



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**OBSERVATORIO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y
DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA ZONA NORTE
DE MANABÍ**

AUTORES:

**DAILY ALEJANDRA TORRES APOLO
LÉINER FERDINÁN ALCÍVAR ÁLVAREZ**

TUTOR:

Dr.C ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA

CALCETA, OCTUBRE DE 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Daily Alejandra Torres Apolo** con cédula de ciudadanía **171641466-7** y, **Leiner Ferdinán Alcívar Álvarez** con cédula de ciudadanía **131271018-7** declaramos que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **OBSERVATORIO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ** se ha desarrollado de manera íntegra, respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, autenticidad y alcance del presente proyecto.

Y en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación se concede una licencia gratuita, intransferible y con fines estrictamente académicos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Daily A. Torres Apolo
CC: 1716414667



Leiner F. Alcívar Álvarez
CC: 1312710187

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, **Daily Alejandra Torres Apolo** con cédula de ciudadanía **171641466-7** y, **Leiner Ferdinán Alcívar Álvarez** con cédula de ciudadanía **131271018-7** autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **OBSERVATORIO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



Daily A. Torres Apolo
CC: 1716414667



Leiner F. Alcívar Álvarez
CC: 1312710187

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Dr. C Ángel Guillermo Félix Mendoza, certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **OBSERVATORIO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado por **Daily Alejandra Torres Apolo y Leiner Ferdinán Alcívar Álvarez**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN TURISMO**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Dr. C Ángel Guillermo Félix Mendoza
CC: 1310744865
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **OBSERVATORIO TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado por **Daily Alejandra Torres Apolo y Leiner Ferdinán Alcívar Álvarez**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN TURISMO**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Mg. VERA VERA JOSÉ RAFAEL
CC: 1313176131
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Mg. PÁRRAGA BASURTO YADIRA
CC: 1312437393

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Mg. MENDOZA MENDOZA BLANCA ENITH
CC: 1104440167

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día.

A nuestros docentes que nos han motivado y han forjado en nosotros, conocimientos y aptitudes, realmente útiles para el éxito profesional.

A nuestras familia y amigos quienes nos han acompañado y apoyado con mucho amor en esta etapa de formación académica.

Y a todas las personas quienes amablemente colaboraron para el desarrollo del presente trabajo;

Muchas gracias.

**DAILY ALEJANDRA TORRES
APOLO Y,**

**LÉINER FERDINÁN ALCÍVAR
ÁLVAREZ**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho amor a mi familia por su cariño, sus consejos y apoyo en mi etapa de formación profesional. Quedo muy agradecida con la familia politécnica, especialmente con la Carrera de Turismo, por la valiosa instrucción de todos estos años.

DAILY ALEJANDRA TORRES APOLO

Le dedico este trabajo a mi familia, que siempre veló y se interesó por mis estudios este período de tiempo, así mismo, le dedico desinteresadamente este trabajo académico a la Carrera de Turismo quien me formó académica y profesionalmente, así también por preocuparse por la calidad de esta obra para que contribuya al progreso del sector, finalmente, a mis amigos y compañeros que me acompañaron y compartieron conmigo todo este tiempo de labor.

LEINER FERDINÁN ALCÍVAR ÁLVAREZ

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE TABLAS	xi
CONTENIDO DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	5
1.2.1. TEÓRICA	5
1.2.2. METODOLÓGICA	6
1.2.3. PRÁCTICA	7
1.2.4. LEGAL	7
1.3. OBJETIVOS	8
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	8
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.4. IDEA A DEFENDER	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. TURISMO SOSTENIBLE	10
2.1.1. TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR	17
2.1.2. TURISMO SOSTENIBLE EN MANABÍ	19
2.2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL TURISMO	23
2.3. IMPORTANCIA DE LOS OBSERVATORIOS TURÍSTICOS	26
2.3.1. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS EN ECUADOR	27
2.4. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS EN MANABÍ	29
2.4.1. METODOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO	29
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	33
3.1. PERFIL DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.2. METODOLOGÍAS REFERENCIALES	34
3.3. DESARROLLO METODOLÓGICO	37
3.4. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	39
3.4.1. FASE 1. DESARROLLO DE UN ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ	39
3.4.1.1. ANALIZAR LAS ESTADÍSTICAS NACIONALES Y SECTORIALES DEL TURISMO	39
3.4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ	39
3.4.1.3. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES TURÍSTICOS SOBRE LA GESTIÓN DEL TURISMO, USO Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	40
3.4.1.4. CARACTERIZACIÓN LA DEMANDA POTENCIAL TURÍSTICA Y EL PERFIL DEL VISITANTE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ	40
3.4.1.5. REALIZAR UN ANÁLISIS INTEGRAL SOBRE LAS CONDICIONES DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO DE TURISMO EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ	42
3.4.2. FASE 2. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL OT	43
3.4.2.1. ANÁLISIS COMPARATIVO DE OBSERVATORIOS TURÍSTICOS DE LA INSTO	43
3.4.2.2. PROPONER LA MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y PLANTEAR LA FUNDAMENTE LEGAL (PROCESOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA)	44
3.4.2.3. ESTRUCTURAR EL ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL, LAS FUNCIONES Y PERFIL DE CARGOS	44
3.4.2.4. DISEÑAR LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL OT	44
3.4.2.5. ELABORAR UN ESTUDIO TÉCNICO PARA EL OT	45
3.4.2.6. DISEÑAR LOS INDICADORES	45

3.4.3. FASE 3. DISEÑO DE LOS PROCEDIMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS	46
3.4.3.1. DISEÑO DEL SISTEMA DE SOFTWARES PARA EL OT	46
3.4.3.2. ESTABLECER LAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN	46
3.4.3.3. PROPONER ESTRATEGIAS COMUNICACIÓN	47
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	48
4.1. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ	48
4.1.1. ESTADÍSTICAS NACIONALES Y SECTORIALES DEL TURISMO	48
CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO	48
DEMANDA TURÍSTICA	51
MOVIMIENTOS INTERNOS Y EXTERNOS DE TURISTAS	52
EMPRESAS TURÍSTICAS	55
ATRATIVOS TURÍSTICOS	56
CONECTIVIDAD TURÍSTICA	56
4.1.2. OFERTA TURÍSTICA DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ	59
PLANTA TURÍSTICA	60
RECURSOS Y ATRATIVOS TURÍSTICOS	62
ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE MANABÍ	66
INFRAESTRUCTURA	67
ACCESIBILIDAD	70
COMPONENTE SOCIOECONÓMICO	70
4.1.3. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES TURÍSTICOS SOBRE LA GESTIÓN DEL TURISMO, USO Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	72
IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE ACTORES	82
4.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA POTENCIAL	85
4.1.5. ANÁLISIS INTEGRAL SOBRE LAS CONDICIONES DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE UN OT EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ	96
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	97
PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL	98
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PROPUESTOS	99
4.2. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO	100
4.2.1. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS OBSERVATORIOS DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA INSTO	101
4.2.2. OBJETIVOS, MISIÓN, VISIÓN DEL OT	104
OBJETIVO GENERAL	104
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	104
MISIÓN	105
VISIÓN	105
4.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	105
FUNCIONES DEL OBSERVATORIO	105
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	106
MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES	107
4.2.4. PROCESOS OPERACIONALES	109
4.2.5. ESTUDIO TECNICO	111
PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA EL PRIMER AÑO	117
ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO	119
4.2.6. SELECCIÓN DE INDICADORES	120
SISTEMA DE INDICADORES	130
4.3. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	137
4.3.1. DISEÑO DEL SISTEMA DE SOFTWARES PARA EL OT	137
4.3.2. ESTABLECIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN	139
4.3.3. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	140
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	145
5.1. CONCLUSIONES	145
5.2. RECOMENDACIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	148
ANEXOS	156
ANEXO 1. RECURSOS Y ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PEDERNALES	157

ANEXO 2. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JAMA	158
ANEXO 3. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SUCRE	158
ANEXO 4. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SAN VICENTE	159
ANEXO 5. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN EL CARMEN	160
ANEXO 6. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN FLAVIO ALFARO	160
ANEXO 7. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHONE	161
ANEXO 8. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BOLÍVAR	161
ANEXO 9. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DE INSTO.	162
ANEXO 10. FICHAS DE INDICADORES TURÍSTICOS SOSTENIBLES UTILIZADOS RECOMENDADOS PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA PROVINCIA DE MANABÍ.	167
ANEXO 11. ENCUESTA A GESTORES Y ACTORES TURÍSTICOS	183
ANEXO 12. ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA	186

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA de las condiciones para el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Manabí	19
Tabla 2. Problemáticas para el desarrollo del turismo sostenible	20
Tabla 3. Secciones para la creación de un observatorio turístico.	30
Tabla 4. Metodología propuesta para la creación de un Observatorio Turístico	30
Tabla 5. Matriz comparativa de actividades y metodologías.	36
Tabla 6. Actividades con mayor relevancia en los antecedentes metodológicos	36
Tabla 7. Desarrollo Metodológico	37
Tabla 8. Fuentes que proveen información al sistema informático de MINTUR	58
Tabla 9. Características generales de los cantones de la zona norte de Manabí	59
Tabla 10. Establecimientos turísticos de la zona norte de Manabí	60
Tabla 11. Capacidad de carga de establecimientos de alojamiento	61
Tabla 12. Capacidad de carga de establecimientos de alimentos y bebidas.	62
Tabla 13. Matriz de atractivos turísticos de la zona norte de la provincia de Manabí	63
Tabla 14. Áreas naturales protegidas nacionales	66
Tabla 15. Cobertura de servicios básicos en la zona norte de Manabí.	67
Tabla 16. Tabla de frecuencias de los actores de la zona norte de la provincia de Manabí	72
Tabla 17. Actores clave del turismo en la zona norte de Manabí.	82
Tabla 18. Tabla Frecuencias de la encuesta para la zona.	85
Tabla 19. Matriz FODA	96
Tabla 20. Matriz de Ponderación	97
Tabla 21. Posicionamiento estratégico	98
Tabla 22. Tabla de principales factores	99
Tabla 23. Misiones y visiones de los observatorios turísticos sostenibles	101
Tabla 24. Elementos de la interfaz de la página web.	102
Tabla 25. Tipos de observatorio y sus ubicaciones.	103
Tabla 26. Áreas clave de monitoreo	103
Tabla 27. Manual de funciones y perfil del coordinador del observatorio	107
Tabla 28. Dimensiones de estructura física oficina	112
Tabla 29. Presupuesto inicial para muebles de oficina	112
Tabla 30. Cálculo de Costos Sueldos.	115
Tabla 31. Presupuesto inicial para sueldos.	115
Tabla 32. Presupuesto de Inversión Inicial.	116
Tabla 33. Depreciación de Activos Fijos.	116
Tabla 34. Estructura de Costos y Presupuesto para el Primer Año de Funcionamiento	117
Tabla 35. Perfiles de los expertos	120
Tabla 36. Tabla de ponderación de expertos (de mayor a menor)	120
Tabla 37. Resumen de los resultados de los aspectos de cada indicador	122
Tabla 38. Recomendaciones de expertos.	126
Tabla 39. Recomendación de expertos.	127
Tabla 40. Recomendación de expertos	128
Tabla 41. Recomendaciones de expertos.	129
Tabla 42. Indicadores turísticos sostenibles	133
Tabla 43. Plan de comunicación	142

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Esquema conceptual de la sostenibilidad	12
Figura 2. Esquema del turismo sostenible	16
Figura 3. Gestión de la Información.	25
Figura 4. Ubicación geográfica de la provincia de Manabí	33
Figura 5. Ingresos por turismo en Ecuador	49
Figura 6. Llegadas de turistas a Ecuador.	51
Figura 7. Principales cantones del turismo interno de Ecuador	53
Figura 8. Procedencia de los encuestados	73
Figura 9. Tipo de organización	74
Figura 10. Valoración de la gestión turística desde distintos aspectos	75
Figura 11. Valoración de la planta turística, infraestructura, gestión y calidad turística	76
Figura 12. ¿De qué fuentes se obtiene la información turística?	77
Figura 13. ¿Qué tipo de información tiene a su disposición?	77
Figura 14. ¿De qué tipo de información usted carece para la gestión organizacional?	78
Figura 15. ¿Con qué problemas se encuentra a la hora de buscar información?	79
Figura 16. ¿De quién debe depender la administración del Observatorio Turístico?	80
Figura 17. ¿Estaría usted dispuesto a aportar de alguna manera al Observatorio Turístico?	80
Figura 18. ¿De qué manera aportaría al observatorio turístico?	81
Figura 19. Relaciones entre actores clave.	83
Figura 20. Leyenda de relaciones entre actores clave	84
Figura 21. Provincia de procedencia	86
Figura 22. Rango Etario	87
Figura 23. Género	87
Figura 24. Ocupación	88
Figura 25. Nivel de formación	89
Figura 26. Nivel de ingresos	89
Figura 27. Modo de viaje	90
Figura 28. ¿Con quién suele viajar?	90
Figura 29. ¿Cuántas veces ha visitado el destino por turismo?	91
Figura 30. ¿Cuánto está dispuesto a gastar?	91
Figura 31. ¿Con qué servicios le gusta/gustaría contar en los sitios que visita?	93
Figura 32. ¿Qué modalidades del turismo conoce y le gusta/gustaría practicar?	94
Figura 33. ¿Qué actividades le gusta/gustaría practicar?	94
Figura 34. ¿Qué cantón considera los mejores lugares para hacer turismo?	95
Figura 35. Organigrama estructural del Observatorio	106
Figura 36. Flujograma de procesos	110
Figura 37. Plano de oficina	112
Figura 38. Gráfico del promedio de los indicadores de Gestión del Destino	125
Figura 39. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Económica.	127
Figura 40. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Sociocultural.	128
Figura 41. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Medioambiental.	129
Figura 42. Sistema de Indicadores propuesto para el Observatorio Turístico Sostenible	133
Figura 43. Esquema del sitio web	138

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo la elaboración de una propuesta de un Observatorio Turístico como herramienta de gestión y desarrollo del turismo sostenible en la zona norte de Manabí. La investigación tiene un enfoque mixto de tipo exploratorio y descriptivo y comprende tres etapas. La primera etapa consistió en un análisis sectorial del turismo. Se aplicaron encuestas de muestreo probabilístico y no probabilístico, la primera enfocada en el estudio de la demanda turística potencial y la segunda dirigida a los actores turísticos con la finalidad de conocer su percepción sobre la gestión, uso y necesidades de información, cuyos resultados contribuyeron al análisis integral del área de estudio para establecer las condiciones sobre las cuales se implementaría un observatorio turístico. En la segunda etapa se realizó un análisis comparativo de diversos observatorios internacionales que sustentaron la propuesta del observatorio en cuestión. Se planteó su estructura organizativa, así como los procesos operacionales y los presupuestos respectivos para su implementación. Mediante el método Delphi se seleccionaron los expertos para analizar los indicadores y seleccionarlos, contemplando los aspectos de gestión, económico, impacto social y ambiental. Se determinaron las políticas para la difusión y la gestión de la información producida y se propuso un plan estratégico de comunicación para el observatorio que permitan una correcta gestión de sus outputs a corto y largo plazo. La investigación evidenció que la zona norte de la provincia de Manabí posee las condiciones y las necesidades requeridas para la implementación de un observatorio turístico sostenible.

PALABRAS CLAVE

Observatorio de turismo sostenible, Desarrollo sostenible, Gestión del turismo, Indicadores de sostenibilidad.

ABSTRACT

The present work had as objective the elaboration of a proposal for a Tourist Observatory as a tool for the management and development of sustainable tourism in the northern area in Manabí. The research has a mixed exploratory and descriptive approach and comprises three stages. The first stage consisted of a sectoral analysis of tourism. Probabilistic and non-probabilistic sampling surveys were applied, the first focused on the study of the potential tourist demand and the second directed at the tourist actors in order to know their perception about the management, use and information needs, whose results contributed to the comprehensive analysis of the study area to establish the conditions on which a tourist observatory would be implemented. In the second stage, a comparative analysis of various international observatories that supported the proposal of the observatory in question was carried out. Its organizational structure was raised, as well as the operational processes and the respective budgets for its implementation. Using the Delphi method, the experts were selected to analyze the indicators and select them, taking into account management, economic, social and environmental impact aspects. The policies for the dissemination and management of the information produced were determined and a strategic communication plan was proposed for the observatory that would allow a correct management of its outputs in the short and long term. The investigation showed that the northern area of the province of Manabí has the conditions and needs required for the implementation of a sustainable tourism observatory

KEYWORDS

Sustainable tourism observatory. Sustainable development, Tourism management. Sustainable indicators.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En las últimas décadas el desarrollo sostenible alrededor del mundo ha tomado fuerza como una nueva realidad y herramienta que permite la erradicación de la pobreza, la protección natural y garantizar la prosperidad económica de todos los habitantes (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2022) y la aprobación de la Agenda 2030 en el 2015 que se plantearon los objetivos de desarrollo sostenible. Bajo esta nueva realidad el turismo no se ha quedado atrás, ya que se ha convertido en una de las principales industrias del mundo en abrazar e integrar transversalmente todo el concepto de sostenibilidad.

La Organización Mundial del Turismo [OMT] en el 2020 mencionó que un uso óptimo de los recursos medioambientales, el respeto a la autenticidad sociocultural y el aseguramiento de las actividades económicas a largo plazo son los tres pilares que sostienen un turismo sostenible. Anterior a la agenda 2030 la OMT se había visto interesada en el seguimiento de los impactos económicos, ambientales y sociales del turismo de modo integral, por lo que en el 2004 creó la Red Internacional de Observatorios Turísticos Sostenibles [INSTO]. De manera que las distintas regiones del mundo, de acuerdo a sus condiciones particulares, puedan recopilar y procesar datos que permitan gestionar un territorio desde un marco sostenible (Molina y Báez, 2017).

El turismo sostenible también es visto como un modelo de desarrollo económico creado para que mejore la calidad de vida de las comunidades receptoras y permita una experiencia de alta calidad para los visitantes de los destinos turísticos (Serrano y Cazares, 2019). El desarrollo del turismo sostenible también posee un fuerte enfoque económico, pues al salvaguardar la experiencia de sus visitantes junto a su entorno local se garantiza al mismo tiempo altos ingresos económicos para las comunidades locales, lo que permite plantear el turismo sostenible como un modelo de posicionamiento de los destinos turísticos eficientemente y en relación con las tendencias actuales del mercado.

El turismo en Ecuador contribuye a la revalorización de las culturas locales y a la protección de sitios naturales, y aporta efectivamente a la redistribución de los ingresos por divisas y mejora de calidad de vida de los habitantes. (Ministerio de Turismo [MINTUR], 2019). La industria es vista como un sector estratégico que aporta al desarrollo sostenible del país en sus ámbitos económicos, sociales y ambientales, ya que está relacionado con actividades productivas que generan oportunidades de empleo y propagan la articulación de cadenas de valor, así lo confirma el MINTUR en el 2021, que mencionó que el turismo generó una contribución significativa al PIB en los últimos años del 2.0% en el 2016, 2.1% en el 2017, 2.1% en el 2018, 2,2% en el 2019 del 1.2% en el 2020.

Como actividad multisectorial el turismo está vinculado con una gran cantidad de información que requiere ser analizada a detalle para la toma de decisiones acertadas en el desarrollo sostenible de la industria turística (Altamira Muñoz, 2007). En este contexto es evidente que en función del crecimiento del mercado turístico (oferta y demanda) la gestión de los sitios y destinos se torna cada vez más compleja y se convierte en un reto mucho más grande para los gestores turísticos locales. Frente a esta realidad, Hernández et al, (2020) sostiene que para que el turismo posea un correcto y contundente desarrollo se requiere de mediciones y métricas apropiadas que cuantifiquen la eficacia de la actividad. Así, los observatorios turísticos han tomado protagonismo como instituciones que recopilan, procesan y generan estadísticas que permiten conocer el comportamiento turístico en un determinado territorio.

Hernán et al (2011) sostiene que las problemáticas generales de los destinos turísticos pueden ser agrupadas en dos partes: problemas de gestión y de información. La primera agrupa la política, la toma de decisiones y la gestión territorial, mientras que la segunda se enfoca a todo el conjunto de información turística que en el supuesto perfecto debe ser clara, oportuna, actualizada y accesible para los stakeholders de la industria.

Claramente la información y gestión turística se relacionan directamente, por ello los destinos turísticos que carezcan de instituciones especializadas en analizar el

comportamiento del turismo se exponen a una gestión poco eficiente, pues carecerán de información vital que permita planificar y tomar decisiones de manera acertada. Por esta razón, en diversas regiones del mundo, tales como España, Portugal, México y Brasil se han propuesto y diseñado estudios sobre la necesidad de implementación de observatorios turísticos en distintas regiones fundamentando que la recopilación y tratamiento de datos resulta imprescindible para la gestión eficiente de los destinos turísticos.

Los planteamientos anteriores afirman que el conocimiento es clave para el desarrollo y la sostenibilidad del sector turístico. La información generada por la academia, la administración pública, las empresas y gremios es fundamental para el rendimiento productivo y competitivo de la industria. Con estos antecedentes se cuestiona qué tan efectiva es la producción, comunicación y aprovechamiento de los estudios realizados en materia turística dentro de la provincia de Manabí para asegurar el desarrollo sostenible.

Mediante el análisis de las interrogantes se detectaron problemas relacionados a la utilización y reproducción de información turística, pues la carencia de datos fiables a nivel de destino es aún uno de los principales desafíos que el sector no resuelve, manifestándose desde documentos básicos como son los inventarios y catastros de ámbito turístico que carecen de actualización periódica (Font y Álvaro,2019). Por otro lado, la falta de información del mercado turístico (comportamiento de compra y la venta de los servicios turísticos locales) es una problemática que aumenta mientras más alta es la demanda de turismo en la provincia, lo cual afecta tanto a proveedores y competencia por igual (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí) [ULEAM], 2017).

De acuerdo con los mismos autores, otra realidad que se ha evidenciado es que las instituciones educativas superiores constantemente desarrollan estudios y nuevas propuestas de gestión, sin embargo, estos esfuerzos tienen un débil impacto en el desarrollo del turismo, pues la información no se utiliza ni se interpreta por los protagonistas del sistema turístico, debido principalmente a la

carencia de comunicación y cooperación entre la academia, el sector público y el sector privado (Font y Álvaro, 2019).

Respecto a la obtención de información, se detecta un recelo competitivo desde la industria privada, que dificulta la generación y el análisis integral del mercado en los distintos territorios. Este hecho es uno de los principales obstáculos que limitan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (Subía, Barzaga y Nevares, 2018). A consecuencia de ese comportamiento aislado entre actores, se han establecido modelos de gestión deficientes, así como políticas y estrategias defectuosas que no contribuyen a un desarrollo turístico sostenible.

En el aspecto ambiental, la mayoría de planes y proyectos no se adecúan a la realidad de sus respectivos territorios, y a consecuencia de esto se evidencia una paulatina degradación de los recursos y del paisaje turísticos tanto en áreas rurales como urbanas (Arroyo, 2018). Un hecho importante a mencionar es que la mayoría de los sitios naturales del objeto de estudio se encuentran calificados en un estado de alteración o en proceso de deterioro (Lectong, 2018).

En relación con el aspecto cultural, existen varios actores sociales dentro de la provincia de Manabí que realizan esfuerzos exigüos para la revitalización de los saberes y haceres ancestrales, sin embargo, persisten aún muchos vacíos sobre sus atributos socioculturales especialmente en el recurso arqueológico (Jijón y Rivera, 2020). Así mismo, se distingue aún, una gran falta en la orientación al turista y la promoción de los valores culturales y patrimoniales de la zona norte de la provincia como consecuencia de la carencia de conocimientos del entorno (Hormaza y Torres, 2020).

De la gestión con respecto al equipamiento e infraestructura, los últimos diagnósticos situacionales realizados en el norte de Manabí manifiestan varias inconsistencias como la ausencia de servicios básicos en la mayoría de áreas rurales (luz eléctrica, agua potable, internet), una planta hotelera que ignora las necesidades de la demanda en temporadas altas y la informalidad de los negocios (Loor, 2020). Además, existen instalaciones turísticas deficientes a consecuencia del terremoto 16A, especialmente del cantón Pedernales que es

uno de los cascos urbanos principales de la zona (Barre y Candela, 2019). A esto se suma la falta de capacitación del talento humano que se refleja en los servicios de baja calidad y la escasa promoción de los productos turísticos.

Son pocas las motivaciones económicas por parte del sector público y como resultado de ello, las inversiones en emprendimientos son relativamente pequeñas, haciendo a esta zona turística un competidor débil ante la creciente demanda por el turismo sostenible. Se recalca también que es fácilmente notable que la distribución territorial en materia de infraestructura, promoción y servicios turísticos en la zona norte de Manabí es desigual.

Estos elementos se concentran, en su mayoría, en ciertas áreas de la costa del pacífico, dejando desatendidas las áreas costeras internas de la zona. Esto según Delgado (2020) es una problemática general del turismo y se conoce como marginación de áreas en destinos turísticos. Por su lado Arroyo (2018) menciona que esta realidad se debe a los modelos de desarrollo implementados en la provincia de Manabí que hasta la actualidad poco han considerado visiones realmente sostenibles. Esta realidad es contraproducente, pues los modelos de desarrollo que no se acoplan a estándares de prospectiva sostenible en la actualidad son incompatibles con la nueva realidad turística, debido a que todos los esfuerzos en la evolución del turismo mundial giran en torno a que sean económicamente, culturalmente y ambientalmente compatibles con su medioambiente.

En función a todo lo anterior se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué manera la creación de un Observatorio Turístico contribuiría a la gestión y desarrollo del turismo de la zona norte de Manabí desde un marco sostenible?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

El desarrollo de la investigación se apoya en la propuesta teórica de Carvajal et al (2020), quienes afirman que un observatorio turístico recopila y genera

información sobre productividad, competitividad y calidad de los servicios de un territorio determinado, con la finalidad de orientar y mejorar en la toma de decisiones. La revisión bibliográfica facilitó las bases teóricas para el desarrollo del trabajo de investigación, por medio de la consulta en fuentes primarias y secundarias, con el propósito de obtener información clara, precisa y confiable en función a las variables dependiente e independiente correspondientes al tema de estudio. En base a lo anterior, se ofrecerá a la literatura turística nacional nuevos modelos de creación y gestión propios para la zona norte de Manabí que antes no existían, así también se propondrá un sistema de indicadores local que esté regido por las necesidades locales reales. Finalmente, a largo plazo también contribuirá al desarrollo de la literatura, pues dichos modelos y esquemas pueden mejorarse o extrapolarse a otros campos del conocimiento.

1.2.2. METODOLÓGICA

La propuesta de creación del Observatorio Turístico para Manabí que, en las siguientes páginas se nombrará como OT, se sustenta en metodologías de organismos sectoriales de gestión del turismo, tanto locales como externos que proponen modelos organizativos para su diseño y ejecución. Las metodologías que fundamentan la presente investigación son cinco: Auz (2016); Agencia Aysén (2009); SECTUR (2013); Ninahualpa (2017); Salazar (2016). Estas metodologías se vinculan en dos aspectos sustanciales: i.) diseño de la administración y ii.) gestión de la información, pues los observatorios son instituciones públicas, privadas o mixtas, que requieren de estructuras organizativas que sostengan sus procesos y simultáneamente, también son agentes generadores y reguladores de información.

El diseño metodológico de esta investigación servirá como modelo base a nuevas propuestas e investigaciones que consideren la información producida por los observatorios de turismo sostenibles, fomentando el desarrollo turístico local y posibilitando el acceso a nuevos actores y estudiantes el conocimiento necesario sobre el funcionamiento interno y externo de estas instituciones. De la misma manera, la metodología base utilizada servirá como incentivo al diseño no solo de

observatorios, sino también a instituciones afines o empresas que requieran de la gestión de información turística, por lo que la metodología creada es útil respecto a la incentivación turística local.

1.2.3. PRÁCTICA

Bajo una visión de utilidad, el OT permitirá a las instituciones, la academia, empresas turísticas del área y las comunidades el acceso y la contribución a una base de información, de constante actualización, útil para el mejoramiento de sus gestiones y políticas, las cuales tributarán a largo plazo en el correcto desarrollo del turismo local. Adicional a esto, también dispondrán a su disposición de una lista de indicadores abordando los aspectos económicos, sociales y ambientales avalados por profesionales con experiencia en diferentes áreas del sector turístico a fin de brindar herramientas de calidad a los agentes locales. Finalmente espera que la información generada contribuya a largo plazo a la generación de políticas territoriales y sectoriales que permitan al sector del turismo mayores beneficios provenientes de la gestión y el turismo sostenible.

1.2.4. LEGAL

Dentro de la Constitución del Ecuador, los artículos 349, 350 y 355 establecen respectivamente: garantía a los profesionales docentes profesionalización y remuneración justa, asimismo será la encargada de regular su desempeño y su evaluación; la educación superior se basará en la formación académica y profesional con visión científica según el régimen de desarrollo; y reconocimiento de autonomía para las instituciones de nivel superior

La necesidad y la importancia que ofrecen los Observatorios turísticos no pasa desapercibida por el gobierno central ni por la academia, pues se contribuye al mejoramiento del turismo nacional mediante el diseño de esta propuesta. El art. 6 del Reglamento General de Actividades Turísticas afirma que el proceso de planificación turística es función obligatoria de todos los organismos públicos, mediante la utilización del sector privado y servicios particulares. Respectivamente, el proceso de planificación requiere de información

especializada del turismo local, sea esta conseguida por medio de servicios públicos, privados, o mixtos, que faciliten y mejoren los resultados del proceso.

En la LOES [Ley Orgánica de Educación Superior] establece en sus artículos 12 y 16 autonomía para las instituciones y principios basados en el régimen de desarrollo. Por lo que en este caso el régimen de desarrollo solicita de observatorios de turismo y como tal deben tener libertad para la realización de sus actividades.

La propuesta de creación del observatorio turístico sostenible para la zona norte de Manabí se sustenta principalmente en los lineamientos estratégicos del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR), establecidos en el Plan Nacional de Turismo 2030 (PLANDETUR 2030), donde establecen textualmente dentro de su sección de planes/programas/acciones “Creación de observatorios turísticos que permitan la obtención de información estadística actualizada, confiable y real, necesaria para la toma de decisiones en los destinos”.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar la propuesta de un Observatorio Turístico que contribuya a la gestión y desarrollo del turismo sostenible en la zona norte de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar un análisis interno y externo del sector turístico que contribuya a la actualización del conocimiento integral del turismo en la zona norte de la provincia de Manabí.
2. Establecer la estructura administrativa y operativa del observatorio turístico para la zona norte de Manabí.
3. Diseñar los procedimientos estratégicos para el levantamiento, comunicación y difusión de datos para el observatorio

1.4. IDEA A DEFENDER

Un observatorio turístico en la zona norte de Manabí favorecería a la gestión y desarrollo del turismo de manera sostenible.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo contiene una síntesis conceptual y referencial que sirve de sustento científico para la definición del objeto de estudio. Esta parte de la investigación se desarrolla tomando como base orientadora las variables del problema de investigación. De las variables: turismo sostenible (variable dependiente) y observatorio turístico (variable independiente), se desprenden una serie de conceptos expuestos a continuación que son fundamentales y necesarios para una comprensión profunda y estructurada del tema de estudio.

2.1. TURISMO SOSTENIBLE

La sostenibilidad es un concepto teórico muy amplio dentro de la literatura de planificación y gestión de los territorios. Sus conceptos abarcan desde desarrollo económico, desarrollo social y protección medioambiental. Según Tan et al (2018) la sostenibilidad es un concepto independiente que provee un direccionamiento general que garantiza el progreso, conformado del buen vivir económico, social y medioambiental. El autor considera que la conceptualización de la sostenibilidad hace énfasis en el bienestar económico, social y medioambiental de los territorios, pues garantiza su desarrollo. Apoyando lo anterior, López et al (2022) afirma que la sostenibilidad es el resultado de una serie de factores transversales: prácticas económicas, prácticas sociales y prácticas medioambientales. La sostenibilidad gira en torno a tres factores que se entrelazan unos con otros, y que se relacionan con la economía, la sociedad y el medioambiente.

Analizando las variables que dan surgimiento y fundamentación a la existencia de la sostenibilidad, Machín (2022) afirma que se trata de un concepto contemporáneo que surge en escenarios insostenibles del planeta a consecuencia de un sistema consumista. El autor menciona que es en sistemas consumistas (escenarios insostenibles) donde ha surgido el concepto de sostenibilidad. Viñals y Teruel (2021) afirman que la sostenibilidad es un modelo de gestión y de gobernanza que rige toda la oferta de actividades económicas y de modalidades de un destino turístico, fundamentado en la interacción responsable del hombre con su medio. En base a lo anterior, se concluye que la

sostenibilidad nace con el propósito de gestionar de forma consciente y responsable los recursos naturales de un territorio protegiendo su oferta económica.

Las relaciones entre la gestión, la administración y la protección de los recursos naturales y culturales de los territorios ha propuesto un nuevo modelo de desarrollo conocido como desarrollo sostenible, el cual se define como el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2020). Este concepto propone nuevas variables al concepto de sostenibilidad, la prospectiva”, pues el concepto hace referencia a no afectar las capacidades productivas de las futuras generaciones, lo que implica un enfoque esencialmente ecológico. Zarta (2018) puntualiza que los principales aspectos que fundamentan la existencia de la sostenibilidad son: la escasez de los recursos naturales, el crecimiento exponencial de la población y la producción contaminante de las industrias.

El concepto de sostenibilidad, aunque sea esencialmente medioambiental no se separa de los esquemas culturales, económicos ni institucionales, pues según Lee y Jan (2019) cuatro principios fundamentan este término: desarrollo económico equitativo; conservación ambiental; promoción cultural y buena gobernanza. Lo anterior explica que un esquema sostenible que sea esencialmente sostenible, debe procurar que los habitantes de un territorio aumenten su riqueza de forma equitativa, que los recursos sea salvaguardados, que las sociedades tomen partido de sus modos de vida y tengan iniciativa, y que las instituciones procuren un manejo eficiente de sus políticas y medios de acción. A continuación, en base a lo anterior se propone el siguiente esquema conceptual expuesto en la **Figura 1**.

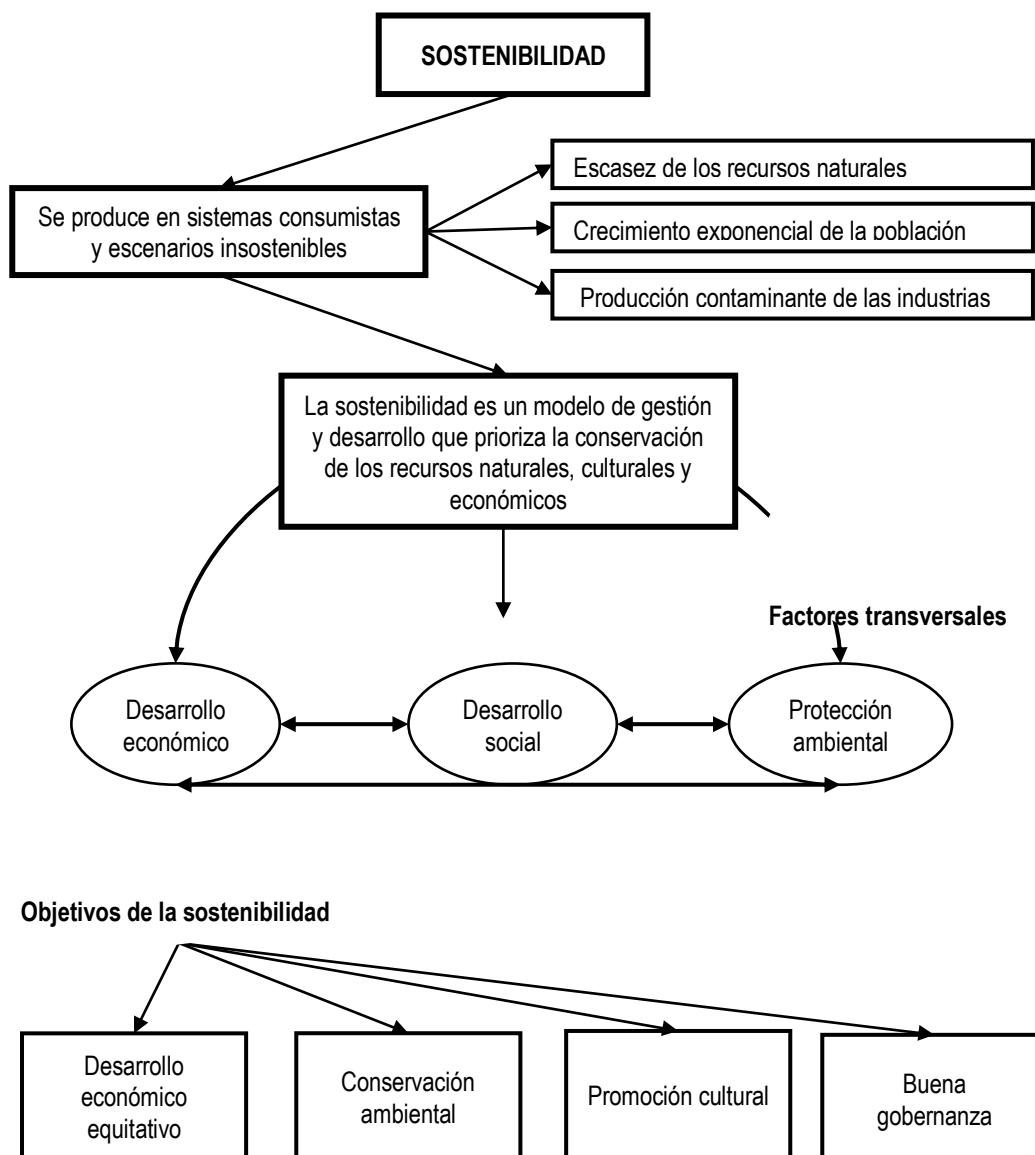


Figura 1. Esquema conceptual de la sostenibilidad

Autores: Los autores en base a Tan et al (2018); López et al (2022); Machín (2022); Viñals y Teruel (2021); Zarta (2018) y Lee y Jan (2019).

El turismo sostenible en las últimas décadas se ha consolidado como la forma de realizar un turismo más amigable con el ambiente y en vanguardia con las políticas mundiales de desarrollo turístico. Según la OMT (2012) el turismo sostenible se conceptualiza como "el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas". Según la definición expuesta, el turismo sostenible

posee la característica prospectiva típica del desarrollo sostenible, la cual se materializa en las necesidades de los visitantes, la industria, la comunidad y el entorno.

Otros autores tales como Pérez y Espejo (2012); e Inostroza y Cànovez (2014) implementan ideas más modernas, tales como la innovación de los productos, la revalorización de los patrimonios y la integración de los grupos de interés; y el aseguramiento de la satisfacción de los turistas. Estas ideas se encuentran relacionadas con la gestión de la oferta turística, pues mencionan conceptos tales como la satisfacción del turista y la creación de productos innovadores, por lo que, como toda tipología turística, el turismo sostenible también se relaciona con la generación de beneficios, pero incluye la protección de las comunidades y la revalorización del patrimonio.

Si bien el turismo sostenible posee dentro de su conceptualización ideas propias de cualquier tipología turística, también es cierto que posee características propias y distintivas que lo diferencian del resto de modalidades de turismo. Para Rodríguez y Pulido (2010) la sostenibilidad dentro del turismo se relaciona con la planificación, la gestión del crecimiento, el uso racional de los territorios, el control de los recursos frágiles, la reducción de los impactos negativos y el aprovechamiento equitativo de las oportunidades y beneficios económicos del desarrollo. Básicamente el turismo sostenible posee características propias de un sistema de gobernanza, pues debe planificar a largo plazo, prever el crecimiento, gestionar el uso racional de los territorios y los recursos y reducir los impactos negativos, todo eso con el fin de que las comunidades locales aprovechen equitativamente las oportunidades y los beneficios económicos del turismo.

Similares características mencionan Brinckmann y Cebrián (2001) quienes afirman que el turismo sostenible planifica los espacios turísticos para integrar los aspectos económicos, naturales y sociales con perspectivas en la rentabilidad a largo plazo y para controlar los impactos negativos del turismo. La diferencia entre estos autores radica en que uno menciona que la rentabilidad se consigue a largo plazo, estando en armonía con los conceptos de planificación estratégica típicos de la sostenibilidad.

El turismo sostenible también muestra un enfoque de adaptabilidad único, pues para López, Vázquez y Lario (2018) las características del turismo sostenible son que se adapta a distintos entornos económicos, ambientales y sociales. Esta afirmación implica que el turismo sostenible es realizable en cualquier medio y situación, a contraposición de las modalidades tradicionales o alternativas, donde sin un recurso o característica específica no se puede realizar un tipo de turismo específico, p. ej. El turismo de sol y playa o el turismo arqueológico, los cuales requieren de recursos marino costeros o recursos culturales patrimoniales para ser considerados realmente como arqueológicos de masivos.

Explicadas las características propias del turismo sostenible, resulta pertinente mencionar los beneficios que permite obtener esta tipología de turismo. El turismo sostenible aumenta el atractivo turístico de los destinos, procura la conservación de sus recursos y atractivos y garantiza la supervivencia económica y competitiva de sus empresas (Viñals y Teruel, 2021). Tenemos entonces tres beneficios relacionados con el destino, los recursos y los beneficios económicos. Según la OMT (1998) el turismo sostenible permite mejorar la calidad de la población local, proveer una mayor experiencia al visitante, mantener la calidad del medioambiente, alcanzar mayores niveles de rentabilidad económica del turismo y asegurar beneficios económicos para los empresarios turísticos. Se suman a los tres beneficios mencionados otros dos: aumento de la calidad de vida de las poblaciones locales y mayores niveles de experiencia de parte del visitante implicando mayores niveles de satisfacción.

López (2022) afirma que el turismo sostenible ayuda al desarrollo económico de los destinos ejerciendo una influencia positiva sobre el desempeño financiero, también produce ventajas de diferenciación en sus recursos y capacidades distintivas, asimismo también mejora la legitimidad y la reputación entre los grupos de interés de las organizaciones. Esto incluye otras dos ventajas: la diferenciación de sus recursos y capacidades distintivas y la mejora en la legitimidad y la reputación entre los stakeholders del destino, lo que deja en total siete beneficios característicos del turismo sostenible, los cuáles se expondrán en la **Figura 2**.

Finalmente, el Centro Europeo de Postgrados [CEUPE] (2017) categorizó en cuatro los tipos de turismo sostenible: turismo responsable; ecoturismo, agroturismo y el turismo solidario. Esta categorización respondió a las formas de realizar turismo de cada categoría, más no de las características propias de cada una, pues como ya se expuso, el turismo sostenible es extrapolable a cualquier entorno, donde incluso el turismo de sol y playa puede ser sostenible siempre que respete los principios del turismo sostenible.

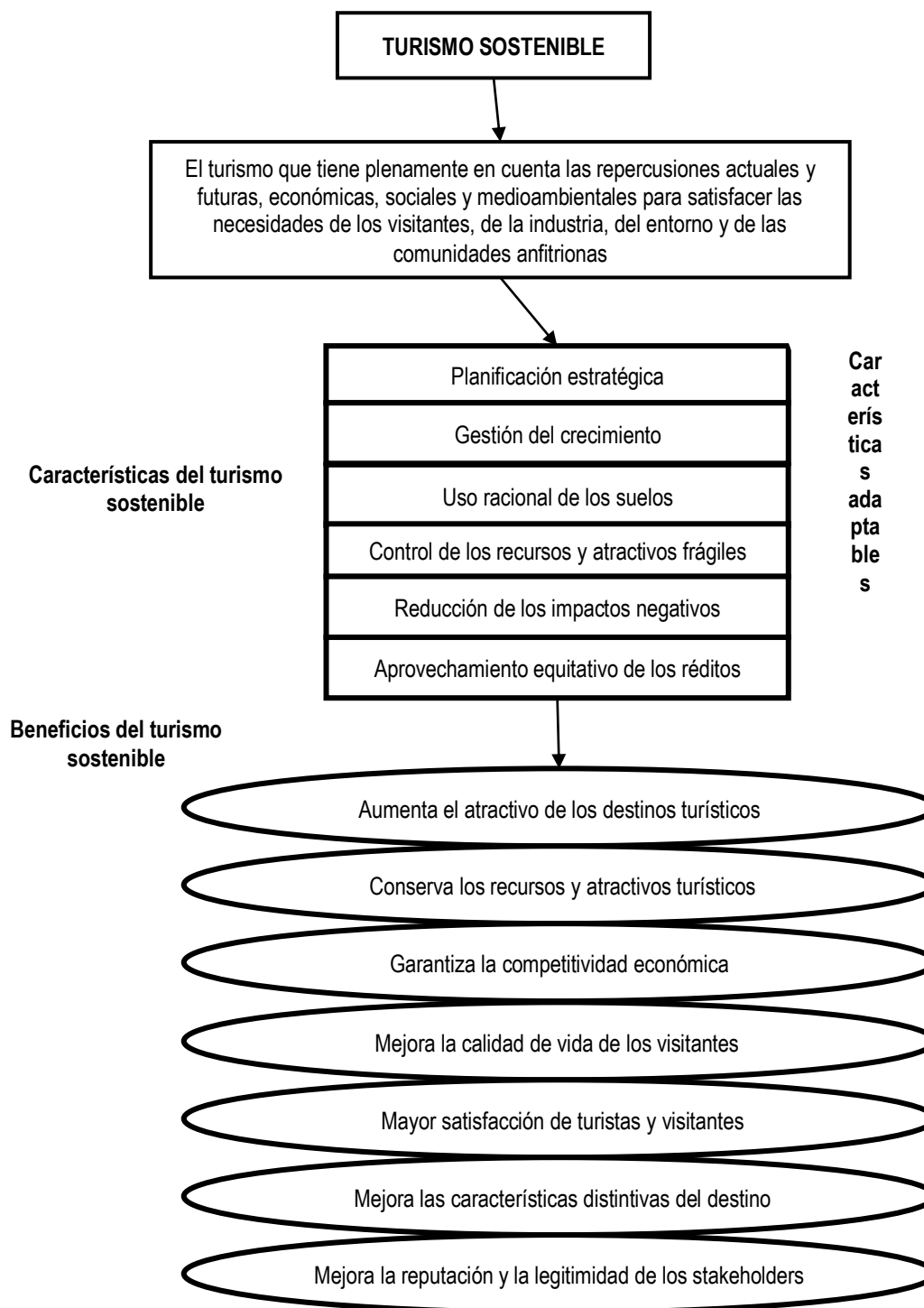


Figura 2. Esquema del turismo sostenible

Fuente: Los autores en base a: La OMT (2012); Pérez y Espejo (2012); Inostroza y Cànovez (2014); Rodríguez y Pulido (2010); Brinckmann y Cebrián (2001); López, Vázquez y Lario (2018); Viñals y Teruel (2021); OMT (1998); y López (2022).

2.1.1. TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR

Ecuador se constituye como un escenario ideal para el desarrollo del turismo sostenible debido a que posee un espacio de múltiples atractivos culturales y naturales, donde se resalta su abundancia biológica, cultural y geológica, y asimismo cuenta con una amplia diversidad de áreas protegidas, las cuales fomentan la visitación turística (García y Palacios, 2003). En base a lo anterior, se afirma que Ecuador cumple con los requisitos necesarios para el desarrollo del turismo sostenible, pues según los principios antes mencionados, para ser considerado sostenible se debe hacer mitigar el impacto de los recursos y los atractivos turísticos frágiles (Viñals y Teruel, 2021), y Ecuador tiene una gran cantidad de estos recursos para su gestión, preservación y utilización renovable.

Proaño, López y Chérrez (2021) mencionan que el desarrollo del turismo en Ecuador juega un papel fundamental en la creación de empleo, la generación de divisas y la actividad económica, no obstante, la pandemia de COVID-19 interrumpió este proceso, acrecentándose el aumento de las desigualdades y la desaceleración económica, por lo que el MINTUR ha realizado planes y propuestas de reactivación turística, los cuales no han tenido el éxito esperado. Los autores infieren que el proceso de desarrollo sostenible se ha visto paralizado en el mundo y en especial Ecuador debido a las afectaciones de dos años por el COVID-19, el cual, aunque ha tratado de paliar sus afectaciones estas no han dado buenos resultados, por lo que se espera que en los siguientes años todavía se prevea un proceso progresivo de recuperación del turismo a nivel nacional de los flujos internacionales.

Según un análisis de las políticas ambientales que facilitan el desarrollo sostenible del turismo de Mendoza, Rivera y Doumet (2022) manifiesta que en la legislación del Ecuador apenas se incluyen principios y objetivos concretos de desarrollo sostenible en general y turístico en particular; de la misma forma establecen que se han propuesto objetivos para el mejoramiento de la competitividad en Ecuador como destino turístico mediante planificaciones territoriales, pero los enfoques para llevar a la realidad estos proyectos no son los adecuados, también afirman que Ecuador presenta fuertes deficiencias, resultado de políticas centralizadas

con fijación a las necesidades de las grandes ciudades, lo que dificulta el desarrollo provincial e integrales locales del turismo. Básicamente estos autores han comentado que Ecuador no está focalizado en el desarrollo del turismo sostenible, sino que prefiere centrarse en otros sectores que considera más estratégicos, dejando el desarrollo turístico sostenible en segundo plano o inferior.

Para comprobar la factibilidad del turismo sostenible en Ecuador Barros (2021) analizó los alcances del turismo sostenible mediante análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador, donde determinó que el turismo sostenible siempre que sea ejecutado correctamente con capacidades distintivas, de liderazgo y aprendiendo de los errores puede resultar fructífero para el desarrollo de las comunidades, ejemplificando ello resalta a la comunidad de Yunguilla, la cual es referente del turismo sostenible y comunitario en Ecuador, siendo uno de sus productos más atractivos en lo que a turismo sostenible se refiere, pues ha conseguido redistribuir sus recursos económicos provenientes del turismo en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, aumentando su valor y posicionándose nacional e internacionalmente.

Ecuador, como país megadiverso y potencialmente turístico, dispone de una planificación de desarrollo turístico conocida como Plan Nacional de Turismo 2030 [PLANDETUR] creada en el año 2019. Dentro de esta planificación nacional se propuso el siguiente objetivo estratégico para los siguientes diez años:

“Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural, la generación de desarrollo productivo y social, así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma” (PLANDETUR, 2030, 2019, p. 59).

Dentro de las diferentes estrategias que conformaron las actividades para la realización de sus objetivos se puntualiza la siguiente: “Generar herramientas innovadoras para la gestión y desarrollo de destinos y productos turísticos desde la perspectiva de la calidad, inclusión, accesibilidad y competitividad” (PLANDETUR, 2030, 2019, p 60). Es así que se puede confirmar que existen

planes de acción para el desarrollo del turismo sostenible, pero que, según lo anterior, no resultan adecuadas a las realidades nacionales debido a la imposición de intereses que escapan al turismo (Mendoza, Rivera y Doumet, 2022)

2.1.2. TURISMO SOSTENIBLE EN MANABÍ

La evolución del turismo sostenible dentro de la provincia de Manabí ha seguido esquemas de desarrollo estandarizados dentro de la última década, pues dentro del campo de la investigación y el desarrollo sostenible se han venido dando avances dentro, tanto de parte de instituciones de nivel superior locales, como la ESPAM MFL, o tanto de parte de universidades de otras provincias. Estos avances abarcan una amplia variedad de temas relacionados al turismo sostenibles, tales como Rodríguez (2018) que propone un sistema de indicadores sostenible para la provincia de Manabí; o Nolasco (2007), el cual establece un plan de desarrollo turístico sostenible para el cantón Jama en la provincia de Manabí. Estos resultados resaltan que para la provincia existe un paulatino progreso investigativo del turismo sostenible.

El progreso del turismo en la provincia no obstante discrepa un poco de la realidad actual del turismo, pues autores García, Salazar y Villamar (2018) mediante en un análisis estratégico FODA analizaron las condiciones de desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Manabí y determinaron lo siguiente (Ver **Tabla 1**).

Tabla 1. Matriz FODA de las condiciones para el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Manabí

FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Poca promoción turística
Demanda potencial de los atractivos ecológicos de sitios turísticos, culturales y naturales.	Deterioro de ciertos atractivos ecológicos por el uso inadecuado de los mismos
Oferta de servicios ecológicos	Poca organización e interés de coordinación entre autoridades locales, sector turístico y comunidad que ayude al desarrollo turístico
La ubicación geográfica y las condiciones climáticas favorecen la visita de los turistas que visitan los atractivos ecológicos	Falta de implementación de centros de información
	Falta de mantenimiento en las vías de acceso

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Interés de las comunidades locales por participar en las actividades turísticas ecológicas	No existe capacitación a las comunidades en la protección del medio natural y cultural de los atractivos ecológicos
Organización de los prestadores del sector turístico	Dificultad para obtener los permisos de operación y locales de atención turística
Promoción del turismo ecológico y el desarrollo sostenible	Deterioro ambiental de ciertos atractivos naturales
Dinamización de la economía del sector turístico	Inestabilidad económica
Mejoras en el nivel socioeconómico	Poca asignación de recursos asignados al gobierno local para el sector turístico por la inestabilidad de la política nacional

Fuente: García, Salazar y Villamar (2018).

La matriz estratégica expuso las principales debilidades del desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Manabí, en las cuales se resaltan la poca promoción, la poca organización e interés entre los principales actores locales y la falta de implementación de centros de información. De la misma forma, también se evidenció que existe interés de parte de las comunidades para participar en el desarrollo del turismo sostenible, pero al parecer esta realidad es retenida por la poca capacitación brindada a las mismas y la poca protección de los recursos naturales y ecológicos. Estos autores también hacen énfasis en débiles capacidades para gestionar los recursos naturales, lo que representa un problema para el medioambiente y la calidad de los recursos y atractivos naturales.

Las realidades expuestas obligan a académicos a diseñar modelos de gestión, tales como Proaño y Ramírez (2017) que proponen un modelo de desarrollo turístico sostenible para los cantones costeros de la provincia de Manabí como herramienta a actores locales, dentro del cual establecieron una serie de problemáticas dentro de la gestión que afectan directamente al desarrollo del turismo sostenible, estas problemáticas se desglosan en la **Tabla 2**.

Tabla 2. Problemáticas para el desarrollo del turismo sostenible

Problemáticas de la gestión turística en la provincia de Manabí que afectan al desarrollo sostenible

Los usos y la ocupación del suelo en la franja costera están sometidos a presión de diversas fuentes:

contaminación terrestre, extracción excesiva de los recursos naturales, crecimiento acelerado de la población costera.

La inequidad y la debilidad en la calidad de los servicios turísticos.

Los servicios de alojamiento y la alimentación muestran problemas de certificación de calidad y de cobertura territorial.

La insuficiente fiscalización y regulación en las actividades turísticas.

Los operadores turísticos y las agencias de viaje evidencian baja propensión a la innovación en su oferta de productos.

Las actividades legalmente constituidas, como las turísticas se ven enfrentadas a una dura competencia de precios con un sector informal nada despreciable.

La desarticulación entre niveles de gobierno es una debilidad latente, debido a que los PD y los OT exhiban gestión opuestas.

La falta de aplicación de la planificación en los gobiernos anteriores conlleva a múltiples problemas de carácter social. Todavía no cubren las necesidades básicas insatisfechas y otros servicios.

La separación entre los objetivos de desarrollo y la realidad del territorio; se desconocen las potencialidades y las limitaciones para alcanzar el desarrollo propuesto.

El desconocimiento de la efectividad de las acciones de control y de vigilancia de las áreas marino costeras protegidas de Ecuador continental.

Fuente: Proaño y Ramírez (2017)

Las problemáticas que se resaltan dentro de la provincia son las siguientes: La inequidad y la debilidad en la calidad de los servicios turísticos; los operadores turísticos y las agencias de viajes muestran baja propensión a la innovación en su oferta de productos; la falta de aplicación en las planificaciones de los gobiernos anteriores acarrea problemas de carácter social; y la separación entre los objetivos de desarrollo y la realidad del territorio. Se pueden relacionar estas problemáticas a una sola variable causal: la falta de información turística.

En los últimos años también se ha evaluado la situación del turismo sostenible, donde Proaño, Ramírez y Pérez (2019) utilizando herramientas tales como criterios de expertos (método Delphi) evaluaron el turismo sostenible en las costas

de Manabí obteniendo los siguientes resultados: El sector turístico en cantones costeros mejorará de manera considerable al aplicar un modelo de gestión del turismo sostenible; al crearse un comité cantonal con funciones generales para gestionar el turismo local; al crearse un sistema de indicadores multidimensional como herramienta para los Gobiernos Autónomos Descentralizados [GAD]; y al aprovechar los recursos endógenos y exógenos locales. Dentro del mismo estudio también se concluyó que los cantones costeros de la provincia de Manabí (eso incluye a los cantones de la zona norte) deben centrarse en cinco elementos: Identificación de los actores involucrados; creación de un comité cantonal para la gestión del turismo sostenible que dirija la actividad turística sostenible; el diseño de programas turísticos que utilicen óptimamente los recursos ambientales y respeten la autenticidad sociocultural; el desarrollo del inventario turístico; y la determinación de los flujos de las actividades turísticas.

Aunque la realidad turística no sea la mejor comparada a otros destinos turísticos, diversos autores también han propuesto ciertas soluciones para el mejoramiento del turismo, entre los cuales destacan Ponce et al (2019) demostrando mediante un análisis estadístico la correlación positiva de las variables: promoción turística, calidad de los servicios, infraestructura turística y seguridad, y su incidencia en el crecimiento económico de la provincia. Afirmando que la inversión privada es un componente importante para el desarrollo del turismo en Manabí y precisa de normativas y acuerdos en coordinación con la administración pública para el mejoramiento de la situación y competitividad turística.

Sin embargo, Vidal, Rodríguez e Idrovo (2019) sostienen que: “las pymes del sector hotelero de la provincia de Manabí carecen de conocimiento sobre la gestión de un sistema integrado de información” (p.16) que sea capaz de mejorar la comunicación entre departamentos y en efecto la eficiencia de todos los procesos. Por otro lado, Ponce (2017) insiste en: “apostar a la capacitación continua de su recurso humano, como también modernizar sus procesos administrativos, que no solo mejoren las tareas diarias de su empresa, sino para aprovechar la tecnología como un vínculo relacional permanente con los clientes” (p. 67).

2.2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL TURISMO

Actualmente el sector turístico posee diversas herramientas que facilitan la gestión de los procesos y la información, los cuales se utilizan en dos sectores: sector público y sector privado. Estas herramientas se subdividen en públicas y privadas. En la primera se encuentran los Sistemas de Información Geográfica (SIG), definidos como una integración organizada de hardware-software y datos geográficos, diseñados para la captura, almacenaje, manipulación, análisis y despliegue de información en distintos niveles y formas para su consecuente interpretación (Bolaños, 2016). Básicamente, es un software informático que gestiona de manera eficiente la información del entorno geográfico mediante la utilización de herramientas que permiten su modificación y simplificación para un objetivo específico, “la planificación territorial”. Los observatorios turísticos producen información para una mejor planificación territorial, que, aunque no trabaje con información geográfica, si almacena, manipula, analiza y despliega información para su correcta interpretación.

En la segunda se utilizan los Sistemas de Gestión de la Relación del Cliente (SGRC), herramientas basadas en tecnología que desarrollan el conocimiento para la retroalimentación, mantenimiento y fortalecimiento de las relaciones a largo plazo con consumidores/clientes, pues proveen la infraestructura que les facilita su construcción. Según sus funciones hay cinco: i.) automatización de ventas; ii.) almacenamiento de datos; iii.) apoyo en la administración; iv.) facilitación herramientas y; v.) utilización de la minería de datos (Talón, González, Soguero, Muñoz y Rojo, 2018). Un SGRC es un software que permite la gestión de la información de los clientes en empresas de servicios para la construcción de relaciones cliente-empresa, cuyo objetivo lógico es el incremento de la fidelidad y la satisfacción. Los observatorios turísticos también producen información que relaciona al cliente y la empresa, por lo que fomenta e incentiva el crecimiento comercial y turístico de los servicios locales.

Las fuentes de información son externas e internas, internas cuando se adquieren previo a la experiencia y se basan en información pasada, es una forma pasiva de

obtención de datos, mientras que las fuentes externas se consiguen activamente, desde el entorno, e involucran un esfuerzo consciente que indague en ellas, pues, se catalogan en dos tipos: si la fuente externa es comercial, o no, y, si la fuente se recibe desde una comunicación formal o informal, finalmente, respecto a qué determina a las fuentes de información para el turista existen dos variables: i.) sociodemográficas y; ii.) comportamientos de viaje (Coromina y Camprubí, 2016). Las fuentes de información que los observatorios de turismo recopilan se encuentran internamente y externamente a su área de acción, y para el estudio de diversas áreas, donde las variables sociodemográficas y de comportamiento se encuentran en las 4 dimensiones: económico, sociocultural, ambiental e institucional.

Con el paso del tiempo y en función al avance de las TIC, junto a la masificación de datos, los SGRC se vuelven una estrategia eficiente para el mejoramiento de la satisfacción y retención de los clientes en hoteles, pues, mejoran la oferta mediante el incremento de la calidad de los servicios, la relación con los clientes y el enfoque de estrategias de marketing, por ende, se logra una mejor satisfacción y lealtad del cliente, y consecuentemente, el incremento de los beneficios (Talón et al., 2018). La implementación de programas que reduzcan y mejoren la eficiencia y eficacia de los procesos en empresas aportan al mejoramiento de la calidad de sus servicios, estas innovaciones en el sector hotelero reducen costos y amplifican los márgenes de satisfacción.

La importancia de los Sistemas de Gestión de la Información Turística (SGIT) se aprecia en el incremento de la competitividad en los mercados, la reducción de costos para la retención de clientes y en la personalización de experiencias del cliente (Talón et al., 2018). Bolaños (2016) afirma que el espectro de los SIGs trasciende la administración pública, el transporte turístico, la gestión de los recursos naturales, el geomarketing, el diseño y creación de inventarios turísticos y rutas turísticas, el monitoreo del impacto turístico... Los programas de apoyo y gestión de la información han permitido beneficios territoriales en distintas áreas, tanto comerciales como de planificación, los cuales mejoran el sistema turístico local de cualquier destino, los observatorios turísticos son por ese motivo las

instituciones *ad hoc* para la gestión de todo el flujo de información del turismo en áreas específicas, tanto de información que beneficie al sector público o privado, pues son quienes la requieren.

En la **figura 3** se expone en síntesis toda la información recopilada sobre la gestión de la información dentro del ámbito público y privado, finalizando con los beneficios que les otorga. Se recalca que los observatorios aglomeran en sus funciones todos los beneficios mencionados, por ende, un observatorio de turismo es la institución especializada en la gestión de la información de un destino o territorio determinado.

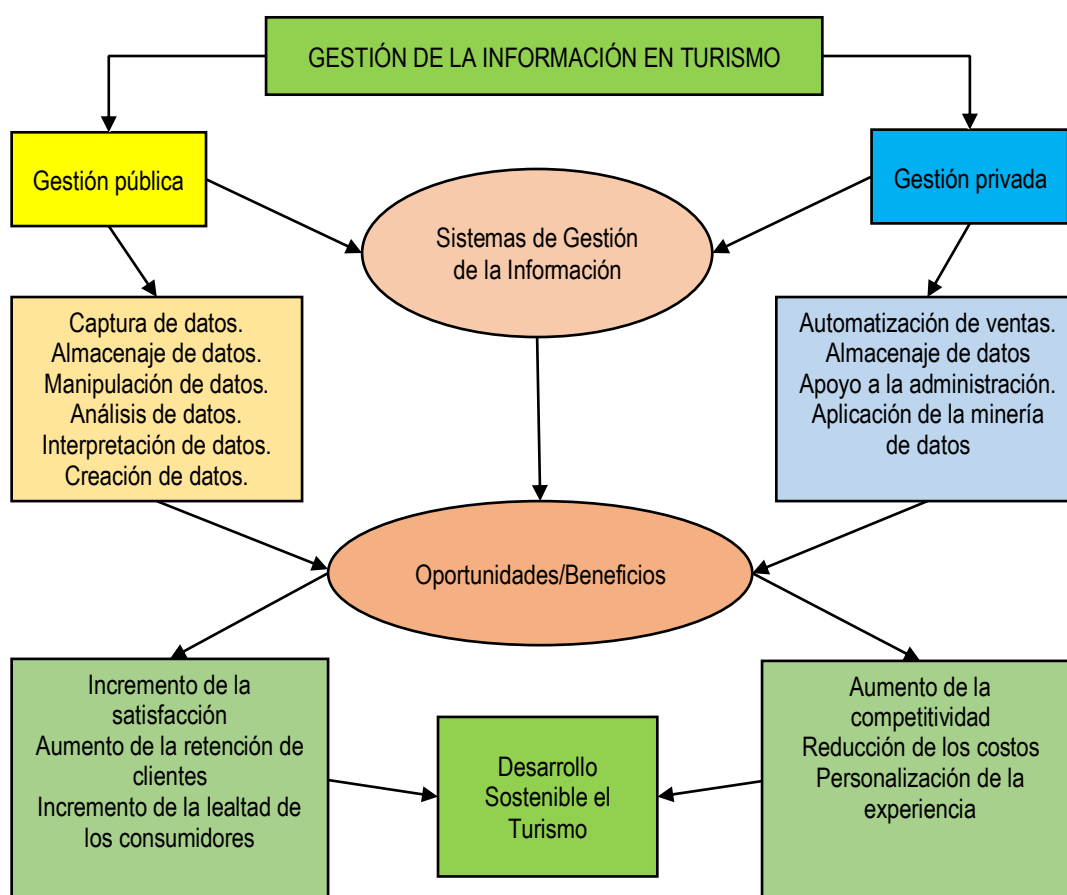


Figura 3. Gestión de la Información.

Fuente. Elaboración propia

2.3. IMPORTANCIA DE LOS OBSERVATORIOS TURÍSTICOS

Padilla, Sánchez, Hernández, Mendoza (2020) afirman que “Los Observatorios son herramientas cuyo quehacer incorpora, en mayor o menor medida, la totalidad de acciones referidas a la gestión de datos, independiente de su área científica o sector de aplicación” (p. 2). Así mismo, Blasco y Cuevas (2013) aseveran que “Es una herramienta de inteligencia estable, encargada de observar la realidad, analizar la dinámica y proveer los resultados a todos los agentes de un destino” (p. 2). Un Observatorio de Turismo es una institución que potencializa los destinos, proporciona indicadores de gestión, técnicas y métodos, posiciona empresas comerciales y de servicios, mediante el seguimiento y evaluación de indicadores de calidad (Carvajal et al., 2020). Para Hortelano y Gil (2012) un observatorio “es una herramienta positiva y válida como instrumento de análisis y de apoyo a la toma de decisiones de los responsables en materia de promoción y de planificación del turismo” (p. 4). Sintetizando lo expuesto, el observatorio es desde todos los puntos de vista una herramienta, la cual estudia, observa, potencializa y asesora a las administraciones y actores locales sobre la dinámica de la información y los datos generados en un área de importancia turística.

Para Carvajal et al. (2020) un observatorio recopila y genera información sobre productividad, competitividad y calidad de los servicios de un área determinada, para que oriente y mejore a la toma de decisiones que afecte directamente a los comportamientos de la demanda. Padilla et al. (2020) añaden que los observatorios de turismo facilitan la gestión de datos en investigación turística y en políticas de fomento al sector, y que proveen de información detallada sobre la dinámica sectorial de la actividad en áreas de interés del turismo. Enfocando hacia la utilidad, un observatorio se centra en la reducción de la incertidumbre respecto a servicios del sector y en el ajuste de las realidades y necesidades del mismo (Blasco y Cuervas, 2013). Se concluye que un observatorio de turismo recopila y facilita información para la mejora de la gestión de flujos turísticos, de investigación y de políticas turísticas que reduzca la incertidumbre del sector y se ajuste a sus realidades.

Referenciando la información de diversos autores como Hortelano y Gil (2012), Blasco y Cuervas, (2013), Padilla et al. (2020) y Carvajal et al. (2020) los Observatorios de turismo poseen seis características: i.) Son generalmente de carácter institucional y ligados al sector público; ii.) Brindan soporte a la gestión local; iii.) Ayudan al mejoramiento y precisión de la toma de decisiones; iv.) Producen y difunden información científica periódicamente; v.) Generan información precisa y confiable de la realidad mediante estudios estadísticos y; vi.) Se diferencian según las necesidades y problemáticas de sus áreas geográficas respectivas. Establecida la naturaleza de los observatorios de turismo, se mencionan los aportes que brindan al sector, que se sintetizan en cuatro funciones: i.) Conocimiento de las deficiencias genéricas del sector en un destino o área turística en desarrollo; ii.) Generación de indicadores que midan la realidad económica, social y medioambiental de los impactos y las actividades del turismo; iii.) Síntesis y análisis de la información recopilada que brinde conclusiones y dé una idea general del sector y; iv.) Reducción de la incertidumbre.

2.3.1. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS EN ECUADOR.

Para la búsqueda de los observatorios de turismo en Ecuador se tomaron como referencia a Molina y Báez en el año 2017, los cuales elaboraron una investigación cualitativa descriptiva, la cual mediante revisión bibliográfica logró obtener una lista de la mayoría de los observatorios de turismo en el mundo. Asimismo, los autores clasificaron los boletines emitidos por estas instituciones para dar prueba de sus actividades. En Ecuador los autores identificaron los siguientes observatorios.

- Observatorio Turístico de Galápagos.
- Observatorio Turístico Científico de Guayaquil.
- Observatorio Turístico Región Sur de Ecuador.
- Observatorio Turístico UTE Ecuador.

A parte de los autores mencionados también se encontraron otros observatorios mediante revisión bibliográfica que están siendo puestos a prueba como

propuestas, tales como el observatorio de turismo de Bahía encabezado por la Universidad Técnica Particular de Loja y el observatorio de turismo de la Universidad Central Amazónica que están ligados directamente a la academia, pues son sus principales patrocinados. En la práctica la mayoría de los observatorios están ligados a una institución de educación, donde la única excepción a esta realidad es el de Galápagos, el cual está bajo la tutela del sector público fuera del ámbito educativo, y es el que mejores resultados estadísticas e información actualizada procesa actualmente.

Los observatorios en Ecuador se diferencian cada uno por sus características y área donde realizan sus actividades, pues, el Observatorio de Galápagos, no procesa en tiempo real la misma información que el de la Región Sur de Ecuador, la respuesta reside en las características de sus áreas preestablecidas, por ende, el observatorio de Galápagos generará información respectiva sobre un tipo de demanda distinto en comparación a su contraparte. La demanda que se estudia en las islas Galápagos se enfocará en ecoturistas, turismo de sol y playa, y las herramientas que utiliza para el análisis y el procesamiento de sus datos se especializan en sus tipos de demanda, recursos turísticos autóctonos y sus características que singularizan sus posiciones. Mientras que la Región Sur de Ecuador, se especializa en una demanda alternativa basada en el turismo de aventura, turismo rural, turismo comunitario. En este caso, los indicadores especializados en la ocupación hotelera, días de estancia y medios de transporte ganan relevancia en comparación a los indicadores utilizados en las islas Galápagos. Mientras que los dos observatorios mencionados se diferencian geográficamente, el Observatorio Turístico Científico de Guayaquil, debido a su ubicación en la ciudad más poblada y con mayor concentración económica en Ecuador, cambia su tipo de información, en donde la recolección de datos se enfoca en las características adquisitivas del turista, variables sobre el turismo de negocios e indicadores de afectación e impactos del turismo urbano ganan relevancia.

En síntesis, cada Observatorio de turismo en Ecuador se especializa según su área geográfica y su tipo de información también muta según sus características,

tanto si es rural, urbana, de turismo alternativo o masivo, etc. La especialización resulta vital para el análisis y manejo de datos, y los observatorios proveen y gestionan dicha información para el mejoramiento de la gestión local enfocada a sus necesidades.

2.4. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS EN MANABÍ

Carvajal, et al. (2020), Padilla, et al. (2020), Blasco y Cuervas (2013) y Hortelano y Gil (2012) habían mencionado la importancia de los observatorios turísticos, por ende, es momento que se realice una metodología para la creación de uno, la cual se ajuste a las necesidades territoriales actuales de la provincia de Manabí. Font y Álvaro (2019) mencionan que la alianza entre la academia y el sector público es el inicio de creación de un observatorio turístico en la provincia de Manabí, pues se aprovechan los beneficios de la academia y los gestores del territorio. La academia aporta con talento humano y experiencia de calidad en el campo de estudio para la generación de productos, mientras que los gestores poseen valor, pues tienen dirección, control y mando sobre áreas y comunidades, facilitando la obtención de información y favoreciendo las partes social y económica a largo plazo mediante inversiones y proyectos

2.4.1. METODOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO

El desarrollo de esta subvariable se realizará exclusivamente por los autores para fomentar la generación de conocimientos dentro del ámbito profesional. La metodología propuesta para la creación de un OT se subdivide en cuatro apartados fundamentados en lo propuesto por la Agencia Aysén (2009), donde especifica que las secciones que conforman una metodología de creación se desglosan (Ver **Tabla 3**) según su orden de realización práctica, donde se denota el establecimiento del diseño del organigrama, el funcionamiento, la determinación de los procesos de creación de productos y las políticas de acceso y de difusión de información, particular y pública respectivamente.

Tabla 3. Secciones para la creación de un observatorio turístico.

Pasos de creación
Establecimiento de la organización.
Establecimiento de la infraestructura.
Fijación de funciones.
Establecimiento de procesos productivos.
Establecimiento de tipos de productos que se generarán.
Fijación del acceso de la información particular.
Fijación de la difusión de información pública.
Establecimiento del presupuesto.

Fuente. Datos tomados de Agencia Aysén (2009).

Según la **Tabla 3** existe un orden lógico para la creación de un observatorio de turismo, el cual inician en un proceso de estructuración de la administración, siguiendo uno de productos y de tipo de información, para que finalmente concluya en uno de diseño de la plataforma donde se almacenarán y exhibirán los datos. Es un orden lógico que todas las metodologías implementan y que la tabla expuesta lo ejemplifica.

En base a la **Tabla 3** se produjo la **Tabla 4** en donde se propone ya la metodología creada por los autores para implementar un observatorio turístico

Tabla 4. Metodología propuesta para la creación de un Observatorio Turístico

Etapas
1.) Perfilación del territorio
2.) Determinación de productos
2.1.) Aplicación de encuestas
2.2.) Fijación de productos
3.) Diseño de la organización
3.1.) Establecimiento legal del OT
3.2.) Conformación de la estructura organizativa
4.) Diseño del presupuesto

Fuente. Los autores

Primero se enfatiza el tipo de territorio donde se desarrollará la institución, en este caso, se determinarán estos en tres tipos: **i.)** Territorio con alto desarrollo turístico; **ii.)** Territorio con bajo desarrollo turístico; **iii.)** Territorio sin desarrollo turístico. Un territorio con desarrollo posee su estructura, infraestructura y superestructura en óptimas condiciones para que se considere un destino importante. Un territorio con bajo desarrollo carece de las facilidades e infraestructura necesaria para el

desarrollo del turismo. Un territorio sin desarrollo turístico, carece completamente de todos los elementos del sistema turístico.

El tipo de territorio se modifica dependiendo de las modalidades dominantes en este, por eso el territorio se caracteriza en dos variables: **i.)** Turismo alternativo; **ii.)** Turismo tradicional. Según el tipo de territorio y el tipo de modalidad dominante, se establece un perfil territorial, el cual diferenciará las funciones, productos de un OT. Se recalca que la modalidad del territorio se desvincula de la realidad del territorio, ya que solo se considera la modalidad dominante para que se establezca el enfoque de las funciones y los procesos productivos que tendrá el OT durante su diseño. Con respecto a Manabí, efectivamente, es un área con desarrollo turístico, pero carece de estructuras, infraestructuras y superestructuras necesarias que la promuevan a destino regional, por eso la modalidad dominante es el turismo masivo, pues requiere de bajos niveles de planificación en diversas áreas y los beneficios generados son elevados.

La creación de productos es un elemento importante para el diseño de los observatorios de turismo, ya que representarán el input y el servicio más valioso que se genera para beneficio del territorio, estos productos, se desarrollan en alianza entre la academia y el sector público según esquemas de Font y Álvaro (2019). Para determinar los productos, se realiza un estudio basado en encuesta hacia los negocios e instituciones públicas y privadas que se relacionen con la actividad turística, también se incluyen hoteles y administraciones territoriales locales. La encuesta servirá como instrumento que recopile las necesidades de estos negocios según la carencia de información que posean para el desarrollo de sus actividades. Realizado el estudio, se tendrá acceso a las necesidades epistemológicas del territorio, y se iniciará el proceso de diseño de productos, el cual responderá a las siguientes interrogantes: **i.)** ¿De qué carecen?; **ii.)** ¿Cómo se solventa su necesidad? y; **iii.)** ¿Cuál es la importancia de su información? Respondiendo estas interrogantes se podrá determinar los tipos de productos necesarios a elaborar.

El diseño de la organización requiere de la estructura organizativa, esta varía si el OT se gestiona desde la parte pública o privada, ya que, en caso que sea pública, este responderá a una institución, mientras que, si es privado, solo responderá por él y su esquema organizativo, por lo cual, será más pequeño. La división departamental responderá a la organización establecida por los diseñadores, pero es recomendable que tenga siempre una dirección general, por debajo de ésta, las secretarías, y debajo de estas últimas, las plantillas de trabajo, que, por la naturaleza del proceso productivo, no serán complejas.

Finalmente, el diseño del presupuesto contempla los beneficios, los bienes adquiridos, los costos fijos y variables de estos y, las utilidades previstas por la venta de productos. Estos elementos se proyectan hacia cinco años y poseen cifras realistas que concuerdan con lo estudiado en el mismo.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. PERFIL DE LA INVESTIGACIÓN

Manabí es una de las 24 provincias que conforman las divisiones administraciones de Ecuador según la organización territorial designada por la Constitución del Ecuador del año 2008. Está conformada por 22 cantones y limita al norte con las provincias de Esmeraldas y Sto. Domingo de los Tsáchilas, al este con las provincias de Guayas y Los Ríos, al sur con las provincias de Guayas y Sta. Elena, finalmente, al oeste limita con el océano Pacífico. La provincia posee una superficie de 18, 870 km² y 350 kilómetros de playas (Pino, 2017). Asimismo, dentro de sus límites vive cerca del 15% de la población del país (INEC, 2010).

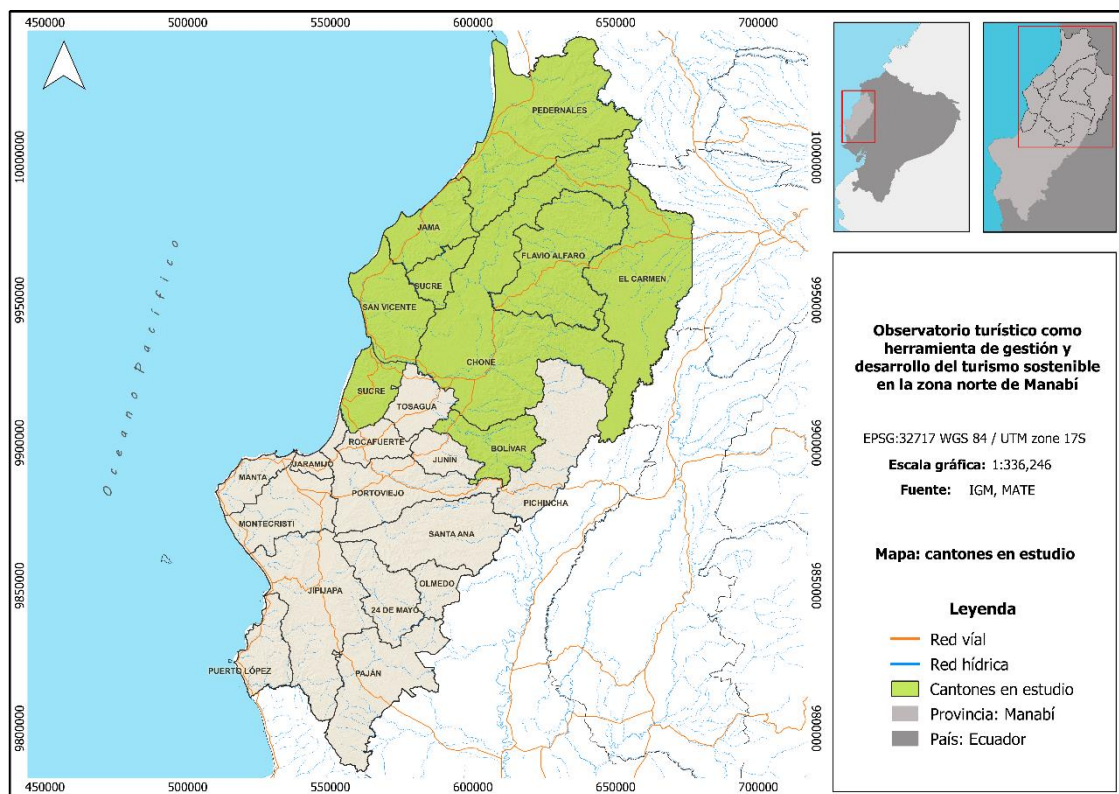


Figura 4. Ubicación geográfica de la provincia de Manabí

Fuente. Desarrollado por los autores.

El proceso metodológico para la propuesta de un Observatorio Turístico demandó un enfoque mixto (cuantitativo/cualitativo) de investigación pues se utilizaron

herramientas numéricas, en la aplicación de encuestas y procesamiento de datos para la obtención de una lectura porcentual de diferentes indicadores, además, se abordaron aspectos subjetivos en relación a la postura e intereses de los principales actores del sistema turístico del norte de Manabí.

El planteamiento del Observatorio turístico corresponde a una investigación de tipo exploratorio y descriptiva ya que se realizó una caracterización integral de la zona norte de Manabí analizando la opinión de los actores turísticos y las necesidades regionales que justifican la creación del OT. Mediante el análisis de la información recopilada que se describen en el cuarto capítulo, las oportunidades, limitaciones, el procedimiento y la estructura de la propuesta de del OT es vista como una herramienta útil para fortalecer la gestión turística dentro del marco del turismo sostenible.

3.2. METODOLOGÍAS REFERENCIALES

Se detalla a continuación las metodologías que la presente investigación tomó como antecedentes para el desarrollo del proyecto, asimismo, se muestra una matriz comparativa (Ver **Tabla 5**) que ayudó a definir las actividades, métodos, técnicas y herramientas más adecuadas para el diseño metodológico aplicado en el objeto de estudio.

1) Auz (2016). Propuesta de creación de un observatorio de turismo para la provincia de pichincha, que propone actividades basadas en el desarrollo y gestión de la información, está conformada por 8 actividades, clasificadas por la recolección, procesamiento, análisis y retroalimentación de la información consultada, agrupando una sección específica, progresivamente, la metodología detalla una sección de diseño estructural y organizacional, finalmente, utiliza una sección dedicada al estudio financiero y de viabilidad financiera.

2) Agencia Aysén. (2009). Diseño de modelo de observatorio turístico Aysén; propone un modelo basado en la comercialización de los productos del OT, donde la utilización de entrevistas diseña los indicadores y descubre las necesidades de los miembros del sector turístico, y asimismo satisface a sus consumidores

mediante el estudio y diseño de productos correspondientes. La investigación resalta las siguientes fases: organización del OT, mecanismos de obtención de información, análisis de proveedores y demandantes de información, diseño de productos, diseño del sistema de difusión y estructuración de costos y presupuestos.

3) SECTUR. (2013). Desarrollo de la metodología para la implementación de observatorios turísticos en destinos en México. Propone una metodología con un enfoque en la creación de sitios web y su importancia para una mayor difusión de la información, la cual es una de las principales funciones de los observatorios. Las actividades que conformaron esta metodología se seccionaron en 3 áreas: a.) Diseño estructural y técnico del OT; b.) Estudios financieros y de comercialización y; c.) Diseño de sitio web.

4) Ninahualpa. (2017). Propuesta para el diseño de un observatorio de Turismo de ciudades patrimonio de la humanidad del Ecuador (Quito y Cuenca). Es una metodología especializada en el diseño de indicadores culturales mediante la utilización de encuestas a grupos importantes con los que se trabajará. Ciertamente la metodología enfoca su utilidad en la cultura, y esta forma parte de las dimensiones de la sostenibilidad, tributando directamente a la utilidad de la propuesta de esta investigación. La metodología resalta las siguientes actividades: Descripción de la localización, del patrimonio, aplicación de encuestas, diseño de indicadores y estructuración organizacional y técnica del OT.

5) Salazar. (2016). Propuesta de modelo de gestión de información y conocimiento en el marco de un observatorio turístico cantonal en la ciudad de Riobamba. Propone una metodología que mezcla aspectos generales, tales como el diseño organizacional y de productos e indicadores para la gestión de la información, así también como estudios comparativos con otros observatorios turísticos nacionales e internacionales. La utilidad de esta metodología radica en su propuesta, pues su estudio propuso un OT para un cantón, con similitudes en la práctica con la presente investigación, Aunque estas cinco metodologías

presenten enfoques distintos en la práctica y en la teoría, el análisis comparativo mostrará los pasos básicos para la creación de observatorios turísticos

En la matriz comparativa se registraron un total de 21 actividades (Ver **Tabla 5**), enumeradas desde la A hasta la T, las cuales fueron utilizadas en los cinco antecedentes estudiados, en base a estas actividades se determinaron por porcentaje de utilización las actividades más relevantes ver (**Tabla 6**):

Tabla 5. Matriz comparativa de actividades y metodologías.

Año	Autor	Fases																			Total I. Act.		
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R		S	T
2018	Auz	X	X								X	X			X			X	X		X	8	
2009	Agencia Aysén		X		X			X	X	X	X	X	X		X						X	10	
2013	SECT UR			X	X	X		X	X		X	X		X	X		X	X	X	X		13	
2017	Ninahu alpa	X			X	X	X		X		X	X									X	8	
2016	Salazar		X								X	X						X		X		5	
Tipo. Act		2	3	1	3	2	1	2	3	1	5	3	3	1	2	1	1	1	3	2	3	1	44

Fuente. Los autores.

Tabla 6. Actividades con mayor relevancia en los antecedentes metodológicos

Actividades relevantes	Codificación	Total
Diseñar la estructura organizacional del observatorio turístico	J	100
Mecanismos de recolección de información	Q	60%
Recopilar información sobre proveedores y demandantes de información turística	S	60%
Diseñar productos e indicadores	K	60%
Esquematizar la difusión de información del observatorio turístico	L	60%
Definir legalmente el observatorio	D	60%
Crear alianzas estratégicas	b	60%
Determinar el lugar físico apropiado para las operaciones administrativas	e	40%
Determinar los equipos, materiales e infraestructura necesario el observatorio	g	40%
Crear el sitio web del observatorio	c	20%
Esquematizar la plataforma y el sistema de publicación y difusión	m	20%
Financiar el observatorio turístico	ñ	20%
Diseñar la estructura de costes y de presupuestos	i	20%

Fuente. Los autores

La **Tabla 6** muestra el grado de importancia de las actividades requeridas en la metodología de una propuesta de un observatorio de turismo. Para el desarrollo metodológico de la presente investigación se consideraron algunas de estas actividades adaptándolas a las condiciones del objeto de estudio.

3.3. DESARROLLO METODOLÓGICO

Basándose en los referentes metodológicos se expone a continuación la metodología aplicada a la investigación, la cual está constituida de 3 fases con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas, bajo un orden consecutivo (**Ver Tabla 7**).

Tabla 7. Desarrollo Metodológico

Fase	Actividades	Métodos, Técnicas y Herramientas
Desarrollo de un análisis externo e interno del sector turístico de la zona norte de Manabí.	1.) Analizar las estadísticas nacionales y sectoriales del turismo. 2.) Estudiar la oferta turística en la zona norte de Manabí. 3.) Conocer la percepción de los actores turísticos sobre la gestión, uso de información turística y su disposición a formar parte del OT. 4.) Evaluar la demanda potencial turística y el perfil del visitante en la Zona norte de Manabí. 5.) Realizar un análisis integral sobre las condiciones del turismo para la creación de un OT en la Zona Norte de Manabí.	Métodos Método analítico sintético Método analítico estratégico Técnicas Revisión bibliográfica Muestreo no probabilístico Encuesta Herramientas Cuestionarios Google Forms SPSS Matriz FODA ArcGIS
Establecimiento de la estructura administrativa y operativa del OT.	6.) Realizar un análisis comparativo de observatorios turísticos de la INSTO 7.) Proponer los objetivos, misión y la visión del OT 8.) Estructurar el organigrama institucional, las funciones y perfil de cargos 9.) Diseñar los procesos operativos del OT 10.) Elaborar un estudio técnico para el OT 11.) Proponer un listado inicial de indicadores turísticos	Métodos Método comparativo Técnicas Revisión Bibliográfica Método Delphi Herramientas Matriz de presupuesto Microsoft Excel
Diseño de los procedimientos estratégicos para la comunicación	12.) Diseñar el esquema de softwares del OT	Métodos Analítico inductivo

y difusión de resultados.

- 13.) Establecer las políticas de difusión
14.) Proponer estrategias comunicación.

Técnicas
Revisión bibliográfica
Herramientas
Matriz 5W2H

Los métodos utilizados dentro de la propuesta metodológica correspondieron al analítico sintético y el estratégico. La utilización de estos métodos se fundamentó en que una propuesta necesita de altos niveles de detalle y análisis en diferentes áreas, por lo que el analítico sintético y el método estratégico fueron los más apropiados

Las técnicas que se seleccionaron tomaron en cuenta la naturaleza de la propuesta, por ese motivo se utilizó la revisión bibliográfica, el muestreo no probabilístico y el probabilístico, la encuesta y el método de Delphi como únicas técnicas útiles dentro para esta investigación. La revisión bibliográfica permite el estudio, análisis y comprensión de amplios niveles de teoría, las técnicas estadísticas permiten la obtención datos propios de la investigación mediante un objeto de estudio y el método Delphi ayudó al perfeccionamiento del sistema de indicadores

Las herramientas utilizadas en la investigación también se establecieron tomando en cuenta las técnicas utilizadas por los autores. Debido al amplio margen de datos obtenidos por medio de las técnicas estadísticas resultó imperativo la utilización de herramientas de tabulación y análisis de datos, tales como Google Forms, Microsoft Excel, Statistical Package for Social Sciences [SPSS] y los respectivos cuestionarios enviados, así también como el programa ArcGIS para la creación de varios mapas. Para sintetizar la información de la teoría y darle forma dentro de la propuesta se utilizó las matrices FODA, de presupuestos y 5W2H.

3.4. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

3.4.1. FASE 1. DESARROLLO DE UN ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ

El desarrollo de un análisis del sector turístico de la zona norte de Manabí tributa a tener una línea base sólida de información turística especializada en el área norte de la provincia de Manabí, este tipo de estudios subregionales fomentan el desarrollo turístico pues denotan particularidad y singularidad a una provincia turística considerada como homogénea. La actividad se subdividió en cinco secciones: estadísticas nacionales, oferta turística, estudios de actores, de demanda turística y análisis integral del territorio enfocado a la implementación de los observatorios turísticos.

3.4.1.1. ANALIZAR LAS ESTADÍSTICAS NACIONALES Y SECTORIALES DEL TURISMO

El análisis de las estadísticas nacionales y sectoriales del turismo se lo realizó mediante la técnica de la revisión bibliográfica en cinco apartados. La contribución económica del turismo se realizó mediante el estudio de indicadores e informes económicos sobre macroeconomía nacional. El análisis de las dinámicas de los flujos turísticos se desarrolló mediante el análisis indicadores y base de datos de instituciones del estado ecuatoriano. La caracterización de las empresas turísticas nacionales se lo realizó analizando los catastros nacionales de turismo. El estudio de los atractivos turísticos nacionales fue realizado consultando los inventarios nacionales de turismo, y la conectividad turística por medio de sitios web municipales y regionales.

3.4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ

El análisis de la oferta turística de la zona norte de la provincia fue realizado por medio de la revisión bibliográfica. El análisis de la planta turística se desarrolló a través de la revisión de los catastros municipales y nacionales de turismo. La

consulta de los recursos y los atractivos turísticos por medio de sitios web institucionales relacionados al estado y a la provincia, tales como el MINTUR, el Sistema Nacional de Áreas Protegidas [SNAP] y el Sistema de Áreas de Conservación de la Provincia de Manabí [SACPM]. La infraestructura turística se realizó también consultando sitios web del estado. El análisis del componente socioeconómico a su vez se desarrolló por medio de referentes teóricos que explican la realidad de la provincia de Manabí desde la dimensión socioeconómica.

3.4.1.3. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES TURÍSTICOS SOBRE LA GESTIÓN DEL TURISMO, USO Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Mediante la aplicación de una encuesta (**Ver Anexo 11**), presencial y vía electrónica a actores claves del turismo de la zona norte de Manabí; entre ellos, directores de turismo cantonales y provincial, director y miembros de la Asociación de Empresarios Turísticos de Manabí, gerentes de empresas hoteleras y agencias de viaje, presidentes de asociaciones de distintas áreas turísticas, directores de instituciones académicas de las carreras asociadas a la rama turística. Para este análisis se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia debido al bajo número de actores disponibles a disposición. Dicho análisis permitió recopilar respuestas de 57 actores repartidos en 8 cantones. Se generó un análisis sobre la percepción de estos actores con relación a la gestión y desarrollo del turismo y el uso y necesidades de información; así como un examen sobre sus relaciones y nivel de poder sobre la gestión turística utilizando como herramienta la Guía para Confeccionar un Mapeo de Actores de Ortiz, Matamoro y Psathakis del año 2016, la cual analiza sus niveles de poder y sus relaciones con el entorno.

3.4.1.4. CARACTERIZACIÓN LA DEMANDA POTENCIAL TURÍSTICA Y EL PERFIL DEL VISITANTE EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ

Se evaluó a la demanda turística enfocada a la zona norte de la provincia de Manabí para la realización de un perfil del visitante. Los criterios de validación de

las encuestas giraron en torno a viajeros que ya hubieran visitado la zona norte de la provincia, y mediante los mismos criterios dentro del cuestionario se obtuvieron los resultados esperados para la caracterización de la demanda. Se empleó muestreo probabilístico mediante la fórmula de población finita utilizando para ello los datos del MINTUR donde especifica que durante el año 2021 se realizaron 222.325 (N) entradas internacionales.

Para el desarrollo de la fórmula se utilizó un nivel de confianza del 95% ($1,96=Z^2$) y un margen de error del 6% (e). Cabe indicar que no se utilizó el error apropiado del 5% debido a las restricciones de movilidad durante la pandemia que dificultaron la recopilación de información de manera presencial, y se estableció un P y Q del 50% cada uno.

Para la aplicación de la encuesta se utilizó Google Forms, y para su difusión las redes sociales de Facebook, Instagram y WhatsApp, pues las restricciones por pandemia impuestas por el gobierno de Ecuador restringieron el acceso directo a la población y estas redes fueron visitadas (MENTINNO, 2020), mientras que para la tabulación y análisis de datos se utilizó el programa SPSS. A continuación, se expone la fórmula utilizada para el cálculo de la muestra y su respectivo cálculo

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q} \quad [1]$$

Desarrollo

$$n = \frac{222325 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,06^2 \times (222325 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{222325 \times 3,8416 \times 0,25}{0,0036 \times 222324 + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{213.520,93}{800,3664 + 0,9604}$$

$$n = \frac{213.520,93}{801,3268}$$

$$n = 266$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z^2 = Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza

P = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

Q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

e^2 = Error de estimación máximo aceptado

La muestra quedó definida en 266 personas, no obstante, siendo conscientes de las restricciones impuestas y del margen de error utilizado se consideró prudente que se elevara la muestra hasta las 300 personas para que se reduzca el sesgo inicial propuesto para la misma.

3.4.1.5. REALIZAR UN ANÁLISIS INTEGRAL SOBRE LAS CONDICIONES DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO DE TURISMO EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ

Toda la información recabada anteriormente se sintetizó en un análisis FODA enfocado en la viabilidad del establecimiento del observatorio de turismo en la zona norte de Manabí sustentado por medio entrevistas y conversaciones con expertos y actores claves del turismo. Esta actividad empleó el análisis estratégico propiamente para la creación de lineamientos sólidos que explican las condiciones reales para la creación de un observatorio turístico en la zona norte de la provincia de Manabí

3.4.2. FASE 2. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL OT.

El establecimiento de la estructura administrativa y operativa del OT tributa directamente al estudio y el diseño administrativo del observatorio de turismo sostenible para la zona norte de la provincia de Manabí. La línea base desarrollada en la actividad anterior permitió el diseño de los esquemas operativos de la propuesta. Se dividió esta actividad en seis secciones, comenzando por un análisis comparativo de los procedimientos estratégicos de los observatorios turísticos a nivel mundial, la propuesta organizativa pertinente y el diseño de un sistema de indicadores que sustente las actividades del OT en el área de acción, el cual utilizó como técnicas de creación la revisión bibliográfica, de validación el método Delphi y como herramientas para su tabulación Microsoft Excel.

3.4.2.1. ANÁLISIS COMPARATIVO DE OBSERVATORIOS TURÍSTICOS DE LA INSTO

Se generó un análisis comparativo tomando en consideración información condensada en el sitio web de la INSTO el cual produjo información referente a sus procedimientos estratégicos, áreas de acción respectivas de cada uno de ellos y también los elementos más importantes que conforman sus sitios web. El análisis de los datos se lo realizó discriminando elementos característicos en los procedimientos de dirección estratégica de cada observatorio mediante revisión bibliográfica de sus sitios web respectivos, las interfaces de sus sitios web: el tipo de observatorio al que corresponde y sus áreas claves de acción dentro de sus regiones. Se tabularon sus similitudes principales, generando tablas de frecuencias que representaron el grado de repetición de sus atributos como observatorios de turismo para poder determinar los elementos más importantes y utilizarlos para fundamentar la estructura organizativa y estratégica del OT.

3.4.2.2. PROPONER LA MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y PLANTEAR LA FUNDAMENTE LEGAL (PROCESOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA)

El análisis comparativo de la sección anterior estableció la línea base para el diseño de los procesos de dirección estratégica. En base a lo anterior se propuso un objetivo general que esté en concordancia con los observatorios de turismo sostenible estudiados, después se desglosaron sus objetivos específicos como medios de acción dentro del área de estudio. La misión y la visión fueron desarrolladas tomando en consideración las características propias del OT y sus aspiraciones a largo plazo.

3.4.2.3. ESTRUCTURAR EL ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL, LAS FUNCIONES Y PERFIL DE CARGOS

Recopilando en la literatura de la administración de empresas y recopilando información sobre otros observatorios se diseñó la estructura organizativa del observatorio de turismo por medio de la determinación de funciones que se relacionaron con la información, la administración, el control, la investigación, la difusión y la cooperación; principales instancias de una organización de corte investigativo. Se esquematizó un organigrama estructural de tipo vertical, liderado por un director general aconsejado mediante una comisión ejecutiva conformada por actores y principales contribuyentes del OT y se diseñaron los manuales de funciones como guías para el empleo de trabajadores, en los cuales se desglosa los requerimientos necesarios para emplear los cargos respectivos.

3.4.2.4. DISEÑAR LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL OT

El proceso operacional se lo esquematizó en forma de diagramas de flujo, donde se representaron dos entradas inputs: i.) Creación de instrumentos y ii.) Proveedores de información. La información proveniente de estas dos entradas pasa por un proceso de recolección, revisión y validación. Una vez validada, la información es procesada y se la prepara para ser visualizada, esta preparación también pasa por una etapa de validación, donde finalizará con su publicación o almacenamiento en los bancos de datos correspondientes.

3.4.2.5. ELABORAR UN ESTUDIO TÉCNICO PARA EL OT

El estudio técnico propuso un diseño de un plano de oficina para el OT, también se adjuntaron los presupuestos de bienes, el presupuesto inicial para capital de trabajo, de inversión inicial, tablas de depreciaciones. Dicho estudio también realizó un análisis de los egresos del primer año, considerando los costos que produciría el OT, y una estrategia de financiación general que fundamente la obtención de ingresos para la institución

3.4.2.6. DISEÑAR LOS INDICADORES

La selección de indicadores utilizó un condensado y una línea base proveniente de la OMT (2005), La Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2006) y la Unión Europea [UE] (2013). La elección de estos referentes teóricos se fundamentó en la amplia teoría y experiencia que manejan estas instituciones para la creación lineamientos teóricos prácticos en el campo de estudio turístico, el cual puede extrapolarse a las realidades locales con un enfoque correcto. Los indicadores seleccionados fueron puestos bajo criterio de 13 expertos mediante el método Delphi para que validaran la viabilidad y la rigurosidad de los indicadores. Los datos fueron tabulados mediante la herramienta Microsoft Excel. Finalmente, los resultados del método produjeron los indicadores iniciales con los que el observatorio tendría su sistema de indicadores. El sistema estuvo separado en cuatro dimensiones: medioambiental, sociocultural, económica e institucional, y estas cuatro dimensiones se subdividen en subdimensiones según su objeto de estudio. Las dimensiones mencionadas fueron evaluadas según cuatro razonamientos: claridad, accesibilidad, relevancia, economía en una escala valorativo de 5, donde el valor mínimo recomendado para cada indicador fue 3,5.

3.4.3. FASE 3. DISEÑO DE LOS PROCEDIMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS

El diseño de los procedimientos estratégicos para la comunicación y la difusión de los resultados requiere de un tratamiento especial, pues diseñada toda la estructura organizacional y operativa del OT, es importante que se gestione correctamente el uso de sus outputs: la información analizada y la adquisición de los servicios el OT. Para ello esta actividad se ha dividido en tres secciones relacionadas al diseño de las políticas de difusión/gestión de la información; el diseño del sitio web, que servirá para dos funciones: banco de datos y herramienta difusora de información; y las estrategias de comunicación respectivas para que los outputs del OT logren ser reconocidos por actores e instituciones importantes de la zona norte de la provincia de Manabí.

3.4.3.1. DISEÑO DEL SISTEMA DE SOFTWARES PARA EL OT

Se propondrá el esquema básico que utilizará el sitio web del OT tomando en consideración los elementos modernos de creación de sitios web y almacenamiento de datos utilizados por sitios web especializados. Las principales razones para establecer esta actividad fueron que un software especializado para la institución permitiría mejorar las impresiones de los demandantes de información; mejorar los procesos de búsqueda a través de la navegación web, aumentar el marketing boca a boca y constituir una ventaja competitiva propia del OT, pues permitiría un sitio donde albergar datos.

3.4.3.2. ESTABLECER LAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN

Las políticas de difusión del observatorio turístico se diseñaron utilizando como modelo base ciertas propuestas internacionales para el diseño de observatorios turísticos. Se diseñaron tres tipos de políticas: públicas, restringidas y privadas, las cuales guiarán la gestión de la información producida en el observatorio turístico sostenible.

3.4.3.3. PROPONER ESTRATEGIAS COMUNICACIÓN

El plan de comunicación se estableció mediante la utilización de la matriz 5W2H. Dicha matriz tuvo como finalidad esquematizar siete preguntas: Qué, Por qué, Cuándo, Dónde, Quién, Cómo y Cuánto. La finalidad de las preguntas es ordenar la operatividad y la lógica de los planes de acción para ponerlos en marcha. Para este caso la utilización de la matriz se enfocó a las estrategias de acción que el OT ejecutará como esfuerzo de marketing local y regional, lo que incluyó principalmente el cómo se dará a conocer a su público objetivo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En función a las fases y actividades expuestas en la metodología de la investigación, a continuación, se exponen los resultados obtenidos que fundamentan la propuesta de un Observatorio Turístico que sirva como herramienta de gestión y desarrollo del turismo desde el marco sostenible en la zona norte de Manabí.

4.1. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ

4.1.1. ESTADÍSTICAS NACIONALES Y SECTORIALES DEL TURISMO

Para este análisis se tomaron en consideración datos estadísticos de los últimos años para la obtención de una vista evolutiva de la actividad turística y el estado del turismo a nivel nacional. Mediante la revisión de fuentes oficiales del Ministerio de Turismo, otras instituciones nacionales, trabajos de investigación y la academia, se expone a continuación el curso del turismo desde distintos aspectos: la contribución económica, el comportamiento de la demanda, el estado de las empresas y atractivos y recursos turísticos, etc.

CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

El sector del turismo en Ecuador ha representado uno de los sectores no petroleros más productivos y con mayor crecimiento en los últimos años. En la **Figura 5** se muestra la evolución desde el año 2015 del ingreso de divisas por turismo.

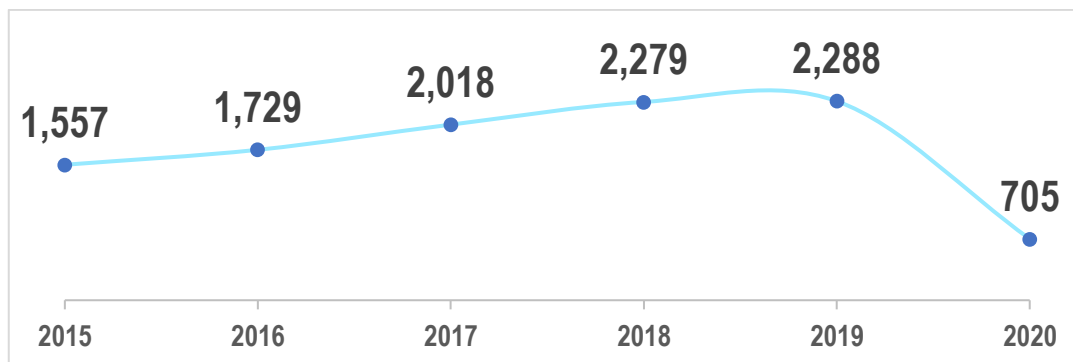


Figura 5. Ingresos por turismo en Ecuador.

Fuente: MINTUR (2021)

Los ingresos de divisas por turismo han tenido una evolución porcentual positiva teniendo como resultado las siguientes variaciones: 2016 (11%), 2017 (16,7%), 2018 (12,9%) y 2019 (0,4%); con excepción en el año 2020 donde se tuvo un decrecimiento de -69,2%. Por otra parte, la balanza turística también muestra una evolución positiva teniendo en sus últimos años un saldo de 637 dólares americanos [USD] (2019) y \$ 171 millones USD al 2020. Lo cual significa, que los ingresos por turismo son mayores a los egresos. Sin embargo, la variación porcentual de la balanza en los años 2016, 2019 y 2020 muestra un déficit con respecto a los años anteriores, esto quiere decir que se obtienen ganancias de la industria, pero estas no siempre van en crecimiento (MINTUR, 2021).

En el contexto económico nacional el sector turístico es una industria importante. Según el MINTUR (2019) la contribución del turismo al PIB de Ecuador fue de 2,398 millones de dólares, representando un 2,2% del PIB nacional. Debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19 al año 2020 la contribución fue de 1.2% con 1,117 millones. Al 2019 el turismo era la tercera fuente de ingresos no petroleros, solo superado por el camarón con un 3,62% (UTA, 2019) y por el banano con 3,84 (INIAP, 2019). Una industria tan importante para la economía nacional requiere constantes estudios y análisis del estado y el sector privado para el control de sus acciones y la evolución de sus actividades.

Las industrias de alojamiento y restauración generaron durante el último trimestre del año 2019, 477,382 empleos a nivel nacional (MINTUR, 2019). Al 2020 se

obtiene un decremento de -3.0% reduciéndose el número de empleos a 462,964. De esta manera la participación de empleo sectorial a nivel nacional representa al 2019 el 6.1% y al 2020 el 6%. Las industrias hoteleras y de restauración producen en conjunto cerca de medio millón de empleos nacionales, para su constante estudio es importante la producción de información asociada a estas industrias que permitan a sus directivos e inversores conocer su estado, potencialidades y amenazas

El grado de cobertura turística, es un indicador obtenido de la división de las exportaciones sobre las importaciones multiplicado por cien. Según el MINTUR el grado de cobertura turística durante el año 2019 fue de 139% mientras que al año 2020 alcanza el 132%. Congruentemente a la balanza esto demuestra que el gasto turístico receptor respalda efectivamente el gasto turístico emisor. Otro indicador positivo producido por el turismo son las inversiones, las cuales al 2020 aumentaron con respecto al año anterior (2019) teniendo un monto de inversión total anual de 200,9 millones con la prospectiva de generar mayores empleos y riqueza. Esto demuestra que existe una gran expectativa y entusiasmo en la recuperación turística en Ecuador pese a la inestabilidad política y la incertidumbre respecto a los resultados y afectaciones de la pandemia del covid y sus progresivas olas de rebrotes.

Félix y García en el 2020 dentro del contexto sectorial de la provincia de Manabí, concluyeron mediante estudios descriptivos y estadísticos que las pérdidas totales del sector turístico en Manta demostraron que los sectores del alojamiento, restauración, intermediación y transportación ascendieron a aproximadamente \$ 152,800 USD entre marzo, abril y mayo, los tres primeros meses de la pandemia y de la cuarentena implementada en Ecuador, y de la misma forma, también se determinó en base al mismo estudio que cada empresa turística perdió en promedio mensual de 865 clientes. Pese a las pérdidas económicas producto de la pandemia, la academia observó este acontecimiento desde un punto de vista optimista bajo la idea de que la pandemia abrió el camino hacia un nuevo replanteamiento de los destinos turísticos, enfocados en tres aspectos importantes: i.) Mejoramiento de los servicios; ii.) Implementación de nuevas

tecnologías y; iii.) Cooperación entre la academia y los sectores público-privados. (Félix y García, 2020).

DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es todo el flujo de visitantes que visita un destino turístico. Bajo este concepto se visualiza en la **Figura 6** un resumen del número de turistas que visitaron el Ecuador durante los años 2015 al 2020

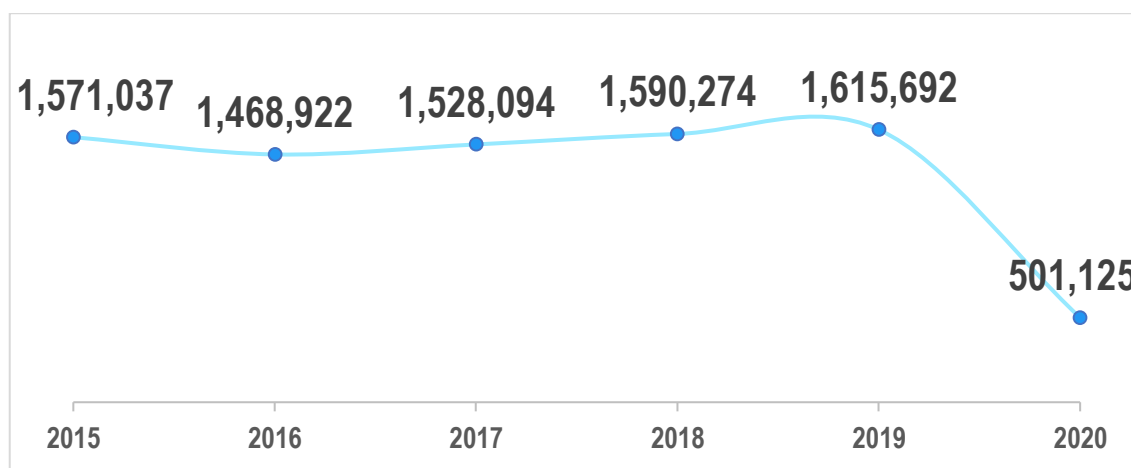


Figura 6. Llegadas de turistas a Ecuador.

Fuente: MINTUR (2021)

Como se puede observar en la **Figura 6**, la evolución anual de entradas al país es creciente excepto en los años 2016 y 2020, donde ocurrieron el terremoto de 7.8 Mw y la pandemia por el Covid-19. En el año 2019 se registró la cifra más alta de llegadas turísticas hasta la fecha con 1.6 millones turistas, excluyendo las entradas desde Venezuela, teniendo un incremento de 4.3% con respecto al año 2018. Cabe mencionar que en octubre del 2019 se produjo una caída importante debido a las manifestaciones indígenas que provocaron alertas de viaje a Ecuador en 14 países (MINTUR, 2019).

De la cifra de turistas registrados en el año 2019, el 74,3% de las llegadas provinieron del transporte aéreo, el 22,6% de sus entradas fueron por transporte terrestre, el 2,9% llegaron a través del medio marítimo y el 0,1% de visitas a través del transporte fluvial (MINTUR, 2021). Según el visualizador de información

turística del MINTUR en el 2021, los meses de enero, junio, julio y diciembre son los meses donde se generan, cada año, el mayor número de llegadas al país, siendo los principales países emisores: Estados Unidos, Colombia, Perú, España y Chile; en orden descendente.

Durante el 2019, el 54,31% del total de viajeros fueron hombres, el 45,68% mujeres y el 0,01% indefinido. Junto a estos datos demográficos, el 57,34% del total de viajeros se encuentra en un rango etario de entre 20-49 años, siendo el grupo mayoritario y característicamente adulto. Seguido a esto, el 25,12% se encuentra en un rango etario de entre 50-60+ años, conformando los adultos mayores.

MOVIMIENTOS INTERNOS Y EXTERNOS DE TURISTAS

Para el estudio de los patrones de visitas turísticas internas, se emiten boletines por cada feriado, con el uso y análisis de Mobil Big Data a través del servicio de telefonía móvil y radio de bases receptoras (MINTUR 2021). Los datos obtenidos son procesados y se obtienen muestras con representatividad a nivel cantonal. El geo portal de viajes internos (GEOVIT) mismo que puede ser visitado a través del siguiente link <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit> muestra en sus estadísticas, comprendidas entre los años 2017 y 2018, cuáles son las principales ciudades de origen y destino (MINTUR 2021).

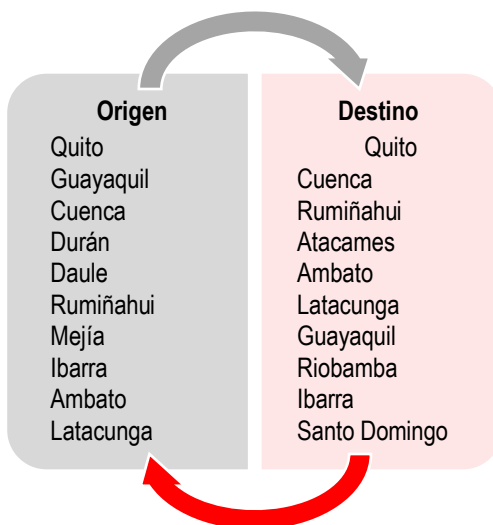


Figura 7. Principales cantones del turismo interno de Ecuador.

Fuente: MINTUR (2021)

Al 2018 se tuvo un total de 112, 153,552 viajes internos. Quito y Guayaquil son los cantones de origen con mayor participación, teniendo el 21.3% y 13,4% respectivamente. Como destinos turísticos destacan: Quito (18,6%), Cuenca (5.3%), Rumiñahui (4,9%) y Atacames (4,8%). Estos movimientos se generan principalmente en días festivos del Ecuador: Año nuevo (enero), Carnaval (febrero), Viernes Santo (abril), Día del Trabajo (mayo), Batalla de Pichincha (mayo), Primer Grito de Independencia (agosto), Día de los Difuntos (noviembre) y Navidad (diciembre).

El movimiento interno de turistas en Ecuador se produce especialmente desde el segmento socioeconómico “Bajo” con una representación del 54.7%, mientras que el estrato socioeconómico “Alto” es del 5,5% al 2018. El gasto promedio de los turistas internos fue de \$ 61,7 USD mientras que el de los turistas extranjeros es de \$ 1,221,5 USD. El segmento de turistas extranjeros más amplio fue el estadounidense, con 403 364 turistas durante el año 2019. (MINTUR 2019). La dinámica de movimiento requiere de estudios periódicos continuos y especializados, por lo que todo el movimiento es analizado desde una óptica nacional, y no desde una individual, un OT especializado brinda la oportunidad de especialización pues estudia y analiza la dinámica turística de su respectiva zona.

Según encuesta llevada a cabo por el MINTUR con la participación de la ESPAM MFL el comportamiento del turismo en la provincia de Manabí en la nueva normalidad generada por la afectación de la pandemia de la Covid-19 obtuvo los siguientes datos como resultado final. El 78% son personas menores a 40 años y de estos el 37% prefiere viajar a la región costa. En cuanto a las características de destino el 48% prefiere destinos de sol y playa mientras que el porcentaje restante prefiere destino en áreas protegidas, destinos de aventura y espacios urbanos o ciudad. Con respecto al tiempo de estadía el 40% pernoctaría al menos una noche, el 29% entre 2 a 4 noches y el 24% viajaría ida por vuelta (MINTUR,2020). Los estudios realizados en cooperación con la academia y el sector público resaltan las pequeñas diferencias de las dinámicas turísticas locales en comparación con las estadísticas nacionales, enfatizando en la utilidad de estudios especializados.

Según datos del MINTUR durante el 2021, los centros de recepción de llegadas de los últimos 10 años han sido las ciudades de Quito y Guayaquil con el 43,53% y el 24,83% respectivamente, sumando ambas casi el 70% de las llegadas. El porcentaje restante de entradas al país los tuvieron las ciudades fronterizas de Rumichaca en la provincia del Carchi y Huaquillas en la provincia de El Oro. Quito y Guayaquil poseen supremacía debido a sus estatus de metrópolis y por las facilidades de sus aeropuertos internacionales. En este aspecto, la ciudad de Manta solo representa el 0,61% del total, unas 81 922 entradas totales en los últimos 10 años.

Según las metodologías desarrolladas por el ministerio de turismo para el estudio de turismo interno y turismo externo, los destinos más visitados a nivel nacional son según el MINTUR en el 2017: 1.) Quito; 2.) Galápagos; 3.) Otavalo; 4.) Guayaquil; 5.) Cuenca; 6.) Atacames; 7.) Baños; 8.) Montañita; 9.) Salinas; y 10.) Mindo.

Las salidas de turistas en Ecuador se aglomeraron en el año 2019 en dos puntos: Quito y Guayaquil, con un 37,93% y un 36,96% respectivamente, totalizando un 74,89% de las salidas, le siguen Huaquillas en la provincia de El Oro con un

15,68% y Rumichaca en la provincia de Cañar con un 4,17%. Existe una relación directa entre el porcentaje de salidas de Quito y Guayaquil con el de salidas mediante el transporte aéreo, el cual es del 75,32%, menos de 1 punto porcentual. Mientras que las salidas terrestres representan el 24,05% del total y el transporte marítimo solo un 0,58%. En caso el de Manabí, aun no se generan vuelos internacionales directos.

EMPRESAS TURÍSTICAS

Según el MINTUR (2021) se tienen desglosadas las siguientes empresas del sector turístico de la siguiente forma: **i.) Alojamiento; ii.) Restauración; iii.) Agenciamiento; iv.) Empresas comunitarias; v.) Parques de atracciones y; vi.) Transporte turístico.** Según esta clasificación se especificará su número a nivel nacional y de Manabí. Ecuador posee registrados 4 326 establecimientos de alojamiento, con 84,372 habitaciones y 165,267 camas, mientras que, a nivel de Manabí, se poseen 437 establecimientos registrados (hoteles, hostales) que equivalen a 7,648 habitaciones y 16,700 camas. En el ámbito de restauración, se poseen 11,659 establecimientos registrados con 15, 564 mesas, a nivel provincial se cuenta con 868 y 10,769 mesas. Se poseen 2,323 agencias, a nivel provincial se tienen 132. Hay 39 centros de turismo comunitario en Ecuador, y en Manabí solo 1. Respecto a parques de atracción, A nivel nacional se poseen 233 y en la provincia de Manabí solamente 28. Finalmente, 15 empresas de transporte turístico se registran en Manabí, de las 557 de todo el país.

Analizando los datos expuestos, comparativamente, Manabí posee el 10,10% de los establecimientos de alojamiento, junto al 9,06% de las habitaciones y el 10,10% del total de camas; asimismo, la provincia posee el 7,44% del total de restaurantes y el 7,01% de mesas nacionales; el 5,68% del total de agencias, el 2,56% de centros de turismo comunitario, que solo equivale a 1 de 39. El 12,01% de parques de atracciones y el 2,69% de empresas de transporte turístico. Los porcentajes de empresas de alojamiento y de restauración equivalen al 10%, representando una focalización más o menos fuerte en cuanto al número de

empresas y capacidad de carga. Sin embargo, el resto de datos no demuestra competitividad con respecto a otros destinos como Quito, Guayaquil, Cuenca.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Según el MINTUR (2018) la última actualización del inventario turístico nacional que reposa en el portafolio de Gestión y Desarrollo turístico se generó ese mismo año mediante un convenio interinstitucional entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados y el MINTUR que sumaron nuevos atractivos aplicando la nueva Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos 2017. El consolidado nacional de atractivos muestra 250 fichas, de las cuales el 62% corresponde a la categoría cultural y 38% a la categoría natural. Tan solo el 1% representado por 2 atractivos pertenecen a la categoría más alta (Jerarquía IV), los atractivos de Jerarquía III cubren el 49% del total. Esto quiere decir que el 50% de los atractivos poseen condiciones excepcionales para el desarrollo turístico. Mientras que los de Jerarquía II y I suman el 45% y 4% respectivamente. Y como recurso solamente existen tres fichas inventariadas que son el 1% restante.

De la provincia de Manabí existen 60 atractivos en los cantones de Bolívar (22), Manta (15), Chone (14), y Portoviejo (9). Esto corresponde al 24% de los atractivos inventariados a nivel nacional. Cabe mencionar que este registro está en constante actualización y pasa por un proceso de revisión, aprobación y sistematización geográfica llevada a cabo por su respectivo ministerio.

CONECTIVIDAD TURÍSTICA

La industria de cruceros ha transportado al año 2020 y 2021, 29,4 y 1,98 mil pasajeros (nacionales y extranjeros) respectivamente. Al año del 2020 el 71% de arribos se dan en la Terminal Portuaria de Manta. El 29% restante de arribos se manifiesta en los puertos de: Guayaquil (16,1%), Isla de la Plata (9,7%) y Bolívar (3.2%) (MINTUR, 2022).

En cuanto a la conectividad aérea. Actualmente el país opera 4 aerolíneas nacionales (Aero Regional Regair, Avianca, Equair, LATAM Airlines) generando

520 vuelos por semana en nueve rutas entre las provincias de Pichincha, Azuay, El Oro, Guayas, Galápagos, Loja, Manabí, Orellana. En Manabí operan únicamente las aerolíneas Avianca y LATAM Airlines con la ruta Quito – Manta – Quito. A nivel internacional Ecuador cuenta con 13 aerolíneas y 25 rutas que conectan con los siguientes países: Aruba, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, México, Países Bajos, Panamá y Perú generando 352 vuelos por semana (MINTUR, 2022).

Los indicadores económicos turísticos demuestran la capacidad del país para generar divisas, empleos y dinamizar su economía en base a una evolución, mayormente positiva, del turismo. Cabe considerar que las caídas en el ejercicio de la actividad turística se han dado debido a amenazas externas del turismo. Entre ellas, el suceso del 16A, la inestabilidad política en octubre del 2019 y la emergencia sanitaria que aún permanece latente. Todas estas situaciones llevan a plantearse la creación de políticas que fortalezcan a la industria frente a los posibles riesgos y consecuentemente permitan reducir las pérdidas en términos monetarios.

Por otro lado, el sector turístico debe continuar con los esfuerzos de atraer una demanda con mayor poder adquisitivo y a la vez crear y promocionar más productos turísticos distintivos que permitan integrar la oferta del país. De manera que, si se incrementan las llegadas de turistas, será posible obtener valores mucho más altos en la balanza turística. Por supuesto eso demanda implícitamente una mejora en la infraestructura y el recurso humano de la industria.

Manabí no figura dentro de los principales destinos del Ecuador por su infraestructura de acogida al turista, pues posee un 10% de las empresas de alojamiento y restauración a nivel de país. Se cree que esto se debe principalmente al hecho de que no posee productos dirigidos a una demanda especializada, pues la modalidad de sol y playa es turismo de masas y depende mucho más de los movimientos internos que de los externos. Asimismo, la conectividad interna es un apartado que debe mejorarse, pues, aunque Manabí

cuenta con el aeropuerto internacional Eloy Alfaro este todavía no produce vuelos directos internacionales y el Puerto de Manta, de la misma manera, a pesar de tener un gran número de arribos no genera un consumo turístico relevante para la provincia.

En este sentido, es preciso tener la prospectiva de mejorar la conectividad de la región y consecuentemente el flujo turístico. Así mismo, deberían destacarse e incluirse en nuevos productos nacionales, los recursos gastronómicos y agro productivos de la provincia que demuestran su alta potencialidad.

Desde el punto de vista de la información turística a nivel nacional se debe reconocer que existe un sistema de información gestionado por el gobierno que produce estadísticas sobre la dinámica turística que permite conocer la evolución y situación actual del turismo en el país de forma muy general o puntual para ciertos tipos de criterio. Toda esta información se consigue a través de sitios web relacionados con el gobierno. A su vez, este sistema se alimenta de datos que proveen distintas instituciones las cuales se muestran a continuación en la **Tabla 8**.

Tabla 8. Fuentes que proveen información al sistema informático de MINTUR

Fuente	Indicadores	Tipo de Información
Banco Central del Ecuador	Participación de Turismo en la exportación de servicios Egresos de Divisas Ingreso de Divisas Balanza Turística Grado de Apertura Grado de Cobertura	
MINTUR, Cuenta Satélite	Producto Interno Bruto del Turismo Valor Agregado Bruto	Económica
Sistema de Estadísticas Multidimensionales SAIKU del Servicio de Rentas Internas	Ventas Locales	
Consejo Mundial de Viajes y Turismo	Empleo turístico	
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	Empleo sectorial	
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	Entradas Salidas	Movimientos
Ministerio de Gobierno	Balanza Migratoria	
Servicio de Rentas Internas	Ventas de las actividades del sector turístico Recaudación del Impuesto al Valor Agregado Bruto	Ventas y Recaudaciones del Sector Turístico
Dirección General de Aviación Civil	Rutas Internacionales	Conectividad Aérea

(DGAC)	Rutas Domésticas	
Dirección de Inversiones y Conectividad	Contratos de Inversión en el sector turístico	Inversiones
Aportan: Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica; Observatorio de Turismo de Galápagos	Visitas anuales por área protegida; por nacionalidad Visitas mensuales	Visitas a Áreas Protegidas

Fuente: Los autores

4.1.2. OFERTA TURÍSTICA DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ

La propuesta del observatorio turístico supone tener cobertura inicial de operación en ocho cantones, todos pertenecientes a la zona norte de la provincia de Manabí a excepción de Bolívar que corresponde a la zona centro de la provincia pero que se incluye en el objeto de estudio de la presente investigación (Ver **Tabla 9**).

Tabla 9. Características generales de los cantones de la zona norte de Manabí

Zonas y Micro regiones	Cantón	Parroquias Rurales	Extensión por cantón	Población/ por Canton	
Zona Norte	El Carmen	Wilfrido Loor y San Pedro de Suma	12,15,57 Km ²	89.021	
Micro región Nororiental	Flavio Alfaro	Novillo y Zapallo	1,346.90 Km ²	25.004	
	Chone	Chibunga, Eloy Alfaro, Ricaurte, Boyacá, San Antonio y Cani	3,570 km ²	126.491	
Zona Norte	Pedernales	Atahualpa, Cojimíes y 10 de Agosto	19,32,20 Km ²	55.128	
	Micro región Costa Norte	Jama	No tiene parroquias rurales	575 km ²	23.253
		San Vicente	Canoa	739,03 km ²	22.025
Zona Centro Micro región Centro Norte	Sucre	San Isidro y Charopotó	18,893.70 Km ²	57.159	
	Bolívar	Quiroga y Membrillo	537.8 Km ²	40.735	

Nota: se incluye al cantón Bolívar en el territorio estudiado con la finalidad de incluir a la ESPAM como institución miembro del OT.

Fuente: Gobierno Provincial de Manabí (2017), SENPLADES (2019)

Los cantones fueron escogidos en función a la división territorial determinada en el desarrollo metodológico (Ver **Figura 4**).

PLANTA TURÍSTICA

La información para actualizar la planta turística de la zona norte de Manabí fue obtenida del catastro de los GAD municipales de cada cantón en contraste del Registro de Servicios Turísticos suministrado por el Ministerio de Turismo con su última actualización al 2021. Como objeto de estandarización se tomó en consideración el número de empresas legalmente registradas dentro del mismo ministerio (**Ver Tabla 10**).

Tabla 10. Establecimientos turísticos de la zona norte de Manabí.

Cantón	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Operación e Intermediación	Transporte Turístico	Recreación y Eventos
Pedernales	43	57	2		3
Jama	12	3		1	
Sucre	33	49	7	1	2
San Vicente	36	37	2		
El Carmen	4	19	2		1
Flavio Alfaro	1	3			
Chone	4	16	2		1
Bolívar	2	12	2		1
Total	135	196	17	2	8

Fuente. MINTUR (2021)

Como se puede observar, la oferta de alojamiento tiene un total de 135 establecimientos, siendo escasa en los cantones de Flavio Alfaro, Bolívar, Chone y El Carmen. Un número bajo de establecimientos de hospedaje es un indicador de un flujo turístico pequeño que consecuentemente también puede indicar una baja rentabilidad de la actividad turística. Contrariamente a lo mencionado, Pedernales, San Vicente y Sucre demuestran ser los cantones con el mayor número de establecimientos de alojamiento, producto a que ubicación estratégica a los recursos de sol y playa que atraen el turismo masivo. La jerarquía de los alojamientos en estos cantones es de 2 a 3 estrellas, y se clasifican principalmente en hoteles y hostales. Hay excepciones donde se alcanzan la categoría 4 estrellas, como La Bocana de Quiximies en Pedernales y La Piedra, Casa Ceibo y Palmazul Artisan en Sucre.

Los establecimientos de alimentos y bebidas totales de la región suman 196 empresas de alimentos y bebidas, es naturalmente el tipo de empresa turística más numerosa, esto se debe a que no es tan dependiente de los flujos turísticos para sostener su rentabilidad, de hecho, dentro de las empresas turísticas es este tipo el que ha demostrado mayor resistencia antes las crisis económicas esto debido a que es un tipo de negocio de primera necesidad que no depende principalmente del turismo

Según lo expuesto en la **Tabla 10** la mayoría de cantones cuentan con un par de operadoras turísticas exceptuando a Flavio Alfaro y Jama. Sucre que por el contrario tiene el mayor número de operadoras y una agencia de viajes internacional (Dolhin Tours). En toda la región solamente laboran 2 empresas de transporte turístico debidamente registradas y ubicadas en Jama y Sucre. Por último, existen 8 empresas dentro de la categoría de recreación y eventos. Cabe aclarar que muchos de los establecimientos de dispersión y relajación como balnearios, parques y fincas agroecológicas que posiblemente ofrecen otro tipo de servicios turísticos no se contemplan en este registro; pues algunos de ellos están presentes como recursos y no como atractivos turísticos.

Tabla 11. Capacidad de carga de establecimientos de alojamiento.

Cantón	Habitaciones	Camas	Plazas
Pedernales	675	1748	2147
Jama	148	367	403
Sucre	559	1355	1612
San Vicente	498	1366	1581
El Carmen	123	193	210
Flavio Alfaro	20	29	29
Chone	70	135	152
Bolívar	22	39	42
Total	2115	5232	6176

Fuente: MINTUR (2021)

La capacidad de alojamiento que posee la zona norte de Manabí es de 6176 plazas en total en 2115 habitaciones y 5232 camas. La planta hotelera más grande de la zona norte es Pedernales, y le siguen la de Sucre y San Vicente. En

cuanto a la restauración de la zona norte de Manabí esta tiene la capacidad de servir a 6473 personas con 1593 mesas (**Ver Tabla 12**).

Tabla 12. Capacidad de carga de establecimientos de alimentos y bebidas.

Cantón	Mesas	Sillas
Pedernales	422	1789
Jama	20	80
Sucre	419	1676
San Vicente	256	1024
El Carmen	174	696
Flavio Alfaro	26	104
Chone	150	600
Bolívar	126	504
Total	1593	6473

Fuente: Los autores

Cabe mencionar que existe una gran disparidad en el registro de empresas turísticas que llevan a cabo los Gobiernos Autónomos Descentralizados de cada cantón versus el registro del Ministerio de Turismo, producto de la informalidad de los negocios, en donde muchos restaurantes cierran en un período breve de tiempo, lo que imposibilita que sean considerado parte del catastro a largo plazo.

RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Para facilitar el análisis de los atractivos de la zona norte de Manabí, el territorio de estudio se divide en dos áreas: la Costa norte del Pacífico que comprende los cantones de Pedernales, Jama, Sucre y San Vicente; y la Costa Norte Oriental representada por los cantones El Carmen, Flavio Alfaro, Chone y Bolívar. En los anexos 1 al 10 se expone la lista de recursos y atractivos turísticos de la zona norte de Manabí inventariados por las Direcciones de Turismo de los GAD y varios trabajos de investigación. A continuación, se expondrá en la **Tabla 13** una matriz que contiene los atractivos turísticos de nivel III junto a sus potencialidades, su ubicación, su categoría, tipo y su subtipo según la información recabada establecida por el MINTUR (2015); Loo y Moreira (2018); GAD cantonales de Chone (2018), El Carmen (2021), Sucre (2021) y Pedernales (2019).

Tabla 13. Matriz de atractivos turísticos de la zona norte de la provincia de Manabí

Recurso	Ubicación	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Potencialidad.
Playa la Chorrera	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	III	Sol y Playa; turismo acuático.
Playa Pedernales	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	III	Sol y Playa; Turismo acuático
Playa Cojimíes	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	III	Sol y Playa; Turismo acuático
Reserva Ecológica Mache Chindul	Pedernales	Atractivos naturales	Bosque	Ceja de selva	III	Ecoturismo; turismo de aventura; turismo sostenible, turismo comunitario
Estuario de Cojimíes	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Río	III	Turismo acuático
Área de conservación ambiental isla del amor	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	III	Sol y playa, turismo acuático, buceo
Río Coaque	Pedernales	Atractivos naturales	Río	Río	III	Turismo cultural; turismo de aventura
Grupo étnico Chachis	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Pueblo o nacionalidad	III	Turismo cultural, turismo comunitario
Feria del Queso, la cuajada y el suero blanco de Atahualpa	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	Turismo gastronómico
Festival de la	Pedernales	Atractivos	Acervo	Gastronomía	III	Turismo

Corvina y Robalo		culturales	cultural y popular			gastronómico
Festival gastronómico del Coco	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	Turismo gastronómico
Festival gastronómico de la langosta y langostino	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	Turismo gastronómico
Festival gastronómico de la jaiba y el ostión	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	Turismo gastronómico
Festival gastronómico del cangrejo azul, flores y frutas silvestres	Pedernales	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	Turismo gastronómico
Sendero de la mitad del mundo	Pedernales	Atractivos naturales	Costas o litorales	Acantilado	III	Turismo cultural; turismo de aventura
Red de Bosque privado de la Cordillera del Bálsamo	Sucre	Atractivos naturales	Bosque	Seco	III	Ecoturismo; turismo rural; turismo de aventura
Balneario de Agua Dulce El Rosario	El Carmen	Atractivos naturales	Río	Cascada	III	Sol y Playa; turismo recreacional; turismo de aventura
Artesanías en caña	El Carmen	Atractivos culturales	Etnografía	Artesanía	III	Turismo cultural; turismo comunitario
Cabañas el Toto	Chone	Atractivos naturales	Río	Río	III	Turismo rural; turismo gastronómico
Balneario Café	Chone	Atractivos	Río	Cascada	III	Turismo de

Color Tierra		naturales					aventura; turismo de aventura; turismo rural
Rancho Glayfer	Chone	Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III		Turismo rural
Centro recreacional Guadalupana	Chone	Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III		Turismo recreacional
Rancho la favorita	Chone	Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III		Turismo rural; turismo gastronómico; turismo recreacional
Iglesia de Canuto	Chone	Atractivos culturales	Arquitectura	Otras infraestructuras de arquitectura	III		Turismo cultural; turismo religioso
Feria Internacional del Chame	Chone	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III		Turismo gastronómico
Festival de la Natilla	Chone	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III		Turismo gastronómico
Gastrofest	Chone	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III		Turismo gastronómico.

Fuente: MINTUR (2015); Loor y Moreira (2018); GAD cantonales de Chone (2018), El Carmen (2021), Sucre (2021) y Pedernales (2019).

Según lo expuesto en la **Tabla 13** en la zona norte de la provincia de Manabí existen 27 recursos turísticos ubicados en la jerarquía III. El 48% de estos recursos de tercer grado son recursos culturales, el restante son naturales. Los recursos más comunes corresponden a costas, ríos y litorales y relacionados con el acervo cultural local (37,03%), cuatro recursos corresponden a arquitectura 14,81%), dos a bosque (7,40%) y uno a etnografía (3,70%). Se puede concluir en base a estos datos que la zona norte posee potencial suficiente para producir

atractivos turísticos de corte cultural, pero se ha enfocado más hacia el desarrollo del turismo de sol y playa, más barato, simple y tradicional, mientras que el turismo alternativo ha ido tomando fuerza con el paso de los últimos años debido a las nuevas tendencias del mercado. En base a lo anterior se espera que tome más importancia dentro de la realidad turística de los cantones estudiados en los años próximos.

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE MANABÍ

En las áreas protegidas se ubica el patrimonio natural más relevante del país; estos sitios generan visitación tanto nacional como extranjera. Muchas de las áreas donde es permitido el ejercicio de la actividad turística son consideradas espacios turísticos importantes en distintas regiones. En el caso de la zona norte de Manabí, las áreas protegidas existentes son las siguientes expuestas en la **Tabla 14**, donde se exponen las áreas nacionales consultadas del SNAP en el 2022 y el SACPM, en el 2014.

Tabla 14. Áreas naturales protegidas nacionales.

Área protegida	Ubicación (cantón)	Extensión (ha)	Año de creación	Jerarquía
Reserva Ecológica Mache Chindul	Pedernales y Jama	119,172	1996	Área nacional
Refugio de Vida Silvestre Manglar El Estuario del Río Muisne	Pedernales y Cojimíes (Provincias de Esmeraldas)	3,173	2003	Área nacional
Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata	Sucre, San Vicente	2,811	2002	Área nacional
Área protegida Camarones	Jama y Pedernales	763	2014	SACPM
Área de recreación ecológica Cascadas Armadillo-Pintado	El Carmen	34	2014	SACPM

Área Protegida Provincial La Tablada del Tigre	Junín	2,579	2014	SACPM
Área de Recreación Ecológica “Isla del Amor”	Pedernales y Cojimíes	50	2014	SACPM
Área de Conservación La Segua	Chone	1,742	1991	Sitio Ramsar

Fuente: MINTUR (2021), MAE (2015), SACPM (2014)

Según los datos expuestos en la **Tabla 14** en la zona norte de la provincia de Manabí hay alrededor de 130.000 ha conservadas, no obstante, gran parte del territorio de la Reserva Ecológica Mache Chindul se encuentra en territorio de la provincia de Esmeraldas, por lo que, discriminando esta área, se tiene un total de 11,152 ha (111 km²) de superficie protegidas. También se considera que el área de conservación “La Segua” es la única área protegida de la zona norte de la provincia de Manabí con calificación y protección internacional, pues forma parte de los humedales Ramsar por su importancia en la ornitología y sus servicios ecosistémicos locales.

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura es uno de los elementos más importantes dentro de los análisis turísticos de la oferta, pues permite conocer el estado de los territorios en función al estado de los servicios de transporte y servicios básicos. En la **Tabla 15** se expone la cobertura de servicios básicos de los cantones que conforman el área de estudio

Tabla 15. Cobertura de servicios básicos en la zona norte de Manabí.

Cantones	Alcantarillado	Electricidad	Red pública agua	Telefonía/internet	Total
Pedernales	1	2	1	2	6
Jama	1	3	1	2	7
Sucre	1	3	1	2	7
San Vicente	1	3	2	1	7
El Carmen	1	2	1	2	6
Flavio Alfaro	1	2	1	2	6
Chone	1	3	1	2	7
Bolívar	1	3	1	2	7

Leyenda

3: cobertura más del 80% del territorio cantonal

2: cobertura más del 50% menos del 80% del territorio cantonal

1: menos del 50% de cobertura del territorio cantonal

Fuente: (Prefectura de Manabí, 2014).

La zona norte de Manabí como el resto del territorio en general se caracteriza por sufrir un déficit hídrico para el abastecimiento del consumo doméstico, la recreación, las industrias y agricultura, por ello se han llevado grandes proyectos hídricos tales como la Represa Sixto Durán Ballén o el Propósito Proyecto Múltiple Chone. Sus principales ríos se originan en la cordillera central de la costa por lo que dependen exclusivamente de las precipitaciones que se producen en la estación lluviosa (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedernales [GADM-P], 2014). Las cuencas hídricas que suministran el agua a la zona norte de la provincia de Manabí son: Cojimíes, con 712 km², Coaque con 715 km², Don Juan con 204 km², Jama con 1,308 km², Canoa con 356 km², Briceño con 342 km² y Bahía con 544 km² (Gobierno Provincial de Manabí, 2014). La zona norte de Manabí tiene una buena cobertura de energía en sus cantones; superan el 80% de los territorios cantonales a excepción de El Carmen (60%) y Flavio Alfaro (78,66%).

En cuanto al servicio de alcantarillado, las aguas servidas son tratadas en las áreas urbanas por las plantas de tratamiento de los sistemas de alcantarillado sanitario y en las áreas rurales generalmente se eliminan las aguas residuales y aguas negras a través de pozos sépticos y pozos ciegos. Cabe mencionar que la mayoría de sistemas de alcantarillado no han sido renovados. Generalmente no hay una buena conducción de aguas servidas y aguas negras porque constantemente se genera contaminación de los ecosistemas naturales y humanos.

El abastecimiento de agua a través de la red pública da cobertura principalmente a las áreas urbanas, siendo un indicador recurrente, el uso de pozos para las áreas rurales como principal fuente de agua. El Carmen (43,37 %), Jama (42,80%), San Vicente (52,45%) son los cantones de mayor cobertura considerando espacios urbanos y rurales. La ciudad de Chone tiene una

cobertura de 78.71% sin embargo la cobertura en la zona rural es escasa. Las ciudades Bahía y Pedernales a pesar de ser las dos ciudades con la mayor planta hotelera no presentan una buena gestión del agua

Es importante reconocer que tanto el abastecimiento como el tratamiento del agua es esencial para el desarrollo socioeconómico de una región; pues constituyen indicadores de “crecimiento” para las distintas industrias, como la recreación y vivienda ya que es un recurso básico vital y productivo.

Así mismo la energía eléctrica es un recurso indispensable para hacer posible el funcionamiento de la red de industrias y comercios de una región. Un correcto abastecimiento energético contribuye a un mayor crecimiento económico.

La conectividad telefónica e internet presume ser mucho mayor a los datos del último censo realizado por INEC (2010). De acuerdo a un análisis de tendencias digitales elaborado en el 2020 el acceso a internet representa uno de los servicios con mayor crecimiento a escala de las familias ecuatorianas, debido a las nuevas facilidades tecnológicas y los cambios vividos a nivel global por la pandemia Covid-19 que obligó a muchas empresas público/privadas optar por el teletrabajo o educación virtual. Por consiguiente, la cantidad de contenido académico, de entretenimiento, así como el contenido comercial y empresarial aumentó y generó una gran demanda en todo el país incluyendo las zonas rurales

De acuerdo a la **tabla 15** de valoración de los servicios básicos los cantones de la zona norte tienen un puntaje entre 6 y 7 sobre los 12 puntos (como valor más alto) lo que indica que en promedio la cobertura de alcantarillado, abastecimiento de agua y energía eléctrica, y la telefonía e internet alcanzan a un 60% del territorio siendo las parroquias urbanas las más privilegiadas. Estos valores demuestran una gran debilidad para el desarrollo del turismo tradicional de sol y playa y turismo alternativo rural, debido a que solo los sitios que cuentan los servicios básicos podrán asegurar la calidad en las funciones y productos turísticos.

ACCESIBILIDAD

Se presentan a continuación las principales vías terrestres, observadas en (Google Maps, 2021) que conectan la zona norte de Manabí:

- ✓ La **vía estatal E-15** o también llamada Ruta Spondylus que conecta a Manabí con las provincias de Santa Elena al sur y Esmeraldas al norte. Esta vía atraviesa por los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Bahía de Caráquez de la zona norte, pasando también por Rocafuerte, Manta, Puerto Cayo y Puerto López.
- ✓ **E38** vía Colectora Santo Domingo-Rocafuerte conecta desde la provincia de Santo Domingo con El Carmen, Flavio Alfaro y Chone hasta el cantón Rocafuerte
- ✓ **E382** vía Colectora T del Carmen-Pedernales; conecta el Carmen y Pedernales con un recorrido de 88km.
- ✓ **E383** vía Colectora Y de San Antonio-Bahía de Caráquez conecta el Cantón Chone, San Vicente y Bahía. Teniendo aproximadamente

Estas vías, general se encuentran en buen estado, y conectan de manera efectiva el territorio. Sin embargo, cabe mencionar que la red vial estatal que conecta a los cantones vecinos de El Carmen, Flavio Alfaro y Chone, presenta vulnerabilidad ante eventos naturales adversos como deslizamientos de tierra especialmente en tramos de: Zapallo, El Guineo, Las Cumbres, Quiñones y la Crespa por esta razón el (Ministerio de Obras Pública y Transporte, 2020) establece que es un tramo dónde se debe circular con precaución.

COMPONENTE SOCIOECONÓMICO

Las actividades económicas que caracterizan a la zona norte de Manabí, son la ganadería, la agricultura, la piscicultura, la pesca, y el comercio, considerando que su extensión de tierra es mayormente rural en todos los cantones. En el sector ganadero destacan los cantones de Pedernales, Jama, El Carmen y Chone como los sitios con mayor número de ganaderos. Así mismo, la producción de leche y productos derivados, es una labor que caracteriza la zona (Pino,2017).

Otra de las actividades productivas de la zona norte de Manabí es la agricultura de cultivos de ciclo corto como: el maíz, el arroz, cultivos frutas; y cultivos perennes como: el plátano, cacao, café, palma africana. Cabe mencionar que este último sector productivo sufre históricamente dificultades debido a periodos de sequía e inundaciones generados por las corrientes cálidas de Niño y la desertificación de las tierras, lo cual afecta directamente a la producción (Mendoza, García, Salazar y Vivanco, 2019).

La pesca es otra actividad económica que caracteriza los modos de vida de muchos pueblos de la costa pacífico. Existen algunos puertos artesanales en la zona norte de Manabí: La cabuya, Tabuga, Don Juan, San Clemente, San Jacinto, La Gilses; y centros de acopio en Cojimíes, Pedernales, San Vicente y Bahía de Caráquez (Atlas Geográfico del Ecuador, 2018).

En cuanto al turismo, notablemente destaca el turismo de sol y playa en los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre. Así mismo, la dinámica gastronómica existente en Manabí se genera sobre ejes viales principales, es decir sobre la ruta del Spondylus o vía Costanera a nivel de playa en los balnearios de Pedernales, Jama, San Vicente, Bahía de Caráquez, San Jacinto, San Clemente del cantón Sucre dentro de la zona norte.

La actividad turística de la zona norte de Manabí en comparación con otras zonas de la provincia, presenta desventajas de infraestructura y conectividad. Cantones como Manta (zona centro de Manabí) posee un Puerto Marítimo, una Terminal de cruceros y el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro; por otro lado, el cantón Puerto López, al sur, posee también un Puerto Marítimo. Este tipo de infraestructura permite generar flujos de comercio y turismo. Finalmente, cabe mencionar que los centros urbanos más desarrollados en términos de infraestructura de la zona son Pedernales, Bahía, El Carmen y Chone, pues el resto de municipalidades importantes en la zona norte presentan grandes deficiencias respecto a infraestructura turística, sea ya por escaso desarrollo, poca inversión o planificaciones turísticas deficientes.

4.1.3. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES TURÍSTICOS SOBRE LA GESTIÓN DEL TURISMO, USO Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

En este apartado se muestran los resultados de la aplicación de la encuesta dirigida a los actores turísticos de la zona norte de Manabí que tuvo por objetivo conocer su percepción sobre dos aspectos, la gestión del turismo en el territorio y el uso y necesidades de información turística. En la primera sección se establecieron preguntas direccionadas a comprender los problemas y necesidades que enfrenta cada territorio para el desarrollo del sector turístico, incluyendo la valoración de los elementos clave de la oferta turística, planta turística, infraestructura turística, gestión pública/privada y calidad de los servicios turísticos.

La segunda sección de la encuesta, permitió conocer las fuentes de información que son más utilizadas y el tipo de información requerida para desempeñar las funciones de los sectores público y privado del turismo en la zona norte de Manabí. Con respecto a la implementación de un observatorio turístico, se cuestionó la opinión de los actores sobre cuál debiera de ser su dependencia administrativa, así mismo se formularon preguntas para conocer su disposición a aportar y la manera de aportación al observatorio. A continuación, se muestran los resultados obtenidos del cuestionario (**ver Anexo 2**).

Se expone en la **Tabla 16** La tabla de frecuencia respectiva de los encuestados.

Tabla 16. Tabla de frecuencias de los actores de la zona norte de la provincia de Manabí

N	Válido	57
	Perdidos	0
	Moda	3
	Rango	7
	Mínimo	1
	Máximo	8

Fuente: Los autores

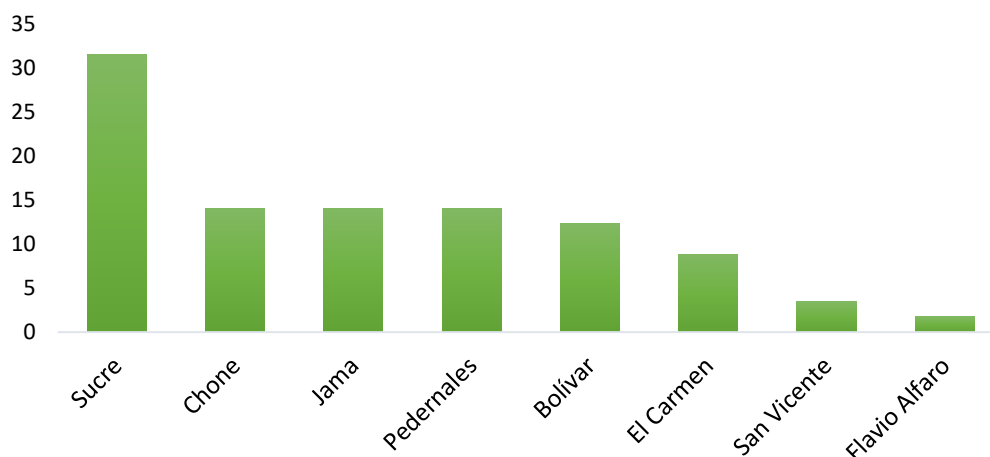


Figura 8. Procedencia de los encuestados

Fuente: Actores clave

La aplicación de la encuesta vía correo obtuvo un total de 57 respuestas, repartidas en los 8 cantones de la zona norte de Manabí, en el siguiente orden: Sucre (31,6%) seguido de Chone, Jama y Pedernales que representan el 14%, Bolívar (12,3%), El Carmen (8,8%), San Vicente (3,5%) y Flavio Alfaro con un 1,8% de participación. Se procuró seleccionar a las empresas públicas de interés turístico en la provincia de Manabí y cada uno de los GAD municipales de la zona norte, las empresas privadas más representativas y asociaciones en representación de la industria turística, e instituciones educativas dentro de la provincia que poseen carreras ligadas al turismo. Esta información permitirá al OT el conocimiento sobre posibles alianzas y vínculos con los cantones mayor número de actores.

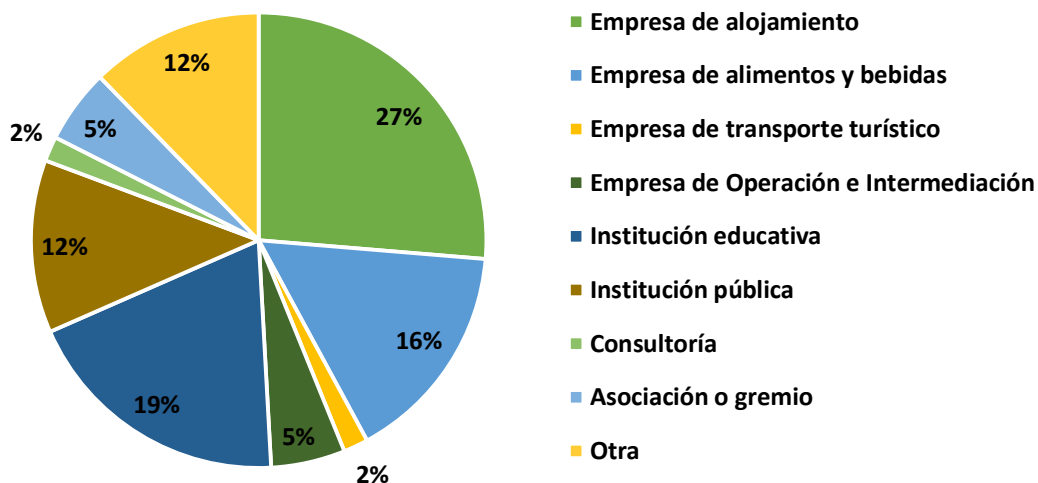


Figura 9. Tipo de organización

Fuente: Actores Clave

De todos los encuestados un 27% fueron empresas de alojamiento, un 19% instituciones educativas, un 16% empresas de Restauración y un 12% Instituciones públicas. Cabe aclarar que presidentes de asociaciones constan entre las empresas hoteleras y de alimentos y bebidas. Estos cuatro segmentos son los grupos mayoritarios, pues entre los cuatro representan aproximadamente el 75% del total, el 25% restante lo conforman gremios, empresas intermediarias, de transportación y consultoras. La importancia de estos resultados apuntaría a que los principales demandantes de información en el sector privado corresponden a empresas de alojamiento y restauración.

SECCIÓN I VALORACIÓN DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

- 1) ¿Cuáles de los siguientes problemas y necesidades que afectan al desarrollo del turismo en su cantón?

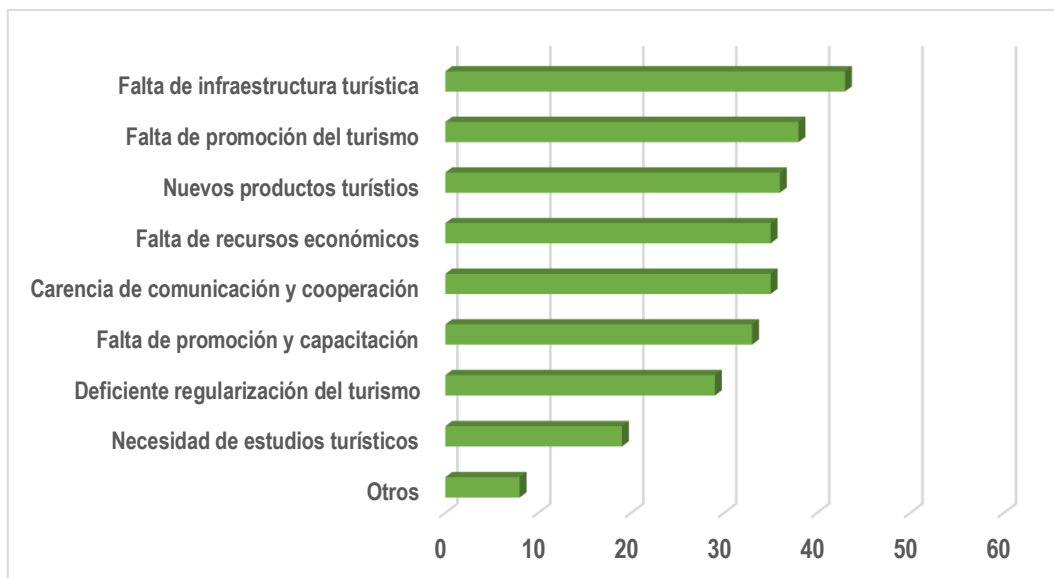


Figura 10. Valoración de la gestión turística desde distintos aspectos

Fuente: Actores Clave

En función del criterio de los encuestados los principales problemas de la zona norte de Manabí que limitan su desarrollo turístico radican en la falta de infraestructura básica y turística, la promoción de los productos existentes y creación de nuevos productos rescatando y revalorizando otros recursos de la zona. Con respecto a las necesidades de información turística se evidencia, según la percepción de los encuestados, que no es una necesidad relevante antes los demás problemas existentes.

Se puede atribuir esta última realidad a que las empresas, especialmente grandes empresas y el sector público, autogestionan la información que requieren para la planificación y puesta en marcha de sus negocios. Y, por otro lado, el mayor número del sector privado, representado mayoritariamente por medianas y pequeñas empresas, no hacen uso de datos estadísticos para la generación de sus procesos de gestión y mercadotécnica.

Otros de los problemas y necesidades que se han mencionado en las encuestas son: la falta de seguridad policial, la necesidad de fortalecer la formación profesional de la industria además de normar la educación turística en la zona, considerando al turismo como un importante sector económico y medio de

desarrollo local, de tal manera que toda la comunidad turística genere un espacio acogedor para los visitantes. La utilidad que estos datos han brindado tributa para la propuesta del OT, al diseño de indicadores y a la creación de mecanismos de control locales que vigilen la desaparición de estas necesidades en el área de estudio.

2) **Valore del 1 al 5 (siendo 1 "muy deficiente" y 5 "muy buena" los siguientes aspectos del turismo en su cantón**

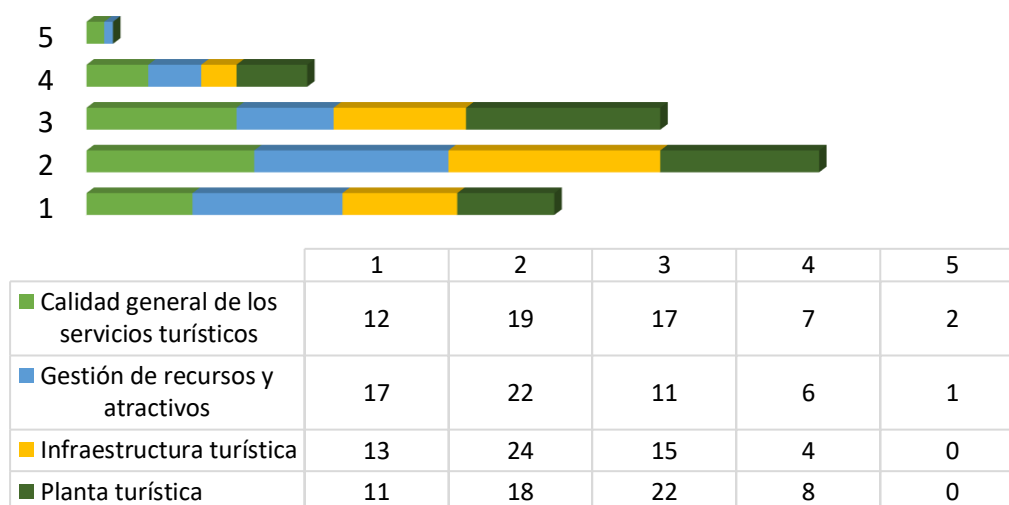


Figura 11. Valoración de la planta turística, infraestructura, gestión y calidad turística

Fuente: Actores clave.

En definitiva, los protagonistas del turismo califican, la infraestructura turística, la gestión del turismo y calidad de los servicios de la zona norte de Manabí como deficiente, exceptuando a la planta turística, que ha sido el aspecto mejor calificado correspondiendo a un puntaje promedio de 3 que se traduce a "regular". De esta forma se está creando una base sólida de acción en la cual el OT enfocará sus objetivos de desarrollo, sustentada principalmente en evidencias palpables de la realidad local.

3) **¿Actualmente de qué fuentes, obtiene usted, la información turística que requiere?**

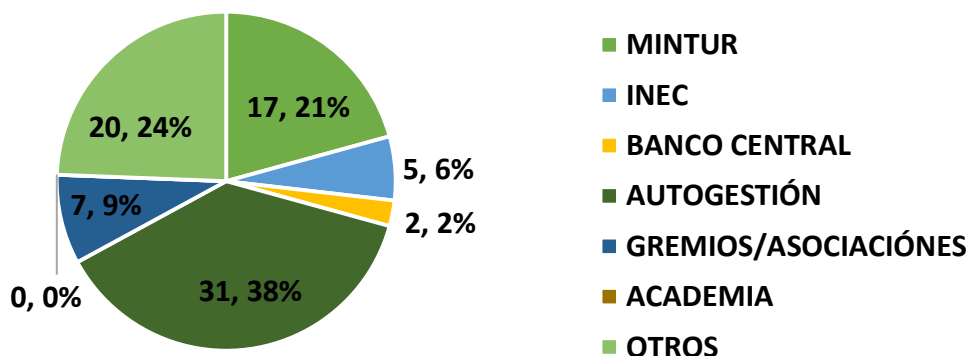


Figura 12. ¿De qué fuentes se obtiene la información turística?

Fuente: Actores clave

Conocer de qué fuentes se obtienen los tipos de información del sector turístico para el desarrollo de las actividades representa la logística fundamental en la planificación estratégica en los sectores económicos no solo del turismo, pues dependiendo de qué fuentes se obtenga, determinará la calidad de la misma y su incidencia en el sector. Los resultados en este caso fueron: con un 31% obtiene información turística a través de la autogestión, el 20,24% respondieron “Otros” refiriéndose a consultorías, investigaciones realizadas por expertos presentes en revistas y repositorios y otras fuentes como el SRI y el DGAC, el 17,21% indicó al Ministerio de Turismo como otra fuente de información, seguido a estas, en menor medida señalaron al INEC, Gremios empresariales turísticos y al Banco Central.

4) ¿Qué tipo de información turística, usted tiene a disposición, para fines laborales?

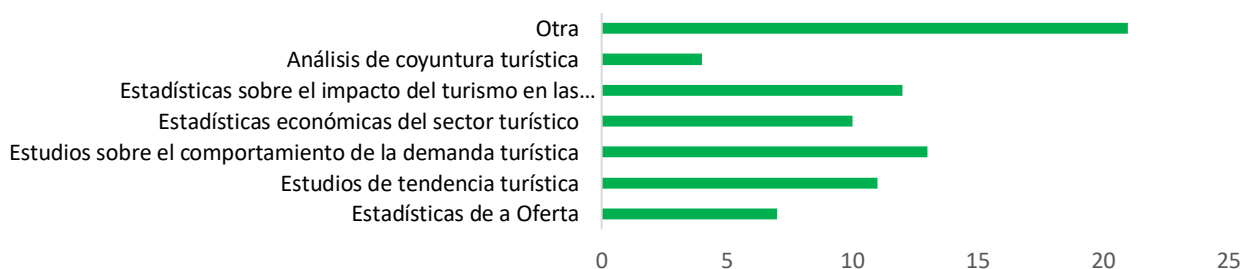


Figura 13. ¿Qué tipo de información tiene a su disposición?

Fuente: Actores clave.

Esta pregunta, relacionada a la anterior, determina el tipo de información que las empresas tienen a su disposición para el desempeño de sus actividades comerciales en caso de los actores privados y actividades de planificación en caso de los actores públicos. De estas fuentes obtienen la información que se muestra en la **figura 13**.

Como se puede observar los tipos de información más comunes que tiene a disposición los actores del turismo en la zona norte de la provincia de Manabí son sobre: comportamiento de la demanda, impacto del turismo en comunidades y tendencias turísticas, mientras que los análisis de coyuntura turística, estadísticas de oferta económicas tienen menos presencia en la búsqueda y obtención de información.

Según las respuestas anteriores la mayoría de actores gestionan su actividad principalmente por autogestión por lo que en esta pregunta la opción más seleccionada fue “Otros” correspondiendo a consultores, investigaciones existentes en sitios de internet y conocimientos generados por la experiencia y registros propios.



Figura 14. ¿De qué tipo de información usted carece para la gestión organizacional?

Fuente: Actores clave.

En congruencia con la pregunta anterior el tipo de información más necesitada son estadísticas de la oferta turística. Seguido a este, figuran las estadísticas sobre la demanda e impacto en las comunidades, que para explicar la diferencia entre la disponibilidad y carencia de este mismo tipo de información es preciso mencionar que existe información nacional e investigaciones realizadas por

expertos sobre algunos sitios turísticos de la zona sobre el comportamiento de la demanda y otros temas. Puede haber información en casos específicos, pero no existe información integrada sobre el mercado turístico de la zona norte Manabí.

El conocimiento de lo que se desconoce permite a la investigación y a los profesionales un enfoque de exploración que permite el desarrollo continuo en sus actividades económicas. La información de la cual carecen los actores locales brinda una visión general de las falencias que posee el sector turístico local, incluso es un indicador de gran utilidad para la implementación de soluciones, productos y modos de comunicación que permitan al OT una posible consolidación en el área, pues brindando información de difícil acceso se incrementa el valor de la institución.

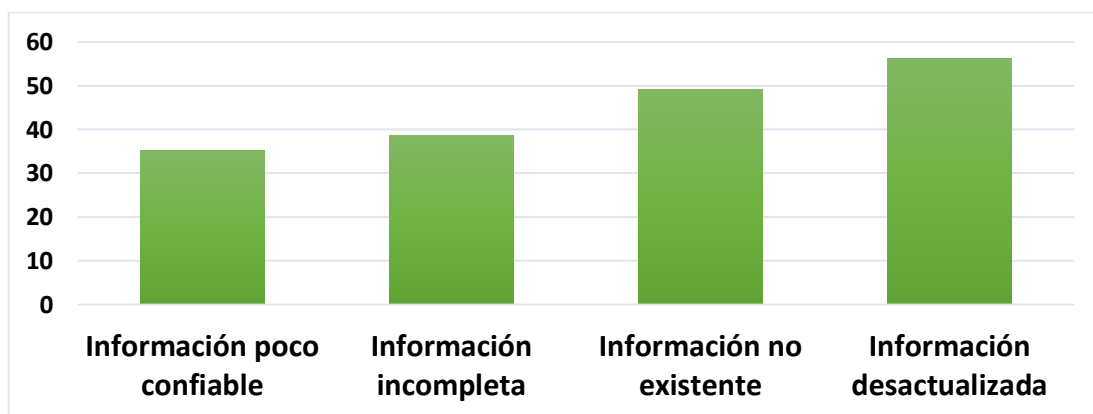


Figura 15. ¿Con qué problemas se encuentra a la hora de buscar información?

Fuente: Actores clave.

El principal problema a la hora de solicitar información turística es encontrarse con información desactualizada, a su vez, persisten vacíos de información requerida o la misma es incompleta para su aplicación en la administración y gestión de instituciones turísticas público/privadas. Las problemáticas al momento de la búsqueda y uso de la información turística es una de las causas principales en la falla de proyectos de integración o económicos, pues brindan una realidad inexacta del territorio y la situación actual, que repercute a corto y largo plazo con los proyectos de inversión. Conociendo estos datos de los demandantes de información el OT es capaz de mejorar su propuesta de sitio web mediante una

interfaz y una esquematización de información acorde las necesidades mencionadas: desactualización, desconfianza e incompletitud.

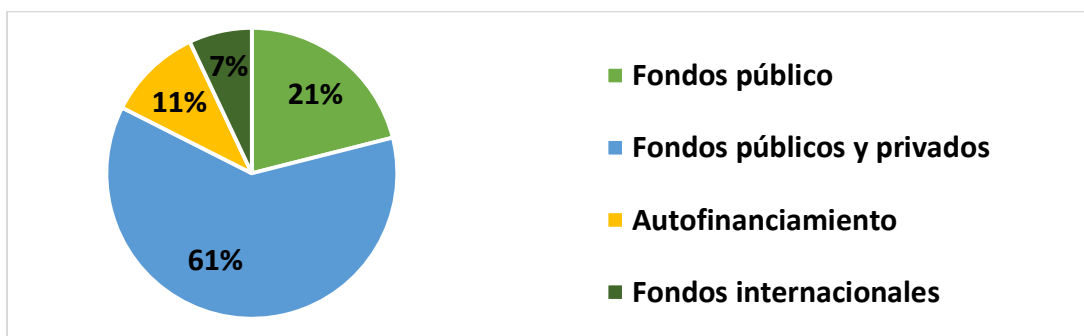


Figura 16. ¿De quién debe depender la administración del Observatorio Turístico?

Fuente: Actores clave

Esta pregunta ayuda a los autores a la determinación del mejor camino para el diseño de la propuesta del OT en el territorio, el cual esté acorde a lo esperado por los actores. Los resultados fueron: con un 61,40% afirma que un observatorio estaría mejor gestionado con fondos públicos y privados, o sea, colaboración mixta; mientras que un 21,10% afirma que el OT estaría mejor establecido solamente con fondos públicos. En conclusión, en cualquiera de los dos casos hay una variable en común: “fondos públicos/sector público” ello explica que tanto los sectores privados verían la gestión y el establecimiento de un observatorio de turismo público regional.

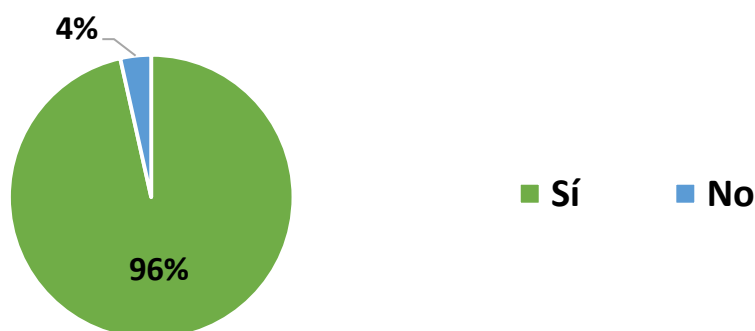


Figura 17. ¿Estaría usted dispuesto a aportar de alguna manera al Observatorio Turístico?

Fuente: Actores clave

Casi el 100% de los encuestados estaría de acuerdo con aportar a la generación de información turística regional.

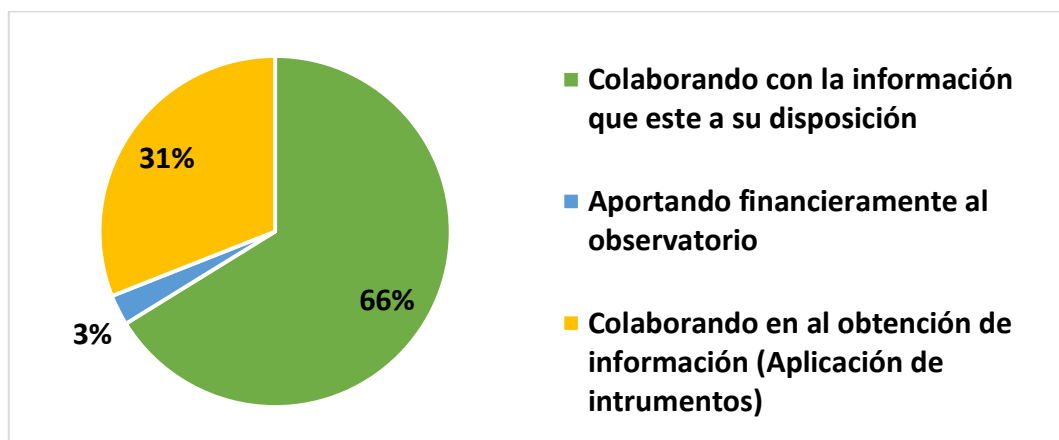


Figura 18. ¿De qué manera aportaría al observatorio turístico?

Fuente: Actores clave.

Como se puede observar en la figura la mayoría de los actores encuestados estaría dispuesto a colaborar con información que esté a su disposición de oferta y demanda turística, tan solo el 3,5% aportaría financieramente al observatorio turístico, lo que es incongruente con la preferencia de los actores en cuanto a la dependencia administrativa del observatorio; y un porcentaje considerable, el 38,60%, está dispuesto a aplicar instrumentos para el levantamiento de información lo cual es de gran interés para el OT, ya que significa que se podrían generar distintos acuerdos que permitan producir distintos datos de interés.

En función a los resultados, la percepción de actores públicos y privados en la zona norte de Manabí sobre la gestión turística demuestra calificar a la misma como “deficiente” en especial en aspectos de infraestructura turística, seguido de las necesidades de crear nuevos productos y promocionar los mismos. En segundo plano se considera que la falta de inversiones turísticas y la comunicación entre actores también son otros aspectos que dificultan el crecimiento y desarrollo del sector.

Desde el punto de vista de necesidades y uso de información se puede concluir que las instituciones públicas que gestionan el turismo levantan información de

oferta y demanda principalmente por autogestión. Esta autogestión contempla convenios entre el sector público y la academia para llevar a cabo dichas tareas y otros estudios que sean solicitados para la planificación y gestión turística del territorio, además de contratar servicios de consultoría para casos de investigaciones adicionales que se requieran.

Ante esta realidad se pudo percibir durante el levantamiento de información, que sí hay predisposición a recibir ayuda desde la academia con la implementación de un observatorio, pero no es realmente una necesidad urgente, por lo que el observatorio una vez constituido tendría un duro trabajo para posicionarse como un referente confiable y oportuno de información turística local.

Por otro lado, los resultados sobre la dependencia administrativa del observatorio indican que la opción preferente de los actores turísticos es una dependencia pública/privada. Con fundamento en la caracterización de la zona y conversaciones establecidas con los GAD cantonales la propuesta del observatorio pudiese dar inicio en el GAD San Vicente considerando su conexión vial estratégica con el resto de cantones y su predisposición a trabajar con la academia, además de ser uno de los cantones con mayor movimiento turístico.

IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE ACTORES

La identificación y el análisis de los actores tributó a comprender y visualizar de qué forma actúan los actores turísticos de la zona norte de la provincia de Manabí, los cuales son expuestos en la **Tabla 17**. Analizando sus relaciones se determinó sus niveles de poder y sus niveles de apoyo en función a la realidad local.

Tabla 17. Actores clave del turismo en la zona norte de Manabí.

Tipo	Actores
Público	Coordinación zonal 4 del Ministerio de Turismo Gobierno provincial de Manabí-Dirección de Turismo, Cultura y Patrimonio Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales
Privado	Cámaras de Turismo Empresas de turismo Asociaciones empresariales
Academia	Instituciones de Tercer Nivel que posean carreras relacionadas al turismo

Fuente: Los autores

Se identificaron los actores turísticos desde el enfoque de producción y uso de información para la gestión de la actividad turística en los cantones que conforman la zona norte de Manabí. Basados en la Guía para Confeccionar un Mapeo de Actores de (Ortiz, Matamoro y Psathakis, 2016).

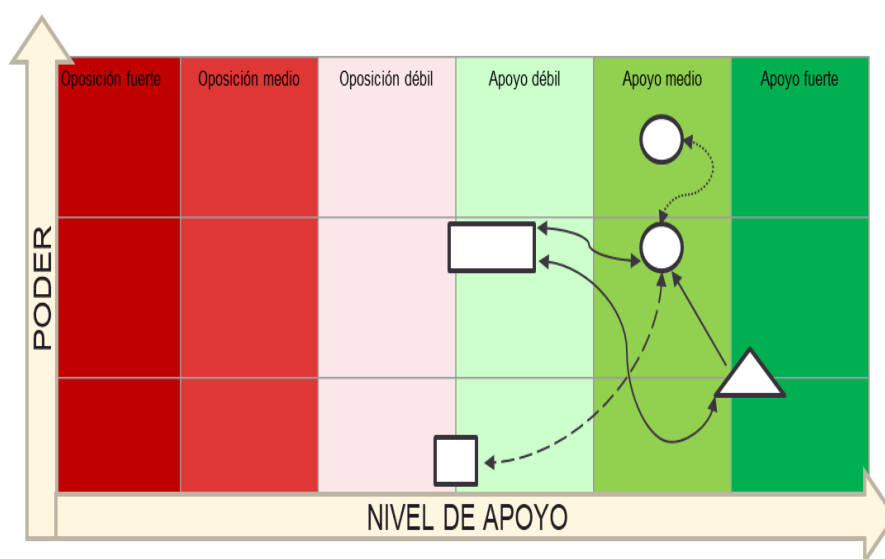


Figura 19. Relaciones entre actores clave.

Fuente: Los autores

Sector/Relación	Símbolo
Público	○
Privado	▭
Academia	△
Social	◻
Colaboración/alianza	←→
Tensión/Conflicto	←-→
Ausencia de relación	(Sin flechas)
Intermitencia	←...→
Influencia sobre	→

Figura 20. Leyenda de relaciones entre actores clave.

Fuente: Los autores

El nivel de poder se refiere a la capacidad de transformación del turismo en el territorio a través de la inversión, gestión y desarrollo de proyectos. Por otro lado, el nivel de apoyo consiste en la disposición, de los sectores, para contribuir al observatorio turístico, en este caso la contribución pudiese ser: proporcionando información que esté a su disposición, aplicando instrumentos de medición y recolección de información y/o contribuyendo financieramente para la mejora y funcionamiento del OT.

En el sector público se consideraron organismos tales como el Ministerio de Turismo, los delegados en la administración zonal 8, los departamentos del gobierno provincial dedicados al turismo, así como las secretarías o subáreas de los gobiernos municipales cantonales y parroquiales.

La relación entre estos dos sectores, específicamente en la zona norte de Manabí, se basa en convenios de cooperación, el sector público coopera con la creación de normativas, la planificación de los espacios, el mejoramiento de la infraestructura local y promoción turística. El sector privado por su parte, contribuye con la generación de información que permite medir la demanda y oferta y donaciones por parte de las empresas más pudientes.

Los resultados de las encuestas demostraron que la parte privada regularmente desconfía o no es totalmente honesta al momento de compartir la información que posee. Esta realidad constituye uno de los principales conflictos entre sector público y privado ya que no permite contar con datos actualizados y de alta confiabilidad. Sin embargo, frente a la urgente necesidad de reactivación y recuperación por parte de los empresarios turísticos este problema se ha suavizado actualmente, mostrándose interés del sector privado por participar en otras/nuevas alianzas y en programas con el apoyo del sector público.

Por otro lado, la academia es un sector que produce información, y se muestra muy interesada en generar impactos positivos en la zona norte. Sin embargo, la

realidad es que la información que se produce no es óptimamente utilizada por el sector público y privado, debido principalmente a la falta de comunicación entre actores, lo cual dificulta que la academia conozca y contribuya a sus verdaderas necesidades.

El tipo de relación que mantienen estos tres actores, es a través de convenios que contemplan especialmente la participación de estudiantes en la realización de algunos proyectos, prácticas preprofesionales y otros tipos de vínculos de apoyo a las comunidades.

En cuanto al sector social, representado específicamente por aquellos negocios informales, servicios complementarios al turismo y las comunidades rurales donde se ejerce algún tipo de actividad turística, se ha indicado que sostienen una relación de conflicto con el sector público, debido principalmente al desarrollo desorganizado de actividades productivas y necesidades básicas no satisfechas especialmente en áreas rurales.

4.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA POTENCIAL

Se describen a continuación los resultados obtenidos de la encuesta para determinación del perfil de la demanda potencial de la zona norte de Manabí. Cabe mencionar que por motivos de pandemia de la covid-19 esta se realizó a través de redes sociales y otros medios de comunicación digital. Fueron encuestados un total de 300 personas. Asimismo, este estudio de demanda potencial es importante dentro de las atribuciones del OT debido a que brinda información de primera mano del turista que explícitamente visita el área de estudio respectiva, permitiendo así una gestión más eficiente para la creación de estrategias de acción y planes de comunicación/diseño de indicadores para este tipo de turistas. En la **Tabla 18** se muestra la tabla de frecuencias obtenida por el programa SPSS

Tabla 18. Tabla Frecuencias de la encuesta para la zona.

N	Válido	300
	Perdidos	0
	Moda	21
	Rango	22

Mínimo	1
Máximo	23

Fuente. Los autores

A continuación, (Ver **Figura 21**) se expone el análisis de la procedencia de los encuestados

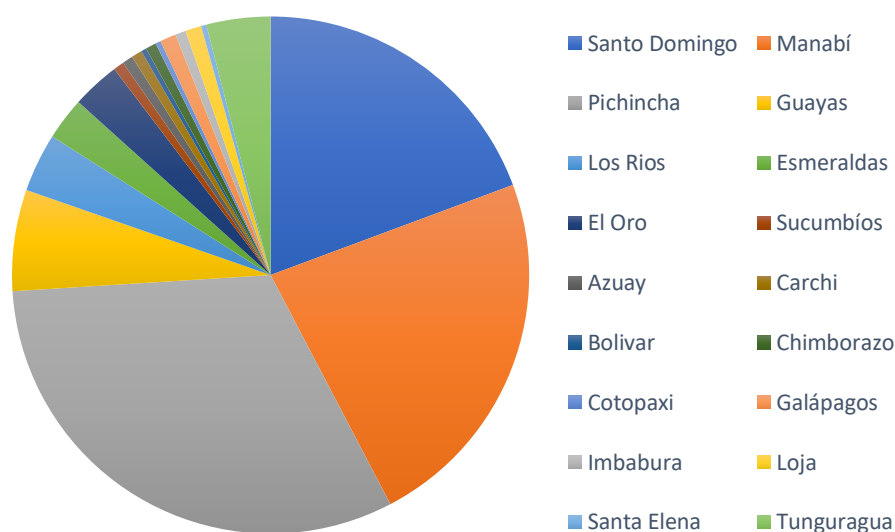


Figura 21. Provincia de procedencia

Fuente: Los autores

El análisis de la demanda turística para la zona norte de la provincia de Manabí determinó que: un 31,66% de la provincia de Pichincha; un 23% representa turismo doméstico; un 19,33% de los turistas provienen de Santo Domingo; y un 6,33% de la provincia de Guayas. Estas cuatro provincias representan más del 80% del total de encuestados, y son el grupo mayoritario, el número restante de turistas se reparte equitativamente entre el resto de provincias.

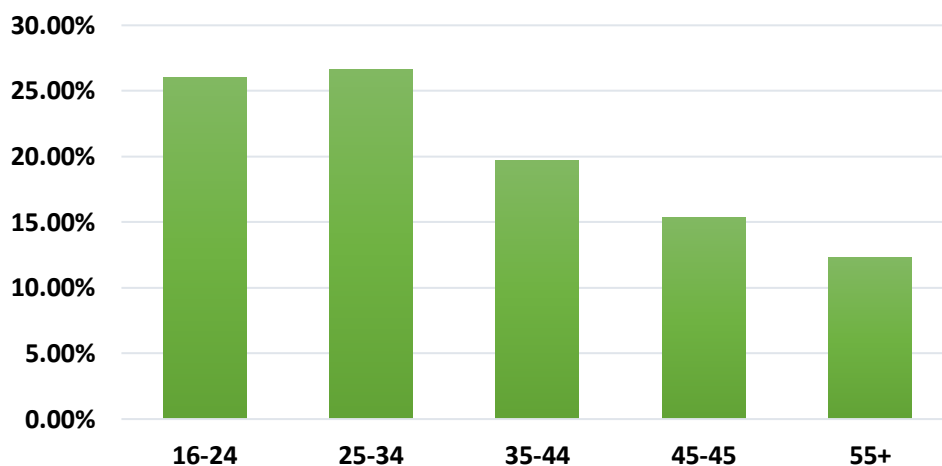


Figura 22. Rango Etario

Fuente: Los autores

El rango etario se establece de la siguiente forma: con un aproximado del 50% se encuentran los rangos de 16-24 años y de 25-34 años, con un 19,66% el rango de 35-44 años; con un 15,33% el rango entre 45-54 años; y con un 12,33% los adultos mayores a 55 años. Frente a estos resultados se debe considerar que el hecho de que el mayor número de encuestados este entre los 16 a 34 años es porque tienen mayor experiencia con los medios digitales.

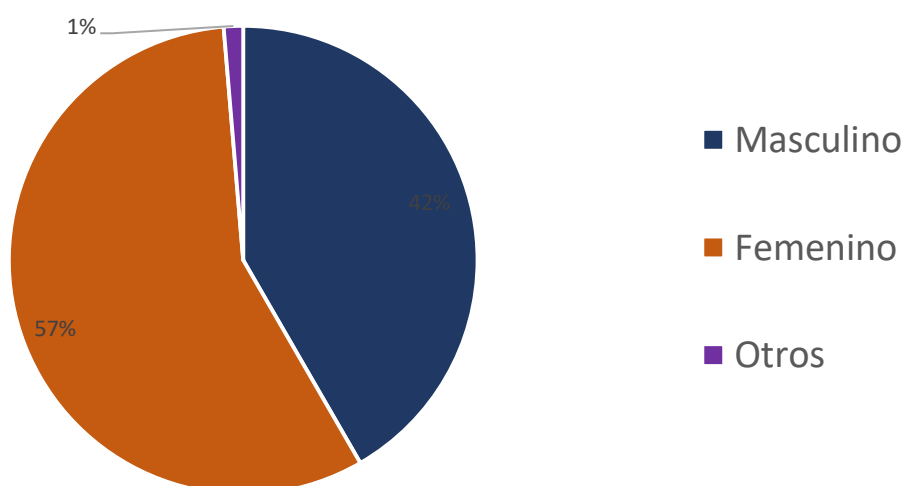


Figura 23. Género

Fuente: Los autores

Dentro de este aspecto, los encuestados fueron iguales entre el género femenino y masculino; y solamente el 1% se identificó con otro tipo de orientación sexual.

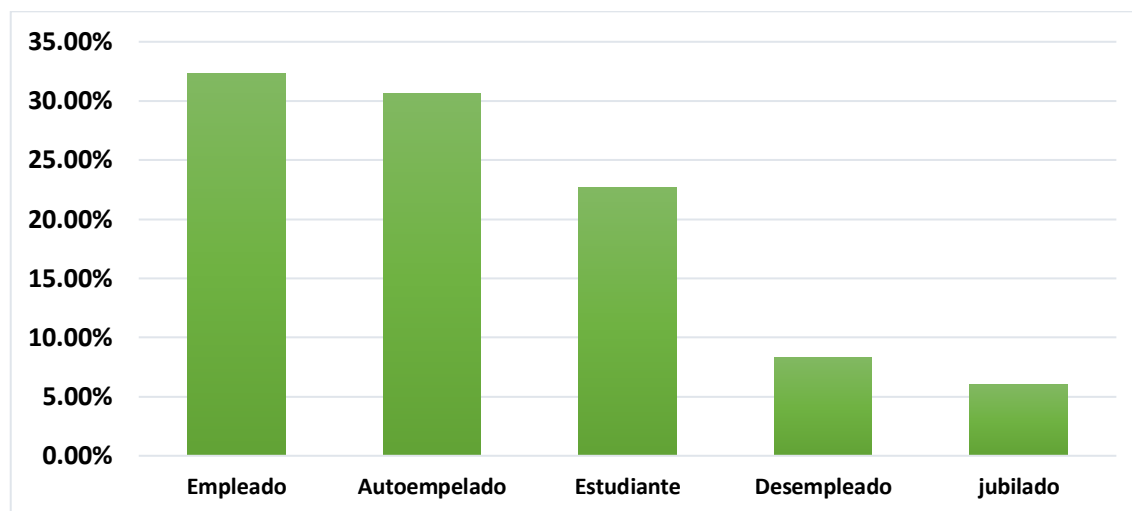


Figura 24. Ocupación

Fuente: Los autores

En cuanto a la ocupación de los encuestados se determinó lo siguiente: un 32,33% representa a los visitantes en calidad de empleados; un 30,66% representa a los visitantes que trabajan de cuenta propia; un 22,66% representa a los visitantes que son estudiantes; un 8,33% representa a visitantes desempleados o sin ocupación laboral actual; y un 6% a los visitantes jubilados. La conclusión de este análisis es que un 60% de los visitantes son parte de la fuerza laboral, tanto si son empleados o autoempleados, mientras que 1 de cada 5 visitantes son estudiantes, finalmente, el 6% de los visitantes jubilados corresponden naturalmente a los adultos mayores de edad avanzada.

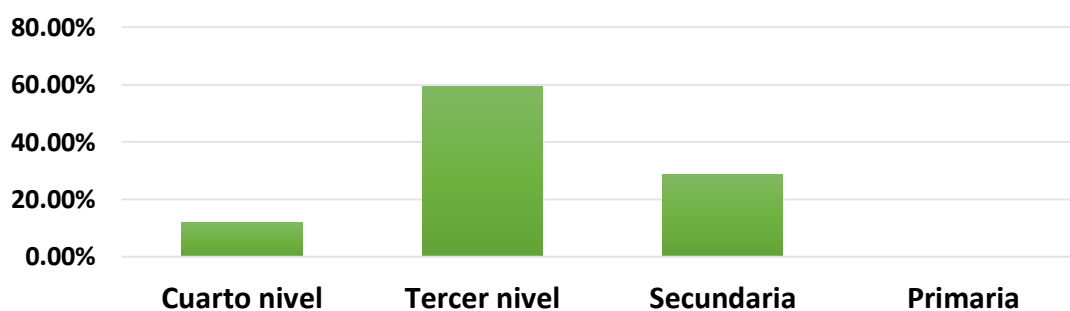


Figura 25. Nivel de formación

Fuente: Los autores

Dentro del nivel de formación de los visitantes los resultados fueron los siguientes: el segmento mayoritario con un 59,33% son visitantes con título de tercer nivel, técnicos, ingenieros, licenciados, etc.; con un 28,67% se encuentran visitantes con un título de segundo nivel; y con un 12%, el segmento minoritario, se encuentran los profesionales de cuarto nivel. La conclusión de este aspecto es que un 88% de los visitantes poseen un título superior al de segundo nivel.

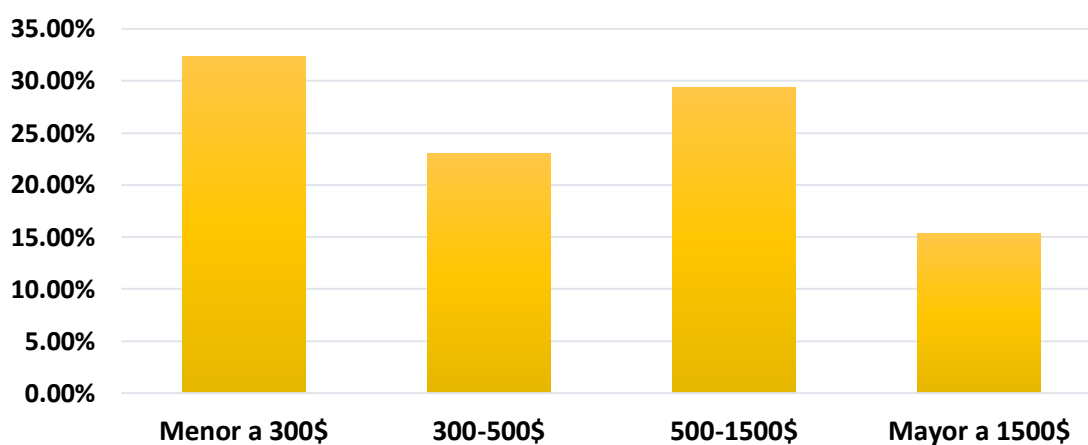


Figura 26. Nivel de ingresos

Fuente: Los autores

El aspecto que mide los ingresos de los visitantes es un elemento importante que se considera dentro de los estudios de demanda, así pues, los resultados investigados fueron: el 32,33% de los visitantes perciben ingresos menores a \$ 300 USD; el 29,33% perciben ingresos de entre \$ 500 a \$ 1500 USD; con un 23% visitantes que perciben ingresos entre \$ 300 y \$ 500 USD; y con un 15,33% visitantes con ingresos superiores a los \$ 1500 USD. La conclusión en este aspecto es que un porcentaje considerable de los visitantes, 1 de 3 visitantes respectivamente, perciben ingresos menores a \$ 400 USD que es el salario básico ecuatoriano, estas cifras se emparejan con la situación laboral, donde un 1 de 3 ecuatorianos no se encuentran dentro de la fuerza laboral activa, así pues, un 49,33% perciben ingresos de entre \$ 500 a \$ 1500 USD, y un 15,33% superiores los \$ 1500 USD.



Figura 27. Modo de viaje

Fuente: Los autores

En el modo de viaje se obtuvieron los siguientes resultados: un 94% del total de encuestados afirma que viajan por cuenta propia, mientras que el 6% restante afirma que utiliza empresas intermediarios y mediadoras para el diseño y planificación de sus viajes. Esto se atribuye a que turistas domésticos y procedentes de las provincias vecinas utilizan muy poco los servicios de las agencias de viajes, debido a la cercanía, a que muchas personas cuentan con amigos y familia dentro de la provincia de Manabí, a la capacidad de gasto de los visitantes y también a la falta promoción de los productos turísticos existentes.

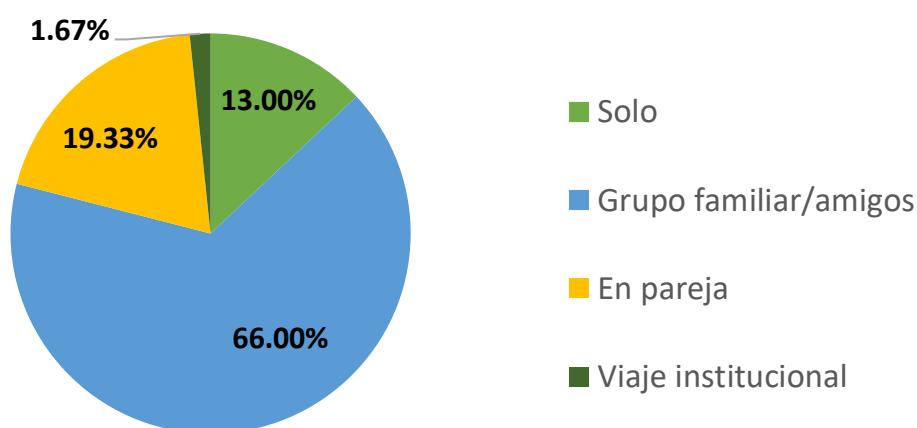


Figura 28. ¿Con quién suele viajar?

Fuente: Los autores

La conclusión se llega a que un 79% de los encuestados viajan con más de 1 personas, lo que afirma que los viajes son eminentemente familiares o pensados

para grupos en general, dejando al 13% que representa a los viajeros individuales como excursionistas o como personas de paso que evitan la pernoctación.

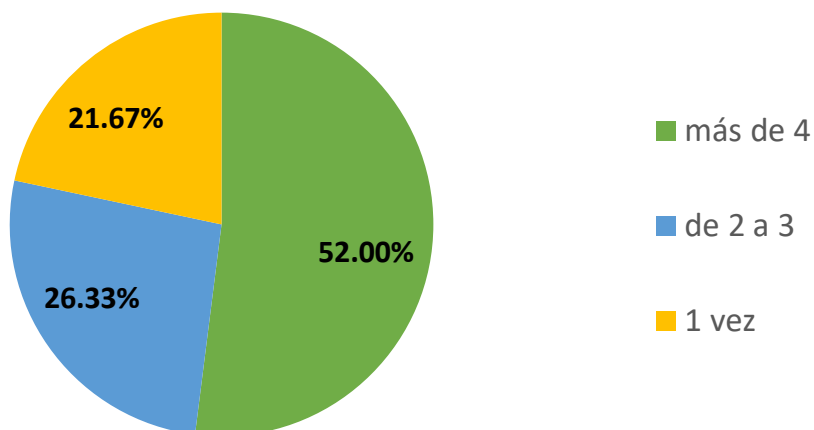


Figura 29. ¿Cuántas veces ha visitado el destino por turismo?

Fuente: Los autores

La repetición de visitas en destinos es un factor que indicaría el grado de satisfacción de los visitantes sobre distintos atractivos y estima que tantos viajeros domésticos o de otras provincias, realizarían el consumo de servicios relacionados al turismo.

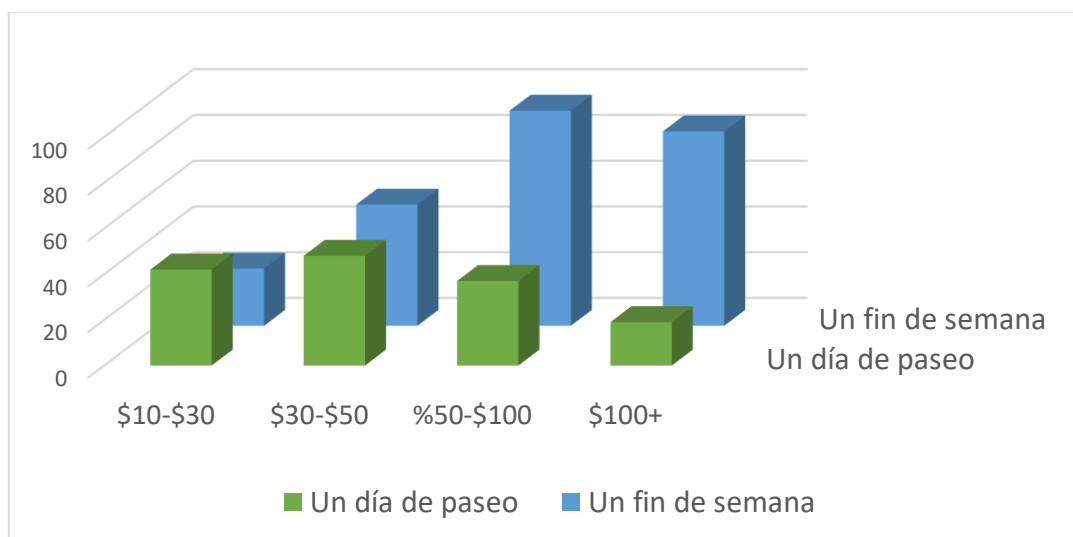


Figura 30. ¿Cuánto está dispuesto a gastar?

Fuente: Los autores

El aspecto de gastos en el turismo es otro de las variables más determinantes que se toman en cuenta para el diseño de paquetes y productos turísticos, pues son condicionantes y determinantes de la toma de decisiones de los turistas respecto a la planificación de sus viajes. La evaluación de este aspecto se diseñó según tres variables: \$ 10-30 USD, \$ 30-50 USD, \$ 50-100 USD y más de \$ 100 USD, cada una dentro de 2 categorías: 1.) Gastos para un solo día y; 2) Gastos para un fin de semana.

Dentro de la categoría "Gastos para un solo día" el 28,76% eligió entre \$ 10-30 USD; 32,87% prefiere \$ 30-50 USD; un 25,34% prefirió \$ 50-100 USD; y un 13,01% eligió más de \$ 100 USD. Para "un fin de semana", el 9,72% eligió entre \$ 10-30 USD; el 20,62% eligió entre \$ 30-50 USD; un 36,57% eligió entre \$ 50-100 USD; y un 33,07 eligió más de \$ 100 USD. Estos resultados concuerdan con la naturalidad, pues a mayor estancia mayor es el uso de servicios, y por ende, el gasto se incrementa en función al tiempo.

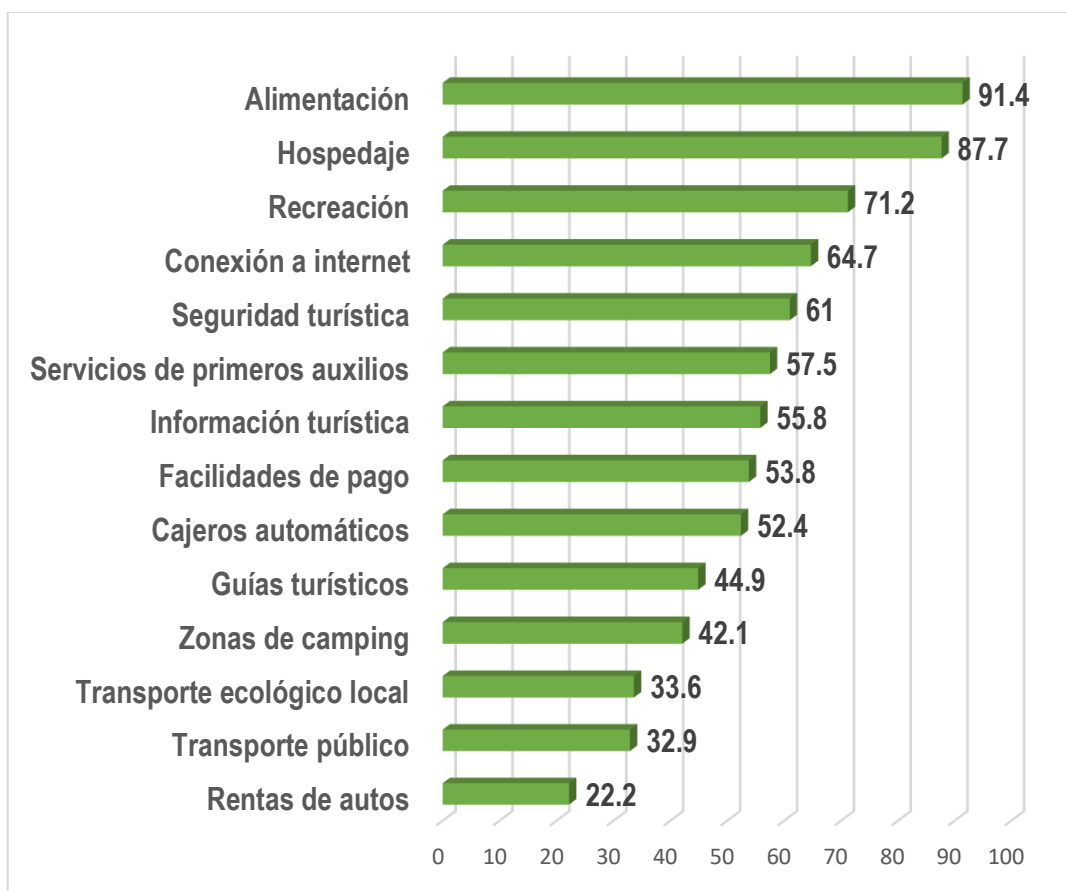


Figura 31. ¿Con qué servicios le gusta/gustaría contar en los sitios que visita?

Fuente: Los autores

Este aspecto analiza los servicios que los turistas consideran más importantes durante la realización de viajes a la zona norte de Manabí, los resultados ponen en buena posición a los servicios de alojamiento, restauración y transportación, que son los básicos al momento del desarrollo de paquetes turísticos y con los que básicamente el turismo se relaciona durante cualquier actividad fuera de su lugar de residencia.

Los resultados fueron de mayor a menor: Alimentación con 91.4%; hospedaje con 87.7%; recreación con 71.2%; acceso a internet 64.7%; seguridad 61%; primeros auxilios 57.5%; información turística 55.8%; servicios de transferencias bancarios y monetarias 53.8%; cajeros automáticos 52.4%; guianza turística 44.9%; campings 42.1%; transporte ecológico local 33.6%; transporte público 32.9%; souvenirs 23.3%; y rentas de autos 20.2%.

Como se estimó, el alojamiento y la restauración fueron los dos servicios mayor puntuados, pero la transportación quedó entre los últimos servicios, pero con cierta importancia, pues la renta de autos, el transporte ecológico y el transporte público representaron el 20% de los servicios, así mismo, la conexión a internet se relaciona con el hospedaje y la estancia, las zonas de campings se los incluiría dentro del servicio de alojamiento o como parte de un paquete turístico como producto suelto o principal. La guianza turística obtuvo una puntuación de 44.9%, pues, siguiendo con los resultados de la encuesta, un 79% de los visitantes realizan sus viajes acompañados o en grupo, por lo que la importancia del guía es siempre vital, así mismo, en orden de necesidad quedaría de la siguiente forma: 1.) Alojamiento; 2.) Restauración; 3.) Servicios bancarios; 4.) Guianza turística; 5.) Transportación; 6.) Seguridad.

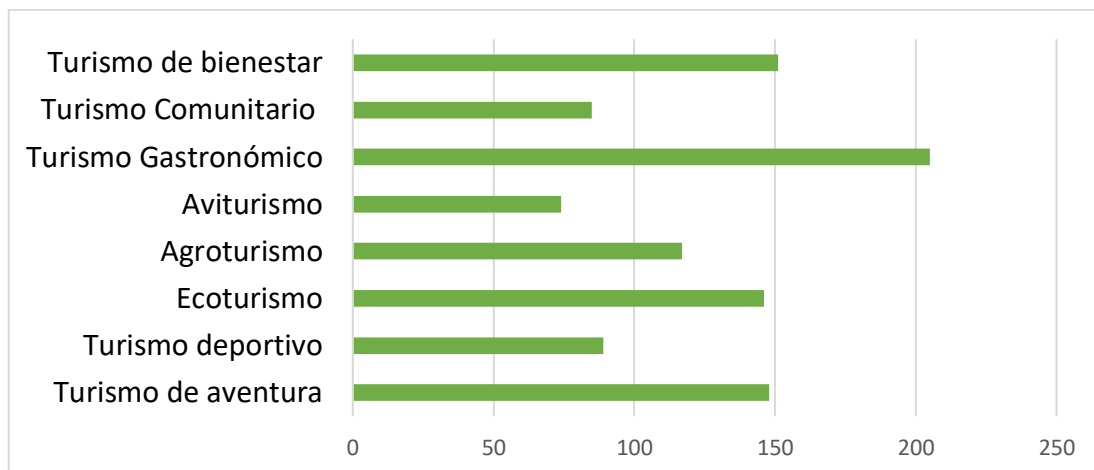


Figura 32. ¿Qué modalidades del turismo conoce y le gusta/gustaría practicar?

Fuente: Los autores

La modalidad con mayor preferencia entre los turistas es el turismo gastronómico, y la más baja es el aventurismo, la popularidad de la gastronomía manabita influencia al turismo gastronómico, mientras que los pocos puntos y la selectividad requerida para el turismo de aves son condicionantes que lo posicionan entre las modalidades menos preferidas. Se recalca que el turismo de bienestar, relacionado al turismo de salud, es la segunda modalidad, seguida del turismo de aventura y el ecoturismo.

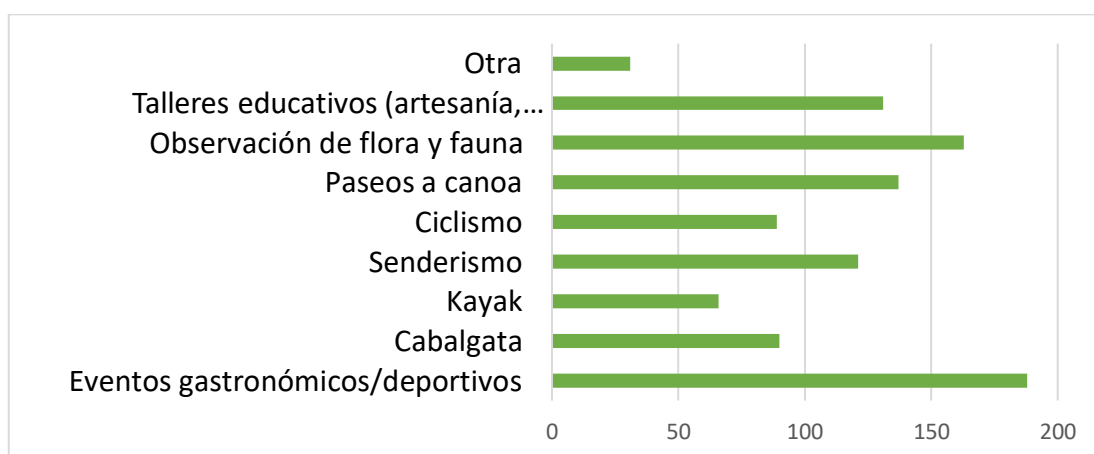


Figura 33. ¿Qué actividades le gusta/gustaría practicar?

Fuente: Los autores

las actividades relacionadas al turismo gastronómico obtuvieron la máxima puntuación; las actividades relacionadas al ecoturismo (cabalgata, senderismo, paseos en canoa, observación de flora y fauna y talleres educativos) obtuvieron la segunda posición con un promedio de 28.2% mientras que las actividades relacionadas al turismo de aventura (kayak y ciclismo) quedaron en tercer puesto con un promedio de 26.6%.

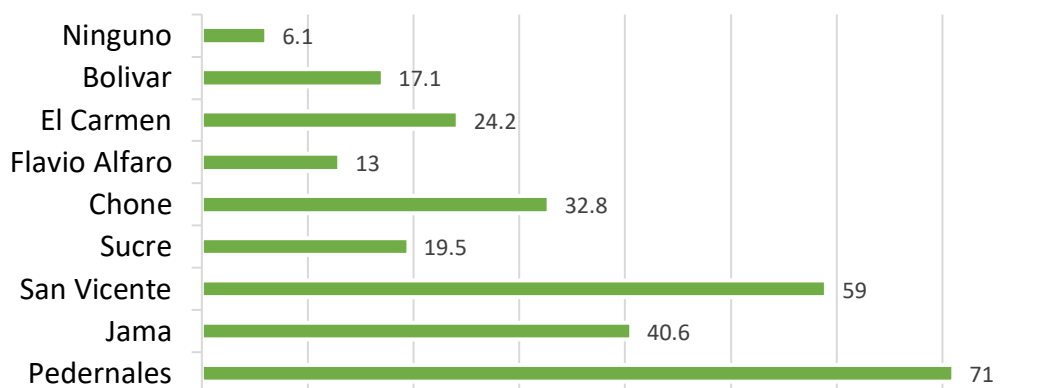


Figura 34. ¿Qué cantones considera los mejores lugares para hacer turismo?

Fuente: Los autores

El último aspecto recaba información sobre la percepción de los visitantes acerca del cantón con mayor atraktividad turística en la zona norte de Manabí. Los resultados en orden descendente-ascendente fueron: Bolívar con un 17.1%; Sucre con un 19.5%; El Carmen con un 24.2%; Chone con un 32.8%; Jama con un 40.6%; San Vicente con un 59%; y Pedernales con un 71%. La conclusión de este aspecto es que los cantones Pedernales, San Vicente y Jama fueron los tres mayor puntuados. Se recalca que son tres cantones que comparten una modalidad en común: el sol y playa, aspecto del que carecen el resto de cantones excepto Sucre, pues también posee salida al mar, no obstante, la modalidad de sol y playa está fuertemente relacionada con la atraktividad de los turistas y con la naturaleza estacional del turismo en Manabí.

En resumen, el estudio del perfil de demanda potencial que tendría como destinos los cantones de la zona norte de Manabí se caracterizan por preferir a los cantones Pedernales, San Vicente y Jama para desarrollar actividades

relacionadas principalmente a las modalidades de turismo gastronómico, turismo de bienestar, turismo de aventura y ecoturismo. Son turistas que valoran la presencia de servicios turísticos y servicios complementarios. Serían turistas que viajan preferentemente en grupos de amigos y familia y su capacidad de gasto corresponde según los datos a un estrato socioeconómico bajo y medio. Posiblemente planificaría sus viajes para fines de semana y los harían por cuenta propia.

4.1.5. ANÁLISIS INTEGRAL SOBRE LAS CONDICIONES DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE UN OT EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ

Con el propósito de establecer lineamientos para la implementación y puesta en marcha de un observatorio turístico en la zona norte de Manabí, a continuación, se realizó un análisis FODA en función a las condiciones actuales de la dinámica turística en el territorio. En la **Tabla 19** se muestran las fortalezas, oportunidades, como factores positivos, y debilidades y amenazas, como factores negativos que la propuesta del OT contempla para su diseño.

Tabla 19. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1 Existencia de una caracterización turística integrada de la zona norte de Manabí</p> <p>F2 La Carrera de Turismo de ESPAM MFL cuenta con personal cualificado para ejercer las funciones de un OT</p> <p>F3 Conectividad a internet en áreas urbanas y rurales de la zona norte de la provincia de Manabí</p> <p>F4 Existencia de metodologías, técnicas y herramientas/ instrumentos para el levantamiento y procesamiento y difusión e información estadística.</p> <p>F5 Buena predisposición de los actores a proveer información que esté a su disposición</p>	<p>O1 Establecimientos de convenios/alianzas entre sectores (público, privado, académico)</p> <p>O2 Apoyo financiero por parte del sector público, privado y ONG</p> <p>O3 Aprovechamiento de nueva tecnología y programas digitales para la comunicación y difusión de información</p> <p>O4 Existencia de un sistema de información nacional con datos actualizados</p> <p>O5 La zona norte de Manabí es un territorio potencialmente turístico</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1 falta de articulación y coordinación entre agentes (público, privado, academia)</p> <p>D2 La mayoría de empresas turísticas son mypes y no hacen uso de la información turística para el desarrollo y planificación de sus actividades comerciales</p> <p>D3 La mayoría de los actores turísticos recopilan información mediante autogestión.</p>	<p>A1 Cierre de sistemas o programas útiles para el OT.</p> <p>A2 Creación de nuevas y mejores fuentes de información turística</p> <p>A3 Robo de información confidencial.</p> <p>A4. Conflictos entre gestores turísticos</p>

- D4** La mayoría de actores no está dispuesto a apoyar financieramente al observatorio turístico
- D5** No existe información actualizada y periódica del mercado turístico
- D6** Carencia de estructura de investigación turística en la zona

Fuente: Los autores

En la matriz ponderación (Ver **Tabla 20**) cada uno de los elementos, tanto internos (fortalezas y debilidades) como externos (oportunidades y amenazas) se relacionan entre sí y reciben un valor del 1 al 3 de acuerdo a su grado de impacto. Siendo 1 bajo impacto, 2 mediano impacto y 3 fuertes impacto. El grado de impacto se refiere al nivel de aprovechamiento de las distintas condiciones de la zona para mejorar la actividad turística de la zona norte de Manabí.

Tabla 20. Matriz de Ponderación

		OPORTUNIDADES					AMENAZAS						
		O1	O2	O3	O4	O5	A1	A2	A3	A4			
FORTALEZAS	F1	1	1	1	1	2	6	1	2	1	1	5	11
	F2	2	1	3	3	3	10	3	2	1	1	7	17
	F3	2	1	3	3	3	12	1	1	1	1	4	16
	F4	1	1	3	3	3	11	3	3	1	1	8	19
	F5	3	1	3	1	3	11	1	1	3	3	8	19
						50						32	
DEBILIDADES	D1	3	2	2	1	3	11	1	1	1	3	6	17
	D2	3	1	3	1	3	11	1	1	1	3	6	17
	D3	3	2	3	2	2	12	1	3	1	3	8	20
	D4	2	3	1	1	2	9	1	1	1	1	4	13
	D5	1	1	3	3	3	11	1	3	1	1	6	17
	D6	3	1	3	3	3	13	1	3	1	3	8	21
						67						38	
		24	15	28	20	30		15	21	13	21		

Leyenda: 1 (No existe impacto), 2 (mediano impacto), 3 (fuerte impacto)

Fuente: Los autores

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Se muestra a continuación el posicionamiento estratégico que toma el Observatorio Turístico ante las condiciones que presenta la zona norte Manabí con respecto al desarrollo uso y necesidades de información turística. De acuerdo

al valor resultante de la ponderación, el posicionamiento permite fijar el horizonte para establecer las estrategias necesarias para su propuesta.

Tabla 21. Posicionamiento estratégico

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	MAXI-MAXI (Ofensiva) 50	MAXI-MINI (Defensiva) 32
DEBILIDADES	MINI-MINI (Adaptativa) 67	MINI-MINI (Supervivencia) 38

Fuente: Los autores

El cuadrante que tiene mayor ponderación corresponde a la posición “Adaptativa”, es decir, que la propuesta del Observatorio Turístico debe centrarse en superar sus debilidades y aprovechar las oportunidades.

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL

Frente a la posibilidad de nuevas y mejores fuentes de información turística y sumado a un posible conflicto entre actores de la industria (consumidores de información) (principales amenazas), el Observatorio Turístico no sería capaz de estructurar una red de investigación turística entre todos los actores de la zona norte de Manabí (principales debilidades). Ni siquiera con la existencia de metodologías y el recurso humano capacitado de la Carrera de Turismo más la buena predisposición de muchos actores (principales fortalezas); se podría aprovechar al máximo las necesidades de información de un territorio potencialmente turístico (principal oportunidad).

.1.5.3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL

Si se da solución a la carencia de una estructura investigativa turística en la zona norte de Manabí (principal debilidad) y se potencia las metodologías e instrumentos existentes más el recurso humano capacitado de la ESPAM (principales fortalezas), el Observatorio Turístico sería capaz de estructurar una red de investigación turística que integre a todos los actores (principales debilidades) atenuando su principal amenaza que son otras fuentes de información aisladas.

FACTORES DE MAYOR INCIDENCIA

Se exponen en la **Tabla 22** los factores de mayor incidencia que permitieron formular estrategias para la propuesta del Observatorio Turístico

Tabla 22. Tabla de principales factores

Estrategias principales
F4 Existencia de metodologías, técnicas y herramientas/ instrumentos para el levantamiento y procesamiento de información estadística.
F2 La Carrera de Turismo de ESPAM cuenta con personal cualificado para ejercer las funciones de un OT
D1 Falta de articulación y coordinación entre agentes (público, privado, academia)
D6 Carencia de estructura de investigación turística en la zona
O3 Aprovechamiento de nueva tecnología y programas digitales para la comunicación y difusión de información
O5 La zona norte de Manabí es un territorio potencialmente turístico
A2 Creación de nuevas y mejores fuentes de información turística
A4. Conflictos entre gestores turísticos.

Fuente: Los autores

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PROPUESTOS

- Debido a que la mayoría de actores no estaría dispuesto a aportar financieramente al OT, la dependencia del observatorio turístico debiera ser pública, adscrita a la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL.
- En relación con lo anterior, el personal docente tiene la formación y experiencia necesaria, además de otros recursos como el tecnológico e infraestructura para el correcto funcionamiento del OT. En este sentido, la estructura organizacional del OT estaría compuesta de dos equipos; el equipo técnico y el equipo de investigación integrando por docentes de la Carrera de Turismo, docentes de la Carrera de Computación y estudiantes.
- El OT debiera elaborar un sistema de información integrada sobre el mercado turístico de la zona norte de Manabí haciendo uso de las tecnologías de información y comunicación más óptimas que existan, de tal manera que permita el acceso, almacenamiento, transmisión y manipulación de la información de manera eficiente.
- Se considera necesario trabajar en la construcción de una comunidad online que esté constantemente informada por el Observatorio y se genere un espacio de interacción a través de redes sociales.

- En vista de que la mayor debilidad para el Observatorio Turístico es “los lazos débiles entre actores” que se traduce a la falta de comunicación y cooperación. Generar reuniones de socialización sería el principal objetivo que debe contemplar el Plan anual de operación del OT para su primer año en funcionamiento.
- Incluir talleres de capacitaciones para fortalecer los conocimientos de los servidores turísticos en cuanto al uso de información turística para la planificación, gestión y toma de decisiones.
- Como se pudo evidenciar en este primer apartado del capítulo de resultados, la necesidad de información actualizada de la oferta y la demanda es el principal fundamento para la propuesta de un OT en la zona norte de Manabí. El OT debe invertir inicialmente en el levantamiento de una base de datos completa que incluya la actualización del catastro turístico e inventario de recursos y atractivos y el establecimiento de mecanismos de monitoreo y evaluación de la demanda.

4.2. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO

El sector turístico de la zona norte de Manabí actualmente demanda información y conocimiento confiable y de calidad necesarios para la toma de decisiones que impulse el desarrollo turístico sostenible. En este contexto, se hace necesario contar con un observatorio de turismo que permita generar y analizar información de manera periódica respondiendo a las necesidades de conocimiento de actores y gestores (públicos, privados y comunitarios) del sector turístico, y que además de servir como un referente confiable de información, sea una entidad que fomente la cooperación entre agentes del sistema turístico.

En este sentido, el observatorio turístico se crearía como una unidad académica adscrita a la Dirección de la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL siendo necesaria la creación de su respectivo reglamento que permita regular sus funciones y procesos. Debe concebirse como un organismo de carácter técnico que por medio de metodologías de recolección, procesamiento, análisis e

interpretación de datos produzca información periódica y oportuna en función a las realidades y necesidades de la zona norte de Manabí, estableciendo indicadores de ámbito turístico para poner a disposición de la comunidad turística los productos resultantes con la finalidad de que sean utilizados como herramientas en la planificación, gestión, toma de decisiones del sector.

Con este antecedente el Observatorio Turístico define en las páginas siguientes su estructura administrativa y operativa en función a las condiciones actuales del turismo y a las estrategias preestablecidas en el diagnóstico. La propuesta a su vez se sustenta en un análisis comparativo entre observatorios turísticos sostenibles del mundo con funcionamiento vigente el cual se detalla a continuación.

4.2.1. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS OBSERVATORIOS DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA INSTO

Para este análisis se consideran 11 observatorios turísticos ubicados en la región de Iberoamérica. Este criterio se tomó en cuenta debido a las similitudes culturales y geográficas. El análisis utilizará cuatro criterios comparativos: i.) Los objetivos de las misiones y las visiones de los OT; ii.) El tipo de observatorio y sus ubicaciones; iii.) Los elementos de las interfaces de sus páginas web; y iv.) Sus áreas clave de monitoreo. La información recopilada se obtuvo mediante revisión bibliográfica en la página web de la *International Network of Sustainable Tourism Observatories* [INSTO].

Tabla 23. Misiones y visiones de los observatorios turísticos sostenibles.

Misiones y Visiones de los Observatorios de la INSTO	Repeticiones por observatorio	Porcentaje de repetición
Generación de información para la buena toma de decisiones de los actores	8	22,22%
Incremento de la competitividad y la productividad	5	14,81%
Garantizar la sostenibilidad	4	11,11%
Generación de estrategias mediante técnicas de investigación	4	11,11%
Analizar y difundir el monitoreo de la evolución del turismo	4	11,11%
Fortalecer la gobernanza	4	11,11%
Crear un modelo sólido de indicadores sostenibles	3	7,41%
Asegurar la sostenibilidad de la producción técnica y científica	1	3,70%
Reconocer al turismo como un motor de desarrollo social y económico	1	3,70%

Brindar inteligencia a la cadena de valor del turismo	1	3,70%
Total	35	100%

Fuente: Los autores

La **Tabla 23** expone los elementos clave que consideran los observatorios de la INSTO para la elaboración de sus objetivos estratégicos. Se determinó que el objetivo más importante de la mayoría de observatorios fue la generación de información para la buena toma de decisiones de los actores turísticos, seguida del incremento de la competitividad y la productividad. Estos dos objetivos tienen concordancia con la utilidad de los observatorios a nivel mundial, y tienen repercusiones directas en el impacto que estos producen en los territorios.

Tabla 24. Elementos de la interfaz de la página web.

Elementos de las páginas webs de los observatorios de la INSTO	Repeticiones por observatorio	Porcentaje repetición
Información sobre la oferta	8	19,05%
Eventos	4	9,52%
Contactos	4	9,52%
Información estadística	4	9,52%
Información sobre la gestión turística	4	9,52%
Información sobre el observatorio	4	9,52%
Proyectos	2	4,76%
Actividades a realizar en el destino	2	4,76%
Prensa y noticias	2	4,76%
Redes sociales	2	4,76%
Indicadores	2	4,76%
Documentos y publicaciones	2	4,76%
Boletines	2	4,76%
Total	42	100%

Fuente: Los autores

La **Tabla 24** comparó los elementos más importantes de los sitios web de los observatorios turísticos de la INSTO. Este análisis determinó que la información sobre la oferta turística local es el elemento más utilizado en las páginas web. Este resultado implica que los sitios web son difusores de información comercial y científica, pues la difusión de información sobre los recursos y servicios del territorio promueve la visita y en general, el desplazamiento turístico con todas sus repercusiones en la economía. Los siguientes elementos más utilizados se relacionan con la información estadística producida, denotando su segundo rasgo: el informativo.

Tabla 25. Tipos de observatorio y sus ubicaciones.

Tipo y Ubicación	Frecuencia	Porcentaje
Privado	5	45,45%
Público	3	27,27%
Mixto	3	27,27%
Total	11	100%
España	3	27,27%
Portugal	3	27,27%
México	1	9,09%
Brasil	1	9,09%
Argentina	1	9,09%
Panamá	1	9,09%
Guatemala	1	9,09%
Total	11	100%

Fuente: Los autores

Tabla 26. Áreas clave de monitoreo

Áreas clave de monitoreo de los observatorios de la INSTO	Repeticiones por observatorio	Porcentaje de repetición
Gestión energética	6	8,33%
Gestión del agua	6	8,33%
Gestión de residuos	6	8,33%
Estudios de demanda/oferta turística	5	6,94%
Estacionalidad del destino	5	6,94%
Protección de áreas naturales	4	5,56%
Patrimonio y cultura	3	4,17%
Movilidad y conectividad	3	4,17%
Satisfacción el turista	3	4,17%
Empleo	3	4,17%
Gobernanza	3	4,17%
Beneficios económicos del turismo	3	4,17%
Innovación	2	2,78%
Producción turística	2	2,78%
Estadística descriptiva aplicada al turismo	2	2,78%
Indicadores/Ratios económicos	2	2,78%
Emprendimientos turísticos	2	2,78%
Biodiversidad	2	2,78%
Desarrollo turístico	2	2,78%
Cambio climático	1	1,39%
Planificación territorial	1	1,39%
Seguridad y Salud	1	1,39%
Modalidades específicas del turismo	1	1,39%
Legislación turística	1	1,39%
Turismo inteligente	1	1,39%
Arribos/Salidas de turistas	1	1,39%
Análisis hotelero	1	1,39%
Total	72	100,00%

Fuente: Los autores

La **Tabla 26** mostró las áreas especializadas de cada observatorio estudiado. Se determinó que fueron tres las categorías más estudiadas por estas instituciones: gestión energética, del agua y de residuos, seguidos de estudios de demanda

turística, estacionalidad del turismo y protección de áreas naturales y culturales. Se hace énfasis en que los observatorios sostenibles no solamente estudian el turismo desde el punto de vista tradicional, sino que realizan análisis y determinan cómo este afecta el área de forma transversal y mediante el impacto producido por la estancia de los visitantes, debido a eso se genera el énfasis en la gestión de recursos no renovables.

La información expuesta muestra los datos necesarios para la elaboración de las estructuras organizativas, los esquemas de diseño para el sitio web del OT de la zona norte de Manabí y aporta dirección para el diseño de los indicadores que utilizará la institución para la recopilación de información.

4.2.2. OBJETIVOS, MISIÓN, VISIÓN DEL OT

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar información de calidad relacionada a indicadores de turismo sostenible satisfaciendo las necesidades de entidades públicas y privadas conocimiento turístico de la zona norte de Manabí.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener y procesar información cuantitativa y cualitativa, acerca del comportamiento de la actividad turística de la zona norte de Manabí.
- Consolidar y sistematizar información de interés turístico generada por diversas instituciones y organismos públicos y privados de la región.
- Desarrollar estudios de carácter cualitativo y cuantitativo de interés para el desarrollo turístico de la región.
- Constituir y fortalecer una instancia de coordinación interinstitucional
- Gestionar un sistema de información turística integrada que permita el acceso, almacenamiento, manipulación, transmisión de datos.

MISIÓN

Proveer información turística, cuantitativa y cualitativa, al sector público y privado de la zona norte de Manabí, a través de la obtención, procesamiento, análisis, y difusión de indicadores turísticos relevantes para la toma de decisiones, la planificación, el desarrollo sostenible y competitivo del turismo.

VISIÓN

Ser el principal referente, confiable, de información turística, actualizada y oportuna, para la gestión y toma de decisiones de los actores y gestores del turismo en la zona norte de Manabí, contribuyendo de manera efectiva y representativa al desarrollo sostenible del territorio.

4.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Se describe a continuación la estructura organizativa del observatorio turístico, sus funciones según el cargo y los perfiles profesionales que se requieren para su composición.

FUNCIONES DEL OBSERVATORIO

Es importante plantear una normativa para observatorios ligada a los estatutos de la ESPAM MFL que permita, formalmente, el adecuado funcionamiento preliminar del observatorio. En este sentido, se propone las funciones que se consideran fundamentales para su conformación.

- Generación de información periódica y oportuna que sea de utilidad para la toma de decisiones y creación de políticas en la gestión del turismo.
- Administración y mantenimiento del sistema de información estadístico.
- Realización de estudios e investigaciones del sector turístico y desarrollo de metodologías de investigación.
- Divulgación permanente de indicadores y herramientas de gestión turística mediante diferentes medios de comunicación.
- Fomento de diálogos y alianzas entre actores y gestores de sector turístico.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama expuesto en la **Figura 35** se diseñó tomando en cuenta un flujo de información y procesos vertical, esto quiere decir que existe un jerarquía y funciones específicas para cada trabajador del OT.

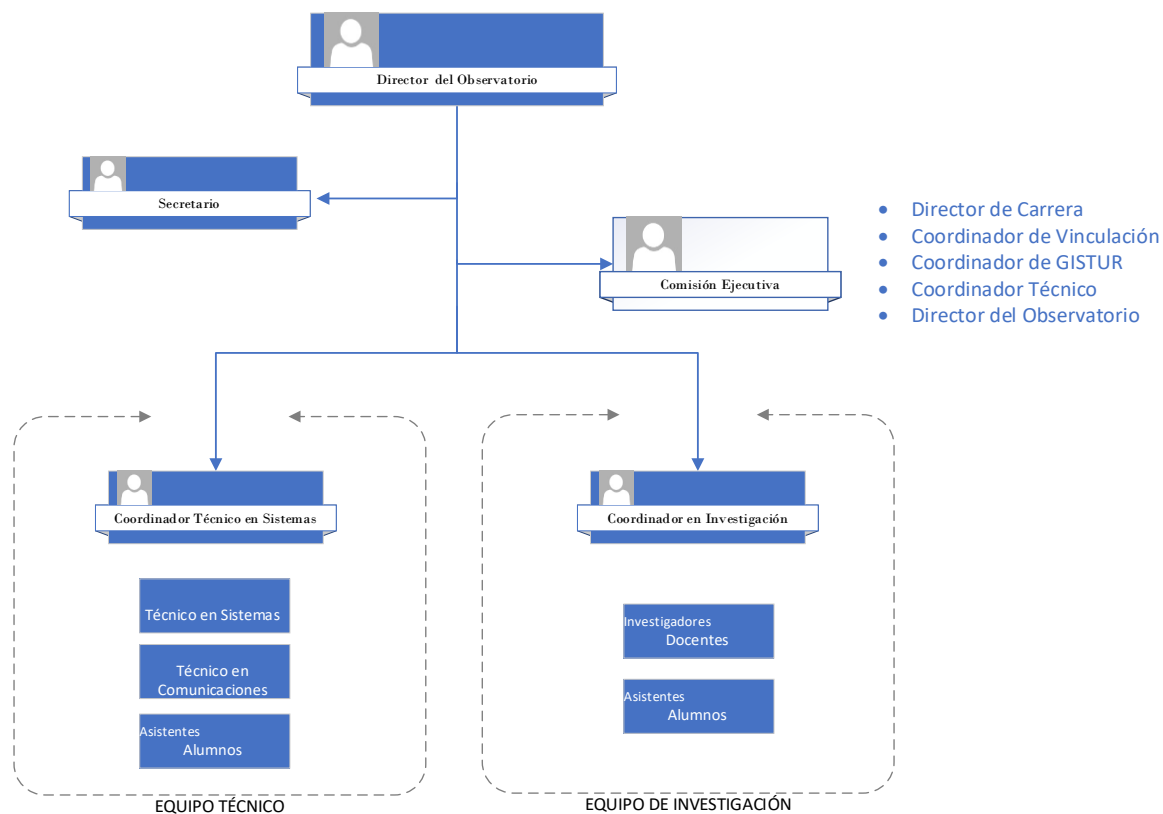


Figura 35. Organigrama estructural del Observatorio

Fuente: Los autores

La estructura organizativa del observatorio estará compuesta por un coordinador general, la secretaría o secretario responsable de la administración contable, un consejo consultivo delegado principalmente para la planificación respectiva del observatorio y dos equipos fundamentales para las actividades operacionales: el equipo técnico encargado de la administración del sistema informático y los medios de difusión, además de aplicar herramientas tecnológicas de acuerdo a los requerimientos del equipo de investigación; este último tiene la responsabilidad de recolectar, procesar, analizar y presentar los productos

terminados. De una manera más detallada se describen a continuación las funciones de cada miembro y el perfil profesional necesario.

MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES

Se presenta a continuación las funciones y perfiles de acuerdo al cargo a ocupar de la estructura organizacional planteada.

Tabla 27. Manual de funciones y perfil del coordinador del observatorio

Denominación de cargo	Funciones/Perfiles
Coordinador del observatorio	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> Velar por el cumplimiento administrativo y operativo del observatorio. - Aprobar y dirigir el desarrollo de instrumentos, metodologías y proyectos de investigación de interés y contribución turística. - Presidir la Comisión Ejecutiva del Observatorio. - Suscribir los actos administrativos y demás documentación generada - Proponer políticas para el mejoramiento e innovación de la gestión del observatorio. - Coordinar con las unidades académicas, de investigación y vinculación de la Carrera de Turismo. - Presentar a Dirección de Carrera Plan el operativo anual, - Presentar informes financieros e informes de avances de proyectos en ejecución mensualmente. - Coordinar y propiciar la participación activa entre el observatorio y actores turísticos del sector.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesional del turismo con experiencia en coordinación en proyectos turísticos, gestión turística, cultura organizacional y manejo de talento humano. - Experiencia mínima de 5 años en la actividad profesional. - Experiencia mínima de 3 años como docente. - Que demuestre aptitudes de liderazgo destrezas en trabajo en equipo y manejo de relaciones públicas. - Con competencias en planificación y gestión, monitoreo y control, generación de ideas. - Que resida en el cantón Bolívar.
Secretario(a) administrativo(a)	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Velar por el cumplimiento administrativo y operativo del observatorio. - Aprobar y dirigir el desarrollo de instrumentos, metodologías y proyectos de investigación de interés y contribución turística. - Presidir la Comisión Ejecutiva del Observatorio. - Suscribir los actos administrativos y demás documentación generada - Proponer políticas para el mejoramiento e innovación de la gestión del observatorio. - Coordinar con las unidades académicas, de investigación y vinculación de la Carrera de Turismo. - Presentar a Dirección de Carrera Plan el operativo anual, - Presentar informes financieros e informes de avances de proyectos en ejecución mensualmente. - Coordinar y propiciar la participación activa entre el observatorio y actores turísticos del sector.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucción: Técnico en secretariado y contabilidad

	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 5 años en la actividad profesional. - Buena imagen profesional - Con competencias en gestión administrativa, manejo de datos y programas de computación. - Destrezas profesionales para la atención a directivos, gerentes; preparación y coordinación de reuniones; expresión y comprensión escrita y oral. - Predisposición para trabajar bajo presión. - Que resida en el cantón Bolívar.
Comisión Ejecutiva	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formular la Planificación del Observatorio - Dar seguimiento al desarrollo de actividades operativas y administrativas del observatorio. - Coordinar y sistematizar los programas y proyectos en relación con las unidades académicas. - Propiciar el desarrollo institucional del observatorio. - Establecer procedimientos e instrumentos para la propuesta y ejecución de planes, programas y proyectos del observatorio en relación con las unidades académicas. - Coordinar la integración de proyectos propuestos por la comunidad turística.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director de Carrera: profesional en turismo, debe conocer sobre administración de recursos materiales y financieros, dedicación y responsabilidad. - Coordinador técnico: debe tener conocimientos estratégicos del turismo en el Ecuador para poder diseñar, administrar y actualizar la base de datos del observatorio. - Coordinador de Vinculación: profesional del turismo, ligado a la creación de nuevos proyectos y propuestas académicas direccionadas al desarrollo local y comunitario. - Coordinador de GISTUR: profesional de turismo, ligado a la investigación e innovación sostenible del turismo, encargado de generar propuestas de nuevos proyectos y programas de interés para la comunidad turística. - Director del Observatorio: profesional del turismo y a su vez será la persona encargada del monitoreo y actualizaciones constantes de la información que el observatorio entregará al público en general.
Coordinador Técnico en Sistemas	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y administrar el sistema web para la recepción de datos y publicación de indicadores. - Colaborar coordinadamente con las distintas actividades para en buen funcionamiento operacional del observatorio. - Establecer nuevas herramientas informáticas para la ejecución de proyectos y programas aprobados en el observatorio. - Aplicar herramientas tecnológicas para la síntesis de información en el diseño de mapas, boletines y otros elementos requeridos. - Capacitar a asistentes (alumnos) para el adecuado manejo técnico del sistema informático y herramientas informáticas diseñadas. - Capacitar a usuarios para el uso correcto del sistema de información. - Participar en las sesiones de trabajo para la planificación de estudios e investigaciones y presentar informes requeridos.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucción: Técnico en sistemas - Experiencia mínima de 5 años en la actividad profesional. - Tener habilidades técnicas en mantenimiento de computadoras, manejo, diagnóstico y documentación de sistemas operativos e informáticos. - Destreza comunicacional, en trabajo en equipo y resolución de problemas.

	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de relaciones públicas - Que resida en el cantón Bolívar.
	- Nota: el técnico en sistemas lleva el cargo de coordinador en el denominado Equipo Técnico.
Coordinador Técnico en Comunicaciones	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrar las cuentas sociales del observatorio. - Planificar una agenda de contenidos. - Aplicar herramientas tecnológicas en el diseño de contenidos para los canales de comunicación del observatorio. - Colaborar coordinadamente con las distintas actividades para en buen funcionamiento operacional del observatorio. - Mantener una buena comunicación con la comunidad online. - Generar análisis y reportes de la interacción y comportamiento con la comunidad online. - Capacitar a asistentes (alumnos) para el adecuado manejo las tecnologías de información cuando sea requerido.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucción: Profesional técnico en comunicaciones - Experiencia mínima de 5 años en la actividad profesional. - Destreza comunicacional, en trabajo en equipo y resolución de problemas. - Con competencias en desarrollo de marca, comunicaciones, relaciones públicas y publicidad. - Manejo de herramientas digitales. - Que resida en el cantón Bolívar.
Coordinador en Investigación	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar metodologías para levantamiento y procesamiento de información - Establecer y coordinar equipos de investigación para realizar actividades en situ y de sistematización de información. - Establecer y coordinar equipos de consultoría - Analizar la sistematización de resultados: análisis de la información y resultados, y proponer modificaciones y actualizaciones. - Participar en la socialización de resultados y sustentar ante las autoridades y técnicos las adecuaciones necesarias de las investigaciones realizadas.
	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucción: título de cuarto nivel, de preferencia en desarrollo y gestión de proyectos. - Experiencia mínima de 5 años en la actividad profesional - Experiencia mínima de 3 años en la docencia. - Que demuestre destrezas en trabajo en equipo, manejo de herramientas tecnológicas. - Con competencias en planificación y gestión, monitoreo y control, generación de ideas, manejo de relaciones públicas. - Con capacidad de movilizarse. - Que resida en el cantón Bolívar.
	- Nota: los docentes en calidad de investigadores deben presentar el mismo perfil para ser vacantes en el equipo de investigación.

Fuente: Los autores.

4.2.4. PROCESOS OPERACIONALES

Para representar los procesos para el cumplimiento de las distintas funciones del observatorio se diseñó el siguiente diagrama de flujo (Ver **Figura 36**).

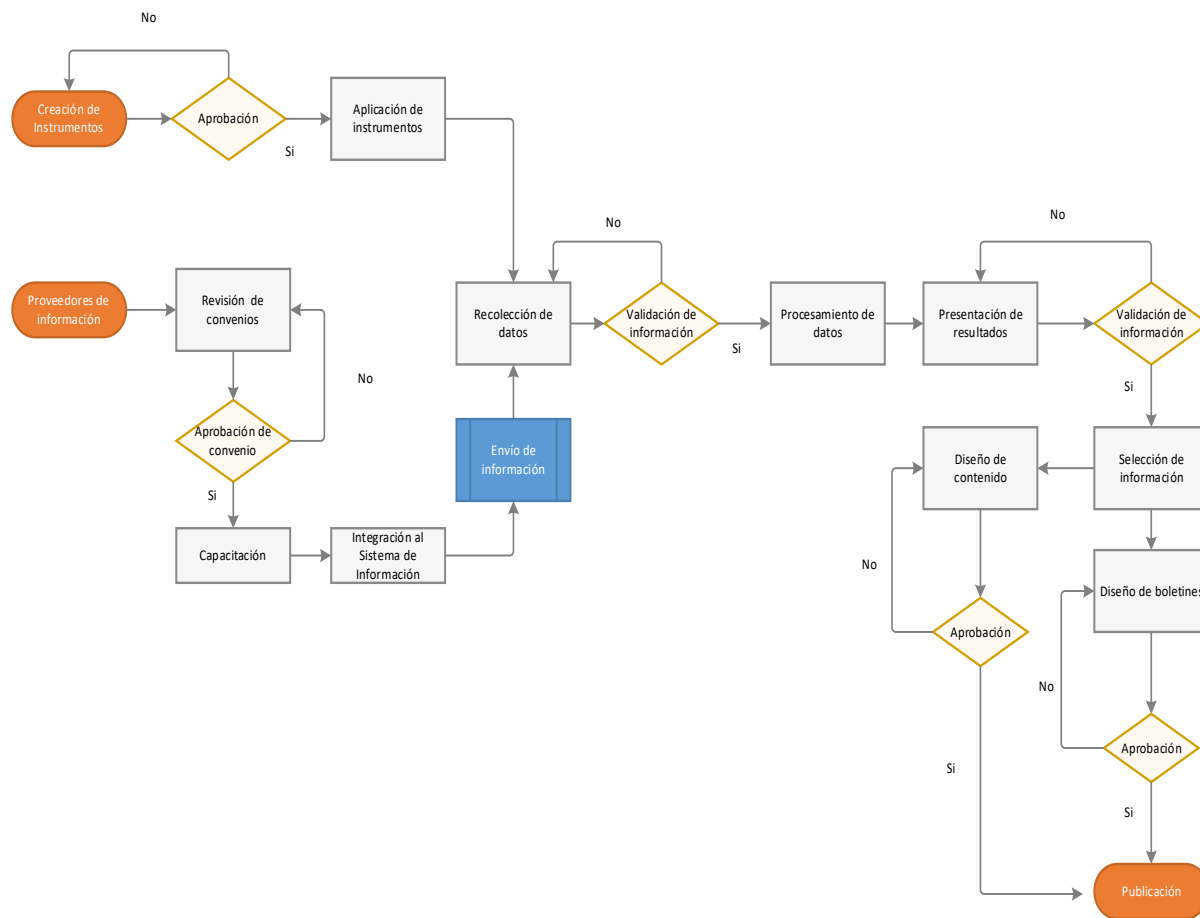


Figura 36. Flujograma de procesos

Fuente: Los autores

Se han establecido dos partidas de entradas para la información. La información primaria que es aquella que se levanta desde cero, por medio de la aplicación de instrumentos de recolección de información como encuestas o ficha para generar datos estadísticos que serían visualizados en los boletines periódicos o bien; recolección de información como parte de distintos proyectos de investigación de índole turística que desarrolle el observatorio.

La segunda entrada de datos será con los miembros del observatorio en calidad de proveedores. Estos tendrían que consentir un convenio y seguido a esto, se procedería a la integración en el sistema de información. Una vez incorporados el flujo de información sería permanente, de envío y entrega, por ambas partes a través del mismo sistema.

Toda la información recolectada tendría un proceso de validación por el coordinador del observatorio, si se considera oportuna y completa. De ser el caso, el equipo de investigación del observatorio se encargaría de procesar los datos y seguido a esto, presentar los resultados, según la periodicidad del producto y el plazo establecido.

Los resultados deberían ser aprobados por el coordinador de investigación y entonces, se procedería a la selección de datos para el diseño de boletines; los mismos que serían publicados en la plataforma (sistema de información). Así mismo se seleccionaría la información para el diseño de contenido dirigido a la comunidad turística que serían difundidos a través de otros medios de comunicación como las redes sociales, radios o canales de podcasts; considerando este último proceso como deber clave para que la información sea utilizada ampliamente por pequeños y grandes actores turísticos. Los encargados de las distintas funciones que cumpliría el observatorio se detallan en el apartado de *Organización Estructural*.

4.2.5. ESTUDIO TECNICO

La propuesta del observatorio contempla tener el apoyo por parte de la ESPAM MFL, con el otorgamiento de un espacio físico dentro de las instalaciones de la Carrera de Turismo. Se muestra a continuación el diseño de planta el cual contempla tres espacios diferenciados en función a las actividades que se realizarían.

La sala principal denominada *sala de reuniones* está diseñada para ejecutar las reuniones especialmente de planificación y evaluación de proyectos y programas bajo la responsabilidad de la comisión ejecutiva; la secretaría donde se llevaría a cabo deberes relacionados a la administración del observatorio y la *sala de investigación y manejo técnico* dónde trabajarían conjuntamente los equipos de investigación y el equipo técnico (Ver **Figura 37**).

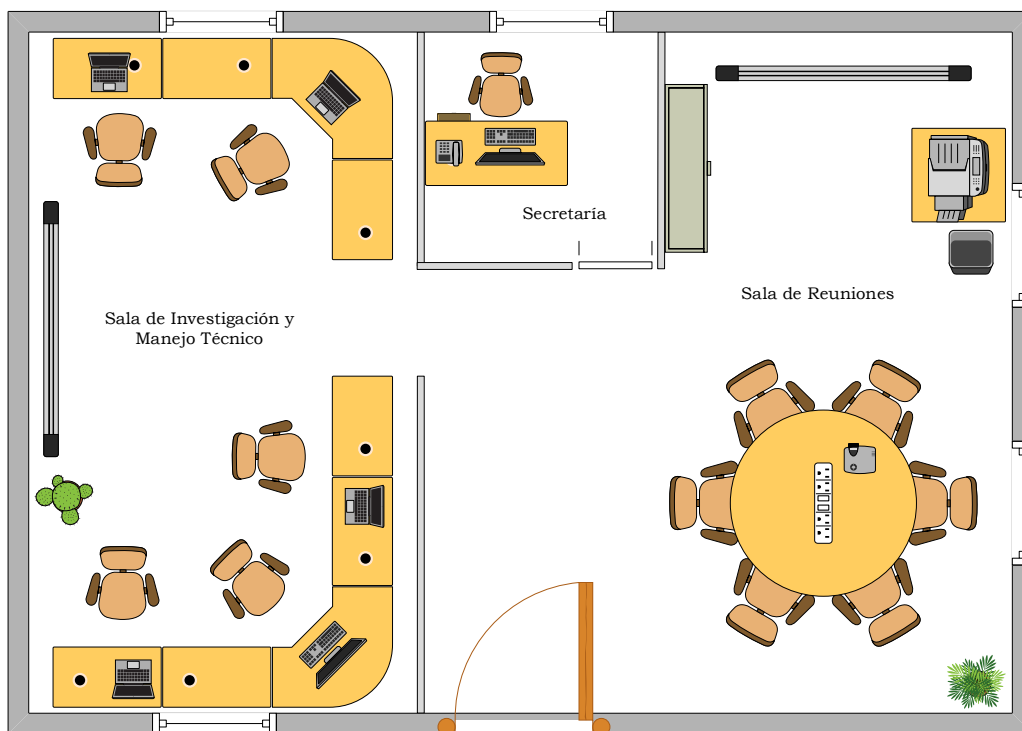


Figura 37. Plano de oficina

Fuente: Los autores

Dimensiones de estructura física-oficina

Tabla 28. Dimensiones de estructura física oficina

Lado de Oficina	Dimensiones
Ancho	5.4 metros
Largo	4.3 metros

Fuente: Los autores

Respecto a los bienes que requiere el OT para su funcionamiento se presenta a continuación **Tabla 29** donde se detalla la cantidad, el valor unitario y valor total de los costos que formarán parte del presupuesto inicial de inversión para la creación e implementación del observatorio-.

Tabla 29. Presupuesto inicial para muebles de oficina

Presupuesto Inicial				
Muebles de Oficina				
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V.Total	
Escritorios amplios	2	150,00	300,00	
Escritorio pequeño	1	60,00	60,00	

Sillas de escritorio	12	25,00	300,00
Mesa redonda	1	190,00	190,00
Mesa rinconera	1	30,00	30,00
Basurero	1	20,00	20,00
SUB TOTAL			900,00
I.V.A			108,00
TOTAL			1008,00

Equipos de Cómputo y Oficina

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V.Total
Equipos de cómputo			
Portátil Hp Core I5, 8gb, Ssd 256gb	4	670,00	2680,00
Computador de escritorio INTEL CORE I5	2	915,00	1830,00
Epson Impresora Wi Fi Scanner Sistema Tinta Continua L3150	1	289,00	289,00
Proyector Epson Powerlite S39 Svga 3lcd más pantalla	1	490,00	490,00
Pantallas para proyector EVL 100"	2	73,99	147,98
Equipos de oficina			
Teléfono HePesTer	1	25.40	25.40
SUB TOTAL			5,462,38
I.V.A			655,44
TOTAL			6,117.44

Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V.Total
Resmas de papel	2	3,40	6,80
Bolígrafo Bic Punta Fina Caja X 12 Und	2	3,48	6,96
Resaltador Flash Pelikan Caja 10 Und	1	3,70	3,70
Grapadora Swingline 444	1	8,95	8,95
Grapas ALEX 26/6 5000U	1	1,03	1,03
Perforadora KW TRIO 9120	1	4,39	4,39
Folder Manila Ideal 180gr X50 Und	1	6,90	6,90
Borrador Pelikan Pz-40	3	0,14	0,42
Lápiz Hb 2 Norica Staedtler X 12 Und	1	2,50	2,50
SUB TOTAL			41,65
I.V.A			4.99
TOTAL			46.64

Software

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V.Total
Office (Excel, Power Point)	1	120,00	120,00
My SQL	1	libre	libre
SPSS (Licencia Corporativa)	1	800,00	800,00
Access	1	400,00	400,00

HTML (Adobe, Programación) 1	libre	libre
	SUB TOTAL	1320,00
	I.V.A	158,40
	TOTAL	1478,40

Fuente: Los autores

La **Tabla 29** expuso la descripción de los muebles de oficina, los equipos de ofimática, los suministros de oficina y el software requerido para la elaboración de tareas y oficios. La inversión total de estos cuatro grupos de rubros se estimó en \$ 1.478,48 USD. Se consideraron los materiales más necesarios considerando las escalas propuestas (Ver **Tabla 28**) las cuales son de 5,4 m de ancho y 4,3 m de largo, contando con 23,22 m² pudiendo dar cabida a más de 6 trabajadores, considerando que las proporciones adecuadas deben ser de 2-3 metros por superficie cuadrada y 10 por metro cúbico.

Presupuesto Inicial para Capital de Trabajo

Tabla 30. Cálculo de Costos Sueldos.

Costo Sueldos										
Cargo	No. Empleado	Sueldos	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo Aporte (mensual)	+ Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldos Décimos	+ Total, Sueldos	
Secretaria(o)	1	500,00	60,75	560,75	6729,00	400,00	500,00	7629,00	7629,00	
Técnico en sistemas	1	700,00	85,05	785,05	9420,60	400,00	700,00	10520,60	10520,60	
Técnico en comunicaciones	1	500,00	60,75	560,75	6729,00	400,00	500,00	7629,00	7629,00	
SUMA	5	1700,00	206,55	1906,55	22,878.60	1200.00	1700.00	25,778.60	25,778.60	

Fuente: Los autores

Los sueldos del coordinador general y coordinador de investigación y demás investigadores no se contemplan en este cálculo; considerando que estos cargos ocuparían docentes de la Carrera de Turismo designados por la Comisión Ejecutiva; pues contarían ya con un sueldo como empleado público, eventualmente se les asignaría horas adicionales remuneradas para las labores del observatorio. Los sueldos que sí se toman en cuenta son los correspondientes a profesiones ajenas a la investigación turística.

Tabla 31. Presupuesto inicial para sueldos.

Secretaria (o)	7,629.00
Técnico en sistemas	10,520,60
Técnico en comunicaciones	7,629.00
Total, Anual	25,778.60
Total, Mensual	2,148.22

Fuente: Los autores

Los demás gastos administrativos como el consumo de servicios básicos tampoco son tomados en cuenta para el cálculo a razón de que dichos gastos son valorados y cancelados por la administración general de la institución.

Presupuesto Total de Inversión Inicial

Tabla 32. Presupuesto de Inversión Inicial.

Presupuesto de Inversión Inicial		
	Equipos de cómputo y oficina	6,117,44
	Muebles de oficina	1,008,00
Activos Fijos	Suministros de oficina	46,64
	Software	1,478,4
	Total, Activos Fijos	8,650.48
Capital de Trabajo	Sueldos Personal Administrativo y Técnico	2,148.22
	Total, de Capital de Trabajo	2,148.22
Activos Diferidos	Costos de constitución del OT	100,00
	Total, Activos Diferidos	100,00
	Total, Inversión	10,898.70

Fuente: Los autores

El valor total para la inversión inicial comprende los activos fijos, el capital de trabajo y activos diferidos, teniendo un total de \$ 10,898.70 USD. Los costos de constitución contemplan las reuniones, movilización, asesorías y demás trámites que sean necesarios para la creación del Reglamento de Funcionamiento del Observatorio Turístico.

Depreciación de Activos Fijos

Tabla 33. Depreciación de Activos Fijos.

Depreciación de Activos Fijos				
Activo Fijo	Monto	Años de Vida Útil	Valor Residual	Valor Depreciación
Equipos de oficina	25,40	10	2,54	2,29
Muebles de oficina	1008	10	100,80	90,72
Software	1,478,4	3	492.80	328,53
Equipos de computo	5289,00	3	1763,00	1,175,33

Fuente: Los autores

PRESUPUESTO DE EGRESOS PARA EL PRIMER AÑO

Tabla 34. Estructura de Costos y Presupuesto para el Primer Año de Funcionamiento.

Ítem	Nombre	Descripción	Costo Fijo/ Mensual	Costo variable	Costo Anual	Observaciones
Equipo Humano	Secretario(a)	Contratación de un profesional encargado de la administración contable del observatorio. El contrato honorario mensuales incorporando rentas variables.	635.75	Comisiones del 10% sobre utilidades de los servicios	7,629.00	Se considera necesario incentivar a que los miembros del OT opten a una renta variable de acuerdo a la posibilidad de brindar servicios profesionales, como estudios puntuales desarrollados a pedido y que estén reflejados en un plan de trabajo y presupuesto asociado que se prepare anualmente.
	Técnico en sistemas	Contratación de un técnico en sistemas para el diseño y mantenimiento de sistema informativo del OT y otras herramientas requeridas.	876.72	Comisiones del 10% sobre utilidades de los servicios	10,520.60	
	Community Manager	Contratación de un profesional de marketing digital para gestión y desarrollo de la comunidad online del OT.	635.75	Comisiones del 10% sobre utilidades de los servicios	7,629.00	
Total, Costo Anual del Ítem					25,778.60	
Ítem	Nombre	Descripción	Costo Fijo/ Mensual	Costo variable	Costo Anual	Observaciones
Operación	Pasajes y viáticos	Corresponde a pasajes	No aplica	\$975.00	No aplica	Se considera combustible y

		y viáticos para visitas técnicas y realización de talleres				alimentación de dos representantes del equipo de investigación (3 personas) 3 visitas de campo al año por cinco días cada viaje.
	Mobiliario y equipos	Corresponde a la adquisición de los bienes tangibles necesarios para el funcionamiento de la oficina operativa del OT	No aplica	No aplica	7,125.44	El costo de mobiliario y equipos se deprecia anualmente
	Suministros de oficina	Corresponde los materiales fungibles necesarios para llevar a cabo las labores operacionales y administrativas del OT	No aplica	20,00	286.64	Para el costo anual se considera el costo inicial de inversión en suministros (\$46.64) más un gasto variable mensual de \$20,00.
Total, Costo Anual del Ítem						7,412.08
Item	Nombre	Descripción	Costo Fijo/ Mensual	Costo variable	Costo Anual	Observaciones
Softwares	Sitio Web	Corresponde a los programas utilizados en el sistema de información del OT	No aplica	No aplica	1478,40	Los costos en este ítem se deprecian anualmente
Total, Costo Anual del Ítem						1478,40
Total, Costo Anual						34,669.08

Fuente: Los autores

ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

Como se indicó en párrafos anteriores el observatorio se concibe como una unidad académica adscrita a la Carrera de Turismo de la ESPAM MFL que operaría como una organización sin fines de lucro, asociado más bien, a un bien social público. Los productos resultantes de la operación en el primer año se pondrían a disposición gratuita de los actores turísticos de la zona.

Se propone generar *Planes Operativos Anuales* con un modelo de financiación propia que contemple la prestación de servicios profesionales; tales pudiesen ser: consultorías, estudios particulares bajo pedido, capacitaciones, organización de eventos. Estos ingresos permitirían cubrir los gastos operacionales del observatorio y generar ganancias para nuevas inversiones.

Sin embargo, se considera que mientras el observatorio no esté consolidado como un ente importante en la producción de información turística para la gestión y desarrollo del sector los recursos serán escasos, por lo que no es viable contar con ellos para el financiamiento en su primer año. Por esta razón, se sugiere que las metas para el primer año se centren en el posicionamiento del Observatorio Turístico como un referente confiable de información turística y el establecimiento de convenios y buenas relaciones con los gestores público/privado de la comunidad turística.

En definitiva, se considera una estrategia de financiamiento inicial, basada en el aporte público de la institución académica sin perjuicio de contar además con el posible cofinanciamiento por parte de otros organismos del estado, fondos privados o fondos de ONG.

Así, la composición de los recursos financieros para la implementación y puesta en marcha del observatorio, basada inicialmente en fondos aportados por la ESPAM MFL, debiera ir modificándose, al término del período considerado Proyecto Piloto (Primer Año), de tal manera que los aportes públicos puedan decrecer en la medida que aumentan los ingresos del

observatorio, provenientes del desarrollo de fuentes alternativas de financiamiento.

4.2.6. SELECCIÓN DE INDICADORES

La selección de indicadores se llevó a cabo mediante la utilización del método Delphi, el cual utilizó el criterio de expertos en el área turística, lo que permitió que se evaluaran y dieran sus recomendaciones a los indicadores propuestos para el observatorio turístico, a continuación, se exponen los expertos utilizados en la investigación (Ver **Tabla 35**)

Tabla 35. Perfiles de los expertos

Expertos	Área Laboral
Alcívar Isidro	ULEAM
Andrade Luis	ESPAM
Angel Lemoine	ULEAM
Edison Molina Velásquez	UCE
Guillermo Félix	ESPAM
Jhonny Bayas	ESPAM
Nelson García	ESPAM
Vera José Rafael	ESPAM
Verónica Mora	UTPL

Fuente. Los autores.

Los expertos seleccionados forman parte del sector turístico, respectivamente se hizo énfasis en el área académica, pues es el área con mayores conocimientos sobre gestión turística y diseño de indicadores de base local. Dicho conocimiento queda registrado mediante el coeficiente de competencia *CC*, el cual es la suma de sus coeficientes de conocimiento *CK* y sus coeficientes de argumentación *CA*, que se muestran a continuación (Ver **Tabla 36**)

Tabla 36. Tabla de ponderación de expertos (de mayor a menor)

Expertos	CK	CA	CC
Jhonny Bayas	1	1	1
Nelson García	1	1	1
Andrade Luis	1	0,95	0,95
Verónica Mora	0,9	0,9	0,9
Vera Rafael	0,8	0,8	0,8
Guillermo Félix	0,75	0,8	0,78
Alcívar Isidro	0,7	0,8	0,75
Ángel Lemoine	0,5	1	0,75
Edison Molina	0,5	1	0,75

Total	7,15	8,25	0,77
--------------	------	------	------

Fuente. Los autores.

El coeficiente de competencia general se determinó en 0,77, lo que lo deja en un rango óptimo de competencia. Según el método Delphi, se priorizará el criterio de los expertos cuyo valor sea superior a **0,80**, en base a esto, de los 9 expertos 5 poseen esta característica, no obstante, como los expertos restantes se encuentran dentro de un rango medio ($> 0,50$ y $< 0,80$), los cuatro expertos restantes solamente serán considerados dentro de los criterios de recomendación. Una vez determinados los coeficientes y habiendo reconocido los expertos se procedió a la evaluación de los indicadores mediante un formulario diseñado con la herramienta Microsoft Excel. Dicho formulario evaluó dos secciones: i.) Los aspectos de cada indicador, y ii.) Las recomendaciones para cada indicador.

La evaluación de los indicadores se realizó ponderando los resultados de los expertos de grado alto en cada aspecto de evaluación de cada indicador, y se dio un promedio general de la utilidad y la versatilidad del mismo. Para la evaluación de sus aspectos se utilizaron para su diferenciación tres tipos de

colores, si el indicador se encontraba entre 4 y 5 era óptimo (azul), si el indicador se encontraba en un rango entre 3 a 4 era aceptable (amarillo), y si sus aspectos eran menores a 3 eran de bajo peso (rojos). Para el promedio general se utilizó un criterio similar, si el indicador llegaba a 3,5 era verde, y si era menor a este valor entonces era rojo. En la **Tabla 37** se aprecia lo expuesto.

Tabla 37. Resumen de los resultados de los aspectos de cada indicador

Dimensión	Subdimensión	Indicador (Código)	Indicador	Claro Aplicación		Relevante Aplicación		Accesible Aplicación		Económico Aplicación		Total		R.
				P.	R.	P.	R.	P.	R.	P.	R.	P.	R.	
Indicadores de Gestión	Nivel de Satisfacción del Cliente	IG1	Nivel de satisfacción de los visitantes	5		4		3,4		3,4		3,95		X
		IG2	Porcentaje de turistas que vuelven a visitar el destino	4,8		3,8		3,4		3,2		3,80		X
	Política Pública de Turismo Sostenible	IG3	Porcentaje del destino con estrategias y planes de acción sostenibles	3,8		4		3,8		3,2		3,70		X
		IG4	Satisfacción de los residentes por su participación e influencia en la planificación y desarrollo del turismo	4,4		3,8		4		3,8		4,00		X
	Superestructura	IG5	Presupuesto y ejecución presupuestaria de los GAD para el turismo	4,2		4		3,4		3,8		3,85		X
		IG6	Porcentaje de empresas/establecimientos del destino con certificaciones del turismo local	4,4		4		4,4		3,8		4,15		X
Indicadores Económicos	Oferta Turística	IE17	Número y porcentaje de prestadores de servicios turísticos por actividad turística	4,4		3,8		4		4,2		4,10		X
		IE18	Número de atractivos turísticos por jerarquía	4,8		3,8		4,6		4,4		4,40		X
		IE19	Número de empresas turísticas por categoría	4,8		3,8		4,4		4,6		4,40		X
		IE20	Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino	5		4		3,4		4		4,10		X
	Cantidad y Calidad del Empleo	IE21	Salario promedio del empleado turístico	4,8		3,8		3,2		3,8		3,90		X
		IE22	Porcentaje de guías residentes de la zona que hablen un idioma distinto al español	3,4		3,8		3		3,2		3,35		O
	Resultados de	IE23	Nivel de educación alcanzado por los empleados turísticos	3,4		3,6		2,8		2,6		3,10		O
		IE24	Tarifa promedio por habitación	4,4		3,8		4,4		4,4		4,25		X

Indicadores Socioculturales	Empresas Turísticas	IE25	Tasa mensual de ocupación (empresas hoteleras y de restauración)	5	4	2,8	4	3,95	X	
		IE26	Duración media de la estancia de un turista (noches)	5	4	3	4	4,00	X	
		IE27	Monto/Volumen de ventas por empresa	4,6	3,6	2,6	3,2	3,50	X	
	Atractivos Turísticos Naturales y Culturales	IE28	Ingreso mensual a atractivos naturales y culturales	4	3,8	2,6	3,4	3,45	O	
		IE29	Valoración online de atractivos	4	3,8	3,8	4,2	3,95	X	
		IE30	Uso y actualización de los medios de comunicación de Atractivos Naturales y Culturales	4	3,8	3,4	4	3,80	X	
	Capacidad de Carga	IE31	Número de habitaciones disponibles	4,4	3,8	3,8	4,6	4,15	X	
		IE32	Número de camas disponibles	4,8	3,8	4,2	4,6	4,35	X	
		IE33	Número de mesas disponibles	4,8	3,8	4,2	4,6	4,35	X	
		IE34	Número de plazas disponibles	4,8	3,8	4,2	4,6	4,35	X	
		IE35	Número total de turistas ecuatorianos que pernoctan al mes	5	3,8	3,8	3,8	4,10	X	
	Flujo Turístico	IE36	Número total de turistas extranjeros que pernoctan al mes	5	4	3,8	3,8	4,15	X	
		IE37	Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios)	5	4	3,4	3,4	3,95	X	
	Cadena de Suministros	IE38	Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtir de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo	5	4	3	3,6	3,90	X	
		IC39	Número de turistas por cada 100 habitantes en la zona norte de la provincia de Manabí	4,6	3,8	3,6	4	4,00	X	
	Impacto Social y Comunitario	IC40	Porcentaje de personas que opinan que el turismo contribuye al empleo y nueva infraestructura	4,4	3,6	3,4	4,4	3,95	X	
		IC41	Porcentaje de empleo masculino y empleo femenino en el sector turístico	4,6	3,6	3,4	4,2	3,95	X	
		IC42	Comparación entre el salario medio femenino y el masculino en el sector turístico	4,2	3,4	3,2	4,2	3,75	X	
	Igualdad de Género	IC43	Porcentaje de denuncias realizadas por turistas	4,2	3,6	3,4	4	3,80	X	
		Seguridad	IC44	Percepción de la seguridad en el destino turístico	4,6	3,8	3,6	4	4,00	X
			IC45	Porcentaje de infraestructura turística situada en zonas vulnerables	4,2	3,6	3,6	4	3,85	X
Accesibilidad	IC46	Número de residentes en el destino con algún tipo de discapacidad	4,2	3,4	3,6	3,8	3,75	X		
	IC47	Número total de turistas/visitantes al año con	4,2	3,6	3,4	4	3,80	X		

Indicadores Medioambientales	Protección y Valoración del Patrimonio Cultural	IC48	discapacidad Porcentaje de infraestructura/servicios turísticos con instalaciones para personas con discapacidad	4,4	3,6	3,4	4	3,85	X
		IC49	Políticas y cumplimiento de políticas que protegen el patrimonio y activos locales	4,4	3,6	3,4	4	3,85	X
		IC50	Porcentaje de residentes con opiniones positivas y negativas del impacto del turismo en la identidad del destino	3,8	3,2	3,4	3,6	3,50	X
	Gestión de Residuos Sólidos	IM7	Volumen de residuos	4,4	3,6	3,2	3,8	3,75	X
		IM8	Establecimientos conectados a una red de tratamiento de aguas	4,4	3,6	3,4	4,2	3,90	X
	Gestión del agua	IM9	Porcentaje de empresas con instalaciones que permiten reducir el consumo de agua.	4,6	3,6	3,4	4,2	3,95	X
		IM10	Comparación del consumo de agua dulce en temporadas turísticas altas y bajas.	4,4	3,6	3,2	4,2	3,85	X
		IM11	Porcentaje de empresas turísticas que han adoptado la iluminación de bajo consumo	4,4	3,6	3	3,8	3,70	X
	Consumo Energético	IM12	Comparación del consumo de energía en temporadas turísticas altas y bajas.	4,2	3,4	3,2	4	3,70	X
		IM13	Porcentaje del destino designado para protección (superficie en km ²)	4,2	3,6	4	3,8	3,90	X
	Protección del Paisaje y la Biodiversidad	IM14	Porcentaje de las empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales	4,6	3,6	3,2	3,6	3,75	X
		IM15	Percepción de la deformación del paisaje y su degradación en las áreas rurales y urbanas	4,2	3,6	3,2	3,4	3,60	X
		IM16	Porcentaje de turistas que participan en actividades de conservación	4,2	3,6	3,2	3,4	3,60	X

Fuente. Los autores.

Los resultados demuestran que de los 50 indicadores solamente el 6% obtuvo un resultado inferior a 3,5, lo que determina que 94% de los indicadores son óptimos en aplicación. Asimismo, el análisis interno de sus aspectos demuestra que un 92% de los indicadores son claros; un 25% de los indicadores demuestran un grado real de relevancia para la zona norte de la provincia de Manabí; un 8% de los indicadores no son considerados accesibles, ello implica que la información necesaria para su producción no se conseguiría fácilmente (este porcentaje de indicadores se encuentran en las dimensiones económicas de cantidad y calidad del empleo, en resultados de empresas turísticas y en atractivos turísticos naturales y culturales), finalmente, un 54% de los indicadores son económicamente reproducibles, ello implica que el coste de producción de los indicadores es posible y no demandarían grandes gastos para su producción en caso que se quiera utilizarlos para varios estudios

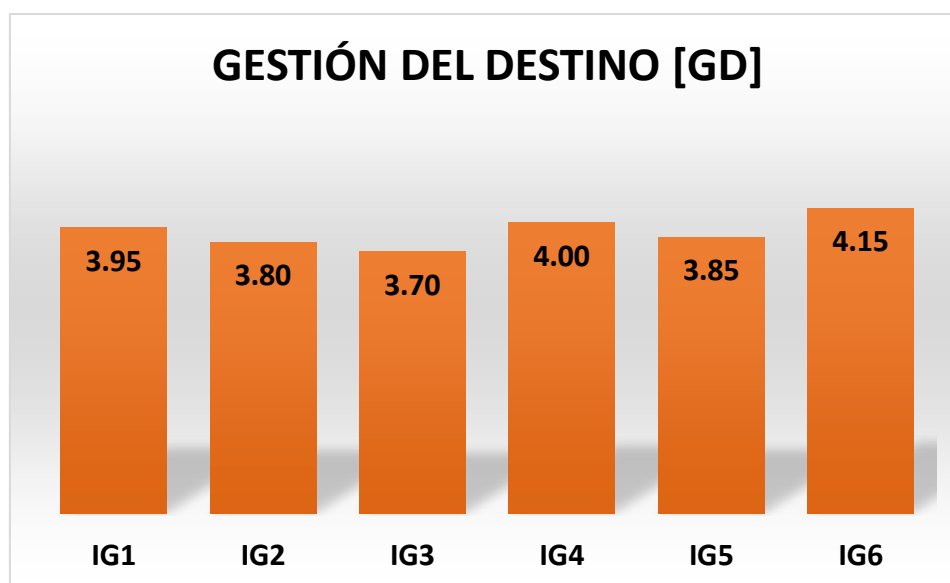


Figura 38. Gráfico del promedio de los indicadores de Gestión del Destino

Fuente. Los autores.

Todos los indicadores sobre Gestión del Destino expuestos en la **Figura 38**, obtuvieron una puntuación superior a los 3,5 por lo que son óptimos para su operación. El promedio de la dimensión obtuvo un 3,9. Complementando los resultados, los expertos dejaron una serie de recomendaciones que mejoran

notablemente su implementación y practicidad. Debido a que el método Delphi se caracteriza por la conservación del anonimato de sus participantes, solamente se desglosan las recomendaciones respectivas sin mostrar el nombre propio de su autor. (Ver **Tabla 38**) y se las acreditará a ellos como grupo su creación, es, así pues, que de esta misma forma se analizarán las siguientes dimensiones.

Tabla 38. Recomendaciones de expertos.

Recomendaciones de los expertos sobre los indicadores de Gestión del Destino
Para la implementación de los indicadores de gestión se requiere el diseño de cronogramas y planificaciones detalladas que optimicen el tiempo para la recolección de información, pues demanda de información rigurosa y de difícil acceso.
Es necesario que se considere dentro de los indicadores la teoría del ciclo del destino turístico de Butler y también la literatura correspondiente a la Gestión de las Relaciones con los Clientes <i>GRC</i>
Es importante que se analice las alianzas estratégicas de los GAD, pues ellos también forman parte del sistema turístico perteneciente a la superestructura.
El estudio de campo necesario para la recolección de los seis indicadores de gestión del destino requiere de un equipo profesional o en su defecto numeroso para una correcta recopilación y tratamiento de la información.
Se recomienda que se utilice directamente a las empresas certificadoras para la recolección de datos referente a las certificaciones turísticas, relacionadas con el indicador 6 <i>IG6</i> .
Se recomienda que el indicador 5 <i>IG5</i> se genere mediante el porcentaje del gasto en actividades, facilidades e infraestructura relacionada al turismo, pues muchos GAD no contemplan el turismo como un rubro dentro de sus presupuestos.
Es necesario que se identifique primeramente a todos los actores de la zona de estudio antes que se emprendan los estudios correspondientes.
Se sugiere que el indicador 6 <i>IG6</i> , sea puesto en la dimensión ambiental, pues su información también tributa aquel apartado.
Es importante que se conceptualice correctamente qué zonas serán marcadas como áreas con planes de acción turística y el cómo esta información tributará al desarrollo de la gestión y el desarrollo sostenible, respectivamente los indicadores 3 y 4 <i>IG3</i> y <i>IG4</i> .

Fuente. Los autores.

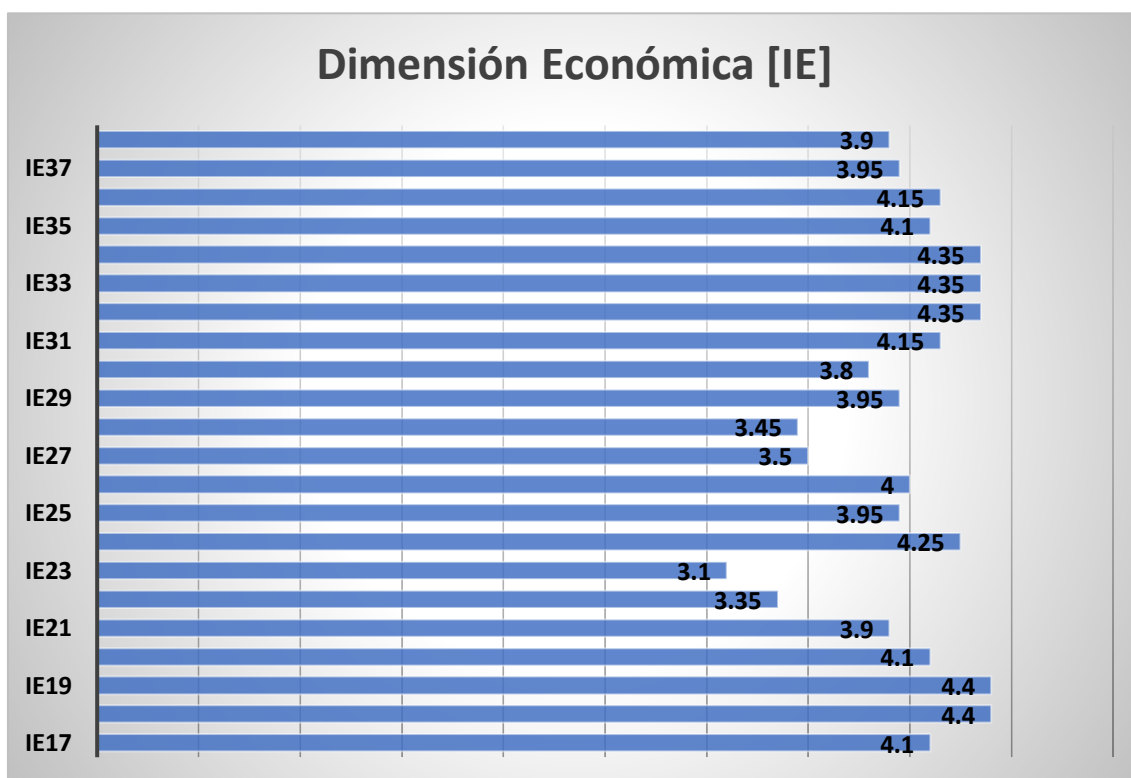


Figura 39. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Económica.

Fuente. Los autores.

Los resultados de la dimensión económica vistos en la **Figura 39** fueron los mejores puntuados, pues su valor llegó a 3,98 promediada. Pese a que fue la dimensión mejor puntuada también fue la única que tuvo los únicos indicadores con un valor por debajo de 3,5. Respectivamente los indicadores menores puntuados fueron el *IE22*, *IE23*, *IE27* y el *IE28*. Si bien se esta dimensión es la que más indicadores tuvo se recalca que también fue la mejor recomendada por los expertos,

Tabla 39. Recomendación de expertos.

Recomendaciones de los expertos sobre los indicadores de la Dimensión Económica
El indicador 7 resuelve al indicador 9.
Se recomienda que el nombre del indicador 7 "Nivel de educación alcanzado por los empleados turísticos" sea "Profesionalización del Turismo"
El indicador 12 es más trabajable con una organización concreta de guías especializados.
Los indicadores relacionados con información hotelera son propensos a sesgo, pues muchos hoteles no consideran buena idea compartir su información.
El indicador 27 requiere de una fórmula especializada para un cálculo aproximado útil y un gran esfuerzo para su generación.

El indicador 10 debe ser separada en "Empleo directo" y "Empleo indirecto" para mejor análisis de datos

Se recomienda que el indicador 28 se traslade a la dimensión sociocultural, pues la información generada también es compatible con el área cultural y social.

Se recomienda que el indicador 20 se mida mediante el conteo o intensidad de las personas redes sociales en función a un atractivo en particular.

Los indicadores relacionados a los hoteles son propensos a sesgo debido a que los hoteles guaran información por temas fiscales.

Se recomienda que el observatorio turístico cree alianzas con hoteles para que estos brinden información fidedigna sobre sus productos.

El indicador 22 se lo puede agregar a la categoría de oferta turística mas no a la de capacidad de carga.

Se recomienda que se replanteen los indicadores 12 y 13, pues no están relacionados dentro del espectro económico, o que se trasladen a otras dimensiones.

Fuente. Los autores.

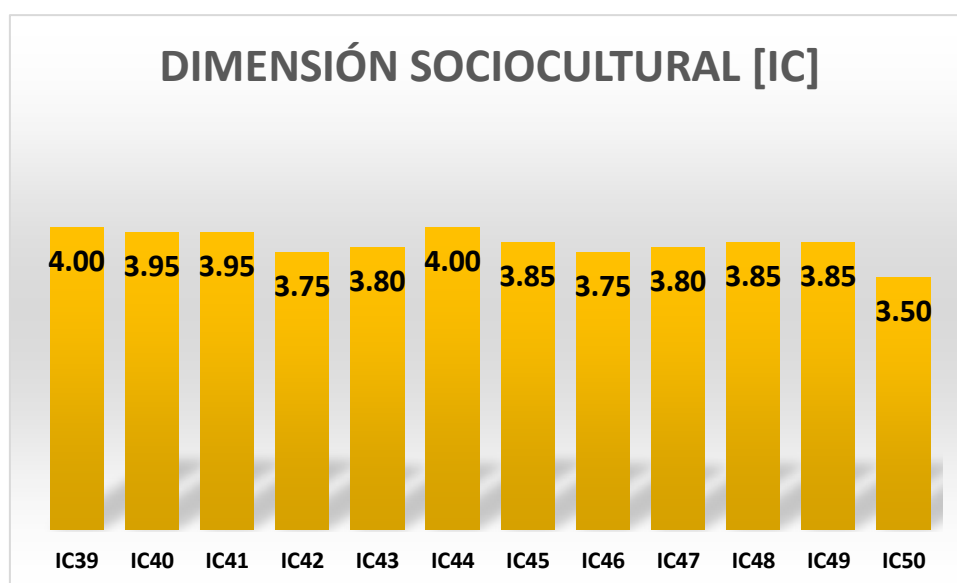


Figura 40. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Sociocultural.

Fuente. Los autores.

Los resultados expuestos en la **Figura 40** del criterio de los expertos determinaron que todos los indicadores de la dimensión sociocultural son óptimos, pues superaron o son iguales a 3,5 que es el marcador requerido para su respectiva categorización. En promedio toda la dimensión obtuvo 3,8. Las recomendaciones que dejan los expertos sobre los indicadores de esta dimensión se muestran a continuación (Ver **Tabla 40.**).

Tabla 40. Recomendación de expertos

Recomendaciones de los expertos sobre los indicadores de la Dimensión Sociocultural

Los indicadores sobre protección y valoración del patrimonio cultural deben enfocar los temas más sensibles sobre el patrimonio y su protección para que la comunidad sepa hacia dónde van dirigidos.

Los indicadores de la dimensión sociocultural son de muy difícil acceso, pues incluso el ministerio de turismo se produce este tipo de información para conocimiento público, de entre estos se destacan los indicadores de Impacto Social Comunitario y los de Igualdad de Género.

Se requiere que exista una gran coordinación entre autoridades nacionales y los GAD para que se recopilen la mayoría de los indicadores de seguridad.

Los indicadores del grupo Accesibilidad son de difícil acceso, pues muchas empresas ven estas facilidades como gastos antes que inversión.

La institución encargada del patrimonio nacional, el INPC solamente es un mecanismo de investigación, no regula ni protege, dejando este deber a autoridades locales.

Se recomienda que el indicador sobre número de denuncias sea número, no porcentaje, pues de esa forma la información es más precisa.

Fuente. Los autores.

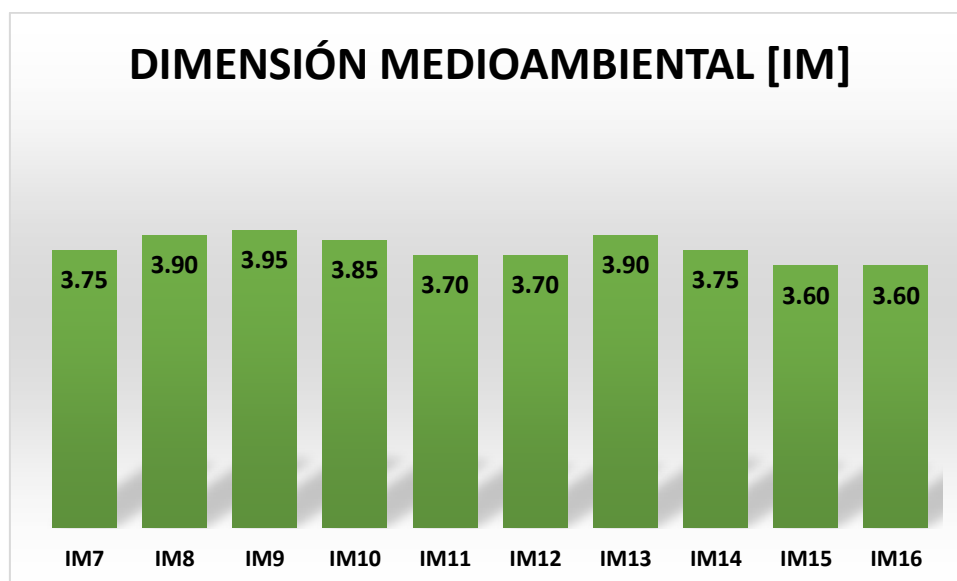


Figura 41. Gráfico del promedio de los indicadores de la Dimensión Medioambiental.

Fuente. Los autores.

Los resultados promediados de los indicadores de la Dimensión Medioambiental [DM] en la **Figura 41** determinaron que todos los indicadores se encuentran dentro del rango óptimo ($>3,5$). Respecto al resultado general de la dimensión, esta obtuvo un puntaje de 3,77. Complementando los resultados de estos indicadores se desglosarán a continuación las recomendaciones y criterios de los expertos (Ver **Tabla 41**).

Tabla 41. Recomendaciones de expertos.

Recomendaciones de los expertos sobre los indicadores de la Dimensión Medioambiental

Los indicadores de la dimensión medioambiental se relacionan más para buscar certificaciones que para la gestión de la sostenibilidad, por ello sería importante que se replanteará el contexto de los mismos.

Se recomienda que el indicador referente a la percepción de la deformación del paisaje, el *IM15*, se más claro

referente a su utilidad y a lo que busca exactamente.

La información pertinente para la creación de los indicadores ambientales de extrema complicación, pues requiere colaboración tanto privada como pública, ya que mucha información requiere datos privados de empresas y apoyo de la parte pública para que coaccionen su apoyo.

Existen pocas empresas que apoyan activamente a la protección del paisaje y la biodiversidad, por ello es necesario que se las contabilice para mejorar la recolección de datos.

Fuente. Los autores.

SISTEMA DE INDICADORES

Para que se finalice la selección de indicadores se expondrá a continuación (Ver **Figura 42.**) el sistema de indicadores propuesto para el observatorio de turismo sostenible para la zona norte de la provincia de Manabí. En él se reflejan hacia qué dimensiones tributarán cada categoría de indicador y cómo se relacionan los indicadores con los actores que conforman la zona de estudio. A continuación, se expondrán las leyendas de la respectiva figura: SC [Nivel de satisfacción del cliente]; PPTS [Política pública de turismo sostenible]; SE [Superestructura]; GSTET [Gestión sostenible del turismo en empresas]; OF [Oferta turística]; CCE [Cantidad y calidad del empleo]; RET [Resultados de empresas turísticas]; ATNC [Atractivos turísticos naturales y culturales]; CC [Capacidad de carga]; FT [Flujo turístico]; CS [Cadena de suministros]; ISC [Impacto social y comunitario]; IG [Igualdad de género]; S [Seguridad]; A [Accesibilidad]; PVPC [Protección y valoración del patrimonio cultural]; GRS [Gestión de residuos sólidos]; GA [Gestión del agua]; CE [Consumo energético]; y PPB [Protección del paisaje y la biodiversidad].

El sistema de indicadores posee un flujo directo de información, pues esta se genera dentro de sus dimensiones, las cuales tributan al sistema de información del OT que dentro de la **Figura 42** se denomina *Base de datos*. Esta base de datos es la que se muestra a los actores del turismo, sean públicos, privados o mixtos, y son a su vez estos actores que, con la información turística, realizarán sus respectivas gestiones dentro del campo de acción local y contribuirán progresivamente al desarrollo del turismo y la gestión sostenible de la zona norte de la provincia de Manabí, sea ya dentro del

ámbito de alojamiento, la restauración o el entretenimiento (para la parte privada) o para la gestión territorial y la gobernanza (para la parte pública).

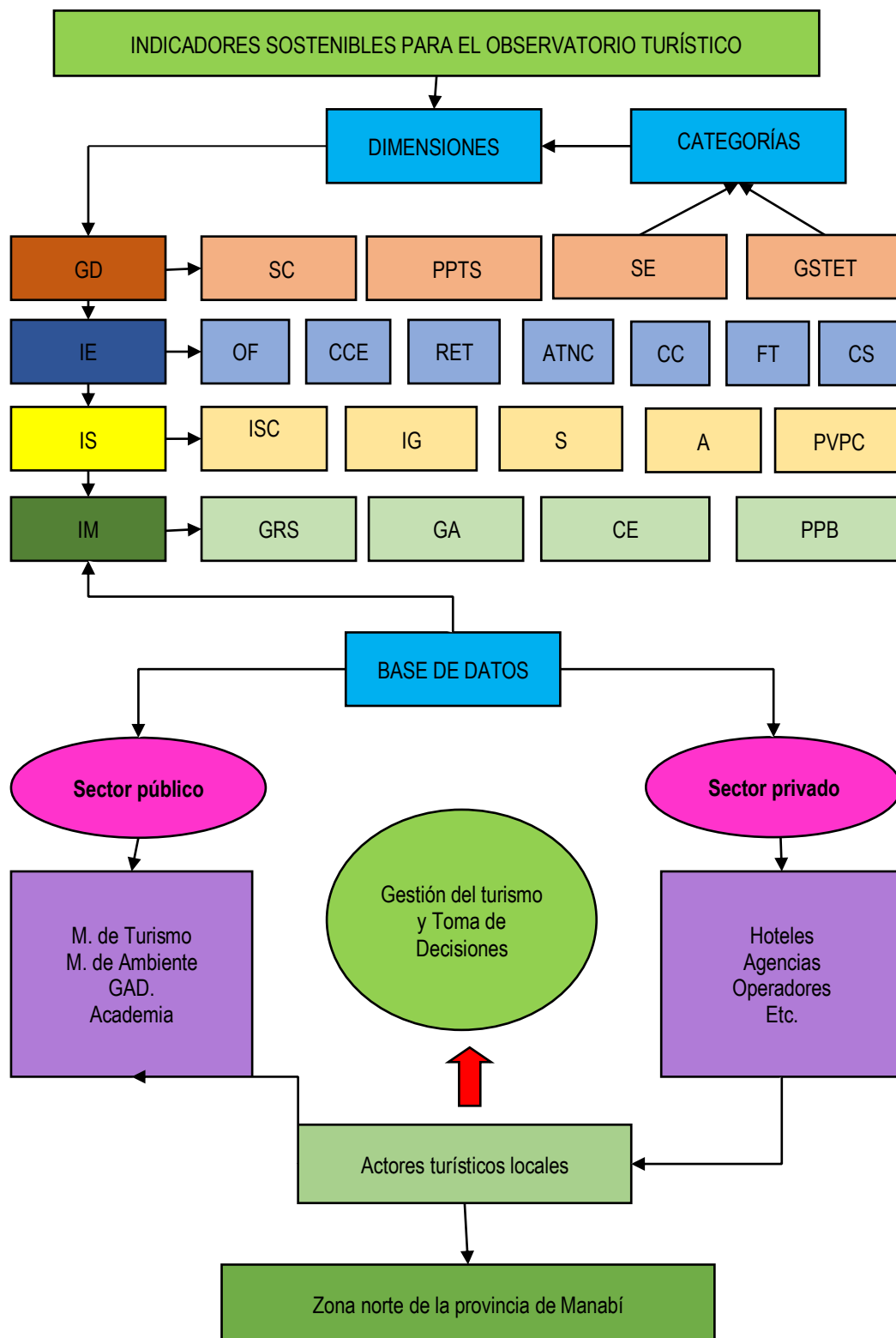


Figura 42. Sistema de Indicadores propuesto para el Observatorio Turístico Sostenible

Fuente. Los autores

Se expondrán en la **Tabla 41** todos los indicadores de forma resumida explicando si son cualitativos o cuantitativos, la escala de medición recomendada, los instrumentos, la periodicidad del indicador y las fuentes de información propuestas para recabar la información necesaria para la elaboración del instrumento. Al lado de cada indicador se establecerá su código respectivo y en los anexos se dispondrán las fichas de indicadores con una descripción de cada uno junto a la información ya adjuntada en la presente tabla. La respectiva tabla fue creada considerando los preceptos teóricos expuestos por la OMT (2005), la UE (2013) y la CEPAL (2006) para el diseño de indicadores turísticos. Finalmente, se utilizará una semaforización para el promedio: mayores a 3,5 (verde) y menores a 3,5 (rojo)

Tabla 42. Indicadores turísticos sostenibles

Indicador (Código)	Tipo	Periodicidad.	Instrumentos	Escala de medición	Fuentes de información propuestas	Promedio
IG1	Cualitativo	Anual	Encuestas	Nominal	Encuestas de satisfacción realizadas por el OT	3,95
IG2	Cuantitativo	Anual	Encuestas	Ratios	MINTUR, Observatorios turísticos nacionales y encuestas realizadas por el OT	3,80
IG3	Cualitativo	Anual	Entrevista/Encuesta	Ratio/Nominal	Análisis del OT e Instituciones aliadas del observatorio	3,70
IG4	Cualitativo	Anual	Encuesta	Nominal	Estudios de satisfacción realizados por el OT y GAD cantonales.	4,00
IG5	Cuantitativo	Anual	Entrevista/Encuesta	Nominal	GAD cantonales	3,85
IG6	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Ratios	Encuestas realizadas por el OT, entrevistas a administrativos de las empresas objetivo.	4,15
IM7	Cualitativo	Anual	Encuesta	Nominal	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,75
IM8	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Nominal	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,90
IM9	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Ratios	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,95

IM10	Cualitativo	Anual	Entrevista/Encuesta	Ratios	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,85
IM11	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Ratios	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,70
IM12	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Ratios	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos	3,70
IM13	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo	Ratios	Análisis del OT	3,90
IM14	Cuantitativo	Anual	Entrevista/Encuesta	Ratios	Encuestas y entrevistas realizadas a las empresas objetivos e instituciones de protección locales/regionales	3,75
IM15	Cualitativo	Anual	Entrevista	Nominal/Ratios	Encuestas realizadas a turistas y personas locales por el OT	3,60
IM16	Cualitativo	Anual	Entrevista/Encuesta	Nominal/Ratios	Encuestas realizadas a turistas y personas locales por el OT	3,60
IE17	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo/Encuesta	Ratios	Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	4,10
IE18	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo	Nominal	Revisión y análisis del inventario turístico nacional.	4,40
IE19	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo	Nominal	Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	4,40
IE20	Cuantitativo	Semestral	Encuesta	Nominal/Ratios	Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	4,10
IE21	Cuantitativo	Anual	Encuesta	Nominal	Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,90
IE22	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo/Entrevistas/Encuesta	Nominal/Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,35
IE23	Cualitativo	Anual	Entrevistas/Encuestas	Nominal	Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,10
IE24	Cuantitativo	Mensual	Estudios de campo	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	4,25
IE25	Cuantitativo	Mensual	Estudios de campo	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	3,95
IE26	Cualitativo	Mensual/Semestral	Entrevistas/Encuestas	Nominal	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	4,00
IE27	Cuantitativo	Anual	Encuestas/Estudios de campo/Entrevistas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,50
IE28	Cualitativo	Mensual	Encuestas/Estudios de campo/Entrevistas	Ratios	Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales	3,45
IE29	Cualitativo	Semestral/Anual	Estudios de campo/Entrevista	Nominal	Encuestas generales del estudio de la demanda turística	3,95
IE30	Cualitativo	Semestral/Anual	Estudios de campo/Entrevista	Nominal	Estudios sobre la gestión del turismo local	3,80
IE31	Cuantitativo	Mensual	Encuestas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas	4,15

IE32	Cuantitativo	Mensual	Encuestas	Ratios	de alojamiento registradas por el MINTUR Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	4,35
IE33	Cuantitativo	Mensual	Encuestas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento y restauración registradas por el MINTUR	4,35
IE34	Cuantitativo	Mensual	Encuestas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	4,35
IE35	Cuantitativo	Mensual	Estudios de campo/Encuestas	Ratios	Encuestas sobre estudios de demanda turística	4,10
IE36	Cuantitativo	Mensual	Estudios de campo/Encuestas	Ratios	Encuestas sobre estudios de demanda turística	4,15
IE37	Cuantitativo	Anual	Encuestas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	3,95
IE38	Cuantitativo	Anual	Encuestas	Ratios	Encuestas hacia empresas turísticas por el MINTUR	3,90
IC39	Cuantitativo	Anual	Encuestas	Ratios	Estudios de demanda turística y análisis demográfico local	4,00
IC40	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo	Nominal	Estudios de demanda turística locales realizados por el OT	3,95
IC41	Cuantitativo	Anual	Entrevistas/Encuesta	Ratios	Encuestas enfocadas a empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,95
IC42	Cualitativo	Anual	Entrevistas/Encuestas	Nominal	Encuestas enfocadas a empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,75
IC43	Cuantitativo	Mensual/Anual	Estudios de campo/Entrevistas	Ratios	Análisis y revisión de datos brindados por las autoridades de seguridad y empresas de servicios	3,80
IC44	Cualitativo	Anual	Estudios de campo/Entrevistas/Encuestas	Nominal	Encuestas sobre el estudio de la demanda turística	4,00
IC45	Cualitativo	Anual	Estudios de campo	Ratios	Análisis espacial y ambiental de la zona norte de la provincia de Manabí	3,85
IC46	Cuantitativo	Semestral/Anual	Estudios de campo	Ratios	Análisis del componente social de la zona norte de la provincia de Manabí	3,75
IC47	Cuantitativo	Anual	Encuestas/Entrevistas	Ratios	Encuestas sobre estudios de demanda turística	3,80
IC48	Cuantitativo	Anual	Estudios de campo/Encuestas	Ratios/Nominal	Encuesta enfocada a empresas turísticas registradas por el MINTUR	3,85
IC49	Cualitativo	Anual	Estudios de campo	Nominal	Análisis de las normativas y la gobernanza de los cantones de la zona norte de la provincia de Manabí	3,85
IC50	Cualitativo	Anual	Entrevistas/Encuestas	Nominal	Encuestas enfocadas a segmentos de la población ubicadas en áreas altamente turísticas de la zona de estudio	3,50

Fuente: Los autores, en base a la OMT (2005), la UE (2013), y la CEPAL (2006)

4.3. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Las últimas actividades dentro de la tercera fase corresponden al diseño de estrategias de comunicación y difusión, conformadas por el diseño del sistema de softwares; el establecimiento de las políticas de difusión; y la propuesta del plan estratégico de comunicación para el OT. Estas actividades representan la última etapa, y son las encargadas de brindar al OT de herramientas de gestión para la información que producirá.

4.3.1. DISEÑO DEL SISTEMA DE SOFTWARES PARA EL OT

Dentro de esta propuesta también se define el sitio web que utilizará la institución para la difusión y almacenamiento de los datos. La página oficial tendrá un esquema estándar, pues como se utilizará la gestión de datos se propone que posea un sistema de gestión de datos de base relacional [SQL Server] desarrollado por la empresa Microsoft. Para el desarrollo de aplicaciones y la conexión con otras plataformas de datos se proponen dos herramientas de diseño: *.Net.Core* y las *APIs*. La primera es una herramienta de codificación abierta que permite la creación de todo tipo de aplicaciones. La segunda herramienta permite la conexión de información y procedimientos con otros sitios web, los cuales facilitarán la gestión de la información. Estas dos herramientas conformarán la interfaz del sitio, y serán lo que se mostrará a los usuarios del sitio web. La **Figura 43** expone a detalle los requerimientos y como se conectan uno tras otro.

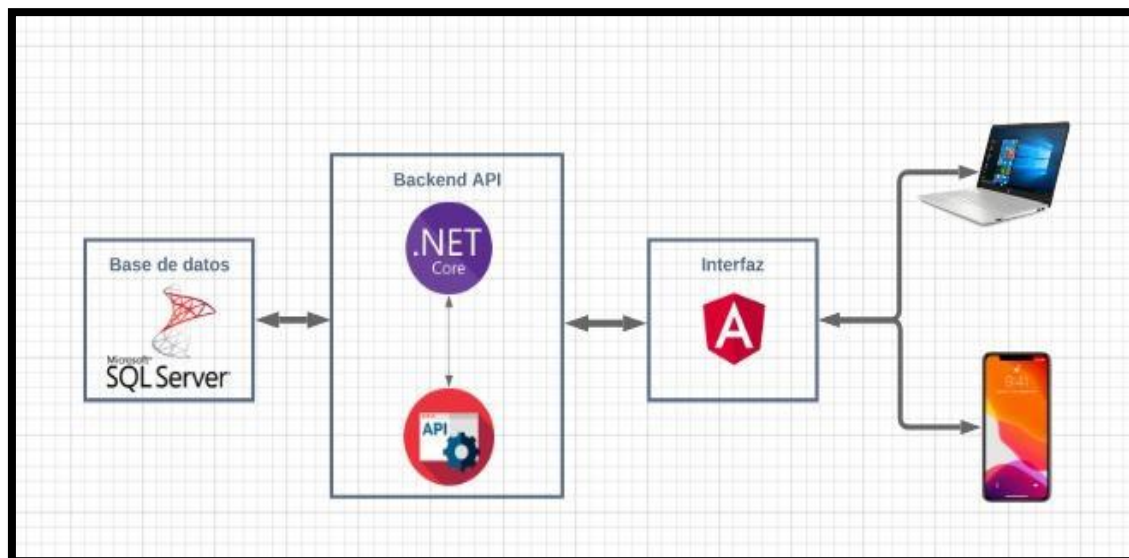


Figura 43. Esquema del sitio web

Fuente: Los autores

Los elementos clave que permiten un correcto diseño de los sitios web son cuatro: i.) Responsividad; ii.) Escaneabilidad; iii.) Tipografía; y iv.) Velocidad de carga. La Responsividad hace referencia al acceso de cualquier dispositivo al sitio web; la escaneabilidad se refiere a la comprensión que el sitio web brinda a sus visitantes; la tipografía es básicamente el tipo de letra que tendrá el sitio, es recomendable que sea clara y con un tamaño adecuado para todas las edades; y la velocidad de carga también es un factor importante, pues según la velocidad en la que cargue una página se afectará a la opinión del visitante sobre la calidad del sitio.

Las ventajas de un sitio web propio son actualmente necesarias para cualquier tipo de institución o negocio que pretenda posicionarse en el tiempo y espacio. La primera ventaja radica en las buenas impresiones que da a los visitantes, relacionada directamente a la obtención de mejores resultados y mayor difusión de la información de parte de los internautas. La segunda ventaja se relaciona con un mejor proceso de búsqueda por navegadores [SEO], lo que también se relaciona con mayores índices de difusión, pues los buscadores son las herramientas más utilizadas para la búsqueda de información online, donde las

primeras páginas que muestran son las más visitadas y populares. La tercera y cuarta ventaja son respectivamente que un sitio web se considera una ventaja competitiva propia y permite un mayor índice de ingresos. Como último beneficio al OT se menciona que tener un sitio web aumenta el marketing boca a boca, y se relaciona directamente con una mayor difusión y generación de ingresos económicos.

4.3.2. ESTABLECIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE DIFUSIÓN

Basados en los lineamientos establecidos por la Agencia Aysén en el 2009 para el diseño de observatorios turísticos, las políticas de difusión serán las directrices mediante la cuales el OT administrará y gestionará la información que genere hacia sus principales demandantes. Las decisiones que modifiquen estas políticas se tomarán directamente desde el comité ejecutivo del observatorio establecido en la fase 2 de esta propuesta, siendo los únicos con capacidad de decisión.

La página web del observatorio se someterá a estas políticas y los datos que en ella se expondrán se gestionarán de forma tal que estén en armonía con las políticas de difusión. Según lo establecido, se proponen tres tipos de políticas.

- A. Acceso público.
- B. Acceso restringido.
- C. Acceso privado.

Explicado lo anterior se enfatiza que las decisiones que modifiquen estos tres tipos de políticas no modificarán la idea central de sus conceptos, por lo que, si es necesario, ciertos indicadores se privatizarán o no se expondrán al público según las decisiones o fines del comité, dejando libre gestión y administración de la información en manos de sus directivos o en función a sus objetivos.

POLÍTICAS DE ACCESO PÚBLICO

Se definirá como acceso público a toda la información que se ponga a disposición gratuita de quienes visitan la página web. Para que el contenido

sea gratuito contará para estos casos con altos niveles de generalidad, asimismo, los datos gratuitos serán los generados por los indicadores del observatorio y también toda información que proporcione orientación respecto a la oferta turística regional, los datos de contacto del observatorio, sus directivos e institución que lo aloje.

POLÍTICAS DE ACCESO RESTRINGIDO

Se definirá como acceso restringido a toda la información que esté en proceso de tabulación o que no cuente con los niveles requeridos de análisis (información bruta). Este tipo de información no será entregada a ningún tipo de demandante y quedará guardada en las bases de datos del observatorio hasta su respectiva transformación y criterios de uso.

POLÍTICAS DE ACCESO PRIVADO

Se definirá como acceso privado a toda la información que una vez analizada y elaborada, solo se entregará a los demandantes que hayan pagado previamente por ella. Sus características son que no solamente contará con los datos producidos por los indicadores, sino también que serán datos de primera mano y especializada en las necesidades de quienes la hayan solicitado. La información no se expondrá en la página web del observatorio, sino que será enviada mediante otros medios electrónicos o en caso que se habilite una sección privada dentro de la página web se podrá acceder/consultar directamente desde ella mediante un usuario y una contraseña especial para el demandante.

4.3.3. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

El plan de comunicación expuesto en la **Tabla 42** estará conformado de siete preguntas: qué, porqué, dónde, cuándo, quién, cómo y cuánto. En cada incógnita se exponen las actividades, sus fundamentos, la ubicación geográfica donde se realizará, el tiempo de desarrollo, las personas encargadas, los medios de realización o los métodos que se utilizarán y el dinero/recursos

necesarios para llevarlos a cabo. En este caso, las actividades que se emplearon para el plan estratégico se sintetizaron en cuatro: i.) talleres de capacitación online y presencial; ii.) promoción online del OT; iii.) promoción offline de OT; y iv.) difusión de los servicios privados del OT. La primera actividad se fundamenta en el hecho que el OT empleará su función comunicativa y difusora a las instituciones del área, por lo que es importante que se compartan los resultados de sus investigaciones y se fomenten talleres para la recolección de datos y su correspondiente análisis. La segunda y tercera actividad direccionan las actividades que el OT debe emplear para ser reconocido, al menos en su área de acción, por personas e instituciones afines al sector, por lo que una sección dedicada a la promoción online y mediante medios offline es vital. Finalmente, la cuarta actividad, se centra en la difusión de los servicios brindados por el OT, esta última enfocada a la obtención de beneficios económicos propios. El dinero total asignado para todo el plan de comunicación se estimó en \$ 20 000.

Tabla 43. Plan de comunicación

Planificación 5W2H			Plan de comunicación del OT de Manabí			
Qué	Por qué	Dónde	Cuándo	Quién	Cómo	Cuánto
Talleres de capacitación online y presencial	Los talleres de capacitación permitirán que el observatorio se difunda entre diversas instituciones, tanto educativas como privadas que requieran de los servicios de información producidos por el OT. Las modalidades presenciales se enfatizarían para instituciones educativas y las modalidades online estarían disponibles, aunque no obligatorias, para las instituciones privadas	Los talleres de capacitación se realizarán principalmente en la provincia de Manabí, focalizando el esfuerzo en los cantones de la zona norte, en sus principales áreas urbanas y turísticas	Los talleres se realizan exactamente después del primer año de establecimiento del OT, pues después del primer año se obtendrán los primeros resultados.	Las personas encargadas de los talleres de capacitación serán los miembros de la coordinación de investigación, conformados por el personal de investigación y los alumnos asistentes.	Se diseñarán los cronogramas y temas de las ponencias, así como un esquema y la logística necesario para su desarrollo (equipos electrónicos y multimedia). Los temas de las ponencias girarán en torno a las funciones de observatorio, uso del sitio web oficial, periodicidad y tipo de información, aplicación de información turística para la gestión y planificación en pequeñas y medianas empresas	\$ 6 000 USD
Promoción online del observatorio turístico	La promoción online del observatorio contribuye de manera significativa a su difusión entre las entidades académicas y la población local en	La promoción online se realizará mayormente en la zona norte de la provincia, no obstante, debido a que la información online es	La promoción online será más fuerte cuando los resultados ya se conozcan, por lo que, esta actividad se la realizaría con mayor	Las personas encargadas de la promoción online del observatorio será la coordinación técnica, conformados por	Para la promoción online se utilizarán principalmente Internet y páginas sociales, donde se aglomeran la mayor cantidad de personas en	\$ 4 000 USD

	<p>general, lo cual abre paso a mayores posibilidades de consolidación y que la información del observatorio realmente sea útil y se utilice para conocimiento general de las habitaciones de la provincia y las autoridades, asimismo, garantizan que la institución es conocida y profesional.</p>	<p>muy disgregable y se difunde rápidamente, el área de acción se incrementaría hasta las provincias limítrofes: Esmeraldas, Sto. Domingo y Guayas</p>	<p>fuerza después del primer año, donde los habitantes y las autoridades tengan acceso a la información producida.</p>	<p>técnicos en sistemas, comunicación y los alumnos asistentes. Solamente de forma técnica. Las instituciones aliadas se proponen que sean: i.) Instituciones académicas superiores; ii.) GAD municipales; iii.) Empresas turísticas intermediarias.</p>	<p>las redes. Para esto también se contará con alianzas estratégicas con instituciones académicas que también aporten a la promoción del OT desde sus sitios web. La promoción utilizará fotos, boletines y documentos producidos por el OT que validen la profesionalidad de la actividad</p>	
Promoción offline del observatorio turístico	<p>La promoción en medios offline, tales como la radio y el periódico son tan importantes como la online, debido a que gran parte de estos medios de comunicación siguen siendo oídos por segmentos de personas a las que las redes sociales no cubren totalmente. Así pues, una razón principal es que son medios especializados en noticias y eventos, por lo que darán más peso a los esfuerzos de comunicación del OT</p>	<p>Los medios de comunicación offline serán los ubicados en la zona norte de la provincia de Manabí, eso incluye las estaciones de radio y periódicos locales de la provincia o que tengan cobertura en toda la zona norte y provincias limítrofes.</p>	<p>La difusión offline se realizará después del primer año cuando se hayan recabado y analizado la primera ola de información turístico, ello con la finalidad que los medios offline tengan acceso a la información.</p>	<p>Debido a que la promoción offline no depende enteramente de los equipos del OT, sino de empresas de comunicación, se delegará a una persona que trabaje como portavoz del observatorio.</p>	<p>Se utilizarán estaciones radiales de la provincia y periódicos como principales recursos de difusión de información, en la información se expondrán principalmente los boletines, pues son de fácil comprensión, así como fotografías que reflejen la realidad del área.</p>	\$ 6 000 USD

Difusión de los servicios privados del observatorio turístico	El observatorio turístico requiere de financiamiento propio para su subsistencia en el tiempo, por lo que es necesario que brinde servicios privados a empresas e instituciones que la requieren, yendo más allá de la información sostenible que proporcionan sus indicadores. Asimismo, la difusión de sus productos y servicios dará la imagen de institución dedicada y responsable con el desarrollo del turismo, tanto local como el turismo privado.	Los productos que ofrecerá el observatorio se concentrarán en la provincia de Manabí, excluyendo a las provincias vecinas por motivos de tiempo y esfuerzo. Se priorizarán empresas, instituciones o agentes locales que requieran servicios de información/consultorías o análisis de datos.	Los servicios tales como las consultorías y los análisis de datos pueden realizarse antes del primer año siempre y cuando no se requiera información sostenible propia del observatorio, no obstante, se recomienda al OT iniciar pasado el primer año	La difusión de los productos se la realizará mediante instituciones aliadas del OT: academia, GAD, empresas, etc., su sitio web y las redes sociales. Se priorizará una estrategia de penetración, donde será recomendará que las instituciones aliadas comuniquen los servicios del OT desde sus sitios web.	La difusión de los productos y los servicios se los realizará de manera online, pues permite un mayor flujo de información y más expansión. Se utilizarán sitios web especializados de instituciones educativas y redes sociales.	\$ 4 000 USD
---	---	---	--	---	---	--------------

Fuente: Los autores.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. El análisis del sector turístico demostró que la zona norte de la provincia de Manabí posee los recursos y la oferta turística necesaria para la implementación de un observatorio de turismo sostenible, así pues, también se demostró que existe una cantidad alta de actores que colaborarían con la recopilación de información del OT a corto y largo plazo, mientras que un poco porcentaje apoyaría financieramente, también el perfil del turista desarrollado para el área de estudio determinó concordancia con la realidad del turismo local. El análisis estratégico determinó que la estrategia ideal que el observatorio turístico deberá aplicar se relaciona con un enfoque adaptativo del entorno, pues, aunque existen todos los recursos y el relativo apoyo, la realidad del área implicaría dificultades mientras la institución se consolida dentro de la provincia.

2. El diseño de la estructura administrativa y operativa del observatorio de turismo estableció una organización apropiada para el observatorio turístico, ya que tomó en consideración el análisis comparativo de otros observatorios consolidados en Iberoamérica, España y Portugal relacionados con la gestión sostenible, así mismo, se diseñaron los procesos operacionales y el esquema organizativo verticalmente, lo que se acopla a los estándares básicos de gestión y administración. También el estudio técnico determinó los materiales necesarios para las operaciones del OT y determinó los presupuestos requeridos en base a las posibilidades y realidades locales. El sistema de indicadores diseñado con cuatro dimensiones y sus 50 indicadores fue avalado por los expertos como viable, por lo que el observatorio cuenta con una base sólida para el inicio de sus operaciones.

3. Las estrategias de comunicación del observatorio se diseñaron tomando en cuenta la realidad local del área central y los presupuestos de inversión diseñados en la fase anterior, se diseñó de forma simple el esquema que llevará el sitio web de la institución y las políticas de difusión que implementará la dirección y la gestión del observatorio tomando como base a otros observatorios turísticos. Finalmente, el

plan estratégico fue diseñado considerando las posibles herramientas que tendría la institución para se difunda y se comercialice a través de la zona norte de la provincia de Manabí y sus alrededores.

5.2. RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda a la carrera de la ESPAM MFL que focalice sus esfuerzos en el diseño de un observatorio turístico que fomente la dinamización y el estudio del turismo sostenible en la provincia de Manabí. También que invierta parte de su capital y talento humano para el desarrollo en alianzas con otras academias o sectores cuya finalidad sea la recolección de datos para el fomento de la colectividad académica y el mejoramiento de la gestión de la información del turismo.
- 2.** Se recomienda a las empresas del sector privado que desarrollen mejores estrategias relacionadas con la sostenibilidad para la viabilidad de sus procedimientos que ayuden a la evolución progresiva de la provincia de Manabí y del Ecuador hacia el desarrollo del turismo sostenible, pues dicho concepto será clave en las décadas siguientes, tanto para ser competitivos en el mercado turístico del futuro y para mantener estándares de calidad de una industria pujante.
- 3.** Se recomienda al sector público y a las instituciones encargadas de la gobernanza turístico y territorial de la provincia de Manabí que fomenten la creación de normativas que dinamicen sus industrias turísticas locales y que al mismo tiempo inviertan en pequeños estudios turísticos que brinden una visión clara del cómo se desarrollaría el turismo en sus respectivas zonas. Asimismo, también es recomendable que empleen mecanismos de gestión territorial donde tomen en cuenta el turismo como eje de desarrollo y políticas cuyo objetivo contribuirá a la dinamización de esta industria a largo plazo.
- 4.** A las instituciones educativas de nivel superior de la provincia de Manabí y de Ecuador en general que posean carreras afines o relacionadas al ámbito investigativo del turismo se recomienda que fomenten los estudios por turismo sostenible encaminados al desarrollo de sus propios territorios, así también se

recomienda que formen pequeños cuerpos académicos dedicados al estudio de las dinámicas turísticas.

5. Finalmente se recomienda a la comunidad que trabaja dentro del sector turístico que colaboren con toda la información que esté a su disposición, pues mediante el estudio del turismo se consigue la excelencia del sector. También se recomienda a las comunidades con potencialidad turística del Ecuador que inviertan en turismo, pues se ha demostrado que es una actividad de gran poder para el mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos como ya se ha demostrado en muchas comunidades, regiones y estados.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Aysén. (2009). Diseño de Modelo de Observatorio Turístico Aysén [Archivo PDF]. <https://www.agenciase.org/biblioteca/>.
- Altimira, R & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Económico y Jurídico Esculiarense*, (11), 677-710. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2267966>.
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 3(1), 6. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>.
- Auz, E. (2016). Propuesta de creación de un observatorio de turismo para la provincia de Pichincha [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Equinoccial]. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15915>.
- Barre, J & Candela, A. (2019). Modelo de gestión para el desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador [Tesis de Pregrado, Escuela Superior Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Manabí]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1120?mode=full>.
- Barros, F. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1). <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>
- Blasco, F. D. & Cuevas, C. T. (2013). Observatorio en Turismo: Organismo Inteligente para la Toma de Decisiones en el Destino. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(2), 25-34. <http://hdl.handle.net/10256/9239>.
- Bolaños, D. A. (2016). SIG aplicado al turismo. *Tierra Infinita*, 2(1), 133-144. <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/tierrainfinita/article/view/118>.
- Brinckmann, W. & Cebrián, A. (2001). Desarrollo sostenible y turismo rural en áreas subdesarrolladas. El reflejo en río Grande Do Sul (Brasil). *Cuadernos de Turismo*, (8). 61-76. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22051>
- Carvajal, G., Andrade, A., Caicedo, E., & Zambrano, L. (2020). Posicionamiento del observatorio turístico Bahía, para la gestión del destino de la zona norte de Manabí. *SINAPSIS. La Revista Científica del ITSUP*, 1(16), 1-7. <https://doi.org/10.37117/s.v1i16.250>.
- Coromina, L. & Camprubí, R. (2016) Analysis of tourism information sources using a Mokken Scale perspective. *Tourism Management*, (56), 75-84. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.025>.
- Delgado, S. (2020). *Pueblos y zonas rurales marginados del turismo*. <https://www.gaceta.unam.mx/pueblos-y-zonas-rurales-marginados-del-turismo/>.
- Félix, A. & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1). 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>

- Font, M & Álvaro, G. (2019). Concepción para el funcionamiento de un Observatorio Turístico en Manabí, Ecuador. *Revista Ibero-Americana de Estrategia RIAE*, 18(3), 482-497. <https://periodicos.uninove.br/riae/article/view/15955/7793>.
- García, M & Palacios, M. (2003). Desarrollo sostenible y turismo en Ecuador. *Espacio y Desarrollo*, (15). <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/8121/8413>
- García, M., Salazar, E. & Villamar, J. (2018). Turismo ecológico para potenciar el desarrollo sostenible del cantón Puerto López, Manabí, Ecuador. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 1(1). 17-35. <https://doi.org/10.46380/rias.v1i1.1>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pedernales. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pedernales [Archivo PDF]. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360002920001_1360002920001-PDOT-GR-GAD-PEDERNALES_29-12-2016_15-13-32.pdf
- Hernán, G. (2011). La importancia de un observatorio turístico en provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. *Turismo y Economía. SEDICI*, (3), 8-44. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25780>.
- Hormaza, D & Torres, R. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 385-400. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.027>.
- Hortelano, M & Gil, A. (2012). El Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia. *POLÍGONOS. Revista de Geografía*, (23), 269-272. <http://hdl.handle.net/10612/8350>.
- Inostroza, G & Cánoves, G. (2012). Turismo sostenible y proyectos hidroeléctricos: Contradicciones en la patagonia chilena. *Cuadernos de Turismo*, (34). 115-138. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203051>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. [Archivo PDF]. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/memoriasCenso/Memorias-light.pdf>
- Instituto Geográfico Militar, 2020. *Atlas turístico del Ecuador: cuatro mundos para descubrir*. Quito-Ecuador. https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Atlas/ATLAS_TURISMO-2020-peq.pdf
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2019). *Banano, plátano y otras Musáceas*. <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/banano-platano-y-otras-musaceas/>
- Jijón, J & Rivera, A. (2020). Arqueo-Turismo en Manabí: activación turística del legado ancestral para el desarrollo local en la provincia de Manabí, Ecuador.

REHPA Revista de Historia, Patrimonio, Arqueología y Antropología Americana, (3), 75–90. <https://zenodo.org/record/4065804#.YhBpi-jMLIU>.

- Lectong, J (2018). Evaluación de los recursos turísticos para el desarrollo del turismo comunitario en la región costa norte de Manabí [Tesis de pregrado, Escuela Superior Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/733>.
- Lee, T & Jan, F. (2019). ¿Puede el turismo comunitario contribuir al desarrollo sostenible? Evidencia de las percepciones de los residentes sobre la sostenibilidad. *Gestión Turística*, (70), 368-380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>.
- Loor, G. (2020). Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en comunidades de la costa norte de Manabí [Tesis de pregrado, Escuela Superior Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1301?mode=full>.
- López, M., Pereira, J., Molina, J., Tarí, J & Pertusa, E. (2022). Sostenibilidad y desempeño en la industria hotelera: el papel mediador de las ventajas competitivas. *Cuadernos de Turismo*, (49), 105-130. <https://doi.org/10.6018/turismo.521811>.
- López, P., Vázquez, M & Lario, M. (2018). El concepto de sostenibilidad turística en los libros de inglés aplicado al turismo. *Cuadernos de Turismo*. (42). 261-284. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.42.11>
- Machín, F. (2020). Ciencia de la sostenibilidad. Construcción de un paradigma salvacionista. Editorial Salvacionista. <https://elibro.net/es/ereader/espam/171336?page=53>
- Mendoza, I. Rivera, M. & Doumet, Y. (2022). Políticas públicas ambientales y desarrollo turístico sostenible en las áreas protegidas de Ecuador. *Revistas de Estudios Andaluces (REA)*, (43), 106-124. https://institucional.us.es/revistas/andaluces/43/REA_N_43_febrero_2022_completa.pdf
- Mendoza, J., García, K., Salazar, R. & Vivanco, I. (2019). La Economía de Manabí Ecuador, entre las sequías y las inundaciones. *Revista Espacios*, 40(6). 10. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n16/a19v40n16p10.pdf>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. 2020. *Rendición de cuentas 2020* [Archivo PDF]. https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/RDC_2020_2.-Presentacion-RDC2020-MANABI-2020.pdf
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2015). *Fichas de inventarios de recursos y atractivos turísticos del cantón El Carmen*. <https://turisteandoecuador.wordpress.com/2015/08/05/atractivos-turisticos-canton-el-carmen-fichas-mintur/>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2015). *Fichas de inventarios de recursos y atractivos turísticos del cantón Sucre*.

<https://turisteandoecuador.wordpress.com/2015/08/05/attractivos-turisticos-canton-sucre-fichas-mintur/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2015). *Fichas de inventarios de recursos y atractivos turísticos del cantón Flavio Alfaro*. <https://turisteandoecuador.wordpress.com/2015/08/06/attractivos-turisticos-canton-flavio-alfaro-fichas-mintur/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017). *Desarrollo de Productos y Destinos Turístico 208-2020* [Archivo PDF]. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Anexo-0.-13-11-19_PROY_DESTINOS_SERVICIOS.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017). *Indicadores Turísticos 2017*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/boletines-mensuales-de-turismo>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017). *Informe de rendición de cuentas "PLANDETUR 2020"*. https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017). *Informe de rendición de cuentas "PLANDETUR 2020"* [Archivo PDF]. https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Indicadores Turísticos 2018* [Archivo PDF]. https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2018/12-INDICADORES_TURISTICOS-DICIEMBRE.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos* [Archivo PDF]. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Indicadores Turísticos 2019* [Archivo PDF]. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021* [Archivo PDF]. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030* [Archivo PDF]. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Promedio de Llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019*.

- <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Turismo en Cifras*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Comportamiento del turismo Nacional, Manabí*. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Info-MANABI.png>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Indicadores Turísticos 2020* [Archivo PDF]. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2020/Indicadores-turisticos-enero-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2021) *Servicios Turismo: Visualizador de Información Turística*. <https://servicios.turismo.gob.ec/areas-naturales-del-ecuador>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2021). *Turismo en Cifras*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Informe de rendición de cuentas “PLANDETUR 2020”* [Archivo PDF]. https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0
- Ministerio de Turismo. (2019). *Movimientos internos: GEOVIT*. <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- Ministerio de Turismo. (2020). *Redición de Cuentas 2020* [Archivo PDF] <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-MINTUR-2020-compressed.pdf>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/mapa#region-costa>
- Molina, E & Báez, S. (2017). Los Observatorios Turísticos a través de los tiempos. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 10(22). <https://www.eumed.net/rev/turydes/22/observatorios-turisticos.html>.
- Ninahualpa, M. & Molina, E. (2017). Propuesta para el diseño de un observatorio de turismo de ciudades Patrimonio de la Humanidad del Ecuador (Quito y

- Cuenca) [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/9669>.
- Nolasco, D. (2007). Plan de desarrollo turístico sostenible en el cantón Jama provincia de Manabí [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Equinoccial]. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/1498>
- Organización de las Naciones Unidas. (2022) *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. [Archivo PDF]. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos* [Archivo PDF]. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/OMTIndicadores_de_desarrollo_de_turismo_sostenible_para_los_destinos_turisticos.pdf
- Organización Mundial del turismo. (2017). *La Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT debate en su reunión anual cómo medir los impactos del turismo a escala local*. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-12-19/la-red-internacional-de-observatorios-de-turismo-sostenible-de-la-omt-debat>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo Sostenible*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ortiz, A., Matamoro, V. & Psathakis, J. (2016). *Guía para confeccionar un mapeo de actores. Bases conceptuales metodológicas* [Archivo PDF]. <http://45.79.210.6/wp-content/uploads/2017/03/Gu%C3%ADa-para-confeccionar-un-Mapeo-de-Actores.pdf>
- Padilla, P., Sánchez, S., Hernández, J., & Mendoza, Y. (2020). Gestión de Datos de Investigación en los Observatorios de Turismo Regional en Chile. *Cuadernos de Turismo*, (45), 289-310. <https://doi.org/10.6018/turismo.426141>.
- Pérez, P & Espejo, C. (2012). La pesca como factor de desarrollo del turismo sostenible. El caso de Águilas (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, (30). 267-284. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160751>
- Pino, M. (2017). Manabí provincia pionera del Ecuador en tenencia de ganado, no destaca en producción de leche. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2017/01/manabi.html>
- Ponce, J. (2017). La Gestión Comercial y su Influencia en el Crecimiento de las PYMES Hoteleras de Manabí. *Revista ECA Sinergia*, (7), 54-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6230342>.
- Ponce, J., Palacios, D., Solís, V., & Villafuerte, W. (2019). La gestión en las empresas turísticas y su incidencia en el crecimiento económico de la provincia de Manabí – Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía*

- Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/empresas-turisticas-crecimiento.html>.
- Porras, N. (2017). Una mirada a la sostenibilidad en la gestión de proyectos. *International Journal of Good Conscience*, 12(3), 328-344. [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A20.12\(3\)328-344.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A20.12(3)328-344.pdf)
- Proaño & Ramírez (2017). Modelo de desarrollo turístico sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Revista de Postgrado y Sociedad*, 2(15). 65-78. <https://doi.org/10.22458/rpys.v15i2.1965>
- Proaño, G., López, C. & Chérrez, R. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica. Ciencias económicas y empresariales*, 7(1). 29-39. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.426>
- Proaño, W., Ramírez, J. & Pérez, I. (2019). Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador. *Instituto de Información Científica y Tecnológica*, 1(21). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6789901>.
- Rodríguez, I & Pulido, J. (2010). Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano. *Cuadernos de Turismo*, (25). 125-146. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/109601>
- Rodríguez, L. (2018). Sistema de indicadores que fomenten el turismo sostenible en la provincia de Manabí [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]. <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/936>
- Salazar, D. (2016). Propuesta de modelo de gestión de información y conocimiento en el marco de un Observatorio Turístico Cantonal en la ciudad de Riobamba [Tesis de pregrado, Universidad Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4984>.
- Santiago, N., Romero, A. & Álvarez, G. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756273>
- Secretaría de Turismo del Gobierno de México. (2013). *Desarrollo de la metodología para la implementación de observatorios turísticos en destinos en México* [Archivo PDF]. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/197812/15.pdf>.
- Serrano, A & Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante del turismo en Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(13). 12. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>
- Subía, R., Barzaga, O., & Nevares, V. (2018). En financiamiento de las medianas empresas en la provincia de Manabí, Ecuador. *Ciencias Holguín Revista trimestral* 24(1). <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1815/181553863006/181553863006.pdf>.

- Talón, B. P., Gonzáles, S. L., Soguero, R. C., Muñoz, R. S. & Rojo., A. J. (2018). Using big data from Customer Relationship Management information systems to determine the client profile in the hotel sector. *Tourism Management*, (68), 187-197. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.017>.
- Tan, S., Tan, S., Kok, Y., & Choon, S. (2018). Sentido del lugar y sostenibilidad del patrimonio cultural inmaterial: El caso de Geoge Town y Melaka. *Gestión Turística*, (67), 376-387. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.012>.
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2017). *Observatorio Turístico de Manabí (OTM)* [Archivo PDF]. <https://carreras.uleam.edu.ec/hoteleria-turismo/wp-content/uploads/sites/35/2018/05/Proyecto-Observatorio-Tur%c3%adstico-de-Manab%c3%ad.pdf>.
- Universidad Técnica de Ambato. (2019). *Acuicultura y Pesca de Camarón* [Archivo PDF]. <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Acuicultura-y-pesca-de-camar%C3%B3n.pdf>
- Vidal, P., Rodríguez, J & Idrovo, P. (2020). Gestión de los sistemas de información en el sector hotelero de la provincia de Manabí. *FIPCAEC*, 5(5), 121-139. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/317/561>.
- Viñals, M. & Teruel, L. (2021). La perspectiva de la sostenibilidad medioambiental en los estudios de máster y doctorado en turismo en España. *Cuadernos de Turismo*, (47). 487-513. <https://doi.org/10.6018/turismo.474511>
- Zarta, P (2018). La Sustentabilidad o Sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula RASA*, (28), 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>.
- Zuñá, L. (2017). Diseño del observatorio turístico para la planificación y gestión del turismo del cantón Alausí, provincia de Chimborazo [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.espace.edu.ec/handle/123456789/5147>.

ANEXOS

ANEXO 1. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PEDERNALES

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Pedernales				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	Playa la Chorrera	III
			Playa La Cabuya	I
			Playa Punta Palmar	I
			Playa Coaque	I
			Playa Pedernales	III
			Punta los frailes	I
			Playa Carrizal	I
			Playa Cojimíes	III
			Área de conservación ambiental Isla del amor	III
	Acantilado	Sendero de la mitad del mundo	III	
	Estuario	Estuario del Río Cojimíes	III	
	Rio	Rio	Rio Coaque	III
		Cascada	Cascada de Tigua	II
Cascada Chindul			II	
Bosque	Ceja de selva	Resera Ecológica Machechindul	III	
	Húmedo tropical	Bosque Protector Pata de Pájaro	II	
Atractivos culturales	Arquitectura	Monumento	Escultura El Corcovado de Cojimíes	II
		Área arqueológica	Zona Arqueológica de Beche abajo	I
			Zona Arqueológica Coaque	II
	Acervo cultural y popular	Pueblo o nacionalidad	Grupo Étnico Chachis	III
		Gastronomía	Feria del Queso, la cuajada y el suero blanco de Atagualpa	III
			Festival de la Corvina y Robalo	III
			Festival gastronómico del Coco	III
			Festival gastronómico de la langosta y langostino	II
			Festival gastronómico de la jaiba y el ostión	III
	Festival gastronómico del cangrejo azul, flores y frutas silvestres	III		
Fuentes: Loo y Moreira (2018), Secretaría de Turismo GAD Cantonal de Pedernales (2019)				

ANEXO 2. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JAMA

Recursos y Atractivos Turísticos del Cantón Jama				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	Playa tazaste	I
			Arco del amor	II
			Playa El Matal	I
			Playa la División	II
			Playa Camarones	I
			Playa Punta Ballena	II
			Playa Punta Prieta	II
			Playa Punta Blanca	II
			Playa Don Juan	II
			Playa Boaca de Jama	I
			Playa Paraíso	II
	Playa Tabuga	II		
		Bosque	Seco tropical	Reserva Bosque Seco Lalo Loor
	Rio	Cascada	Cascada de Simón	II
Cascada Siete Saltos del Rio Jama			II	
Cascada Biaguá			II	
Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	Museo Jama-Coaque	I
		Area arqueológica	Zona arqueológica Hacienda Providencia	I
			Tabuga Zona Arqueológica	II
	Acervio cultural y popular	Gastronomía	Comida típica la Tonga	II
			Bebida típica Chicha de maiz	II
		Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Fiestas San Pedro y San Pablo	II
Fuente: Loor y Moreira (2018)				

ANEXO 3. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SUCRE

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Sucre				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivo natural	Bosque	Seco	Reserva Biológica Cerro Seco	II
			Bosque La Gorda	II
			Bosque de Chirije	II
			Red de Bosque privado de la Cordillera del Bálsamo	III

		Húmedo Tropical	Cerro Verde	II
	Tierras insulares	Isla continental	Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragatas	II
	Costas o litorales	Playa	Playa Chirije	II
			Playa Pajonal	I
			Playa La Gorda	II
			Playa La Mesita	II
			Playa La Gringa	II
			Playa Bejuco	II
			Playa Punta Bellaca	II
			Playa Bellavista	II
			Playa de Bahía	II
			Playa San Clemente	II
			Playa San Jacinto	II
	Montaña	Colina	Mirador de Bellavista	II
	Rio		Estuario Rio Chone	II
		Ribera	Rio Grande	II
		Rio	Cascada 9 de octubre	II
Atractivo Cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	Museo y sitio arqueológico Chirije	II

Fuentes: Secretaría de Turismo GAD Cantonal de Sucre (2021), Guadamud y Bravo (2019) y MINTUR (2015)

ANEXO 4. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SAN VICENTE

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón San Vicente				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivos naturales	Costas o litorales	Playa	Puerto Cabuyal	II
			Playa Los Aposentos	II
			Playa Cabo pasado	II
			Playa Canoa	II
			Playa Briceño	II
			Playa Punta Napo	II
			Playa Los Perales	II
	Bosque	Húmedo tropical	Parque agroecológico Rio Muchacho	II
Atractivo cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Cerveza artesanal Beerkingo	II

Fuentes: Secretaría de Turismo GAD cantonal de San Vicente (2020)

ANEXO 5. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN EL CARMEN

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón El Carmen				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivo Natural	Rio	Cascada	Balneario Agua Dulce Las Vegas	II
			Balneario Agua Dulce El Rosario	III
			Balneario Agua Dulce Las Minas	II
			Balneario Agua Dulce El Paraíso	II
			Balneario Agua Dulce La Playita	II
			Balneario Salto el Pintado	II
			Balneario Agua Dulce Los Chiros	II
			Balneario Agua Dulce Puerto Nuevo	II
			Cascada San Ramon de Armadillo	II
			Cascada La Graciana	II
			Cascada San Luis	II
			Cascada La Caída del Ñango	II
			Cascada El Encanto	II
	Cascada El Infiernito	II		
	Rio		Rio Las Minas	II
	Bosque	Húmedo Tropical	Bosque protector granja experimental ULEAM, extensión El Carmen.	II
Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Suero Salado	II
	Arquitectura	Otras infraestructuras de arquitectura	Iglesia Central Nuestra Señora del Carmen	II
	Etnografía	Artesanías	Trapiche	II
			Artesanías en Caña	III
Fuente: Secretaría de Turismo GAD Cantonal de El Carmen (2021), MINTUR (2015), Ruiz (2015) y Vélez (2019)				

ANEXO 6. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN FLAVIO ALFARO

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Flavio Alfaro				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivo Natural	Rio	Cascada	Cascada Facundo	II
			Cascada Las Lajas	II
			Cascada Novillo	II
			Cascada Pacho	II
			Cascada Caucho Malo	II
			Cascada Lagartija	II

		Rio	Salto Oscuro	II
			Rio facundo	I
Fuentes: Ministerio de Turismo (2015)				

ANEXO 7. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHONE

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Chone				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivo natural	Rio	Rio	Cabañas el Toto	III
		Cascada	Balneario café color tierra	III
			Balneario Caracol	II
			Balneario la Poza	II
	Ambientes lacustres	Humedal	Sendero los Caimanes	
Atractivo cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Centro Recreacional Bejucal Parck	II
			Rancho Glayfer	III
			Centro Recreacional Gudalupana	III
			Rancho la favorita	III
			Centro Recreacional Quinta Thalia	II
		Otras infraestructuras de arquitectura	Iglesia Canuto	III
	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Feria Internacional El Chame	III
			Festival La Natilla	III
Gatofest			III	
Fuente: Secretaría de Turismo GAD Cantonal de Chone, (2018)				

ANEXO 8. RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BOLÍVAR


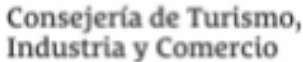

Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Bolívar				
Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo	Jerarquía
Atractivo natural	Montaña	Baja montaña	Cerro Mil Pesos	I
		Cascada	Cascada Primera Piedra	II
	Cascada La Mina		I	
	Cascada Julián		II	
	Cascada el Rocal		I	
	Cascada Chapulí		II	
	Balneario de Agua Dulce Platanales		II	
	Rio	Rio	Balneario de Agua Dulce Los Almendros	II
Atractivo cultural	Arquitectura	Monumento	Monumento a Simón Bolívar	II
			Monumento a los Balseros	II




		Espacios públicos	Parque Central Abdón Calderón	II
			Parque Membrillo	I
			Plaza Cívica	II
		Histórico/vernáculo	Templo San Agustín	II
			Iglesia Santa Marianita de Jesús	I
			Elaboración de artesanías en Barro	I
	Acervo cultural y popular	Etnografía	Artesanías en paja mocora	I
			Finca Agroecológica Perezoso	II
			Quinta Colina del sol	II
			Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	
		Fiestas Patronales San Agustín	II	
		Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	Puente Rojo
Represa Sixto Durán Ballén	I			



Fuente: Secretaría de Turismo GAD Cantonal de Bolívar (2021), Bayas, Álvarez, García y Vera (2013); B75

ANEXO 9. OBSERVATORIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DE INSTO.


OBSERVATORIO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE MALLORCA	
	
Miembro desde	2021
Alojado por	Fundación de Turismo de Mallorca
Área de monitoreo	Mallorca-España
Superficie del área de monitoreo	3636km ²
Visitantes al área de monitoreo	11 millones por turismo doméstico y 11 millones por turismo internacional.
Principales mercados	Reino Unido, España, Francia, Alemania, Italia.
Áreas clave de monitoreo	Innovación; Producción y consumo sostenible; Biodiversidad y protección de la naturaleza; Patrimonio cultural y tradiciones; Movilidad; Planificaciones territoriales y supervisión del desarrollo; Comportamiento y satisfacción del visitante; Seguridad y salud; Turismo deportivo.
Misión del observatorio	“La misión de observatorio recae en la generación de información para la guía de las decisiones de los sectores público y privados, brindando inteligencia a toda la cadena de valor del turismo para que aumente su competitividad y productividad, mientras se mejora y se asegura su sostenibilidad. El objetivo es la generación de estrategias de conocimiento mediante la aplicación de técnicas de investigación innovadoras para el cambio del medioambiente y la demanda turística que contribuyan al alcance de la sostenibilidad del destino turístico de Mallorca”
OBSERVATORIO DE TURISMO DE LAS ISLAS CANARIAS	

 	
Miembro desde	2020
Alojado por	Ministerio de Turismo, Industria y Comercio de las islas Canarias
Área de monitoreo	Islas Canarias-España
Superficie del área de monitoreo	7500km ²
Visitantes al área de monitoreo	1 735 00 turistas domésticos y 13 824 000 turistas internacionales
Principales mercados	Reino Unido, España, Suecia, Alemania, Países Bajos
Áreas clave de monitoreo	Satisfacción local del turismo y del bienestar; Emprendimiento y Empleo; Innovación del destino e impactos y beneficios económicos; Estacionalidad del turismo; Productos turísticos, cultura, ocio y satisfacción del turista; Digitalización, conocimiento y turismo inteligente; Gestión energética; Gestión del agua y de su tratamiento; Gestión de desechos sólidos; Impactos y mitigación del cambio climático; Gobernanza y análisis de las políticas de escala territorial; Conectividad e intermediación del transporte aéreo; Exceso turístico, vacaciones y turismo de masas; Madurez y renovación del destino; Ayudas de capital al turismo natural, áreas protegidas y los ecosistemas frágiles; Accesibilidad e inclusividad universal
Misión del observatorio	El Observatorio de Turismo de las islas Canarias es un instrumento de ayuda al monitoreo y el análisis del turismo para el mejoramiento de la calidad de la toma de decisiones en el sector turístico del archipiélago de las islas Canarias como vía al desarrollo sostenible.
OBSERVATORIO DE TURISMO DE LAS AZORES	
	
Miembro desde	2020
Alojado por	La Agencia de Promoción del Turismo y la Universidad de las Azores
Área de monitoreo	El Archipiélago de las Azores
Superficie del área de monitoreo	2346km ²
Áreas clave de monitoreo	Estacionalidad del turismo; Gestión Energética; Gestión del Agua; Gestión de desechos sólidos; Gestión del tratamiento del agua; Satisfacción local del turismo
Misión del observatorio	El Observatorio de Turismo de las Azores fomenta el análisis, la difusión y el monitoreo de la evolución del turismo en una independiente y factible forma, asegurando la sostenibilidad de su producción técnica y científica, con el fin para que contribuya al desarrollo del turismo sostenible en la región autónoma de las Azores, como parte de sus estrategias globales para el desarrollo regional.
OBSERVATORIO DE TURISMO SOSTENIBLE DE ALGARVE	

	
Miembro desde	2020
Alojado por	Patronato de turismo de Algarve de Portugal
Área de monitoreo	Región de Algarve-Portugal
Áreas clave de monitoreo	Empleo; Beneficios Económicos del Turismo; Estacionalidad del Turismo; Gestión Energética; Gestión del Agua; Gestión de los Desechos Sólidos; Gestión del Tratamiento del Agua; Control del Desarrollo
Misión del observatorio	EL observatorio apunta a la creación de un modelo de colaboración sólido que permita la recolección de indicadores sostenibles y su continuo monitoreo con el fin de que produzca nuevo conocimiento que ayude al proceso de toma de decisiones con una vista a la creación de una región competitiva, reconocida por la calidad de su oferta y crecimiento sostenible
OBSERVATORIO DE TURISMO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	
	
Miembro desde	2019
Alojado por	Patronato de Turismo de la ciudad de Buenos Aires
Área de monitoreo	Buenos Aires-Argentina
Superficie del área de monitoreo	200km ²
Visitantes al área de monitoreo	10 millones de visitas por año
Principales mercados	Estados Unidos; Uruguay; Brasil; Chile; Colombia
Áreas clave de monitoreo	Impactos Económicos; Empleo; Inversión; Viajes internacionales y domésticos; Previsión del Mercado; Recolección primaria de datos; Encuestas, entrevistas y etnografía; Estudios; Ocupación hotelera; Segmentos de Mercado, MICE, cruceros; Educación cultural y gastronómica; Conectividad aérea; Hospitalidad; Gastronomía; Movilidad turística.
Misión del observatorio	La misión del Observatorio de Turismo de Buenos Aires es la recolección de datos y generación de información clave que guíe al proceso de toma de decisiones de los sectores público y privado y se convierta en líderes mundiales en la producción de conocimiento estratégico usando métodos de investigación innovadores y de Big Data, fortaleciendo la gobernanza turística y tomando decisiones efectivas en un mercado dinámico y competitivo.
OBSERVATORIO DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANTIGUA GUATEMALA	
	
Miembro desde	2019
Alojado por	Instituto de Turismo Guatemalteco

Área de monitoreo	Antigua Guatemala-Guatemala
Superficie del área de monitoreo	78km ²
Visitantes al área de monitoreo	767 333 turistas
Principales mercados	Estados Unidos, EL Salvador, México, Costa Rica, Canadá
Áreas clave de monitoreo	Generación fidedigna de información mediante de metodologías sobre indicadores relacionados al turismo, que midan desde la perspectiva sostenible y que permita la correcta toma de decisiones para el diseño de políticas públicas las cuales fomenten el desarrollo del destino cuando provenga de la cultura, la economía y el medioambiente
Misión del observatorio	Satisfacción del cliente; Oferta hotelera; Inversión privada del Sector Turístico; Control de los certificados de las compañías de turismo; Repetición de los turistas; Gasto totales por día de los visitantes; Huella de carbono de los eventos turísticos; Basura producto y consumo de agua en el destino
OBSERVATORIO DE TURISMO DE NAVARRA	
	
Miembro desde	2019
Alojado por	Directorio General de Turismo y Comercio. Gobierno de Navarra
Área de monitoreo	Navarra-España
Superficie del área de monitoreo	10 391km ²
Visitantes al área de monitoreo	1 066 757 turistas domésticos y 380 467 turistas internacionales
Áreas clave de monitoreo	Impactos de las emisiones en un área sensible medioambientalmente; Estacionalidad; Desconcentración espacial; Reforestación y evolución del ecosistema; Proveedores del Turismo y Demanda.
Misión del observatorio	Producción con rigor and publicación periódica relevante de datos y información en desarrollo turístico en Navarra desde las perspectivas económicas, medioambientales, sociales, territoriales y de gobernanza para una gestión sostenible
OBSERVATORIO DE TURISMO SOSTENIBLE DE ALENTEJO	
	
Miembro desde	2018
Alojado por	Universidade de Évora-Portugal
Área de monitoreo	Región de Alentejo-Portugal
Superficie del área de monitoreo	31 605km ²
Visitantes al área de monitoreo	458 600 visitas receptoras y 1 039 000 visitas domésticas
Áreas clave de monitoreo	Empleo; Beneficios económicos del Destino; Estacionalidad del Turismo; Gestión Energética; Gestión del Agua; Gestión de Desechos sólidos; Gestión del Tratamiento de Aguas; Satisfacción Local con el turismo y la gobernanza.

Misión del observatorio	El Observatorio de Turismo de Alentejo se enfoca en la medición y monitoreo del desarrollo del turismo sostenible en el territorio de Alentejo. Su objetivo es el desarrollo de un reconocido Observatorio de Turismo Sostenible de la OMT, generando las mejores prácticas que sean instrumentos en el mejoramiento de toma de decisiones en los niveles locales, regionales y nacionales, ayudando al desarrollo sostenible del turismo y en la protección de los recursos frágiles que son las bases del desarrollo turístico. La implementación/desarrollo de este proyecto constituye el reconocimiento del turismo sostenible como un vehículo que incentive el desarrollo social y económico, así también como las potenciales fuentes de los impactos negativos sociales, culturales y medioambientales que serán monitoreados y gestionados.
OBSERVATORIO DE LA CIUDAD DE PANAMÁ	
	
Miembro desde	2018
Alojado por	Cámara Nacional de Turismo de Panamá
Área de monitoreo	Ciudad de Panamá
Superficie del área de monitoreo	16km ²
Visitantes al área de monitoreo	2,5 millones de visitas totales
Misión del observatorio	Desarrollo, fomento y aseguramiento de la creación de leyes e incentivos que ayuden al crecimiento de la industria del turismo en Panamá
OBSERVATORIO DE TURISMO DEL ESTADO DE GUANAJUATO	
	
Miembro desde	2015
Alojado por	Secretaría de Turismo de Guanajuato
Área de monitoreo	Estado de Guanajuato y sus 46 municipalidades
Superficie del área de monitoreo	30 607km ²
Visitantes al área de monitoreo	30, 7 llegadas totales
Áreas clave de monitoreo	Gestión del Destino; Economía Inclusiva; Cultura y Sociedad; Medioambiente
Misión del observatorio	El principal objetivo del Observatorio de Turismo del Estado de Guanajuato es la medición de los resultados e impactos del sector turístico en el Estado de Guanajuato, revisando factores esenciales que impactan su evolución. Mediante su trabajo, el Observatorio mira los procesos en áreas de especial interés, fomentando los mecanismo e instrumentos que conducen al conocimiento de la demanda de los ciudadanos y la generación de conocimiento útil a través de estudios de turismo.
OBSERVATORIO DE TURISMO Y EVENTOS DE LA CIUDAD DE SAO PAULO	

	
Miembro desde	2016
Alojado por	Autoridad de Turismo de San Paulo
Área de monitoreo	Ciudad de San Paulo
Superficie del área de monitoreo	1521km ²
Visitantes al área de monitoreo	14.9 millones de visitas totales
Áreas clave de monitoreo	Consumo del Agua; Desperdicios reciclables y no reciclables; Distribución energética; Información de Segmentos específicos; Indicadores esenciales económicos.
Misión del observatorio	El principal objetivo del Observatorio es el análisis del comportamiento del turismo y el segmento de eventos en la ciudad de Sao Paulo. <i>“Creemos que todo es medible, que el turismo sostenible es la clave para un destino exitoso, que la credibilidad es nuestra mayor prueba, que el conocimiento empodera los negocios”</i>

ANEXO 10. FICHAS DE INDICADORES TURÍSTICOS SOSTENIBLES UTILIZADOS RECOMENDADOS PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA PROVINCIA DE MANABÍ.

Código	Indicador	
I-G-1	Nivel de satisfacción de los visitantes	
Descripción del indicador		Tiempo
<p>El nivel de satisfacción de los clientes es un indicador que permite a los gestores del destino turístico conocer en qué medida el destino satisface a sus visitantes, también brinda en cierta medida cómo los establecimientos turístico locales brindan servicio. Para la gestión turística es de gran importancia el conocimiento de esta información pues permite la creación de estrategias y políticas que fomenten el desarrollo del ocio y la recreación.</p>		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de satisfacción de los visitantes	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Determinación del nivel de satisfacción.

Código	Indicador	
I-G-2	Porcentaje de turistas que vuelven a visitar el destino	
Descripción del indicador		Tiempo
<p>El porcentaje de turistas que repiten en sus visitas en el área turística de estudio es un indicador que permite conocer a los gestores del destino si su oferta turística y su conjunto de servicios es lo suficientemente atractiva para que los turistas vacacionen de nuevo en el destino. Para la gestión del turismo es importante esta cifra, pues</p>		1 año

conociendo el nivel de repetición se formulan estrategias de marketing que incentiven el crecimiento económico del turismo y estrategias de gestión locales que mejoren la promoción y la infraestructura de servicios.		
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas generales del estudio de la demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de demanda turística

Código	Indicador	
I-G-3	Porcentaje del destino con estrategias y planes de acción sostenibles.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador calcula el porcentaje de empresas, áreas y recursos turísticos locales que posean planificaciones y medidas de acción que tomen en cuenta la sostenibilidad (economía, cultura, medioambiente). Para la gestión del destino que los gestores conozcan la cantidad de zonas, servicios y recursos bajo planteamientos sostenibles ayuda a la imagen del destino y fomenta la creación de normativas locales que incentiven el desarrollo sostenible del turismo		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis de la gestión del turismo	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de la gestión de turismo local.

Código	Indicador	
I-G-4	Satisfacción de los residentes por su participación e influencia en la planificación y desarrollo del turismo.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el grado de satisfacción de residentes locales en la toma de decisiones turísticas y en el desarrollo de planificaciones que tomen en cuenta su realidad local. Para la gestión del turismo este indicador permite la observación de cómo los habitantes locales toman partido del turismo y fomenta una toma de decisiones realista.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Estudios de satisfacción del residente GAD cantonales.	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Determinación el nivel de satisfacción

Código	Indicador	
I-G-5	Presupuesto y ejecución presupuestaria de los GAD para el turismo.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador recaba los presupuestos para turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la zona norte de Manabí. Que se sepa cuánto dinero se invierte en el desarrollo turística brinda una visión más amplia de cómo se gestiona la actividad dentro del marco público, y da más opciones estratégicas para el fomento de la actividad.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis de la gestión del turismo	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si	Estudios sobre la gestión del turismo local

	hay la posibilidad)	
--	---------------------	--

Código	Indicador	
I-G-6	Porcentaje de empresas/establecimientos del destino con certificaciones medioambientales y de calidad.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador recaba el porcentaje de empresas turísticas de la zona norte de Manabí que posean certificaciones medioambientales que garanticen la calidad de sus productos y servicios. La importancia de este indicador para la gestión recae en que conocer cuán dedicadas son las empresas de turismo para la prestación de sus servicios, este índice permite la generación de políticas locales y fomenta la inversión		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística local

Código	Indicador	
I-M-7	Volumen de residuos	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el volumen de residuos producidos por las empresas de turismo de la zona norte de la provincia de Manabí. Que se conozca la cantidad de basura producto por el sector del turístico permite su regulación y la creación de estrategias que mitiguen o reduzcan su impacto en el área		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

Código	Indicador	
I-M-8	Establecimientos conectados a una red de tratamiento de aguas	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador enumera el número de empresas turísticas que están conectadas a una red de tuberías de aguas que van hacia una planta de tratamiento. Que se conozca el número de empresas que se preocupan por la cantidad de agua utilizada y toman conciencia de las consecuencias producidas por los impactos de aguas no tratadas en el área de estudio fomenta una mejora en la salud y en la calidad medioambiental local.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades

Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas
--	---	---

Código	Indicador	
I-M-9	Porcentaje de empresas con instalaciones que permiten reducir el consumo de agua.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador muestra el porcentaje de empresas turísticas que tienen integrados sistemas de reducción del consumo de agua. Para la gestión del turismo este indicador muestra el compromiso de las empresas locales por la gestión del agua, y permite la generación de estrategias relacionadas con el uso de este recurso		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

Código	Indicador	
I-M-10	Comparación del consumo de agua dulce en temporadas turísticas altas y bajas.	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador compara el consumo de agua dulce en los meses de alta afluencia turística con los meses de baja afluencia en la zona norte de la provincia de Manabí. Que se sepa en que temporada existe mayor consumo de agua dulce aporta información a los gestores del turismo y de las empresas del sector a la creación de programas y estrategias de reducción de su consumo.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

Código	Indicador	
I-M-11	Porcentaje de empresas turísticas que han adoptado la iluminación de bajo consumo	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el porcentaje de empresas turísticas con sistemas de iluminación de bajo consumo. Que se conozca cuantas empresas utilizan sistemas de reducción de consumo eléctrico ayuda a la mejora de la calidad medioambiental y reduce costes en sus empresas, para la gestión del turismo, los gestores pueden diseñar esquemas de consumo que se ajusten a las necesidades locales.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

	Empresas del sector turístico	
--	-------------------------------	--

Código	Indicador	
I-M-12	Comparación del consumo de energía en temporadas turísticas altas y bajas.	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador compara el consumo energético de las empresas y establecimientos turísticos durante las temporadas de mayor afluencia con las de menos afluencia. El consumo energético es una problemática paulatinamente e implica riesgos e impactos medioambientales, por ello para la gestión del turismo este indicador es de gran utilidad para la creación de estrategias.	1 año	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

Código	Indicador	
I-M-13	Porcentaje del destino designado para protección (superficie en km ²)	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador expone el porcentaje de la zona norte de la provincia de Manabí que están consideradas como zonas protegidas, tanto privadas como dentro del SNAP. El grado de territorio protegido es un valor de referencia para los turistas y los gestores sobre cuan implicados está el sector turístico local con la protección de los recursos ecosistémicos.	1 año	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis de la gestión del turismo	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de la gestión de turismo local.

Código	Indicador	
I-M-14	Porcentaje de las empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador muestra el porcentaje de empresas turísticas locales que contribuyen económica o activamente a la protección de la biodiversidad en la zona norte de la provincia de Manabí. Que se conozca el porcentaje de establecimientos turísticos que apoyan a la conservación permite a los gestores la creación de campañas y planes de acción que fomenten la dinamización turística y el progreso hacia la conservación de los recursos naturales.	1 año	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas de calidad turística enfocada a empresas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas del sector turístico	Estudios de calidad turística enfocada a empresas

Código	Indicador	
I-M-15	Percepción de la deformación del paisaje y su degradación en las áreas rurales y urbanas	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador muestra en qué medida los habitantes de la zona norte de la provincia de Manabí perciben la destrucción o modificación del paisaje natural a causa del desarrollo urbano o agrícola. La importancia de este indicador para la gestión es que permite a los gestores conocer en cierta medida el grado de modificación el paisaje y las consecuencias que acarrearía, si no se controla apropiadamente, para la actividad turística.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Evaluación de la degradación de los ecosistemas	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Academia.	Evaluación de la degradación del paisaje y sus afectaciones al turismo local

Código	Indicador	
I-M-16	Porcentaje de turistas que participan en actividades de conservación	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador muestra el número de turistas que participan en actividades de protección natural o de la biodiversidad en la zona norte de la provincia de Manabí. Esta información permite a los gestores del turismo la creación de estrategias colaborativas con instituciones que fomenten la protección ecológica.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas generales del estudio de la demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de demanda turística

Código	Indicador	
I-E-17	Número y porcentaje de prestadores de servicios turísticos por actividad turística	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador recopila la cantidad de prestadores de servicios turísticos en la zona norte de la provincia de Manabí según su actividad. La importancia para la gestión es que brinda una visión de la realidad y el estado de la oferta turística local.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-18	Número de atractivos turísticos por jerarquía	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador recopila la cantidad de atractivos turísticos por jerarquía en la zona norte de la provincia de Manabí. Que se conozca la cantidad de recursos y atractivos turísticos en la zona norte de la provincia permite la creación de productos turísticos partiendo de una base oficial de información que brinde a los diseñadores la realidad de las potencialidades turísticas.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Revisión y análisis del inventario turístico nacional.	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Análisis de los atractivos turísticos nacionales

Código	Indicador	
I-E-19	Número de empresas turísticas por categoría	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador recopila el número de empresas turísticas por categoría en la zona norte de la provincia de Manabí. La cantidad de empresas turísticas permite a los gestores la formulación de estrategias, planificaciones y diseño de productos que fomenten el crecimiento del turismo, además que brinda el estado del sector turístico.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-20	Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador expone la cantidad de empleados que las empresas y los prestadores de servicios turísticos generan en la zona norte de la provincia de Manabí. La importancia de este indicador para la gestión radica en que muestra cuán importante es el turismo dentro de la zona de estudio, y en como contribuye al desarrollo económico de la población local.		semestral
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales.	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas Academia	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-21	Salario promedio del empleado turístico	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador expone el salario promedio de un empleado de la actividad turística en la zona norte de la provincia de Manabí. La importancia de este indicador para la gestión pública es que brinda una visión de las utilidades del sector hacia la población local y también brinda información para el análisis económico del turismo.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-22	Porcentaje de guías residentes de la zona que hablen un idioma distinto al español	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el porcentaje de guías turísticos bilingües en la zona norte de la provincia de Manabí. Esta información permite a las empresas turísticas locales y a los prestadores de servicios el estado de la guianza turística en el área de estudio, fomentando al mismo tiempo la difusión de la actividad y el uso de guías en turismo.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Análisis de la oferta turística local

Código	Indicador	
I-E-23	Nivel de educación alcanzado por los empleados turísticos	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el nivel de educación de la mano de obra del sector turístico en la zona norte de la provincia de Manabí. Las empresas turísticas y los gestores del turismo obtendrían la calidad de los empleados que laboran en el sector turístico local, lo que facilita la implementación de políticas laborales internas en las empresas y en la calidad de los empleados, pues incentivarían las inversiones en recursos humanos.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-24	Tarifa promedio por habitación	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador muestra la tarifa promedio en las empresas de alojamiento de la zona norte de la provincia de Manabí. La importancia de este indicador radica en que permite a los turistas y a los gestores la tarifa promedio de hospedaje en el área de estudio, esto facilita la creación de productos turístico y también brinda a los posibles nuevos prestadores de servicios turísticos el precio ideal para habitaciones.		Mensual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-25	Tasa mensual de ocupación (empresas hoteleras y de restauración)	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide mensualmente la tasa de ocupación hotelera en las empresas de alojamiento y de restauración en la zona norte de la provincia de Manabí. Para la gestión turística y para la actividad privada es información importante, pues brinda a los posibles turistas que lleguen a la zona de estudio la capacidad de hospedaje del área, y proporciona a los gestores en turismo la implementación de medidas en función a los niveles de ocupación expuestos.		Mensual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-26	Duración media de la estancia de un turista (noches)	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador muestra la duración media de los turistas en la zona norte de la provincia de Manabí en noches. Que se conozca la cantidad de días que un turista permanecerá en el área de estudio brinda a los prestadores de servicios y a las empresas turísticas información que les permite la creación de estrategias que fomenten el crecimiento y el consumo turístico.		Mensual/Semestral
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios de demanda turística

Código	Indicador	
I-E-27	Monto/Volumen de ventas por empresa	
Descripción del indicador		Tiempo

Este indicador mide la cantidad de productos vendidos por las empresas turísticas en la zona norte de la provincia de Manabí. Que se conozca cuánto vende, y por ende, cuánto se produce, es un indicador macroeconómico que brinde el estado de la productividad en el área de estudio.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis y recopilación de datos macroeconómicos oficiales	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas Academia	Estudios micro y macroeconómicos el turismo local

Código	Indicador	
I-E-28	Ingreso mensual a atractivos naturales y culturales	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide la llegada por mes de visitantes a las áreas naturales y culturales protegidas de la zona norte de la provincia de Manabí. El ingreso de turistas es información que sirve tanto para gestores públicos, como para privados, pues para los primeros les permite la implementación de medidas y facilidades según el volumen de turistas, y para los segundos les permite la creación de productos y la creación de servicios en torno a las áreas con mayor o menor afluencia.		Mensual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas generales del estudio de la demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudio de la demanda turística

Código	Indicador	
I-E-29	Valoración online de atractivos	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el nivel de valoración promedio que reciben los atractivos turísticos de la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador permite tanto a los gestores públicos y privados una visión de cómo la región es vista por los turistas internos como externos (visión del destino), lo que permite la creación de estrategias y planes de acción en función a la valoración dada.		Semestral/Anual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Estudios sobre la gestión del turismo local	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Análisis de los atractivos y recursos turísticos locales

Código	Indicador	
I-E-30	Uso y actualización de los medios de comunicación de Atractivos Naturales y Culturales	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador analiza la actividad online de los recursos y atractivos turísticos que posean páginas web en la zona norte de la provincia de Manabí. La importancia del indicador radica en que mide la preocupación por los gestores del turismo en zonas protegidas de brindar información actualizada de sus respectivos recursos.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades

Estudios sobre la gestión del turismo local	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Análisis de los atractivos y recursos turísticos locales
---	---	--

Código	Indicador	
I-E-31	Número de habitaciones disponibles	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de habitaciones disponibles de las empresas de alojamiento registradas en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador es importante para los gestores públicos y privados, pues es información que brinda una visión del estado del sector turístico para ellos como para los turistas que visiten el área de estudio.		Mensual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-32	Número de camas disponibles	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de camas disponibles de las empresas de alojamiento registradas en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador es importante para los gestores públicos y privados, pues es información que brinda una visión del estado del sector turístico para ellos como para los turistas que visiten el área de estudio.		Mensual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-33	Número de mesas disponibles	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de mesas disponibles de las empresas de alojamiento y restauración registradas en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador es importante para los gestores públicos y privados, pues es información que brinda una visión del estado del sector turístico para ellos como para los turistas que visiten el área de estudio.		Mensual

Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento y restauración registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-34	Número de plazas disponibles	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador mide el número de plazas disponibles de las empresas de alojamiento registradas en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador es importante para los gestores públicos y privados, pues es información que brinda una visión del estado del sector turístico para ellos como para los turistas que visiten el área de estudio	Mensual	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-35	Número total de turistas ecuatorianos que pernoctan al mes	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador mide el número de turistas ecuatorianos que visitan la zona norte de la provincia de Manabí por noche al mes. La importancia de este indicador para la gestión del turismo interno de parte de los gestores brinda posibilidades de implementación y de creación de estrategias, tanto de marketing como de regulación.	Mensual	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas sobre estudios de demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-36	Número total de turistas extranjeros que pernoctan al mes	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador mide el número de turistas extranjeros que visitan la zona norte de la provincia de Manabí por noche al mes. La importancia de este indicador para la gestión del turismo interno de parte de los gestores brinda posibilidades de	Mensual	

implementación y de creación de estrategias, tanto de marketing como de regulación.		
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas sobre estudios de demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local Estudios de demanda turística

Código	Indicador	
I-E-37	Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios)	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide cuánto dinero gasta un turista al día mientras visita la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador de naturaleza macroeconómica brinda una visión de la realidad del turismo en el área de estudio, pues conociendo una aproximación del gasto diario se pavimenta la creación de estrategias para la dinamización del turismo local mediante la creación de nuevos paquetes o el ajuste de precios.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas de alojamiento registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre alojamiento/restauración del turismo local

Código	Indicador	
I-E-38	Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtir de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de empresa turísticas que se abastecen de productos locales que fomentan el desarrollo económico del área. Este permite conocer a los gestores por turismo cuán sostenible pretenden ser las empresas, y brinda a los turistas extranjeros y nacionales evidencias de los esfuerzos de sostenibilidad local, motivando las visitas y mejorando la imagen del destino.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas hacia empresas turísticas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios de calidad turística local

Código	Indicador	
I-C-39	Número de turistas por cada 100 habitantes en la zona norte de la provincia de Manabí	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de turistas por cada 100 habitantes en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador brinda a los gestores públicos conocer la distribución de turistas en función a la población local. En muchos destinos se dan problemáticas por la sobrepoblación de turistas en las áreas de afluencia, generando problemáticas socioculturales en los destinos.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades

Estudios de demanda turística y análisis demográfico local	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios del impacto social del turismo
--	--	---

Código	Indicador	
I-C-40	Porcentaje de personas que opinan que el turismo contribuye al empleo y nueva infraestructura	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de personas que creen que la actividad turística contribuye a la generación de empleo y fomenta la creación de nueva infraestructura. Que los gestores conozcan como la población percibe las utilidades del turismo abre camino a la implementación de estrategias que dinamicen la actividad y en donde las comunidades tomen más partido.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Estudios de demanda turística local	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de demanda turística

Código	Indicador	
I-C-41	Porcentaje de empleo masculino y empleo femenino en el sector turístico	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide la relación de empleo masculino y femenino en el sector turístico. Actualmente se fomentan las políticas de igualdad de género a todos los aspectos de la vida, el turismo por naturaleza siempre ha sido inclusivo, por ello, que se monitoree la relación de trabajo hombre/mujer es un indicador de gran utilidad tanto para gestores públicos y privados.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas enfocadas a empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios de género aplicados al turismo

Código	Indicador	
I-C-42	Comparación entre el salario medio femenino y el masculino en el sector turístico	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador compara el salario promedio masculino con el salario promedio de las mujeres en el sector turístico. El nivel salario es determinado por la utilidad y cargo del puesto mas no por el género, no obstante, que se sepa el nivel salarial de ambos géneros brinda una visión de la división en los puestos de trabajo del turismo en el área de estudio.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas enfocadas a empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios de género aplicados al turismo

Código	Indicador	
I-C-43	Porcentaje de denuncias realizadas por turistas	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de denuncias realizadas por turistas en la zona norte de la provincia de Manabí. Este indicador permite medir la delincuencia en el área de estudio, y en función al número se permitiría la creación de estrategias y políticas que mitiguen la problemática social.		Mensual/Anual
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis y revisión de datos brindados por las autoridades de seguridad y empresas de servicios	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Policía Nacional. Empresas turísticas	Estudios de la gestión del turismo local

Código	Indicador	
I-C-44	Percepción de la seguridad en el destino turístico	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide la percepción de la seguridad tanto de turistas como de habitantes en la zona norte de Manabí. Que los gestores públicos y privados conozcan el grado de seguridad con el que visitantes y habitantes perciben a la zona norte de la provincia de Manabí fomenta la implementación de medidas y permite la mejora de la seguridad.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas sobre el estudio de la demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios de demanda turística local

Código	Indicador	
I-C-45	Porcentaje de infraestructura turística situada en zonas vulnerables	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide la cantidad de facilidades e infraestructura turística ubicada en zonas de alto riesgo en la zona norte de la provincia de Manabí. El área de estudio es propensa a desastres naturales debido al clima y su ubicación geográfica, ello amerita que se conozcan las zonas turísticas con mayor vulnerabilidad que se diseñen posibles planes de acción ante cualquier acontecimiento negativo.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis espacial y ambiental de la zona norte de la provincia de Manabí	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) GAD	Estudios geográficos aplicados a la vulnerabilidad de la oferta turística

Código	Indicador	
I-C-46	Número de residentes en el destino con algún tipo de discapacidad	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de residentes de la zona norte de la provincia de Manabí con discapacidades de cualquier tipo. Que se conozca esta información		1 año/Semestral

permite a las empresas y prestadores turísticos la creación de productos que tomen en cuenta la inclusividad en sus viajes, así también en los servicios de alojamiento, donde es siempre necesario que tengan facilidades para huéspedes con problemas motrices o de otra índole.		
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis del componente social de la zona norte de la provincia de Manabí	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios sociales de la zona norte de la provincia de Manabí

Código	Indicador	
I-C-47	Número total de turistas/visitantes al año con discapacidad	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de turistas con discapacidad que visitaron la zona norte de la provincia de Manabí durante un año. Este indicador permite que se conozca un promedio sobre cuántas personas con discapacidad visitan el área de estudio.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas sobre estudios de demanda turística	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Análisis de la demanda turística nacional y extranjera

Código	Indicador	
I-C-48	Porcentaje de infraestructura/servicios turísticos con instalaciones para personas con discapacidad	
Descripción del indicador		Tiempo
Este indicador mide el número de empresas y servicios turísticos con instalaciones para personas con discapacidad. La inclusividad en la actualidad va junto de la mano con la sostenibilidad, y ahora mismo que alguien tenga una discapacidad no es impedimento para que viaje, por lo que esta información para posibles visitantes motiva el viaje y la estancia, y da buena imagen al área de estudio.		1 año
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuesta enfocada a empresas turísticas registradas por el MINTUR	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) Empresas turísticas	Estudios sobre la oferta turística local

Código	Indicador
I-C-49	Políticas y cumplimiento de políticas que protegen el patrimonio y activos

locales		
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador analiza el número de políticas que protegen el patrimonio cultural de la zona norte de la provincia de Manabí. Que se conozcan el tipo de políticas y de gestión que se lleva a cabo en el área de estudio permite una retroalimentación que fomenta el crecimiento y el mejoramiento del sector turístico.	1 año	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Análisis de las normativas y la gobernanza de los cantones de la zona norte de la provincia de Manabí	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad) GAD	Estudios sobre la gestión del turismo

Código	Indicador	
I-C-50	Porcentaje de residentes con opiniones positivas y negativas del impacto del turismo en la identidad del destino	
Descripción del indicador	Tiempo	
Este indicador mide el grado en que los habitantes de la zona norte de la provincia de Manabí perciben el grado de aculturación producida por el turismo. La identidad local forma parte de la atractividad de cualquier destino, si se pierde o se modifica se perderán valores y posibles recursos turísticos, por ello, que se estudie cuánto afecta el turismo a esta evolución permite a los gestores públicos y privados posibilidades de acción.	1 año.	
Medios de verificación	Responsables	Actividades
Encuestas enfocadas a segmentos de la población ubicadas en áreas altamente turísticas de la zona de estudio	Equipo de investigación del OT Ayudantes estudiantes del OT Equipos de ayuda públicos o privados (si hay la posibilidad)	Estudios sobre el Impacto social del turismo

ANEXO 11. ENCUESTA A GESTORES Y ACTORES TURÍSTICOS



ENCUESTA A GESTORES Y ACTORES TURÍSTICOS

Objetivo: Comprender la percepción de los actores turísticos de la zona norte de Manabí sobre la gestión y uso de información turística para el desarrollo sostenible de turismo, y conocer su disposición a formar parte del OT.

IDENTIFICACIÓN

Nombre de la institución:

Persona de contacto:

Cargo:

CANTÓN AL QUE PERTENECE LA INSTITUCIÓN

Pedernales	<input type="checkbox"/>	Flavio Alfaro	<input type="checkbox"/>
Jama	<input type="checkbox"/>	Chone	<input type="checkbox"/>
Sucre	<input type="checkbox"/>	Bolívar	<input type="checkbox"/>
San Vicente	<input type="checkbox"/>	Otro cantón de la provincia de Manabí	<input type="checkbox"/>
El Carmen	<input type="checkbox"/>		

TIPO DE ORGANIZACIÓN

Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Institución pública	
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Consultora	<input type="checkbox"/>
Agencias/Operadoras de viajes	<input type="checkbox"/>	Asociación gremial	<input type="checkbox"/>
Transporte turístico	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Institución educativa	<input type="checkbox"/>		

VALORACIÓN DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

En función a su percepción y conocimiento del sector del turismo, responda las siguientes preguntas argumentando su respuesta. Su criterio como actor turístico es muy importante para esta investigación.

Escriba cuál es el nivel de atención que requieren, según su criterio, los siguientes problemas y necesidades que afectan el desarrollo del turismo en la zona norte de Manabí. Considerando que 5 es "muy alto" y 1 "bajo"

Falta de motivaciones económicas para la inversión turística	<input type="checkbox"/>
Falta de infraestructura turística (servicios básicos, transporte, puntos información seguridad...)	<input type="checkbox"/>
Falta de promoción de sitios turísticos	<input type="checkbox"/>
Deficiente control y regularización de la actividad turística	<input type="checkbox"/>
Necesidad de estudios e informes turísticos periódicos	<input type="checkbox"/>
Necesidad de crear nuevos productos turísticos en los recursos locales	<input type="checkbox"/>
Carencia de comunicación y cooperación entre agentes (sector público, sector privado y academia)	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>

Valore del 1 al 5 (siendo 1 "muy deficiente" y 5 "muy buena" los siguientes aspectos del turismo en su cantón

Planta turística (mpresas de alojamiento, restauración, agencias y operadoras, transporte turístico	<input type="checkbox"/>
La infraestructura turística (servicios básicos, transporte, puntos información seguridad...)	<input type="checkbox"/>
La gestión turística de los recursos y atractivos	<input type="checkbox"/>
La calidad general de los servicios turísticos	<input type="checkbox"/>

INFORMACIÓN TURÍSTICA

En esta segunda sección tenemos preguntas opcionales de gran interés para la propuesta del Observatorio Turístico.

¿Actualmente de qué fuentes, obtiene usted, la información turística que requiere?

MINTUR	<input type="checkbox"/>	Academia	<input type="checkbox"/>
INEC	<input type="checkbox"/>	Autogestión	<input type="checkbox"/>
Asociaciones/Gremios	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Con qué problemas de acceso a la información se identifica?

Información poco confiable	<input type="checkbox"/>	Información incompleta	<input type="checkbox"/>
Información desactualizada	<input type="checkbox"/>	Se necesitan realizar trámites que retrasan el proceso	<input type="checkbox"/>
Información requerida no existente	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>

¿Qué tipo de información turística, usted tiene a disposición, para fines laborales?

Estadísticas sobre la oferta	<input type="checkbox"/>	Análisis de coyuntura turística	<input type="checkbox"/>	Estadísticas económicas del turismo
Estudios sobre tendencias del turismo	<input type="checkbox"/>	Estadísticas sobre el comportamiento de la demanda	<input type="checkbox"/>	Estadísticas sobre el impacto del turismo en la comunidad

¿De qué tipo de información turística cuantitativa o cualitativa CARECE USTED, que sea necesaria para desarrollar su actividad profesional o comercial?

Estadísticas sobre la oferta	<input type="checkbox"/>	Análisis de coyuntura turística	<input type="checkbox"/>	Estadísticas económicas del turismo
Estudios sobre tendencias del turismo	<input type="checkbox"/>	Estadísticas sobre el comportamiento de la demanda	<input type="checkbox"/>	Estadísticas sobre el impacto del turismo en la comunidad

¿Según su criterio qué tipo de financiamiento es el más adecuado para un observatorio turístico en la zona norte de Manabí?

- Fondos del presupuesto público
- Fondos públicos y privados
- Autofinanciamiento
- Fondos internacionales
- Otros

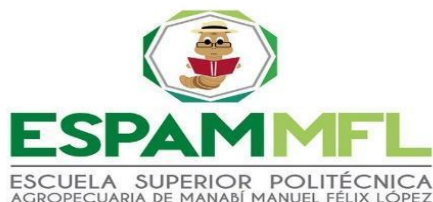
¿Estaría dispuesto a aportar, de alguna manera, a la generación de información turística del observatorio?

Si No

- Si su respuesta es **SÍ** señale cómo aportaría
- Aportando financiamiento para la realización de estudios
- Colaborando en la obtención de información
- Aportando información que este a su disposición
- Participación en talleres, conversatorios y foros

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!

ANEXO 12. ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA



ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA

Objetivo: Objetivo: el propósito de la presente encuesta es identificar el perfil de los turistas que visitan la zona norte de Manabí.

1. ¿En qué provincia se encuentra?

2. Edad

16-24

25-34

35-44 45-54 55+ **3. Género**Mujer Hombre LGBTI **4. Situación laboral actual**Empleado Trabajo/ a cuenta propia Jubilado Estudiante Sin ocupación **5. Grado de formación**Primario Secundario/Bachiller Tercer nivel/Universitario Máster/Doctorado **6. Nivel de ingresos mensuales en dólares americanos**-\$300 \$300-\$500 \$500-\$1500 \$1500+ **7. ¿Cómo realiza sus viajes?**Por cuenta propia Con agencias u operadoras de viajes **8. ¿Con quién suele viajar?**Solo En pareja Grupos Familia/Amigos Viaje institucional

9. ¿Cuántas veces ha visitado alguno de los cantones de la zona norte de Manabí por turismo?

- 10. 1 vez
- Entre 2 o 3 veces
- Más de 4 veces

11. ¿Cuánto está dispuesto a gastar visitando los atractivos turísticos de la zona norte de Manabí?

	Para un solo viaje	Para un fin de semana
\$10-\$30	<input type="text"/>	<input type="text"/>
\$30-\$50	<input type="text"/>	<input type="text"/>
\$50-\$100	<input type="text"/>	<input type="text"/>
\$100+	<input type="text"/>	<input type="text"/>

12. ¿Qué modalidades del turismo conoce y le gusta/gustaría practicar?

- 13. Turismo de aventura
- Turismo deportivo
- Ecoturismo
- Agroturismo
- Aviturismo
- Turismo gastronómico
- Turismo comunitario
- Turismo de bienestar

14. ¿Con qué servicios le gusta/gustaría contar en los sitios que visita?

Alimentación	<input type="text"/>	Cajeros automáticos	<input type="text"/>
Hospedaje	<input type="text"/>	Guías de turistas	<input type="text"/>
Recreación	<input type="text"/>	Renta de autos	<input type="text"/>
Información turística	<input type="text"/>	Transporte ecológico local	<input type="text"/>
Conexión a internet	<input type="text"/>	Transporte turístico	<input type="text"/>
Tiendas de souvenirs	<input type="text"/>	Seguridad turística	<input type="text"/>
Zonas de camping	<input type="text"/>		
Facilidades de pago con tarjeta o transferencias	<input type="text"/>		
Servicios de primeros auxilios			<input type="text"/>
			<input type="text"/>
			<input type="text"/>
			<input type="text"/>
			<input type="text"/>

15. ¿Cuáles de estas actividades turísticas lo motivan/motivarían a visitar un lugar?

- | | |
|--|--------------------------|
| 16. Eventos gastronómicos/deportivos | <input type="checkbox"/> |
| Cabalgata | <input type="checkbox"/> |
| Kayak | <input type="checkbox"/> |
| Senderismo | <input type="checkbox"/> |
| Ciclismo | <input type="checkbox"/> |
| Paseos a canoa | <input type="checkbox"/> |
| Observación de flora y fauna | <input type="checkbox"/> |
| Talleres educativos (artesanías, gastronomía, agricultura) | <input type="checkbox"/> |
| Otra | <input type="checkbox"/> |

17. Si su respuesta fue "OTRA" escriba qué actividad turística le gusta/gustaría practicar.

18. ¿Qué cantones considera los mejores destinos para hacer turismo?

- | | |
|---------------|--------------------------|
| Pedernales | <input type="checkbox"/> |
| Jama | <input type="checkbox"/> |
| San Vicente | <input type="checkbox"/> |
| Sucre | <input type="checkbox"/> |
| Chone | <input type="checkbox"/> |
| Flavio Alfaro | <input type="checkbox"/> |
| El Carmen | <input type="checkbox"/> |
| Bolívar | <input type="checkbox"/> |
| Ninguno | <input type="checkbox"/> |

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN