influyente.

Según Pérez (2009), la elección de un tipo de investigación es importante por cuanto constituyen el punto de partida para el investigador quien debe establecer un camino para el análisis de la información y su adecuada interpretación. El no tener en cuenta el método puede malograr los resultados de la investigación y por ende incidir en el resultado de la misma.

En este aspecto, establecer la metodología del trabajo asegura la buena utilización de las herramientas contribuyendo al proceso investigativo permitiendo alcanzar los objetivos de la investigación.

3.3.2 Método de la investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2003), plantean tres puntos de utilidad para el desarrollo de la investigación. El proceso de búsqueda puede ser complejo si no se tiene la ruta correcta y ante ello proponen lo siguiente:

- Para las ciencias sociales, lo más adecuado es adoptar un diseño descriptivo, ya que aquí no se influencia en los sujetos sino más bien se los observa de cerca para luego describir su comportamiento.

- En lo que respecta al diseño exploratorio, es adecuado utilizarlo cuando no se tiene mayor información sobre el fenómeno de estudio. Sin embargo, es muy complejo ya que los resultados significarían un punto de partida para demás investigaciones por lo que se tiene que estar seguro de la ruta que se traza en este diseño.
- El diseño de causa y efecto es el más complejo de todos, por cuanto en este si se influencia en los objetos de estudio para observar el comportamiento luego del elemento inducido.

Bernal (2006) referencia que la investigación tiene naturaleza empírica por cuanto debe tener una fase documental. Cuando el investigador se encuentra frente a la información, debe formular sus propias ideas fundamentadas en las teorías existentes en relación al fenómeno.

Siguiendo a Bernal, el método de la investigación dependerá de la naturaleza de la investigación, partiendo de premisas establecidas al momento de estudiar los fenómenos. De allí que indica lo siguiente:

- Método inductivo, en el cual el investigador toma ideas particulares y puntuales para que, después del estudio, concluya que es aplicable a todos los fenómenos con la misma característica. En este método, se tiene en cuenta que se fundamentará una teoría para que por asociación, se aplique a los demás individuos.
- Método deductivo, en donde el investigador tiene ya conocimiento de un resultado. La premisa general de aplicación a todos los sujetos es parte del postulado para investigar el objeto con las características generales, y de allí llegar a una conclusión particular fundamentado en las teorías ya demostradas.

Luego de analizado cada método, se determinó que el más aplicable es el deductivo, por cuanto se partió de postulados para la estructuración de un marco teórico, un marco referencial para fortalecer la investigación y la aplicación de metodología para la investigación de las fuentes. Se tomó también en cuenta las fuentes empíricas para la recolección de la información.

3.3.3 Población

La importancia de la estadística como una herramienta para la recolección de datos es precisamente para mostrar los resultados de manera gráfica. Berenson, David y Krehbiel (2006) explican que la estadística descriptiva es ideal para establecer estadígrafos. Para ello, existen elementos importantes los cuales son:

- Población
- Muestra
- Parámetro

La población a tomar en cuenta son los habitantes de la ciudad de Manta por ser el clúster más cercano al entorno donde se desarrolló la propuesta, la misma que tiene una cantidad de 217.533 habitantes aproximadamente.

3.3.4 Muestra

Para la obtención de la muestra, se tomó en cuenta una planificación de los sujetos para poder obtener la información más adecuada. En este sentido, el investigador debe cuidar el instrumento que va a utilizar para que la información obtenida sea la más útil y veraz.

Pérez (2009), menciona que la muestra es un conjunto infinito o finito de elementos, los mismos que son estudiados bajo la óptica del investigador. Así que, desde esta perspectiva, son los elementos fundamentales de la investigación.

Arias (2006) menciona dos tipos de muestra por selección a continuación:

- Intencionada, en la cual la selección de los sujetos se da a criterio del investigador siendo muy subjetivo ya que la discriminación de sujetos puede sesgar la información.
- Aleatoria, en la cual todos los sujetos tienen la oportunidad de ser elegidos, siendo la más objetiva ya que la información es directa y sin sesgo.

Para el desarrollo del trabajo, se seleccionó la muestra aleatoria ya que no se fundamentó ningún criterio para la discriminación de los sujetos. La población se establece como finita por cuanto se escogió un lugar para el acopio de la información los comedores a lo largo de la Playa de Santa Marianita, por cuanto es un lugar concurrido por sujetos de diferentes características. Según datos proporcionados por el GADM Manta, aproximadamente 80.000 personas visitan el lugar los fines de semana.

Se aplicó la fórmula del cálculo de la muestra en donde N es el tamaño del universo, n es el tamaño de la muestra y E es el error estándar admisible.

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Reemplazando la formula se obtiene:

$$N = \frac{80.000}{(0.005)^2 (80.000 - 1) + 1}$$

Aplicada la fórmula, se determina un número de 398 encuestas a aplicar.

3.3.5 Técnicas y herramientas de recolección de información

Para la recolección de datos, se utilizó el cuestionario para la recopilación de información. Según Bernal (2006), la ventaja de la encuesta es que permite mantener en un solo “contorno” al encuestado, es decir, dentro de las mismas respuestas que se quiere recabar. Las ventajas del cuestionario son:

- Identifica de manera exacta los gustos y tendencias de los grupos
- Muestra el posible efecto de la aplicación de la propuesta
- Mide las opiniones e intereses de los encuestados.

Se tomó en cuenta también la facilidad y bajo coste en la implementación de la herramienta, por cuanto se puede aplicar en cualquier escenario, se obtiene la respuesta de manera rápida y puede ser graficada de para la estadística.

Se establece entonces que para el diseño de la metodología de este trabajo se utilizó fuentes primarias y secundarias. Primarias aquellas que derivaron de la aplicación de encuesta que constituye información de primera mano y secundarias, a la revisión de material informativo del entorno.

Capítulo 4

4.1 Análisis y discusión de resultados

4.4.1 Aplicación de la encuesta

Se aplicó la encuesta en la Playa de Santa Marianita en los alrededores de los comedores los días sábado 11 y domingo 12 de junio de 2016 dando la siguiente respuesta:

Pregunta 1: Edad de los encuestados

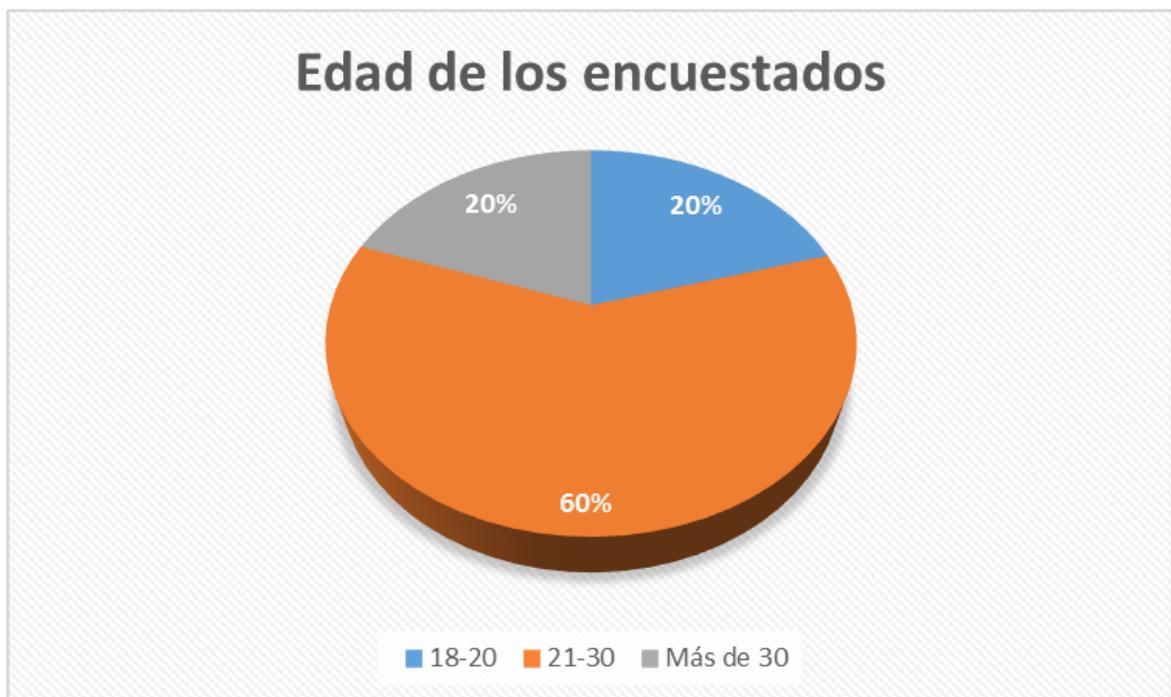


Figura 3: Frecuencia de edad de los encuestados

En la primera interrogante, se consolida un rango de edad de los encuestados para establecer un marco de referencia inicial del escenario en donde se pondrá a estudio la propuesta. En este sentido las respuestas fueron de un 20% de rango 18-20, el siguiente rango, que representa la mayoría son de 60% en el rango 21-30 y un 20% para el último rango de más de 30 años.

Pregunta 2: Nacionalidad de los encuestados

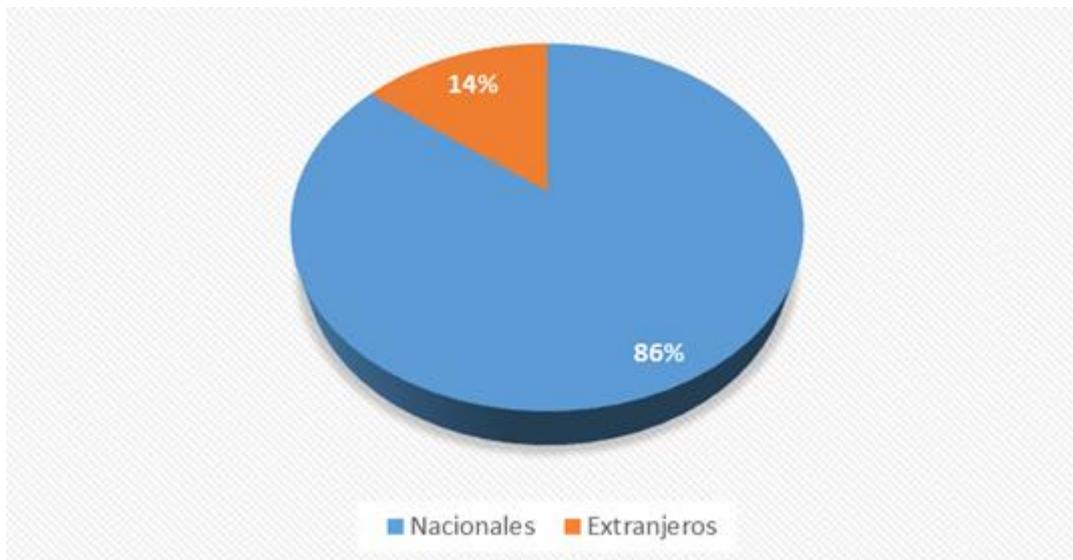


Figura 4: Porcentajes de encuestados por nacionalidad.

En la segunda pregunta, se consideró importante precisar la cantidad de nacionales y extranjeros para determinar un escenario de participación en la encuesta con diferentes perspectivas. En el desarrollo de la misma se precisó mediante el levantamiento de información que un 86% consistían en nacionales tanto locales como visitantes al entorno mientras que el 14% eran extranjeros que estaban de visita en la ciudad de Manta.

Pregunta 3: ¿Por qué motivo llegó a la playa de Santa Marianita?



Figura 5: Cómo llego a Santa Marianita

En la tercera pregunta, se caracteriza los motivos que llevaron a los encuestados a visitar la playa de Santa Marianita, con el énfasis en determinar cuáles son los canales óptimos de distribución. En este sentido, se aprecia que el resultado de esta pregunta demuestra que el mejor canal ha sido la información turística ya que el 46% llegaron por esa vía, mientras que el 43% fueron por recomendación de amigos mientras que el 11% llegaron de manera casual mientras se encontraban recorriendo o en la búsqueda de otro destino.

Pregunta 4: ¿Ha presenciado la práctica del kite surfing (deporte extremo) en las playas de Santa Marianita?

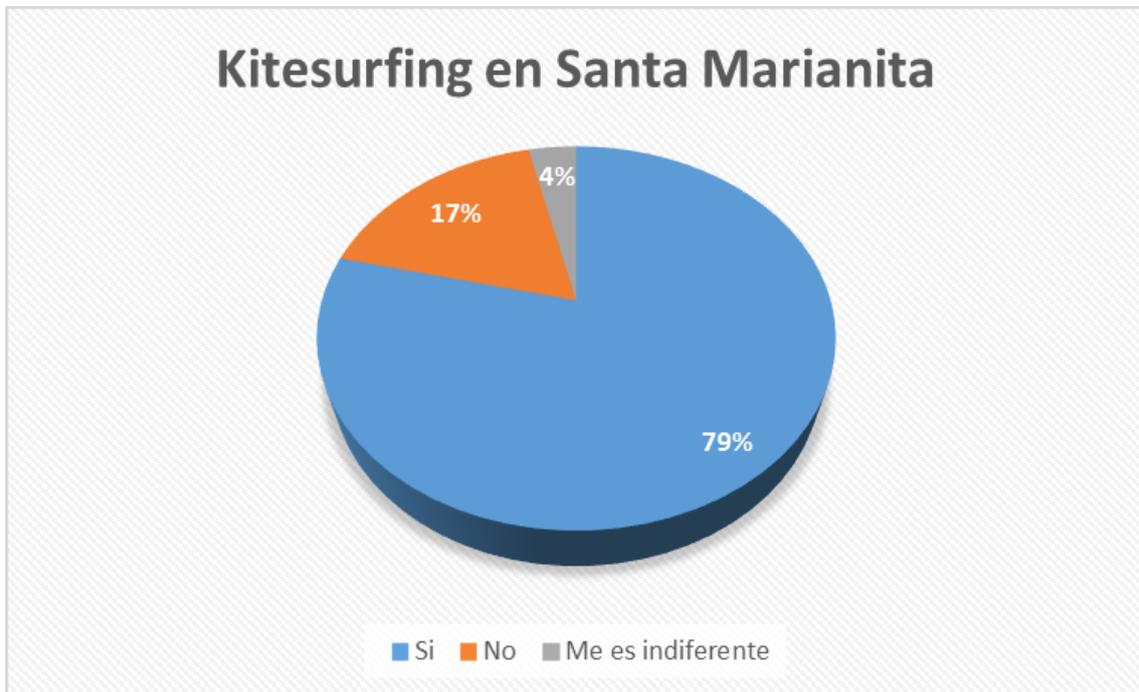


Figura 6: Kite surfing en Santa Marianita

El kite surfing es una actividad de deporte extremo muy característica del lugar, la misma que ha sido motivo también para que los visitantes lleguen. En esta pregunta se evidencia el porcentaje de conocimiento de los encuestados en relación a esta práctica deportiva, indicando que el 79% si tienen conocimiento de este deporte, mientras que un 17% responde que no lo conoce y un porcentaje mínimo de 4% indica que le es indiferente, es decir que no conoce y no está interesado tampoco en conocerlo.

Pregunta 5: ¿Cómo califica usted la calidad de servicio gastronómico que ofrece santa Marianita?

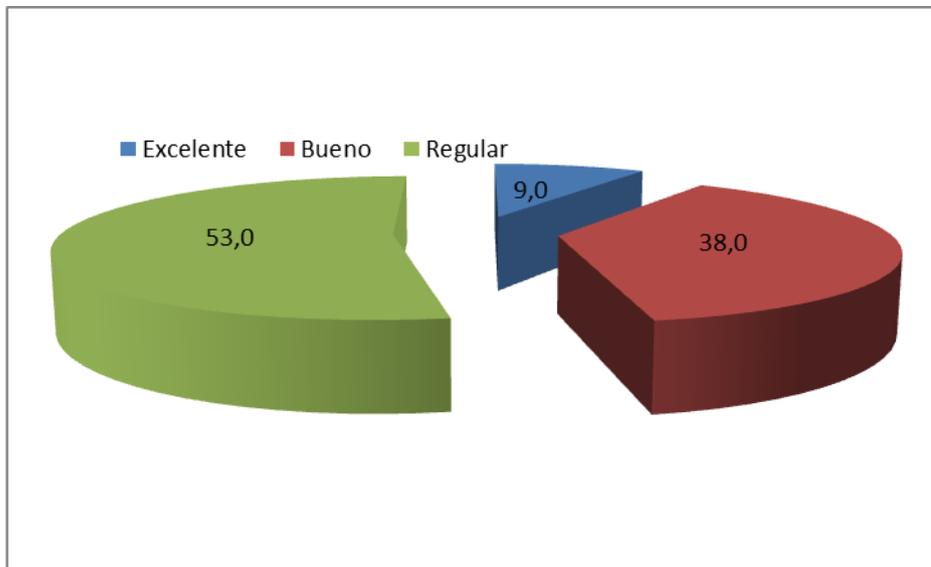


Figura 5: Servicio gastronómico en Santa Marianita

El servicio gastronómico de la parroquia de Santa Marianita se caracteriza por su deliciosa sazón manaba lo que hace que tenga mucha acogida lastimosamente no cuenta con un buen manejo de alimentos, capacitación para la calidad de servicio y una infraestructura limitada que no permite que se consolide este destino como turístico. En esta pregunta se evidencia el porcentaje de aceptación del servicio gastronómico que se ofrece en la actualidad arrojando el resultado del 9% como excelente, 38% como buena y 53% regular.

4.4.2 Análisis de los resultados

En el desarrollo de la encuesta, se tenía previsto evaluar la aceptación de la propuesta por parte de los encuestados, de los cuales se encontraban

algo sorprendidos y con muchas expectativas de que la información que se levantó sea de utilidad para mejorar el atractivo.

Las primeras preguntas pretendían elevar la expectativa de los visitantes con preguntas que servirían para definir la característica del mercado, estableciendo grupos por sexo y edad.

De la misma manera, se introdujo la propuesta de mejora del entorno con interrogantes como el conocimiento de la práctica del kite surfing, actividad de deporte extremo muy practicada en la playa y de las actividades con las que cuenta el entorno. Estas preguntas fueron importantes para canalizar a los encuestados en las propuestas que serían abordadas en el desarrollo de la investigación.

En las preguntas finales, se introduce la propuesta la misma que, al juzgar por los resultados de la encuesta, fueron de gran aceptación entre los encuestados, los mismos que también tenían interrogantes más allá de las encuestas. A partir de este comportamiento se intuyó también que era necesaria la propuesta de un plan para mejorar el servicio gastronómico existente en la playa, ya que la misma, aunque tiene fama de ser exquisita, aún hay temas pendientes como el servicio al cliente y la contaminación cruzada debido a la incorrecta manipulación de los alimentos.

En resumen, el análisis general de la encuesta determinó que si existe aceptación por el atractivo y que si está demandando una mejora para incrementar las visitas, y por ende generar desarrollo local.

Capítulo 5: Desarrollo de la propuesta

5.1. Resumen ejecutivo

Santa Marianita es una parroquia rural del cantón Manta, con un ambiente de playa privilegiado por su geografía y su encantador mar. Es precisamente estos elementos que han permitido que se posicione como uno de los destinos de playa principales de la Provincia de Manabí.

La propuesta de desarrollo turístico en el sector, plantea como uno de sus objetivos el fortalecer la oferta turística mediante la implementación de espacios y charlas que permitan fortalecer esa oferta ya existente y crear nuevas de acuerdo al segmento de la demanda.

La investigación pretende entonces desarrollar una propuesta que sea realmente atractiva para el visitante, especialmente por la presencia de una actividad que, a pesar de no ser el motivo principal de esta investigación, forma también parte de los atractivos como es el kite surfing.

Para esto, es importante determinar que sobre la base de lo investigado, se elaboró fichas de propuesta siguiendo el formato del Ministerio de Turismo del Ecuador para la implementación de acciones que conduzcan a la mejora de la oferta turística local, y que esto sea un factor multiplicador en la economía de la población.

En este sentido, si bien la provincia manabita tiene como fortaleza sus playas, se tiene como ventaja el ser un balneario cercano a la ciudad de Manta, donde se concentra la demanda potencial, y el ser como un destino alternativa, desde la perspectiva de turismo de sol y playa, que pueda ser integrado a la lista de recursos turísticos del cantón.

5.2. Análisis del entorno

5.2.1 Datos generales de la Provincia

La provincia de Manabí se encuentra ubicada en el extremo noroccidental del territorio ecuatoriano, teniendo como límites al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con la provincia de Guayas y Santa Elena, al Oeste con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos y al oeste el Océano Pacífico.



Figura 7: Ubicación de la provincia de Manabí
Fuente: Imagen de internet

Políticamente, la provincia de Manabí está dividida en 22 cantones, teniendo como capital a la ciudad de San Gregorio de Portoviejo, y como puerto principal a la Ciudad de Manta.



Figura 8: Cantones de la provincia de Manabí
Fuente: Imagen de internet

Su forma de gobierno es regida por el Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralizada (COOTAD), el cual establece que cada cantón tiene un Alcalde y miembros del concejo provincial, los cuales son elegidos en elecciones populares cada 4 años.

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, tiene las siguientes cifras:

Tabla 1: Composición demográfica de la Provincia de Manabí

Población Total	1.395.249 habitantes
Tasa anual de crecimiento	1.65%
Edad media de la población	28 años
Analfabetismo	15% de la población total
Analfabetismo digital	34% de la población total

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. 2014

De la misma manera, la provincia manabita cuenta con una composición racial bastante peculiar. En el siguiente cuadro se explica detalladamente esta instancia:

Tabla 2: Composición racial de la Provincia de Manabí

Mestizos	68.02%
Blancos	5.12%
Montubios	19.20%
Afro ecuatorianos	6%
Indígenas	0.2%
Otros	0.3%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. 2014

Cabe acotar, que es una de las provincias del Ecuador que tiene muy arraigada su identidad, ya que, al ser el gentilicio correcto “manabita”, se hacen llamar manabas en un tono de respeto y valentía. De la misma manera, son muy comunes los nombres estrambóticos que tienen algunos de sus habitantes, lo que acrecienta la curiosidad del visitante por saber dónde se encuentran dichas personas.

5.2.2 Datos generales del cantón Santa Marianita

Según datos proporcionados por la web del GAD Parroquial, el cantón Santa Marianita se encuentra localizado al sur de la ciudad de Manta, a unos 30 minutos de distancia, lo que hace que sea un lugar muy visitado por personas que visitan la ciudad. Muy característico por la práctica del kite surfing debido a sus olas y vientos característico de su clima, que oscila entre los 25 y 30 grados. Tiene una extensión de 2.5 km que van desde Punta Cangrejo hasta Punta Tarima.

Su principal actividad económica es la pesca, aunque en los últimos años, debido a las corrientes turísticas que han buscado alejarse del bullicio de la ciudad, se han dedicado al turismo, específicamente, en la gastronomía y algunos operadores que ofertan la práctica de deportes acuáticos.



Figura 9: Cantones de la provincia de Manabí
Fuente: Google Maps.

Sus características físicas radican en ser una playa de compuesta de laderas y elevaciones, como Punta Cangrejo y Punta Tarima, en las cuales puede apreciarse el horizonte marino. La fauna del sector está compuesta por aves tales como las fragatas, gaviotas y pelícanos. En lo que respecta a la flora, es escasa en los alrededores de la playa, predominando plantas espinosas y árboles pequeños de barbasco, que contrastan el ambiente con su color verde en la copa.



Figura 10: Carretera a Santa Marianita
Fuente: Imagen tomada de internet.



Figura 11: Fauna y Flora de Santa Marianita
Fuente: viajandox.com

Entre sus atributos, está el poseer fuertes y constante corrientes de viento siendo un lugar de primera clase para la práctica del kite surfing, deporte extremo que atrae visitantes por la particularidad del mismo. Este deporte consiste en una tabla de surf atada a un paracaídas, permitiendo la realización de maromas y piruetas en el aire por parte de los surfistas.



Figura 12: Práctica de kitesurfing en Santa Marianita
Fuente: matadornetwork.com

A pesar de ser uno de los atractivos de la zona, actualmente se constituye también en una incomodidad para las personas que buscan relajación por cuanto todo el perfil es ocupado por deportistas y equipos que incomodan la actividad turística de sol y playa.

5.3. Planteamiento estratégico

5.3.1. Caracterización del destino turístico

Santa Marianita, llamada también por los turistas como Playa Bonita, es un lugar reconocido por su tranquilidad en el ambiente y por considerarse una playa ecológica, debido a que sus habitantes practican el reciclaje y otras actividades orientadas a reducir el impacto ambiental por la contaminación, es por eso que la playa no presenta contaminación por desechos sólidos.

Debido a la característica de su arena, la misma que es de consistencia mediana estándar y uniforme, es de agradable sensación para el visitante. De la misma manera, su horizonte despejado permite el avistamiento de diferentes aves que componen su fauna.

En lo que respecta a folklore, la parroquia tiene dos fiestas religiosas muy coloridas, las mismas que según el Inventario Turístico del MINTUR, son de categoría folclore, tipo manifestación religiosa y creencias populares. De la misma manera, el 17 de noviembre se celebra la fiesta de Santa Marianita, la misma que también integra el Inventario Turístico, pero en la categoría de eventos programados debido al colorido que posee.

Sin embargo, más allá de las características geográficas que posee, uno de los atractivos principales que ha tomado fuerza en la parroquia es su gastronomía, ya que por la cercanía de la ciudad, atrae visitantes para degustarla y no necesariamente por que van a realizar turismo de sol y playa. Es bajo esta premisa, que se fundamenta la investigación y que toma esta oferta como parte del desarrollo turístico de la localidad.

5.3.2. Caracterización del mercado objetivo

La Parroquia de Santa Marianita, a pesar de ser un recurso turístico con muchas ventajas, presenta un desarrollo turístico muy lento en lo que respecta a la asignación de recursos para el mismo. En la actualidad, se hace la promoción del destino tomando como insignia el deporte extremo, sin embargo, a pesar de esta desventaja, el flujo de turistas siempre es muy constante, lo que evidencia una falta de planificación en el destino.

Territorialmente hablando, y de acuerdo a la observación del investigador, la Parroquia está dividida en dos áreas: La zona de playa, donde se concentran las actividades turísticas y la práctica del kite surfing, y la zona

poblada, la misma que tiene como principal actividad económica la pesca.

En lo que respecta a la zona de playa, se puede apreciar que la capacidad instalada es insuficiente para la cantidad de visitantes que acuden durante todo el año. En este sentido, según la información proporcionada por el GAD Parroquial, las temporadas de mayor demanda son de diciembre a abril, mientras que de mayo a noviembre, es mayormente visitada por deportistas de kite surfing. Cabe indicar, que estos visitantes aumentan el flujo cuando tiene como destino principal Manta, pero por la saturación del lugar, eligen Santa Marianita como segunda opción.

Como características del perfil del turista, de acuerdo a lo observado por el investigador, es de familias y amigos que buscan alternativas más relajadas para el disfrute de la playa, así como también para degustar de la gastronomía del lugar. La mayoría de ellos cuentan con movilización propia, sin embargo, también se observó que algunas líneas de transporte público llegan a la zona como Carlos Alberto Aray y Reina del Camino con frecuencias diarias.

5.4. Planteamiento operativo Y oferta Gastronómica

Basados en el resultado obtenido de la encuesta a la demanda potencial, la investigación está orientada a proponer un desarrollo de actividades turísticas en el Cantón Santa Marianita, con la implementación de una Plaza Gastronómica como elemento adicional a la oferta de playa consolidada y ya conocida por los visitantes. De esa manera, se pretende aportar al fortalecimiento del destino y que no solo se centre en oferta masificada de sol y playa.

La oferta gastronómica en la actualidad en la parroquia rural santa marianita se da de manera desorganizada, una atención al cliente que no es la más óptima, y no le dan la importancia debida a la correcta manipulación de

sus alimentos.

En la actualidad hay 10 cabañas y 7 restaurantes que dan el servicio alimentario en la parroquia. Entre sus platos típicos conocidos y muy apetecidos entre sus turistas están:

Paella de mariscos

Arroz marinero

Encocado de pescado

Encocado de Camarón

Ceviche mixto

Ceviche de concha

Ceviche de pescado

Ceviche de calamar

Ceviche de pulpo

Pescado frito con patacones

Chicharron de pescado

Chicharron de camarón

Corvina frita.

Los precios oscilan entre los 4 y 8 dólares aproximadamente por plato, tiene fama de ser exquisita.

El propósito de mi propuesta es mejorar la oferta gastronómica actual capacitar a sus trabajadores en el ámbito de atención al cliente, y la correcta

manipulación de sus alimentos. Implementar una plaza gastronómica ordenada, limpia y adecuarla para que la experiencia del turista sea fenomenal.

Con esto incrementaríamos plazas de trabajo, por ende crecimiento de la parroquia, aumentar la visita de sus turistas y mejorar la experiencia de quien recorra este hermoso balneario.

5.4.1 Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Proponer la implementación de una plaza gastronómica en la Parroquia Rural de Santa Marianita como alternativa de desarrollo turístico del entorno.

Objetivos Específicos

- Analizar el estado actual del cantón Santa Marianita, mediante la obtención de los resultados, aplicando las fichas de inventario y de diagnóstico del entorno.
- Determinar las limitaciones que presenta Santa Marianita en lo que respecta a plataforma turística y oferta local.
- Diseñar los planes y proyectos para la implementación de la oferta gastronómica con la utilización de la metodología propuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

5.4.2 Alcances y beneficios de la propuesta

El alcance y beneficio de esta propuesta está dirigido a los habitantes de la parroquia rural Santa Marianita y sus alrededores, ya que al proponerse la oferta gastronómica como, adición a la ya oferta de turismo de sol y playa, se crean nuevas plazas de trabajo, generando una dinamización de la economía local.

De la misma manera, se establecen beneficiarios indirectos, quienes serían aquellos que se encuentran en zonas aledañas, incluyendo a la ciudad de Manta, a la cual se proyecta como una alternativa a la oferta turística ya masificada.

5.4.3 Instituciones involucradas en el desarrollo de la propuesta.

- Municipio de Manta
- Parroquia Rural Santa Marianita
- Prefectura de Manabí
- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Obras Publicas

5.4.4 Líneas de productos

- Turismo Gastronómico
- Turismo Comunitario
- Turismo de Naturaleza

5.4.5 Análisis FODA

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<p>Existencia de espacio para la implementación de la plaza gastronómica.</p> <p>Playa disponible todo el año.</p> <p>Predisposición de los habitantes para el emprendimiento y mejora del atractivo en especial en su gastronomía.</p> <p>Variedades de platos típicos, en especial la utilización de mariscos frescos en todo su menú.</p>	<p>Espacios no habilitados para la oferta turística.</p> <p>Ausencia de señalética.</p> <p>Oferta gastronómica actual se da de manera desordenada.</p> <p>Falta de difusión en relación a su gastronomía.</p> <p>Falta de capacitaciones en la forma correcta de manipular los alimentos y de mejora de la atención al cliente.</p>

<p><u>Amenazas</u></p> <p>Proyectos diferentes a los presentados en la propuesta de implementación de un centro gastronómico para santa marianita.</p> <p>Fenómeno del niño.</p> <p>Fenómenos naturales</p>	<p><u>Oportunidades</u></p> <p>Propuesta de nueva oferta turística local.</p> <p>Mercado objetivo a favor de nuevas alternativas.</p> <p>Integración de técnicos y tecnólogos gastronómicos para el fortalecimiento de la oferta gastronómica en la parroquia santa marianita.</p> <p>Ser conocida por su hermosa playa, y el kite surfing.</p>
---	--

5.4.6 Referencias Técnicas del Proyecto

PLANDETUR 2020

Es un documento técnico que establece un plazo para el fortalecimiento de la actividad turística en el Ecuador, basándose en la teoría de la sostenibilidad, estableciendo estrategias para la conformación de la oferta turística, asegurando que esta se desarrolle de manera responsable, para que, de esa manera, se pueda asegurar los recursos para las siguientes generaciones. Está amparada en un plazo de cumplimiento de 13 años desde su creación.

Así mismo, el programa STEP-OMT5 (PLANDETUR, 2007, pág. 18), plantea lo siguiente: “El desarrollo sostenible del turismo abarca tres aspectos primordiales en cualquier tipo de actividad turística, independientemente de cual sea: Respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, uso óptimo de los recursos naturales y viabilidad económica y repartición equitativa de beneficios”.

Basado en lo mencionado anteriormente, el desarrollo turístico a través de la implementación de la plaza gastronómica en Santa Marianita, debe estar siempre apegado a los objetivos propuestos, para qué, de esa manera, se pueda asegurar el cumplimiento de los mismos. De la misma forma, el desarrollo sostenible pretende fortalecer las economías emergentes mediante el desarrollo de actividades turísticas como alternativa a las actividades económicas principales de sus pobladores, incidiendo así en la mejora de la calidad de vida.

Según las políticas para el turismo del Plandetur 2020, Se pretende valorizar y conservar el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, el cual debe estar sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio. Así también, buscar la competitividad del sistema turístico con la estructuración de productos turísticos con calidad, lo que se constituye en un valor agregado para la oferta turística nacional (PLANDETUR, 2007, pág. 130)

Siguiendo la sustentación del documento, se plantean objetivos estratégicos que se alinean a los proyectos de desarrollo turístico, el cual constituye la base de la metodología de desarrollo turístico propuesto por el Ministerio de turismo. Aquellos objetivos son los siguientes:

- a) Consolidación del turismo sostenible, como parte de los ejes dinamizadores de la economía nacional. La búsqueda de la mejora del nivel de vida de la población incide en la satisfacción de la demanda, por cuanto una de las ventajas competitivas de un país son sus elementos humanos.
- b) Coordinación del trabajo de los entes públicos, privados y comunitarios para asegurar el turismo sostenible. Es importante que aquello se base en los principios de reducción de la pobreza e inclusión social, partiendo de una gestión descentralizada.

- c) Generación de oferta turística sostenible, con competitividad para la potenciación del talento humano, recursos naturales y culturales.
- d) Aumentar el turismo interno, como medida de dinamización del mercado interno, logrando de esta manera la inclusión de todos los sectores sociales que tienen derecho al ocio y entretenimiento.
- e) Estructurar escenarios para la facilidad del gasto turístico como medida de atracción a la demanda.

Ministerio de Turismo.

El desarrollo de la propuesta, tiene como marco de referencia legal la ley de turismo nacional, la cual está implantada dentro del desarrollo de nuevos escenarios para la oferta turística. Ante ello se revisan los siguientes literales (MINTUR, 2012):

Artículo 3, literales:

- d) Conservación permanente de recursos naturales y culturales del país.
- e) Iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana con su cultura y tradiciones, preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando de la prestación de servicios turísticos en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos.

Artículo 4, literales:

- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Artículo 12: Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o de sus delegados, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el

desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador

Siguiendo con la construcción del marco de referencia de la propuesta, se aborda el siguiente documento elaborado por el Ministerio de Turismo, el cual plantea una serie de objetivos que canalizan la oferta turística nacional. Estos objetivos son los siguientes: (PIMTE, 2014)

- Aumentar la oferta del turismo de calidad en los espacios que se necesitan y consolidar la oferta turística de calidad.
- Mejorar la competitividad turística del Ecuador.
- Aumentar el número de turistas internacionales.
- Aumentar el nivel de ingresos por turista que visita Ecuador
- Posicionar experiencias competitivas en cada mundo.
- Posicionar al Ecuador como destino comprometido con el turismo sostenible.
- Consolidar la promoción internacional de los mercados clave y aumentar la promoción en los mercados de consolidación.
- Continuar con el posicionamiento de la imagen turística a nivel internacional.
- Mejorar el posicionamiento del mundo Costa.

Plan Nacional del Buen Vivir.

De la misma manera, se observa el PNBV como base para la armonía de la comunidad receptora con los visitantes. De esta manera se fundamentan los siguientes objetivos que conforman la propuesta (PNBV, 2013).

- Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Objetivo 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad y formas.
- Objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.

5.4.7 Novedades detectadas en el diagnóstico in situ.

En la fase diagnóstica, se realizó una visita el 24 de junio del año 2016 para determinar el estado actual del atractivo. Para ello se aplicaron las fichas de inventario y el manual de diagnóstico local diseñado por la PhD. Carla Ricaurte Quijano, los problemas detectados in situ son los siguientes:

Problemas y debilidades identificadas en la visita:

- Personal poco o nada capacitado para atención al cliente.
- Ausencia de señalética informativa y turística.
- Poca señalética informativa de acceso al lugar.
- Ausencia de planta y facilidades turísticas.
- Accesibilidad vial limitada.
- Comedores y restaurantes con falencias de infraestructura para atención al cliente.

5.4.8 Propuestas de intervención

Luego de realizado el diagnóstico del entorno, se proponen las siguientes acciones:

- Capacitaciones en gastronomía local, contaminación cruzada y atención al cliente para las personas con negocios y para aquellos que deseen emprender.
- Señalética interpretativa en el lugar.
- Creación de infraestructura turística para la circulación de turistas.
- Construcción de una plaza gastronómica.

Planteadas las necesidades de intervención del entorno, se toma en cuenta la metodología propuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador, la cual es presentada en tablas para el diagnóstico y ejecución de las propuestas.

En este sentido, se diseñan los ejes de acción plateados en el documento técnico del PLANDETUR para su ejecución por parte del órgano encargado o empresa privada que platee su aplicación.

5.5. Evaluación, control de la propuesta y desarrollo de la implementación del centro gastronómico para santa marianita.

Tabla 3: Ejes de acción según PLANDETUR

Parqueadero:	Implementación de un parqueadero en la entrada del recinto.
Baterías sanitarias:	En los lugares públicos, plaza gastronómica
Plaza Gastronómica	Restaurantes
Modelos de Gestión	Modelo de Gestión para Santa Marinita
Tachos de Basura (reciclaje)	En los parqueaderos y plaza gastronómica
Accesibilidad	Creación de una vía de acceso y señalización adecuada para el ingreso de los turistas que deseen visitar la plaza

Elaborado por: Alejandra Vélez

En esta tabla se aprecia los ejes de acción propuestos por el PLANDETUR, en los cuales se establecen cinco áreas de trabajo que han sido diagnosticadas para su ejecución. Para esto e previsto que es necesario la implementación de un centro gastronómico para santa marianita con el único fin de mejorar la oferta turística, la experiencia del cliente y por ende un desarrollo local, es importante mejorar los recursos que tenemos en la actualidad ósea los 17 locales que ofrecen el servicio de gastronomía, desgraciadamente lo hacen de manera desordenada y eso a ocasionado que no crezcan las visitas ya que la experiencia en este ámbito no ha sido la más buena para sus visitantes. Después de un estudio y platicas establecida con el órgano encargado de los proyectos turísticos en este sector que corresponden

al municipio de Manta se pudo constatar que para esta implementación se necesita un presupuesto de 125 mil dólares del presupuesto global que tienen para proyectos turísticos de esta índole, un tiempo aproximado de 6 meses para su adaptación según la plantilla propuesta por el plandetur para todo proyecto turístico. Con esto creceríamos a tener 30 restaurantes bien equipados y asesorados para mejorar la experiencia del turista. Las visitas por ende crecerían de 80mil personas anuales a más de 120mil, habría más plazas de trabajo y por ende un desarrollo local.

Adicional a la metodología propuesta por el plandetur que se maneja en todo proyecto turístico que va de la mano con lo que propone el Ministerio del Turismo del Ecuador, propongo crear un centro informativo ya que se tiene mucha demanda de visita de turistas nacionales e internacionales y necesitan conocer no solo los beneficios o disponibilidades que ofrece esta parroquia sino que pueden encontrar y disfrutar en sus alrededores.

Mantener siempre informado al turista da confianza y credibilidad al viajero frecuente y no frecuente.

Contar con un personal capacitado para orientar y asistir al turista que visita este hermoso balneario nos dará un plus adicional y nos hará fortalecernos como destino turístico.

En fin mi propuesta es completa y sería una guía no solo para otros proyectos turísticos sino para adicionar como parte de atención al cliente en las plantillas del ministerio de turismo y plandetur. Esto nos costara 20mil dólares y 3 meses de implementación que están dentro de los 120mil presupuestados para la plaza gastronómica.

Proyecto 1: IMPLEMENTACIÓN DE PARQUEADERO

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: Entrada de la Parroquia Rural Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye la propuesta: La consolidación del turismo sostenible, basado en la sostenibilidad como pilar de la economía ecuatoriana. Pretende lograr la mejora de la calidad de vida de la localidad aumentando la ventaja competitiva del destino.

Objetivo del proyecto: Identificar la necesidad real de espacios para el aparcamiento de vehículos y gestionar su implementación para satisfacer la necesidad de la demanda potencial.

Responsable de la
ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto de implementación
referencial:

\$ 54.035,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 5 meses

Proyecto 2: IMPLEMENTACIÓN DE BATERÍAS SANITARIAS

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: Plaza Gastronómica

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye la propuesta: La consolidación del turismo sostenible, basado en la sostenibilidad como pilar de la economía ecuatoriana. Pretende lograr la mejora de la calidad de vida de la localidad aumentando la ventaja competitiva del destino.

Objetivo del proyecto: Gestionar la instalación de baterías sanitarias en las inmediaciones de la plaza gastronómica para asegurar la calidad del destino y la comodidad de los turistas.

Responsable de la
ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto de implementación
referencial:

\$ 125.074,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 6 meses

Proyecto 3: IMPLEMENTACIÓN DE PLAZA GASTRONOMICA

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: Playa de Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento económico de la localidad mediante la implementación de espacios para el desarrollo de actividades turísticas, aumentando las posibilidades socio económicas del mercado local.

Objetivo del proyecto: Construir una plaza gastronómica con un mínimo impacto para el ecosistema, manteniendo el ambiente del entorno con construcción eco amigable.

Responsable de la ejecución:

Presupuesto Referencial:

Ministerio de Turismo

\$424.000

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 7 meses

Proyecto 4: Capacitación para la Gestión del Destino

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: Parroquia Rural Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento económico de la localidad mediante la implementación de espacios para el desarrollo de actividades turísticas, aumentando las posibilidades socio económicas del mercado local.

Objetivo del proyecto: Brindar capacitación en diferentes ámbitos relacionados con la gestión del destino, para establecer un tiempo de independencia de la localidad y el desarrollo del emprendimiento en la localidad.

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$179.000

Plazo de ejecución

Inicio: Año Noviembre 2016- Mayo 2017

Duración: 6 meses

Proyecto 5: TACHOS DE BASURA (RECICLAJE)

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: En las inmediaciones de la Plaza Gastronómica

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento económico de la localidad mediante la implementación de espacios para el desarrollo de actividades turísticas, aumentando las posibilidades socio económicas del mercado local.

Objetivo del proyecto: Canalizar los desperdicios generados por los visitantes, para un correcto procesamiento de reciclaje y reutilización para la disminución de impactos ambientales negativos para el entorno

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$ 12.300,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 3 meses

Proyecto 6: ACCESIBILIDAD

Programa: Desarrollo de la Infraestructura Turística

Localización: Vía principal de acceso a la parroquia rural Santa Marianita y playa de la parroquia.

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento económico de la localidad mediante la implementación de espacios para el desarrollo de actividades turísticas, aumentando las posibilidades socio económicas del mercado local.

Objetivo del proyecto: Crear accesos a la plaza gastronómica para personas con capacidad motriz reducida.

Responsable de la ejecución: Presupuesto Referencial:

Ministerio de Turismo \$ 35.400,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 6 meses

Proyecto 7: SEÑALÉTICA TURÍSTICA INTERPRETATIVA

Programa: Señalización Turística

Localización: Plaza Gastronómica de la Parroquia Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Motivar el crecimiento económico de la localidad mediante la implementación de espacios para el desarrollo de actividades turísticas, aumentando las posibilidades socio económicas del mercado local.

Objetivo del proyecto: Identificar los diferentes espacios que conduzcan a la Plaza Gastronómica, así como también la interpretación del entorno.

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$26.000,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 4 meses

Proyecto 8: Promoción del Destino

Programa: Promoción Turística

Localización: Provincia de Manabí

Objetivos estratégicos del PIMTE:

- Aumentar la oferta del turismo de calidad en los espacios que se necesitan y consolidar la oferta turística de calidad.
- Mejorar la competitividad turística del Ecuador.
- Posicionar al Ecuador como destino comprometido con el turismo sostenible.
- Continuar con el posicionamiento de la imagen turística a nivel internacional.
- Mejorar el posicionamiento del mundo Costa.

Objetivo del proyecto: Integrar el destino Santa Marianita a la oferta turística de la Provincia de Manabí.

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$150.800,00

Proyecto 9: Capacitación en Seguridad Alimentaria

Programa: Desarrollo del Talento Humano en la oferta turística

Localización: Parroquia Rural Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Implementar una oferta turística con un desarrollo sostenible y competitivo, logrando potenciar los recursos humanos, naturales y culturales.

Objetivo del proyecto: Capacitar al personal que se encuentra inmerso en la elaboración y comercialización de gastronomía local para el fortalecimiento de la oferta.

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$2.700,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 3 meses

Proyecto 10: Derecho y obligación ciudadana

Programa: Desarrollo del Talento Humano en la oferta turística

Localización: Parroquia rural Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Potenciar los destinos turísticos mediante la organización de esfuerzos comunitarios, privados y públicos para asegurar la equidad, sostenibilidad y gestión descentralizada.

Objetivo del proyecto: Crear conciencia sobre la importancia de la conservación de las costumbres y tradiciones, así como también las obligaciones que atañen como ciudadano.

Responsable de la ejecución:

Presupuesto Referencial:

Ministerio de Turismo

\$5.000,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 3 meses

Proyecto 11: ATENCIÓN AL CLIENTE

Programa: Desarrollo del Talento Humano en la oferta turística

Localización: Parroquia Rural Santa Marianita

Objetivo estratégico del Plandetur al que contribuye: Potenciar los destinos turísticos mediante la organización de esfuerzos comunitarios, privados y públicos para asegurar la equidad, sostenibilidad y gestión descentralizada.

Objetivo del proyecto: Asegurar la satisfacción del visitante con la aplicación de técnicas de servicio.

Responsable de la ejecución:

Ministerio de Turismo

Presupuesto Referencial:

\$1.850,00

Plazo de ejecución

Inicio: Año 2017

Duración: 3 meses

Conclusiones

- Santa Marianita es un atractivo turístico con potencialidades para el desarrollo de un destino de sol y playa sustentable, sin embargo es muy evidente que ese desarrollo turístico es muy lento debido a la falta de interés del Gobierno Seccional. El desarrollo de la encuesta demostró que hay predisposición de la demanda potencial por consumir oferta turística local. Sin embargo, la misma también determinó que prefieren tener como destino turístico principal la ciudad de Manta por la falta de infraestructura en especial en la gastronomía.
- La práctica del kite surfing le ha valido un reconocimiento a nivel nacional y mundial, por tanto la parroquia debe tomar como ventaja este reconocimiento para el desarrollo de oferta turística que mejore la economía local.
- La aplicación de un plan de desarrollo turístico a través de la implementación de un centro gastronómico constituye una herramienta de desarrollo de la oferta turística local, la misma que tiene efectos positivos en la población al establecer actividades económicas alternativas y que a su vez fomenten la conservación del entorno.
- La implementación de un espacio para la oferta gastronómica es una de las aristas principales desarrolladas en esta investigación, la misma que tiene como finalidad ser una guía para futuras investigaciones y proyectos de emprendimiento.

Recomendaciones

- La planificación es la herramienta principal para el desarrollo de destinos turísticos. La investigación a priori de los atractivos es fundamental para establecer un marco de referencia para establecer los puntos que deben tratarse en la conformación de una oferta turística, sea esta nueva o ya existente. Nos enfocamos en la mejora gastronómica y nueva implementación de un centro gastronómico que este a nivel de los turistas que visitan la parroquia y así mejorar la experiencia de los visitantes.
- Como parte colateral a la investigación, para un verdadero fortalecimiento de la propuesta, se debe trabajar en señalética tanto vial como informativa para que el visitante sienta la importancia del destino y especialmente conozca sus demás atractivos.
- Si se desea ser un referente del kite surfing, el encuentro con escuelas o colectivos que practican este deporte es esencial para establecer alianzas y estrategias que permitan el fortalecimiento de la parroquia, así como también su conservación.
- Establecer estrategias de comercialización con operadores turísticos locales para que la parroquia pueda ser un polo de desarrollo turístico de ciudad de Manta. Las autoridades deben continuar con los estudios de los atractivos, a través de catastros que permitan registrar la información, y que esta a su vez sea de insumo para demás investigadores y emprendedores.

Referencias

- ANDES. (9 de Abril de 2014). *Agencia Nacional de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/divisas-turismo-ecuador-crecieron-28-durante-primer-trimestre-2014.html>
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta. Edición*. Caracas.
- Ariza, A., Melo, C., Morales, P., Rodríguez, L., Malaver, N., & Rivera, H. A. (2011). Parques temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. *Borradores de Investigación: Serie documentos administración*, 8-10.
- ASSAEL, H. (2007). *Comportamiento del consumidor*. México: Editorial International Thomson Editores.
- Berenson, M., Levine, D., & Krehbiel, T. (2006). *Estadística para administración*. México: Pearson.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Education.
- El Universo. (23 de Diciembre de 2014). Recuperado el 28 de Diciembre de

- 2014, de
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/23/nota/4374496/mas-15-millones-extranjeros-visitaron-ecuador-2014>
- Fernández, L. (1978). *Teoría y Técnica del Turismo*. Madrid: Editora Nacional.
- GAD Parroquial Santa Marianita. (s.f.). Obtenido de
<http://www.gadsantamarianita.gob.ec/>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1997). *Una introducción al turismo*. Madrid: Síntesis.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (26 de Septiembre de 2007). *Diseño de Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (Septiembre de 2012). Recuperado el 26 de diciembre de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industria-del-turismo/>
- Montaner, J. (1996). *Psicosociología del Turismo*. Madrid : Síntesis.
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Anuario de estadísticas de turismo*. Recuperado el 26 de diciembre de 2014, de
<http://statistics.unwto.org/content/fundamental-principles-official-statistics>
- Pérez, A. (2009). *Guía Metodológica para anteproyectos de investigación*. Caracas - Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica del

Libertador - 3era edición.

Quesada, R. (2000). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: EUNED.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 13 de mayo de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta aplicada

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

Carrera de Gestión Hotelera y Turística

La siguiente encuesta tiene como finalidad la investigación para la elaboración de una propuesta de desarrollo turístico del cantón Santa Marianita. Agradecemos su tiempo para el desarrollo de la misma.

1.- Edad

18- 20 21-30 más de 30

2.- Origen

Nacional Extranjero

3.- ¿Por qué motivo llegó a la playa de Santa Marianita?

Recomendación de amigos Información turística De manera casual

4.- ¿Ha presenciado la práctica del kite surfing (deporte extremo) en las playas de Santa Marianita?

Si No Me es indiferente

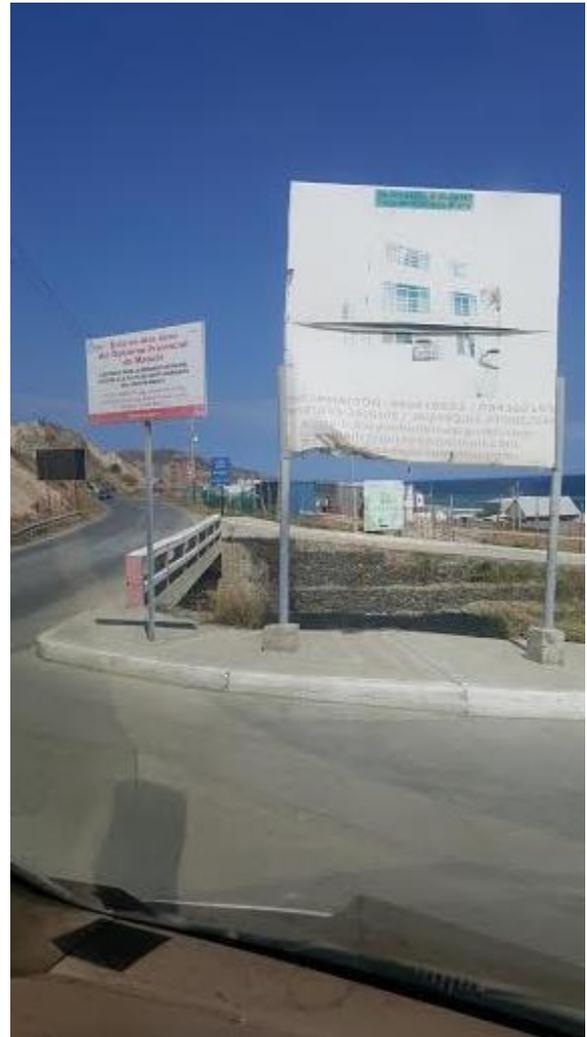
5.-¿Cómo califica usted la calidad de servicio gastronómico que ofrece Santa Marianita?

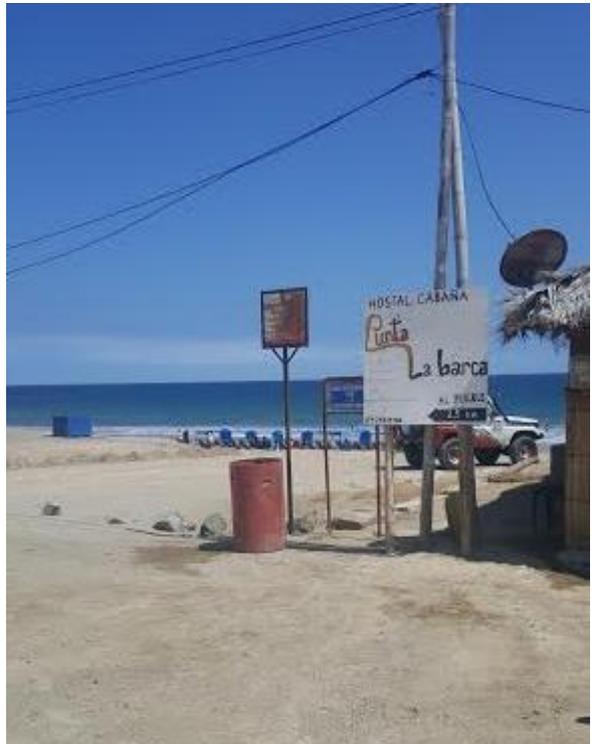
Excelente Bueno Regular

Gracias por su tiempo

Anexo 2

Registro Fotográfico







Anexo 3

Fichas para levantamiento de información

MANUAL PARA EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL

Guía para planificadores

**ESCUELA SUPERIOR
POLITÉCNICA DEL
LITORAL 2009**

Carla Ricaurte Quijano

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí
2. No

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
4. INEXISTENTE

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1. INDEPENDIENTE
2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS")

Fuente de información:

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 1. INTERNACIONAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. NACIONAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. REGIONAL | <input type="checkbox"/> |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información:

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información:

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. _____
2. _____
3. _____

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1. ALQUILAMIENTO | <input type="checkbox"/> |
| 2. RESTAURANTES | <input type="checkbox"/> |
| 3. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="checkbox"/> |
| 4. BARES | <input type="checkbox"/> |
| 5. SERVICIO DE GUANZA LOCAL | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 7. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>

7. BAÑÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO _____

2.2 Cultural

1. MUSEO <input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA <input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL <input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE) <input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO <input type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA <input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO <input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO <input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA <input type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO <input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO <input type="checkbox"/>	12. OTRO _____ <input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)

3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. SI

2. NO

¿CUAL? _____

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

_____ VISANTES DE LUNES A VIERNES

_____ VISANTES LOS DÍAS SÁBADO

_____ VISANTES LOS DÍAS DOMINGO

_____ VISANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)	<input type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>

Fuente de información:

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. SI
- 2. NO

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

¿Cuáles?

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SI

<input type="checkbox"/>

CUALES

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTETICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: _____

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASPALTADA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOSQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARITIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. ATREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROZABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. SI
2. No

b) TURBICA

1. SI
2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="checkbox"/> | 6. AVIÓN | <input type="checkbox"/> |
| 3. TAXI | <input type="checkbox"/> | 7. AVIONETA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHAS | <input type="checkbox"/> | 8. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. Otro_____ | |

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHICULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente EN el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO	#
1. RESTAURANTES	<input type="text"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input type="text"/>
3. BARES	<input type="text"/>
4. SERVICIO DE GUANZA LOCAL	<input type="text"/>
5. OTRO_____	<input type="text"/>

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

1. RESTAURANTES
2. KIOSCOS DE COMIDA

3. BARES
4. SERVICIO DE GUANÍA LOCAL
5. Otro: _____
6. NINGUNO

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. NATACIÓN	<input type="checkbox"/>	12. COMIDAS	<input type="checkbox"/>
2. PESCA DEPORTIVA	<input type="checkbox"/>	13. GASTRONOMÍA	<input type="checkbox"/>
3. CAZA	<input type="checkbox"/>	14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO	<input type="checkbox"/>
4. DEPORTES DE CANCHA	<input type="checkbox"/>	15. EVENTOS PROGRAMADOS	<input type="checkbox"/>
5. DEPORTES DE AVENTURA/RESGO	<input type="checkbox"/>	16. CAMPING	<input type="checkbox"/>
6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	17. PICNIC	<input type="checkbox"/>
7. CAMINATAS	<input type="checkbox"/>	18. CICUISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA	<input type="checkbox"/>
8. PASEOS EN BOTE/LANCHA	<input type="checkbox"/>	19. PARAPENTE	<input type="checkbox"/>
9. PASEOS A CABALLO/MULA	<input type="checkbox"/>	20. BUCEO / SNORKEL	<input type="checkbox"/>
10. VISITAS GUIADAS	<input type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>
11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA	<input type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios: _____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

1. PISCINA	<input type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input type="checkbox"/>
4. MUELLE	<input type="checkbox"/>	9. PASARELAS	<input type="checkbox"/>
5. MIRADOR	<input type="checkbox"/>	10. OTRO: _____	<input type="checkbox"/>

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes: _____

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1. PISCINA	<input type="checkbox"/>	6. PUENTES	<input type="checkbox"/>
2. VESTIDORES	<input type="checkbox"/>	7. CIRCUITOS DE SENDEROS	<input type="checkbox"/>
3. CANCHAS DEPORTIVAS	<input type="checkbox"/>	8. REFUGIO	<input type="checkbox"/>

