



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

DIRECCIÓN DE CARRERA: TURISMO

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DE LA CIUDAD DE
MANTA PARA SU DEFINICIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO.**

AUTORA:

ANGÉLICA VIVIANA ZAMBRANO ZAMBRANO

TUTOR:

LIC. FERNANDO VELOZ CAMEJO. M. Sc.

CALCETA, MAYO 2019

DERECHOS DE AUTORÍA

Angélica Viviana Zambrano Zambrano, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

ANGÉLICA VIVIANA ZAMBRANO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Lic. Fernando Veloz Camejo, certifica haber tutelado el proyecto evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico, que ha sido desarrollada por Angélica Viviana Zambrano Zambrano, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al reglamento para la elaboración de trabajo de titulación de la unidad de titulación especial de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. FERNANDO VELOZ CAMEJO. M. Sc.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DE LA CIUDAD DE MANTA PARA SU DEFINICIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO**, que ha sido propuesto, desarrollado por **ANGÉLICA VIVIANA ZAMBRANO ZAMBRANO**, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. JOHNNY BAYAS ESCUDERO. M.Sc

MIEMBRO

ING. BLANCA MENDOZA MENDOZA . Mg.

MIEMBRO

ING. RODNEY ALFONSO ALFONSO. M.Sc.

PRESIDENTE

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 mis padres por haberse esforzado y sacrificado para darme el estudio, por darme el apoyo moral y económico permitiendo la culminación de esta etapa de mi vida. Gracias por darme el aliento y seguridad en mis tramos por cumplir el sueño de ser ingeniera.

A mi esposo por estar en los momentos difíciles de mi estudio y de mi vida, gracias por apoyarme incondicionalmente y,

A mis maestros que impartieron sus conocimientos con paciencia y cariño para mi formación como profesional.

ANGÉLICA VIVIANA ZAMBRANO ZAMBRANO

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado especialmente a mi hijo quien me da fuerzas para seguir en la lucha por ser alguien mejor.

A mi esposo por seguir la lucha junto a mí y no desistir en el camino.

A mi familia por todo el apoyo y paciencia en el proceso de mi formación como profesional.

Y a todos aquellos estudiantes que en el transcurso de su carrera han tenido obstáculos y podido llegar a lograr este objetivo con esfuerzo y perseverancia.

ANGÉLICA VIVIANA ZAMBRANO ZAMBRANO

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL	vii
CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS.....	ix
CUADROS	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
TEÓRICA.....	6
METODOLÓGICA.....	6
PRÁCTICA	6
SOCIOECONÓMICO	7
AMBIENTAL	7
1.3. OBJETIVOS	9
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1.4. IDEA A DEFENDER	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. PLANIFICACIÓN EN EL TURISMO	10
2.2. PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	18
2.3 POTENCIALIDADES DEL TURISMO	26
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	37
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO	44
4.1.1. DELIMITACIÓN DE LA ZONA	44
LÍMITES:.....	44
ORGANIZACIÓN POLÍTICA	44
RELIEVE.....	45

HIDROGRAFÍA	46
ACTIVIDAD PRODUCTIVA	47
SERVICIOS BÁSICOS	48
SEGURIDAD	49
VIALIDAD	49
TRANSPORTE	50
4.1.2. ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE MANTA	53
4.1.3. ESTUDIO DE LA OFERTA	57
4.1.3.1. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	57
4.1.3.2. RECURSOS TURÍSTICOS	60
4.1.3.3. PRODUCTOS TURÍSTICO DE MANTA	65
4.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA	67
4.1.4.1. PERFIL DEL TURISTA	68
4.1.5. NÁLISIS FODA	69
4.1.5.1. RESULTADOS DE LA MATRIZ FODA	70
4.1.6. MATRIZ DE COMPETITIVIDAD	71
4.2. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES	74
IDENTIFICACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES	74
EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES	77
4.3. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	79
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS	95

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

CUADROS

Cuadro 1. Comparación de las etapas de la planificación	14
Cuadro 2. Identificación del tipo de destino	27
Cuadro 3. Tipo de recursos turísticos	28
Cuadro 4. Clasificación de los recursos turísticos	32
Cuadro 5. Clasificación de los recursos según la OEA	33
Cuadro 6. Listado de servicios turísticos	34
Cuadro 7. Enfoques básicos para la evaluación del potencial turístico de un destino	35
Cuadro 8. Segmentación del turismo	36
Cuadro 9. Metodologías para la evaluación de potencialidades de un destino turístico	38
Cuadro 10. Leyendas	39
Cuadro 11. Matriz de integración.....	39
Cuadro 12. Metodologías para la evaluación de potencialidades de un destino turístico	40
Cuadro 13. Elementos limitantes para la determinación de Manta como destino turístico	43
Cuadro 14. Condiciones de las calles de la ciudad	49
Cuadro 15. Sistema de vía arterial	50
Cuadro 16. Cooperativas de transporte público.....	50
Cuadro 17. Establecimientos de servicios turísticos de Manta	57
Cuadro 18. Recursos turísticos de Manta.....	60
Cuadro 19. Playas de Manta	60
Cuadro 20. Monumentos de la ciudad de Manta	61
Cuadro 21. Productos turísticos de Manta.....	65
Cuadro 22. Perfil del turista	68
Cuadro 23. Matriz FODA	69
Cuadro 24. Matriz de impactos cruzados	70
Cuadro 25. Matriz de competitividad turística	72
Cuadro 26. Matriz de identificación de potencialidades de Manta	74

Cuadro 27. Matriz de comparación.....	75
Cuadro 28. Matriz de evaluación de las potencialidades	77
Cuadro 29. Matriz de resultados de la evaluación de potencialidades.....	77
Cuadro 30. Estrategias.....	79
Cuadro 31. Planes programas y proyectos.....	82
Cuadro 32. Presupuesto	83

FIGURAS

Figura 1. Características de un destino turístico.....	1
Figura 2. Hilo conductor	10
Figura 3. Acciones de planificación	11
Figura 4. Proceso de la planificación.....	14
Figura 5. Planificación integrada del turismo	17
Figura 6. Etapas de la planificación turística.....	17
Figura 7. Ciclo de vida de un destino turístico	19
Figura 8. Aspectos de la gestión de destinos	21
Figura 9. Categorías de evaluación de un destino.....	22
Figura 10. Potencial turístico	26
Figura 11. Esquema de evaluación de potencialidades.....	29
Figura 12. Etapas de la evaluación de un destino turístico	30
Figura 13. División política del cantón Manta	44
Figura 14. Relieve del cantón Manta	45
Figura 15. Hidrografía de Manta.....	46
Figura 16. Objetivos del Ministerio de Turismo del Ecuador	54

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación radica en la evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico y así poder determinar estrategias que permitan el desarrollo turístico de dicha ciudad. La investigación que se empleó es mixta con un enfoque descriptivo. El diseño metodológico fue elaborado a partir de una revisión de varios autores del cual se consideraron las fases pertinentes para el estudio en desarrollo. Esta metodología se compone un Diagnóstico Turístico de la ciudad en la que se determinó como zona de estudio el cantón Manta, la misma que cuenta con una infraestructura turística destacándose por ser de categoría de lujo, 5- 4 y 3 estrellas, así también cuenta con un total de 26 atractivos naturales y culturales. Se pudo determinar que su fortaleza consiste en la infraestructura turística su oportunidad está en el apoyo del Gobierno Provincial, su amenaza es la competencia de destinos y la debilidad está las vías en mal estado. La fase de Evaluación de las potencialidades muestra una metodología dada por Villegas & Sánchez (2000) en la que dio como resultado que playa Murciélago es el mayor potencial turístico de Manta gracias su amplia playa y la variedad de deportes y actividades turísticas que se pueden realizar allí, además de contar con servicios complementarios como transporte, alimentación, alojamiento, información turístico entre otros. Y la fase que comprende la presentación de los resultados en la que se establecen las estrategias basadas en los ejes de la sostenibilidad que son ambiental, social y económico implantando pilares estratégicos como la Gestión y Ordenanzas, Educación Ambiental, actividades turísticas, productos turísticos y Marketing.

PALABRAS CLAVES

Evaluación, Potencialidades, Destino Turístico

ABSTRACT

The objective of the present investigation lies in the evaluation of the potential of the city of Manta for its definition as a tourist destination and thus be able to determine strategies that allow the tourist development of said city. The research that was used is mixed with a descriptive approach. The methodological design was elaborated from a review of several authors of which the pertinent phases for the study in development were considered. This methodology is composed of a Tourist Diagnostic of the city in which it was determined as a study area the Manta canton, the same one that has a tourist infrastructure standing out as being of luxury category, 5-4 and 3 stars, as well as it has a total of 26 natural and cultural attractions. It was determined that its strength lies in the tourist infrastructure, its opportunity is in the support of the Provincial Government, its threat is the competition of destinations and the weakness is the roads in poor condition. The Evaluation of Potentials phase shows a methodology given by Villegas & Sánchez (2000) in which it resulted that Playa Murciélago is Manta's greatest tourist potential thanks to its wide beach and the variety of sports and tourist activities that can be done there , besides having complementary services such as transportation, food, accommodation, tourist information among others. And the phase that includes the presentation of the results in which the strategies based on the axes of sustainability that are environmental, social and economic are established, implementing strategic pillars such as Management and Ordinances, Environmental Education, tourism activities, tourism products and Marketing.

KEYWORDS

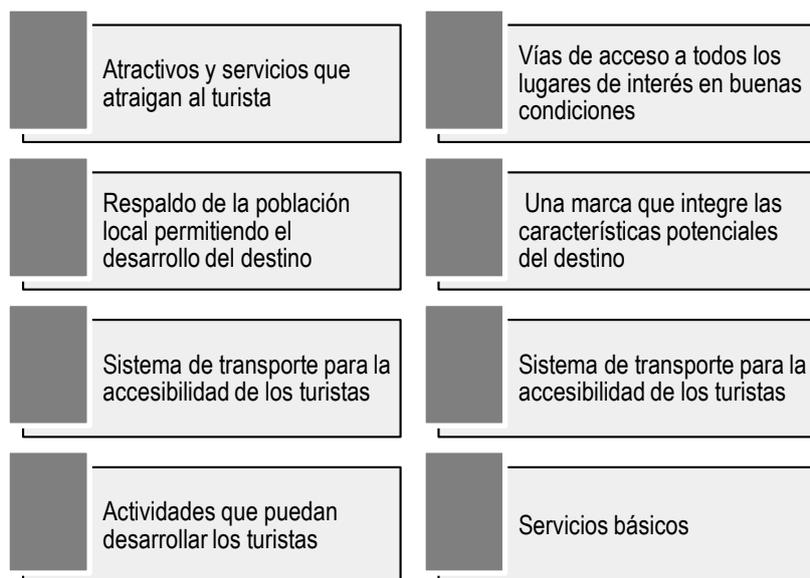
Evaluation, Potentialities, Tourist Destination

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El Destino turístico es la denominación de un territorio que posee productos turísticos y facilidades que motiva al visitante a desplazarse (SERNATUR 2015). Para poder determinar que una zona sea un destino turístico según MINCETUR (2014) debe contar con las siguientes características: ver figura 1.

Figura 1. Características de un destino turístico



Fuente: elaboración a partir de MINCETUR 2014

Todos estos elementos representan la potencialidad de un espacio geográfico determinado para la actividad turística. El desarrollo de un destino turístico depende de las condiciones de las potencialidades que posea, ya que éstas son parte de los motivos de visita de un turista. Es así que para conocer si un determinado lugar es un destino turístico se debe evaluar las potencialidades del territorio, de tal manera, que obtenga toda la información que posibilite el desarrollo del destino. Para mejor comprensión, la evaluación de potencialidades se define como el juzgamiento del valor de aquello que puede existir (Cortez de las Heras 2017). Por lo tanto se trata de valorar el potencial de acuerdo a las características correspondientes de un destino turístico.

Ecuador es un país que está impulsando fuertemente el turismo, puesto que, su objetivo es lograr ser un destino con una visión futurista en la economía local, permitiendo ingresos económicos a tal punto de colocarse en el tercer rubro del PIB del Ecuador con \$374,2 MILLONES durante el año 2017 (Ministerio de Turismo, 2018). Ecuador goza de un gran potencial natural y cultural, logrando captar el interés de los turistas, pero no solo se puede crear un destino turístico con las potencialidades sino también debe contar con infraestructura turística, más atractivos y las estrategias, dando calidad para el desenvolvimiento de la actividad. Es por eso que solo las grandes ciudades del Ecuador han logrado ser reconocidos a nivel internacional, tanto por las potencialidades como por su sistema turístico, como es el caso de Quito, Cuenca y Guayaquil. Gran parte de ese reconocimiento se debe al trabajo que se lleva a efecto en los municipios, creando planes estratégicos para el desarrollo del turismo. Pero aún así estas ciudades y las del resto del país tienen ciertas falencias que no permiten posicionarse como destino.

Uno de los inconvenientes del país es que su oferta no se encuentra totalmente regulada, como es el caso de los establecimientos de hospedaje que deben regirse al Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) para conocer su clasificación y categorización, además, cada año se crean nuevas plazas de alojamiento en cual comienzan sus labores sin contar con los permisos correspondientes.

Un aspecto de gran importancia para la atracción de turistas al país, es la comercialización de sus productos, en la cual, se han realizado varias estrategias de promoción a nivel internacional y nacional (MINTUR, 2017, p 3), un claro ejemplo es el rodaje de un comercial en el 2015 con una duración de 30 segundos en el Super Bowl con una gran audiencia estadounidense, que fue pasada por unos segundos en el partido para mostrar el producto que oferta Ecuador y mantenerse en la mente de las personas, motivando a visitar el país. La promoción del destino debe ser constante, permitiendo el posicionamiento del producto en un lenguaje con mensajes sensoriales, utilizando técnicas neurolingüísticas para persuadir los deseos y atraer a los turistas. Así también, dentro del país no se da una adecuada promoción de los

atractivos para dinamizar el turismo interno, por lo general las personas visitan un determinado punto del país por recomendaciones de amigos o familiares.

Pero las autoridades competentes deben hacer un análisis de la oferta con calidad en los servicios del país, para poder hacer una promoción, es el caso del personal que sostiene la industria turística que no se encuentra capacitado para brindar un servicio eficiente, las falencias en calidad de servicios son notorios en todos los puntos del país a excepción de Quito, Cuenca y Guayaquil. Los establecimientos turísticos no toman importancia a la formación de su personal, debido a que genera muchos costos y pérdidas de tiempo, pero no hacen conciencia de que la satisfacción del cliente que está relacionado directamente con la calidad del servicio (Pérez, et al, 2015, p 2.). Es necesario abarcar a la provincia de Manabí que cuenta con muchos recursos naturales, (como playas, bosques, montañas, ríos, lagos, cascadas) y culturales (como los museos, tradiciones, formas de vida montubia) en total suman 265 en toda la provincia, y por ende los turistas lo prefieren, pero la infraestructura turística no está preparada. En toda la provincia hay una cobertura de agua por red pública de un 52,4% y en cobertura de alcantarillado solo el 42,4%, lo que significa que carece de servicios básicos que son la raíz principal para el desarrollo del turismo (SEMPLADES 2014).

Además, existen pocos establecimientos como hoteles que no están regulados por el ministerio de turismo, y a la vez el equipo de trabajo no tiene la suficiente capacidad y conocimiento para recibir a los turistas. Los municipios a través de sus planificaciones turísticas colocan como estrategia la capacitación de los operadores de la planta turística (hoteles, bares, restaurantes), convirtiéndose ésta en un documento habilitante para el permiso municipal, y no una exigencia de mejoramiento de calidad de servicio, lo que debilita la acción regulatoria del nivel descentralizado que tiene por competencias los GADS, pero aún así son pocos los que acuden a los talleres y obtienen un certificado dado por el municipio. Después de aquello, los municipios dan cumplimiento de las actividades planificadas, pero los resultados son en base a las asistencias reflejadas en listas y no realizan las evaluaciones posteriores que indiquen la

calidad de los servicios prestados una vez implementado los conocimientos de las capacitaciones recibidas por los prestadores.

Es de esta manera que Manabí no logra posicionarse como destino turístico a pesar de que cuenta con suficientes atractivos, pero carece de un sistema turístico consolidado para recibir al turista. Hay pocos cantones de la provincia de Manabí que buscan posicionarse como destino, pero para ello se debe evaluar todos los aspectos sociales, económicos, turísticos, ambientales, para conseguir el posicionamiento. Es el caso del cantón Manta, en el que se caracteriza por poseer recursos tanto naturales como culturales potenciales, logrando llamar la atención de turistas nacionales e internacionales, buscando definirse como destino turístico, pero se presentan limitaciones que no permite que el cantón se desarrolle como tal, y una de las causas se centra en una escasa inversión de recursos fiscales para la creación de nuevos productos, lo que genera un bajo desarrollo turístico como destino (Navarrete 2018). Cabe indicar que los establecimientos hoteleros hoy en día venden sus servicios sin saber su clasificación y categoría, por ende no están regulados por el Ministerio de Turismo, haciendo que su servicio sea demandado proporcionando una distorsión de la imagen del cantón, y los visitantes queden insatisfechos de los servicios percibidos.

Manta cuenta con grandes fábricas atuneras y de harinas de pescado que la ubican como una ciudad de mayor producción a nivel nacional e internacional, y en contraparte no poseen un manejo adecuado de sus residuos, lo que ocasiona una imagen negativa en el turista por el inadecuado manejo de los desechos sólidos y las emanaciones de gases, generando malos los olores ambientales (Marín et al., 2015). Otro aspecto importante es la inexistencia de comercialización turística, en la que se expone solo al mercado local y no apuesta al mercado internacional, creando un desconocimiento total del destino. Es de esta manera, que no se presencia un plan de marketing donde establezcan sus objetivos en el ámbito turístico, retrasando los posibles avances como destino.

Actualmente, Manta tiene un avance en el sector turístico, pero el personal que labora en la industria, se ha podido evidenciar que gran parte de éste no se

encuentra capacitado, principalmente en temas turísticos y ambientales teniendo como resultado una baja calidad del servicio, factor de importancia para la competitividad (Arias et al., 2017). Al igual que la mayoría de los cantones, Manta no posee una señalización turística donde el visitante pueda apoyarse al momento de acudir a los sitios de interés, logrando su desorientación y disgusto. A la vez carece de cobertura de servicios básicos y la situación empeoró con el terremoto del 16 A del 2016 en el que se destruyó gran parte de las redes de alcantarillado y agua potable teniendo como resultado una oferta turística limitada.

Las vías de acceso que conducen a los diferentes atractivos, en especial a los atractivos rurales se encuentran en mal estado, dificultando el ingreso de turistas hasta los sitios de interés. Adicionando la desactualización de las fichas de inventarios de los atractivos de Manta, en la que solo se evidencia el registro del año 2008 realizada por el Ministerio de Turismo, lo que restringe información para la elaboración de productos turísticos del destino. (MINTUR, 2015, p 1) Es por esta razón que se plantea el siguiente problema científico.

¿De qué manera la evaluación de las potencialidades permitiría definir a la ciudad de Manta como destino turístico?

1.2. JUSTIFICACIÓN

TEÓRICA

El presente trabajo surge de la necesidad que existe en el ámbito turístico del cantón Manta, en la que reincide la investigación que se valida la teoría de Agatón y Cruz (2015) en la menciona que “Para el desarrollo local es importante el aprovechamiento de los recursos locales endógenos expresados en sus potencialidades culturales, institucionales, económicas, sociales, políticas y ambientales; con el propósito fundamental de desarrollar territorios innovadores y competitivos” y por ende se enmarca una base teórica, que busca la aplicación de conceptos referentes a evaluación de potencialidades turísticas y de destinos turísticos para poder encontrar la solución a la problemática actual. Esto permitirá ampliar los conocimientos adquiridos para su aplicación logrando el crecimiento de la demanda turística internacional de Manta.

METODOLÓGICA

Dentro de la investigación se muestra como referencia los estudios Sánchez, González, González y Leyva 2017. Pariente, Chávez, Reynel 2016. Albuja 2016 y Agatón y Cruz 2015, en las que se analiza cada una de las metodologías en base a una matriz de comparación, y determinar la adecuada para el desarrollo oportuno de la investigación, además, se toman como apoyo las herramientas utilizadas por los autores, llevándolas a cabo un estudio para la aplicación de la evaluación de las potencialidades del cantón Manta.

PRÁCTICA

Con la evaluación de las potencialidades se determinará la situación actual de Manta, permitiendo conocer las falencias o aciertos que serán puestos en estudio, para determinar soluciones y poder enmarcarlo como un destino turístico generando interés en el visitante, siendo éste el beneficiario directo, ya que puede gozar de las potencialidades disponibles al público y llevarse una experiencia agradable. Así también los prestadores de servicios se ven en la necesidad de innovar y generar fuentes de empleo, además de la vinculación de las comunidades directamente como pequeños emprendedores.

LEGAL

En el ámbito legal se justifica ya que la investigación se rige en el artículo 74 de la Constitución de la República del Ecuador, en el que menciona que “las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir”. Así también en el objetivo 1 del PLANDETUR 2020 que es “Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada”. Y bajo el artículo 4 de la ley del turismo que hace mención a los objetivos de la actividad turística en el que destaca el promover de los atractivos turísticos del país en conjunto con el sector público y privado, en la que Manta está afianzada para lograr el desarrollo turístico de la misma beneficiando directamente a la economía local.

SOCIOECONÓMICO

Manabí es una zona demandada por turistas nacionales e internacionales y con la respectiva evaluación de las potencialidades del cantón Manta se generará un incremento de la demanda, permitiendo el desarrollo no solo de la actividad turística, sino también, en la imagen del cantón y los servicios que este ofrece. De tal forma que la industria turística se ampliará cubriendo puestos de empleos a personas locales y a la vez la creación de nuevas ideas que satisfagan las necesidades del visitante, haciendo que los pobladores se interesen en colaborar en proyectos en conjunto con las grandes empresas, permitiendo una articulación de los entes públicos, privados y la localidad llegando al equilibrio adecuado para el desarrollo del destino generando no solo beneficios a las empresas sino también asegurando la mejora de la calidad de vida de la población.

AMBIENTAL

Ambientalmente se justifica ya que con la evaluación de las potencialidades del cantón Manta, se valorarán indicadores para los sistemas de manejo de residuos que genera la ciudad, permitiendo conocer las acciones tomadas por

el GAD Municipal para el desarrollo de la actividad turística. Dado los resultados de dicha evaluación se implantarán estrategias que solucionen el problema identificado para minimizar los impactos negativos ambientales y llevar a cabo un turismo sostenible.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico.

1.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar el sistema turístico del cantón Manta para su definición como destino turístico.
2. Analizar los modelos de evaluación de potencialidades para su aplicación en el cantón Manta.
3. Valorar las potencialidades de la ciudad de Manta para definirlo como destino turístico.

1.4. IDEA A DEFENDER

Con la evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta, esta se definiría como un destino turístico.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación se da paso a la revisión bibliográfica, en el que se desarrollan temas respectivos a las variables dependiente e independiente en el que se presenta el siguiente hilo conductor.

Figura 2. Hilo conductor



Fuente: elaboración propia

2.1. PLANIFICACIÓN EN EL TURISMO

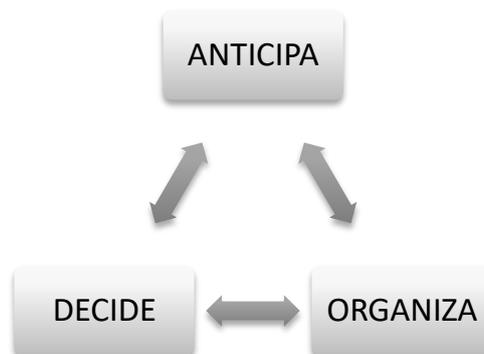
Los frecuentes cambios en el mundo, exigen la transformación del pensamiento y maneras de actuar sobre lo que se quiere lograr construyendo una forma de desarrollo progresivo que genere una calidad de vida. Para ello se forma el término de la planificación, centrándose en las nuevas direcciones del mundo actual. (Viteri, *et al*, 2013, p. 1). La planificación se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de proyectos, actividades, gestiones entre otros, ya que gracias a él se prevé las posibles soluciones a problemas existentes dentro de una organización o institucionalidad.

Centralmente en la planificación se determinan objetivos que se quieran alcanzar, ya sean a largo o mediano plazo y así también generar propuestas que aseguren la viabilidad de la planificación (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Viviendas, 2016, p. 5).

Ésta, dirige la proyección de las empresas o negocios a través de la organización, en la que se implantan medidas para el desarrollo de una actividad productiva y poder marcar la diferencia y entrar a ser competitivos en un mercado diversificado. En ocasiones cuando inician una actividad de prestación de un bien o servicio, se la realiza de manera espontánea o sin previa planificación haciendo que sus decisiones no sean las adecuadas. (Nava, 2015, p. 35). Es por esta razón que las actividades dentro de un negocio, empresa u organización deben ser estrictamente coordinadas bajo el régimen de un plan, mismo que va a dirigir a su futuro.

La planificación es la que coordina u organiza actividades o recursos para un determinado fin, donde solo el gerente o persona a cargo de la dirección podía hacer cambios o tomar decisiones según su criterio y conveniencia, aspecto que actualmente se ha rechazado y ha dado libre albedrío a la toma de decisiones en base a los criterios de la comunidad social y las empresas, dándoles su espacio de actuación para el control y éxito de una organización. (Cárdenas, 2013, p. 10). Lo que se puede determinar en la planificación, es una antelación de lo que puede ocurrir, para establecer acciones y decidir la posición de la empresa o sociedad ante un mundo competitivo, para ello se muestran dichas acciones en la figura 3.

Figura 3. Acciones de planificación



Fuente: elaboración propia

Hoy en día las empresas, no solo realizan su planificación, sino también crean estrategias de acuerdo al estado de la empresa para poder realizar acciones dirigidas en programas o proyectos que determinen el progreso de la empresa, y es así que ahora la planificación se la realiza de manera estratégica. Según Castellanos (2015) la planificación estratégica “es la formulación, ejecución y evaluación de acciones para el logro de objetivos corporativos en una empresa” (p. 43). Este tipo de planificación es desarrollada para establecer estrategias con enfoques definidos a la situación actual de las empresas u organizaciones en las que al aplicarse se conocerá su éxito.

Las empresas realizan planificaciones estratégicas, pero éstas fracasan, debido a que no han implantado las estrategias adecuadas o no están direccionadas a los objetivos de la misma. Así también las estrategias son cambiantes durante el tiempo establecido de realización y se debe analizar el plan de manera minuciosa para que se desarrolle de manera efectiva (Velásquez, *et al*, 2016, p. 563). Dentro de la planificación estratégica, es importante mencionar que se toman en cuenta la participación ciudadana para su continuo proceso y todas las partes se vean beneficiadas (Martínez, 2015, p. 6). El proceso de planificación se lo maneja a través de etapas que lo dirigen hacia lo que se quiere lograr. No hay una estructura estándar para todos los planes, pero si se lo hace con coherencia y lógica de los pasos que se deben hacer. Ojeda (2013) da a conocer sobre las etapas de la planificación que corresponden a:

1. Los objetivos, misión, visión, valores
2. Análisis estratégico
3. Desarrollo de estrategias
4. Soporte a través de instrumentos operativos
5. Control (p. 127)

Este autor plantea como primera etapa la dirección de los objetivos que quiere lograr, ya sea una empresa u organización, luego establecer su misión, visión y valores en los que plasman una dirección de lo que se quiere lograr. La segunda etapa es la realización de un análisis estratégico que corresponde al análisis interno y externo que se representa en un FODA, el cual ayuda a

conocer sobre el ámbito de actuación según los resultados de este análisis. La tercera etapa es el desarrollo de estrategias, mismas que se efectúan bajo el estudio del FODA y en base a los objetivos establecidos. La etapa 4 hace mención al soporte a través de instrumentos operativos como programas, manuales, entre otros y la última etapa que corresponde a la evaluación y control de los procesos llevados a cabalidad. Los autores Crespo, Rangel y Morillas (2012) mencionan las siguientes etapas:

1. Definición de la misión, visión y valores
2. Análisis de la situación interna y externa
3. Fijación de metas y objetivos
4. Formulación de estrategias y tácticas
5. Diseño del plan y presupuesto
6. Seguimiento, evaluación y control de resultados

Estos autores proponen como primera etapa la definición de la misión, visión y valores como conocimiento de la proyección de la empresa, la segunda etapa es la elaboración de un FODA identificando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para reconocer su situación actual. La tercera etapa formula metas y objetivos que son los que dan el punto de dirección. Como quinta etapa se encuentra el diseño del plan y presupuesto, el que se necesita para aplicarlo y la sexta etapa que es el seguimiento de los procesos de la planificación para su evaluación y controlar los resultados que arroje. Para Vergara y Jarro (2014) determinan 5 fases de la planificación que consiste en:

1. Misión, visión y valores
2. Establecer objetivos
3. Diseñar estrategias
4. Ejecución de estrategias
5. Supervisión y evaluación (p.10)

Estos autores concuerdan en la realización de la misión visión y valores, el cual se conoce hasta donde la empresa desea llegar, se establecen objetivos para marcar una línea meta dentro de la planificación, en donde se diseñan estrategias para alcanzar los objetivos planteados y se procede a la supervisión

y evaluación de los procesos. Para mayor comprensión se resumen las etapas de los autores mencionados en el apartado. Ver cuadro 1.

Cuadro 1. Comparación de las etapas de la planificación

Autores	Crespo, Rangel y Morillas (2012)	Ojeda (2013)	Vergara y Jarro (2014)
Etapas	1. Definición de la misión, visión y valores	1. Los objetivos, misión, visión, valores	1. Misión, visión y valores
	2. Análisis de la situación interna y externa	2. Análisis estratégico	2. Establecer objetivos
	3. Fijación de metas y objetivos	3. Desarrollo de estrategias	3. Diseñar estrategias
	4. Formulación de estrategias y tácticas	4. Soporte a través de instrumentos operativos	4. Ejecución de estrategias
	5. Diseño del plan y presupuesto	5. Control	5. Supervisión y evaluación
	6. Seguimiento, evaluación y control de resultados		
Análisis	En conclusión, para la determinación de las etapas se debe considerar lo siguiente		
	<ul style="list-style-type: none"> - La realización de la misión, visión, valores y objetivos - Hacer un análisis de la situación actual - Desarrollar estrategias - Ejecución y control 		

Fuente: elaboración propia

Toda acción demanda de un proceso secuencial, donde se espera buenos resultados. Es el caso del proceso administrativo basado en la planificación que lleva un proceso que se compone de: planeación, organización, dirección y control (Torres y Contreras, 2013, p. 57). Véase en la figura 4.

Figura 4. Proceso de la planificación



Fuente: elaboración propia

La planificación es un proceso mediante el cual se establecen los objetivos y metas que desea la empresa con un plazo para su ejecución, si no se lo realiza de la mejor manera, ésta no va a tener buenos resultados con funciones espontáneos sin coherencia, generando una deficiencia en sus funciones. Dicha planificación es la fundamentación que permite el logro de resultados, porque en su análisis prevé con acciones de solución para alcanzar metas.

Además, se implantan programas y planes para cumplir con actividades que tributen a los objetivos. Dentro de la planeación podemos encontrar los siguientes elementos que son: presupuesto, objetivos y manuales. La organización es el establecimiento de un orden que consiste en una relación de personal y las labores, que se sincroniza para poder asegurar los fines de la empresa. Las tareas son designadas y coordinadas para su eficiente funcionamiento dentro de las empresas u organizaciones.

La dirección se refiere a la orientación de las actividades que se desarrollan para lograr un mismo fin, es aquí donde se ve reflejado el logro de los objetivos (Torres y Contreras, 2013, p. 57). El control está dirigido al desempeño laboral y las acciones que se llevan a cabo para conocer su condición y poder realizar los correctivos necesarios, éste se debe basar en normativas y hacer comparaciones del desempeño para obtener un sistema que certifique calidad (Cipriano, 2014, p. 120). Las personas al planificar se centran en lograr el crecimiento de su empresa u organización, gracias a ésta se puede prever el estado de la misma. Con el análisis FODA de un plan estratégico se puede conocer y aprovechar las fortalezas y oportunidades para crear mecanismos y acciones para la obtención de un efecto positivo (Torres, 2014, p. 7).

La planificación tiene un papel importante en la vida de las empresas u organizaciones, puesto que, de ésta depende su rendimiento, hay que analizar que si no se plantean metas no habrá esfuerzos y no se asegurará la eficiencia, y al no determinar un plazo no obtendrá eficacia. La planificación evita la generación de inseguridad en las acciones y procesos que se desarrollan en una empresa, con éste se trata de aprovechar las oportunidades que se presenten y reducir las amenazas (Ibarra, 2014, p. 22). Si bien es cierto la planificación surge de un problema que se quiere solucionar para lograr su objetivo o meta y por ende se necesita determinar la finalidad que la empresa desea siendo efectiva en cuanto a los resultados.

La planificación estratégica busca tener un orden o régimen de una actividad determinada, de esta manera se den resultados positivos, además, de maximizar los recursos para la generación de estrategias posibles. Por otro lado, la planificación se la muestra como un sistema de organización que

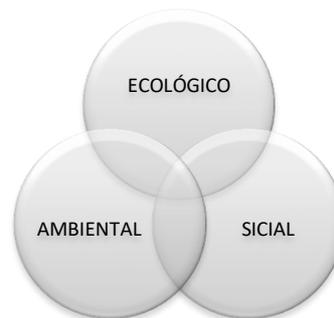
responde a la generación de ideas y esfuerzos, obteniendo una transformación de la situación que se presente en el momento, dando paso a una retroalimentación de los procesos de la empresa (Mendoza, et al, 2016, p. 64).

La planificación se da no solo en el ámbito empresarial o institucional, sino también en las ciencias, la ingeniería, la política, los emprendimientos, entre otros, y uno de ellos es el turismo, que a pesar de ser un fenómeno social se lo planifica para que la actividad se lleve a cabo de manera más organizada y controlada sin crear alteraciones o anomalías en el turismo. El turismo es definido por la OMT (2005) como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (p.1). Ésta actividad tuvo un cambio acelerado después de la segunda guerra mundial, donde se implementaron los aviones de pasajeros en el que se convirtió en una curiosidad para las personas y veían la posibilidad de viajar a largas distancias en pocas horas (Asociación de estados del caribe, 2017, p. 3). Es así como de a poco las personas se motivaban a viajar, durante el siglo XIX surgió el primer viaje organizado por el padre del turismo Thomas Cook en el año 1846 y para el año 1855 realizó el primer viaje organizado al exterior y tuvo mucho éxito llevándolo a crear una agencia de viajes y así fue generando cada vez más movimiento turístico (Yáñez, 2017, p. 6).

La planificación del turismo en la actualidad está alcanzando el éxito, debido a que se han desarrollado fuentes de trabajo, se aprovecha los recursos sin agotarlos, se crea una cultura sostenible, genera circulación de efectivo, incrementa los ingresos económicos a las localidades y más. Esta planificación del turismo es un proceso mediante el cual se pretende el desarrollo turístico de un determinado espacio geográfico (Velasco, 2016, p. 583). Un aspecto que se debe considerar dentro de este estudio es que las planificaciones solo se enfocaban en el mejoramiento de un bien o servicio turístico, sin tomar en cuentas aspectos que lo componen y validan su desarrollo. Es así que al planificar la actividad turística se lo hace de manera integrada que busca un

equilibrio en donde sea viablemente económico, equitativamente social y se soporte ecológicamente (Orgaz, 2013, p. 5). Ver figura 5.

Figura 5. Planificación integrada del turismo



Fuente: elaboración propia

Para que se dé una planificación estructurada se debe hacer un análisis de las etapas de la planificación turística en las que se detallan en la figura 6.

Figura 6. Etapas de la planificación turística



Fuente: elaboración propia a partir de Rivero 2013

Las etapas de la planificación del turismo se basan en una secuencia ordenada y lógica, que permite el desarrollo integral de las actividades para lograr que las empresas lleguen a su máximo nivel que es el éxito.

2.2. PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El destino turístico “es una unidad geográfica con un conjunto múltiple de servicios y productos en el que el turista se ve motivado a trasladarse ya sea como parte de un tour, o un destino móvil como son los cruceros” (Panosso y Lohmann, 2012, p. 219). Para la determinación de un espacio como destino, se debe considerar si se encuentra condicionado con un conjunto de destinos para fortificar la oferta y obtener la afluencia de turista sobre éste. (Frejomil, *et al*, 2017, p. 497). Los destinos pueden ser una población, una ciudad, un país o un continente, siempre que tenga las condiciones de un destino turístico.

Los destinos deben disponer de: servicios, atractivos, infraestructura e instalaciones, los mismos que harán que el visitante demande para la generación de su satisfacción y asegurar la calidad del destino en el que a su vez también se toman en cuenta los intereses de la población. “Para su eficaz desarrollo es necesario que se lo haga de manera integral en el que se dé importancia a la oferta, la demanda, los espacios y los operadores del mercado” (Wallingre, 2013, p. 12).

El destino turístico es un conjunto de elementos que se da a disposición de los turistas, para satisfacer sus necesidades ya sean biológica o básicas tales como un establecimiento para dormir o un restaurante para comer, así también la necesidad de recreación y esparcimiento, ya que la mayoría de los turistas viajan por ocio y necesitan de un espacio de distracción. En cuanto a los servicios complementarios ayudan a la diferenciación entre destinos y mejorar la calidad de éstos, haciendo que el turista tenga una experiencia agradable y decida volver al destino. Los elementos que conforman un destino son los siguientes:

- Atractivo turístico: es el conjunto de atracciones que motivan al turista a ir hacia él y obtener experiencias.
- Productos turísticos: son los bienes y servicios que se ofertan al visitante.

- Los recursos turísticos: son los elementos básicos para el desarrollo del destino como atractivos turísticos, equipamiento, transporte, servicios y comunicaciones.
- La planta turística: son las instalaciones para la producción de bienes o servicios destinados al turismo.
- Equipamiento turístico: son el conjunto de servicios de primera necesidad del turista.
- Infraestructura turística: La disponibilidad de una estructura física para el desarrollo turístico.
- Servicios complementarios: son los que atienden a la satisfacción de las necesidades de los turistas (Rodríguez, 2013, p. 8).

Al igual que todas las cosas tienen su espacio de tiempo limitado y los destinos turísticos no están exentos a esto y es así que se desarrolla bajo un ciclo de vida funcional. Esto se da de acuerdo a los servicios que ofrecen la infraestructura, comercialización y sobre todo la constante afluencia de turistas en el destino. El ciclo de vida del destino se manifiesta en 6 etapas que corresponden a: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive (García, 2013, p. 79). Ver figura 7.

Figura 7. Ciclo de vida de un destino turístico



Fuente: elaboración a partir de García 2013

- Exploración: en esta etapa los visitantes apenas conocen el destino y comienzan a frecuentar en ocasiones, limitándose en cuanto a facilidades y por ende no se desarrolla una oferta estable.

- Implicación: la frecuencia de turista va en aumento gracias al incremento de facilidades y servicios y es aquí donde se necesita la implementación de la planificación.
- Desarrollo: la presencia del turista es perenne, se establece una infraestructura adecuada a la demanda turística como hoteles de prestigio, operadoras, empresas de transporte turísticos, entre otros. Todo esto se da a la masificación del turismo.
- Consolidación: es un estado en el que se mantiene un equilibrio ya que el número incrementado de turistas no varían.
- Estancamiento: el número de turista no incrementa y el destino pierde su atractivo.
- Declive: es aquí donde el turista opta por ir a otros destinos y se generan costos de la actividad sin recibir ganancias y el destino pierde su mercado (García, 2013, p. 79).

El estado del destino dependerá mucho de la planificación que se le dé, ya que aquí se instauran programas bajo normativas que regulan la actividad y se determine su éxito. Para el desarrollo de un destino turístico se deben considerar elementos que son indispensable para su crecimiento y fortalecimiento.

1. Consolidación de una organización de gestión del destino. - para la mejora de un destino se necesita la interacción en conjunto con los sectores tanto públicos como privados y la comunidad local para para la determinación del objetivo común.
2. Delimitación geográfica. - se debe establecer los límites del espacio geográfico, donde se desarrolle el destino turístico y se posicione en la mente de los turistas.
3. Definición y conocimiento del mercado objetivo.- se debe estar claro hacia qué segmento de mercado está dirigido el destino turístico, para poder implantar estrategias de comercialización y desarrollar productos y servicios en base a las preferencias del mercado meta.

4. Propuesta principal de venta. - son los elementos que ofrecen al turista que lo diferencia de otros destinos logrando ser seleccionado entre la competencia.
5. Planificación. - es la herramienta de gestión del destino en el que se instaura objetivos y metas para lograr el éxito.
6. Desarrollo de una marca. - la marca asegura la calidad de los servicios prestados en un destino además de tener reconocimiento y distinción en el mercado turístico (MINCETUR, 2014, p.13).

A principios de la evolución del fenómeno del turismo se lo realizaba de manera espontánea e improvisada, donde los actores del desarrollo de destinos turísticos trabajaban independientemente de acuerdo a los intereses individuales. Hoy en día la planificación no es solo una herramienta de apoyo, sino, que se ha convertido en la base del crecimiento y cumplimiento de las metas propuestas, las mismas que buscan la integridad de los sectores involucrados en el crecimiento de un destino (MINCETUR, 2014). Para la gestión del destino se deben considerar los siguientes aspectos mencionados en la figura 8.

Figura 8. Aspectos de la gestión de destinos



Fuente: elaboración propia a partir de MINCETUR 2014

Planificación y desarrollo del destino: aquí se realizan las fases de una planificación iniciando por un diagnóstico de la situación actual del destino, conociendo sus fortalezas y oportunidades para aprovecharlo y maximizar los recursos con los que cuenta, además de hacer una evaluación y estableciendo los objetivos, metas y la coordinación de planes para lograr alcanzarlos.

Desarrollo de productos y servicios turísticos: con el conocimiento de su mercado meta se pueden implantar servicios que respondan a sus necesidades y se sientan satisfechos al momento de hacer uso de ellos. Este punto es de importancia, puesto que, es aquí donde el turista decide la preferencia del producto turístico.

Promoción y comunicación del destino: el destino debe ser impulsado al conocimiento de su mercado y así implantar estrategias de comercialización y promoción para establecer el posicionamiento en el sector (MINCETUR, 2014, p.27). Para que un espacio geográfico sea gestionado como destino, debe realizarse una evaluación de los elementos que lo componen, para conocimiento de su funcionamiento bajo estándares de regulación y asegurar la calidad del destino turístico. Para Pierret (2009) hacen mención a que la evaluación de un destino turístico responde al desenvolvimiento y análisis del conjunto de potenciales que posee y así se crean un proceso de medidas para la gestión regulatoria de éste. Para ser precisos en el apartado se muestra las categorías de evaluación de un destino turístico. Ver figura 9. (p. 7)

Figura 9. Categorías de evaluación de un destino



Fuente: Elaboración propia a partir de Pierret (2009)

1. Sostenibilidad del destino

Desde la preocupación de los organismos por los cambios climáticos en el mundo, se ha establecido que todas las actividades realizadas por el ser humano se lo hagan de manera sostenible, para no crear impactos negativos en el ambiente y por esta razón los destinos turísticos deben estar planificados en base a la sostenibilidad para que la actividad turística se desarrolle sin generar problemas ambientales. Medrano y Lardiés (2014) mencionan los indicadores de evaluación en el ámbito medioambiental en los que proponen lo siguiente:

- Calidad de agua para consumo humano
 - Índice de consumo energético
 - Índice de consumo de agua
 - Uso y manejo ambiental
 - Gestión ambiental
 - Eficiencia de sistema de manejo de desechos sólidos
 - Eficiencia del sistema de manejo de desechos líquidos
- (p. 107)

El espacio urbano donde se logra la captación de turistas posicionándose como un destino turístico sufre cambios o alteraciones en los que implanta los siguientes indicadores para la evaluación y regulación de éste dados por Hernández, Sánchez y Ginéz (2015).

- Transporte (número y frecuencia de autobuses que lleguen hasta la zona)
- Cobertura de agua potable
- Cobertura de energía eléctrica
- Cobertura de recolección de desechos sólidos
- Cobertura de alcantarillado
- Número de espacios de esparcimiento y deporte
- Número comercios en las cercanías de la playa
- Número de aseos y duchas en la playa
- Limpieza de la playa
- Limpieza de la urbe
- Número de aparcamientos públicos y privados en las cercanías de la playa
- Señalética urbana e información de la playa

El patrimonio es la identidad de una cultura o sociedad en la que se debe preservar y mantener a través de las generaciones, además de que se ha convertido en motivo de interés de las personas con otras culturas, en las que debe someterse a un control en el que se enmarca los siguientes indicadores: (López et al, 2013, p 150).

- Número de recursos patrimoniales
- Información y visita
- Conservación y mantenimiento
- Accesibilidad

2. Organización

En cuanto a la organización se da desde los gobiernos ya sean estos nacionales, provinciales o cantonales en el que establecen una imagen regulatoria y de desarrollo de los destinos turísticos. A continuación se presentan los indicadores de evaluación de los gobiernos según Días (2015, p.4).

- Regulación de los establecimientos turísticos
- Contribución económica para el desarrollo turística
- Ejecución de planes y proyectos turísticos

Dentro de un destino turístico deben existir centros de información turísticos que despejen las dudas e inquietudes de los turistas, además de guiarlos sobre el desplazamiento en el destino.

Información y bienvenida: - Información actualizada del destino turístico
- Veracidad de la información

Todo lugar debe tener seguridad para realizar actividades sin incertidumbre y este aspecto es el más importante, ya que de éste depende la imagen del destino, a continuación se presenta los siguientes indicadores de evaluación de la seguridad propuestos por la Comisión Europea (2016).

- Niveles de criminalidad
- Niveles de accidentes
- Números de unidades policiales por comunidad
- Porcentaje de turistas que presentan una denuncia a la policía (p. 23)

3. Actividades

Las actividades son el complemento de un destino para la recreación de los turistas, en el que se evalúan para su satisfacción en el que se instauran los siguientes indicadores.

Cultural: Número de espacios destinados a la cultura

Deportivo: Número de espacios destinados al deporte

Entretenimiento: - Número de establecimientos de entretenimiento

- Áreas públicas de recreación

Compras: - Áreas destinadas al comercio

- Número de establecimientos comerciales por área

Convenciones: - Número de establecimientos destinados a las convenciones

- Frecuencia de convenciones

4. Servicios

Los servicios son el cuerpo del destino y gracias a estos es posible la actividad turística en las que se convierten en las necesidades y exigencias de los turistas y en base a ello se mide su nivel de satisfacción.

Transporte

- Porcentaje de cobertura de transporte en el destino
- Existencia de facilidades de acceso a los transportes para personas discapacitadas
- Número de aeropuertos
- Número de aerolíneas
- Número de tentadoras de carros

Alojamiento : - Número de establecimientos hoteleros

Comidas y bebidas: - Número de establecimientos de comidas

- Número de establecimientos de bebidas

Agencias de viajes: - Número de agencias de viajes

Servicios adicionales: - Número de bares y discotecas

- Número de empresas renta de equipos deportivos

Todos los indicadores y elementos anteriormente mencionados son razones que se consideran para que una determinada zona se establezca como un destino turístico, al complementar la evaluación de todos estos factores se obtendrá la identificación de las falencias y por último conocer y analizar las potencialidades que posee para que el destino sea sólido.

2.3 POTENCIALIDADES DEL TURISMO

El potencial responde a atributos con características únicas que lo diferencian creando interés o admiración, en el caso del turismo las potencialidades corresponden al nivel de impacto de los recursos, atractivos, productos, servicios, que cree sobre el turista (Covarrubias, 2013, p. 6). Es importante conocer las potencialidades con las que cuentan los atractivos turísticos para identificar hacia qué segmento de mercado se puede promocionar o dirigir. Para esto se debe conocer la estructuración de las potencialidades turísticas que radican en dos elementos, tales como: el potencial tangible y el potencial intangible. Ver figura 10.

Figura 10. Potencial turístico



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al potencial tangible se considera a los aspectos palpables y visibles que nos rodean y el potencial intangible son manifestaciones ya sean

intelectuales o culturales que generan un interés o atractivita (Mikery y Pérez, 2014, p. 1732). Con lo mencionado se puede determinar el potencial tangible de un atractivo turístico a los elementos como accesibilidad, infraestructura y equipamientos que ese encuentre en perfectas condiciones para el recibimiento del turista, los mismos que pueden ser inspeccionados y utilizados de manera continua. Y a la vez se identifican a los elementos intangibles como los servicios de meseros, servicios de ama de llaves, servicio de limpieza, entre otros, que complementa a la realización de un producto turístico. Es por esta razón que se debe hacer un análisis del potencial para obtener conocimientos y realizar una gestión adecuada para el destino, permitiendo tener una visión de los elementos que se pueden captar para la planificación de nuevos proyectos en el ámbito turístico de acuerdo a la demanda existente (De Pablo, 2015).

Para llegar a ser un destino turístico el espacio geográfico debe estar bien provisto de potencial, el cual, debe analizar frecuentemente debido a que la actividad turística y el tiempo generan cambios e impactos en éstos. Para ello se planea el análisis partiendo de: la identificación del tipo de destino. Ver cuadro 2.

Cuadro 2. Identificación del tipo de destino

TIPO DE DESTINO	CARACTERÍSTICAS
Sol y playa	Se desarrolla en espacio costero
Cultural	Actividades para facilitar al turista unos conocimientos y ampliar su cultura desde la perspectiva del ocio y tiempo libre. El destino ha de disponer de una amplia gama de recursos culturales. También para aprender idiomas.
De naturaleza	Se desarrolla en espacios naturales protegidos, donde el hombre no ha dejado huella, al menos de forma significativa.
Rural	Se desarrolla en poblaciones rurales y abarca actividades agrícolas, realización de excursiones a pié o bicicleta y la práctica de deportes en ríos, montañas, lagos...
Industrial	Consiste en realizar visitas a empresas para conocer procesos productivos, instalaciones y otros aspectos de funcionamiento.
Deportivo	Asistencia y/o participación a competiciones deportivas
Salud	Tratamientos termales, bienestar, salud , belleza personal..
Negocios	Asistencia a Ferias, Jornadas Congresos, negociaciones...
Shopping	“ Ir de compras “ como actividad lúdica
Urbano	Actividad de tiempo libre que se desarrolla en una gran ciudad. A veces se engloba en el turismo cultural
Científico	La motivación es la observación, contemplación, estudio, investigación. de la naturaleza
Gastronómico	El motivo y objetivo del desplazamiento es la comida o bebida.

Fuente: Roselló 2017

Una vez identificado el tipo de destino turístico se procede a realizar el análisis del tipo de recursos turístico que posee el destino (Roselló, 2017, p. 354). Ver cuadro 3

Cuadro 3. Tipo de recursos turísticos

TIPO DE RECURSOS TURÍSTICOS	CARACTERÍSTICA
Usuario - recurso	Este se caracteriza por tres aspectos, el primero que son aquellos recursos que se encuentran cerca del turista, el segundo se refiere a recursos con mayor magnitud posicionados en urbes y por último los recursos que requieren desplazamientos a larga distancia
Originales	Su estado original crea la captación elevada de turistas
Con capacidad por sí mismo	Afluencia de turistas sin importar donde se encuentren
Básicos	Generan desplazamientos pero no cuentan con un atractivo claro u objetivo
Hidromo	Relacionados con el agua (ríos, lagos, playas, cascada)
Phitomo	Corresponde a ambientes naturales y la principal atracción son la flora y fauna
Litomo	Construcciones del hechas por el hombre (monumentos , plazas, edificaciones)
Antropomo	Elementos culturales como artesanías, fechas religiosas, folclore.
Mnémone	Lugares que enmarquen una historia

Fuente: elaboración a partir de Roselló 2017

El último paso es hacer el análisis de los componentes del destino bajo criterios de evaluación y obtener una base de datos para la elaboración de un producto turístico. Los componentes a analizar son:

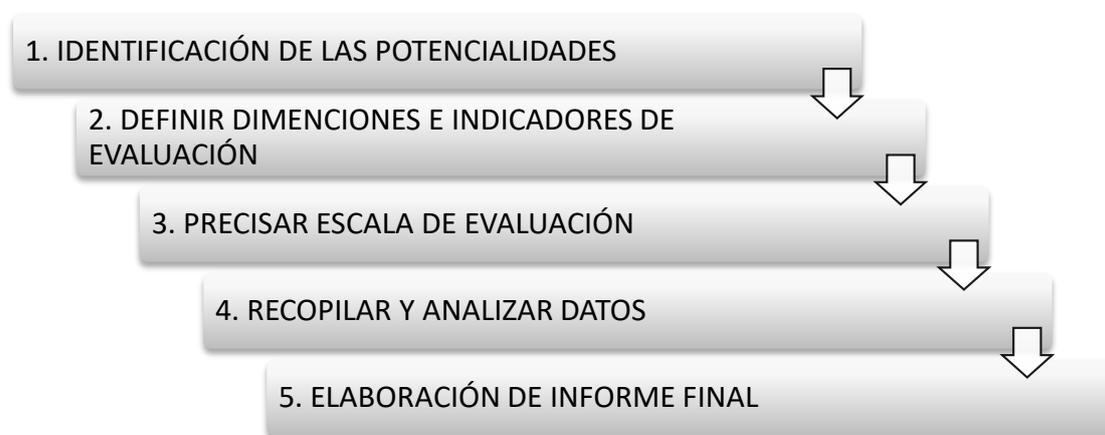
- Recursos turísticos: estos pueden ser recursos naturales o culturales
- Infraestructura: elementos físicos, públicos y privados
- Empresas turísticas/ oferta de productos turísticos: bienes y servicios para el turismo (alojamiento, transporte, agencias de viajes, restauración...)
- Empresas complementarias/ servicios generales: elementos públicos o privados en temas de seguridad y salud (Roselló, 2017, p. 353).

El potencial marca una diferencia entre los destinos, donde se debe considerar como factor primordial en los procedimientos de creación de proyectos turísticos. Su estado se debe analizar para su aprovechamiento y mejoramiento

para obtener una mayor acogida de turistas realizando la correspondiente evaluación de las potencialidades del destino.

2.4. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DE UN DESTINO TURÍSTICO En la planificación de un destino turístico debe realizarse la evaluación de las potencialidades, con la finalidad de identificar lo que se puede aprovechar y las mejoras que se pueden realizar, además de conocer los tipos de nichos de mercado que se pueden desarrollar en determinado destino turístico, para ofertar un producto orientado a sus necesidades. En este apartado se hace el diseño de un esquema de la evaluación de las potencialidades para llevar una organización sistematizada, para que los resultados se muestren de manera efectiva (Torres y Echarri, 2015, p. 16). Ver figura 11.

Figura 11. Esquema de evaluación de potencialidades



Fuente: elaboración a partir de Torres y Echarri, 2015

1. Como primer paso se realiza la identificación de las potencialidades existentes en el destino, para obtener una base de datos y mantener una información actualizada sobre la cual se va a evaluar, realizado un inventario describiendo los recursos que posee y seleccionarlos de acuerdo a la jerarquización escogiendo las más apropiadas para el destino.
2. Luego se define las dimensiones e indicadores de evaluación que se deriven en función de las potencialidades identificadas, donde se establecerá una investigación de posibles diseños de evaluación, para generar las que se utilizarán en el destino.

3. Se hace la precisión de la escala de evaluación de acuerdo a las dimensiones establecidas que determine su estado, para ello se debe hacer una revisión bibliográfica de propuestas de escalas de medición.
4. De la misma manera se da la recopilación de los datos, los mismos que procederán a ser analizados donde arrojará datos estadísticos del destino.
5. Y por último se procede a la elaboración de un informe final donde se detallan los procesos realizados y los resultados de la evaluación (Torres y Echarri, 2015, p. 19).

Es necesario recalcar que al seguir el esquema antes mencionado se puede llegar a realizar una innovación en cuanto las potencialidades aprovechando las zonas de intervención, superando a posibles destinos competitivos.

El potencial turístico de un destino se lo puede determinar mediante procesos de medición y regulación, y así poder hacer un análisis estadístico que muestra los resultados de su estado. Para lograr la evaluación de un destino se establecen etapas para el desarrollo organizado del proceso y facilitar la recopilación de información. Para la identificación de las etapas se partió de Batista, González, González y Leyva 2017; Pariente, Chávez, Reynel 2016; Albuja 2016 y Agatón; y Cruz 2015. En el que cada uno en sus estudios menciona sus propias etapas en las que se resume en la figura 12.

Figura 12. Etapas de la evaluación de un destino turístico



Fuente: elaboración a partir de Batista, González, González y Leyva 2017; Pariente, Chávez, Reynel 2016; Albuja 2016 y Agatón; y Cruz 2015

Diagnóstico: éste es el punto de partida, donde se identifican elementos fuertes y débiles en cuanto a la oferta, demanda, la competencia y determina las

fortalezas y oportunidades del destino para sacar provecho e implantar estrategias direccionadas a la visión del destino. El diagnostico comprende de:

- Diagnostico situacional
- Análisis de la oferta turística
- Análisis de la demanda
- Análisis de la competencia
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Foda

Analizar modelos de evaluación de potencialidades de destinos: Se debe hacer estudios de modelos de evaluación y determinar un modelo que se ajuste en función de las potencialidades del destino y a la vez poner una escala de medición que sea clara y explícita, para el momento de establecer los resultados. Debe basarse en los siguientes criterios.

- Servicios
- Sostenibilidad local
- Organización
- Actividades

Evaluación del potencial: es el juzgamiento del valor y funcionalidad de las potencialidades del destino en base a indicadores de medición organizado.

Informe de resultados: el informe es un documento escrito en el cual se da el análisis de todo el proceso de evaluación en el que arroja los resultados y estadísticas, que determinarán el estado del destino turístico (Agatón; y Cruz 2015).

Para Camara y Mocarte (2014) plantea una clasificación de los recursos, para luego inventariarlos y por ultimo llegar a la evaluación de las potencialidades en la cual se detalla el procedimiento.

1. Clasificación de los recursos: se deben identificar los recursos reales y potenciales del destino o territorio turístico, para luego determinar la clasificación en el que se debe disponer de un método adecuado como el que se presenta a continuación. Ver cuadro 4.

Cuadro 4. Clasificación de los recursos turísticos

CRITERIO	AUTORÍA	CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS
NATURALEZA DEL RECURSO	P.Defert (1976-1982)	<ul style="list-style-type: none"> - Hidromo - Phitomo - Litomo - Antropomo - Mnémone
	OEA (1978) (Organización de Estados Americanos)	<ul style="list-style-type: none"> - Sitios naturales - Museos y manifestaciones culturales históricas - Folklore - Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas - Acontecimientos programados
	Fernández Fuster (1985-1991)	<ul style="list-style-type: none"> - Naturales - Socioculturales - Económicos - Por su grado de interés, por su rareza o su originalidad - Por su disponibilidad de tiempo
	Bull (1994)	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos libres - Recursos escasos
	UIOOT (1970)	<ul style="list-style-type: none"> - Condiciones naturales - Infraestructura - Condiciones socioeconómicas - Equipamientos de superficie - Equipamientos culturales y de recreo
	Douglas Pearce (1981)	<ul style="list-style-type: none"> - Clima - Condiciones Físicas - Recursos - Accesos - Tenencia y uso de tierra - Restricciones e incentivos al desarrollo turístico - Otros factores “el análisis de la capacidad de carga”, concepto totalmente aceptado en la actualidad y en pleno vigor y aplicabilidad
UNCIONALIDAD DEL RECURSO	Clawson y Knesth (1966).	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos orientados al usuario - Recursos recreativos de tipo intermedio - Esparcimiento basado en el recurso
	Corna Pellegrini (1973)	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos originales - Recursos complementarios
	Burkart y Medlik (1986)	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos propios - Recursos orientados al usuario
	Gunn (1988)	<ul style="list-style-type: none"> - Atractivos turísticos - Destinos atractivos
	Leno Cerro (1989;1992)	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos básicos - Recursos complementarios

Fuente: González, Jiménez y Vallés 2015

La clasificación más adecuada es la de la Organización de Estados Americanos, en las que se clasifica en cinco categorías con sus respectivos tipos que se presenta en el cuadro 5.

Cuadro 5. Clasificación de los recursos según la OEA

CATEGORÍA	TIPO	
SITIOS NATURALES	Montañas	
	Planicies	
	Costas	
	Lagos, lagunas y esteros	
	Ríos y arroyos	
	Caídas de agua	
	Grutas y cavernas	
	Lugares de observación de flora y fauna	
	Lugares de caza o pesca	
	Caminos pintorescos	
	Termas	
	Parques Nacionales y Reservas de flora y fauna	
	Museos	
	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	Obras de arte
Lugares históricos		
Ruinas y sitios arqueológicos		
Manifestaciones religiosas y creencias		
Ferias y mercados		
Música y danza		
FOLKLORE		Artesanías y artes populares
		Comidas y bebidas típicas
		Grupos étnicos
		Arquitectura popular y espontánea
REALIZACIONES TÉCNICAS	Explotaciones mineras	
	Explotaciones agropecuarias	
	Explotaciones industriales	
	Obras de arte y técnica	
	Centros científicos y Técnicos	
	Artísticos	
	Deportivos	
	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Ferias y exposiciones
		Concursos
		Fiestas religiosas y profanas
Carnavales		
Otros		

Fuente: González, Jiménez y Vallés 2015

2. Clasificación de los servicios turísticos

Los servicios son aquellos elementos que se incorporan, para realizar un proceso productivo turístico, implicando la inserción de recursos humanos, financieros, de soporte y servicios de la actividad turística (Camara y Mocarte, 2014. P 55).

Aunque no existen estudios actualizados de la clasificación de los servicios, se ha tomado como referencia un listado dado por González, Jiménez y Vallés (2015). Ver cuadro 6.

Cuadro 6. Listado de servicios turísticos

1. Servicios de alojamiento Hoteles y otros servicios de alojamiento de segundas viviendas por cuenta propia o forma gratuita
2. Servicios de provisión de alimentación y bebida
3. Servicios de transporte de pasajeros:
 - 3.1. Servicios de transporte interurbano por ferrocarril.
 - 3.2. Servicios de transporte por carretera.
 - 3.3. Servicios de transporte marítimo.
 - 3.4. Servicios de transporte aéreo.
 - 3.5. Servicios anexos al transporte de pasajeros.
 - 3.6. Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros.
 - 3.7. Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
4. Servicios de las agencias de viajes, operadores turísticos y guías turísticos:
 - 4.1. Servicios de agencias de viajes.
 - 4.2. Servicios de operadores turísticos.
 - 4.3. Servicios de información turística y de guías turísticos.
5. Servicios culturales:
 - 5.1. Desarrollo artístico.
 - 5.2. Museos y otros servicios culturales.
6. Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento:
 - 6.1. Deportes y servicios deportivos recreativos.
 - 6.2. Otros servicios para la diversión y el recreo
7. Servicios turísticos diversos:
 - 7.1. Servicios financieros y de seguros.
 - 7.2. Otros servicios de alquiler de bienes.
 - 7.3. Otros servicios turísticos

Fuente: González, Jiménez y Vallés 2015

Este listado es una guía de los servicios existentes en el ámbito turístico, en el que se puede realizar una matriz de evaluación para la determinación del estado de los servicios. Luego de tener la clasificación de los recursos y los servicios turísticos, se procede a realizar el inventario los mismos que se dividen en inventario de recursos reales o potenciales e inventario de recursos facilitadores y proveedores de recursos turísticos.

El inventario de recursos reales y potenciales se realiza con la finalidad de hacer un análisis del potencial natural o cultural de la zona, identificando los

elementos o actividades que atraen a la demanda turística (Camara y Mocarte, 2014. P 57). Este inventario cuenta con las siguientes peticiones:

- Identificación del recurso
- Características del recurso
- Valoración del recurso

En cuanto al inventario de los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos, es carente por el motivo de que se debe organizar una ficha de evaluación de los servicios en base a lo que se oferta en el destino y la capacidad de oferta.

Para poder realizar todo el proceso que implica la evaluación de las potencialidades turísticas de un destino, se deben tomar en cuenta los enfoques básicos que corresponden a la evaluación analítica del potencial turístico, la evaluación económica de los recursos y las preferencias de los usuarios como medida de evaluación turística. A continuación se detallan cada una de estos enfoques en el cuadro 7.

Cuadro 7. Enfoques básicos para la evaluación del potencial turístico de un destino

ENFOQUES BÁSICOS	DESCRIPCIÓN
LA EVALUACIÓN ANALÍTICA DEL POTENCIAL TURÍSTICO	Esta denominación puede aplicarse a un amplio conjunto de técnicas de evaluación cuyo denominador común, considera la presencia o ausencia de determinados componentes y valorando cada uno de ellos, puede llegarse a una evaluación de la calidad turística. Se trata, de tasar el valor intrínseco del propio recurso sobre la base de sus principales características, a partir de las cuales se obtiene un índice de calidad comparable al calculado para otras áreas o recursos de características más o menos parecidas
LA EVALUACIÓN ECONÓMICA DE RECURSOS	El objetivo de este tipo de técnica es establecer una metodología que permita, desde un punto de vista económico, tomar decisiones sobre posibles usos, alternativos y compatibles, en un área determinada. Se definen herramientas que permitan una evaluación económica de aquellos recursos que no son de carácter comercial y que por tanto, no tienen un precio en el mercado, aplicando para ello técnicas y conceptos de la teoría económica convencional a situaciones no convencionales
LAS PREFERENCIAS DE LOS USUARIOS COMO MEDIDA DE EVALUACIÓN TURÍSTICA	Se analizan las preferencias de la demanda y su criterio básico de medida, estas técnicas, parten del supuesto de que cuanto mayor sea el valor de un determinado recurso o destino turístico, mayor expectación despertará entre sus usuarios potenciales o reales

Fuente: Camara y Mocarte 2014

3. Segmentos turísticos

Al tener recopilada la información de los recursos turísticos, se debe determinar a qué segmento del turismo pertenecen y establecerlos para conocer los tipos de turismo y actividades que se pueden determinar en un destino. En este caso tomando como referencia el PLANDETUR 2020 menciona los siguientes segmentos de turismo que se da en el Ecuador. Ver cuadro 8.

Cuadro 8. Segmentación del turismo

SEGMENTO DE TURISMO	TIPO
Sol y playa	Sol y playa
Turismo comunitario	Turismo comunitario
	Patrimonios naturales y culturales
	Mercados y artesanías
	Gastronomía
	Chamanismo
Turismo cultural	Fiestas populares
	Turismo religioso
	Turismo urbano
	Turismo arqueológico
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo
	Haciendas históricas
Parques temáticos	Parques temáticos
	Parque nacionales
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Reservas y bosques privados
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas
	Observacion de flora y fauna
	Deportes terrestres
Turismo de deportes y aventura	Deportes fluviales
	Deportes aéreos
	Deportes acuáticos
	Termalismo
Turismo de salud	Medicina ancestral
	SPA's
Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: Mintur 2007

Identificando de manera clara las potencialidades de un espacio geográfico, se debe realizar la evaluación correspondiente conociendo si atributa a ser un destino o un conjunto de elementos que engloba un atractivo, es indispensable los conocimientos oportunos en la clasificación y jerarquización de los atractivos y conocer factores en el análisis de servicios básicos y complementarios para poder llevar a cabo un fin objetivo.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se muestran los referentes metodológicos, del cual se escogió una metodología para la evaluación de potencialidades del destino, los mismos que se presentan a continuación.

I: Identificación y evaluación del espacio turístico potencial de la zona poniente de Acapulco y su repercusión en el desarrollo local – Agatón y Cruz (2015)

El presente artículo propone una metodología que se desarrolla en 5 pasos refiriéndose a diseñar planificaciones alternativas, logrando la participación de todos los sectores involucrados, dando como paso inicial la definición de la zona de estudio para luego realizar una recopilación de información secundaria y así poder llevar a cabo el trabajo de campo agrupando las muestras y evidencias físicas de los servicios turísticos y atractivos, finalizando con la elaboración de una propuesta de desarrollo local.

II: Evaluación del potencial turístico del cantón San Miguel de Urcuquí para dinamizar la actividad turística del sector. Albuja (2016)

El autor enmarca un estudio para identificar la realidad de la zona turística delimitada, donde presenta fundamentos de la evaluación del potencial turístico dando como punto de partida al diagnóstico situacional, estableciendo los atractivos, actividades, servicios y facilidades turísticas procediendo a la evaluación de las potencialidades y poder realizar un análisis y proyección de la demanda.

III. Procedimiento para medir la imagen de destinos turísticos. Pariente, Chávez, Reynel (2016)

En esta investigación se proyecta a la medición de la imagen de destinos a través de una metodología que se conforma de 5 fases, tomando en cuenta los aspectos de la proyección de la imagen con la percepción. Así también se basan que lo proyectado influye en la felicidad a través de la adquisición de lo

que desee. Es así que se demuestra en este estudio, que la comercialización de la imagen del destino cambia una vez consumido el producto.

IV: Evaluación del potencial turístico del distrito de Huarango – San Ignacio, Cajamarca-Perú Batista, González, González y Leyva (2017)

Esta investigación pretende realizar la evaluación de potencialidades de Huarango, con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico. Con esto busca la generación de la actividad turística dejándole un aporte económico local. Previamente se realiza un diagnóstico de la actividad turística, haciendo una evaluación para la determinación de los nuevos atractivos. Además se incorpora a las comunidades locales con el desarrollo turístico.

Las metodologías seleccionadas y descritas en el cuadro 9, se tomaron para la presente investigación, dado a que se enfocan en los procedimientos específicos para la evaluación de potencialidades de destinos, mostrando en sus etapas similitudes en los procesos, dejando como resultado lo siguiente: Ver cuadro 9 y 10

Cuadro 9. Metodologías para la evaluación de potencialidades de un destino turístico

Agatón y Cruz (2015)	Albuja (2016)	Pariente, Chávez, Reynel (2016)	Batista, González, González y Leyva (2017)
1. Definición de la zona, áreas de estudio, las categorías, tipos, subtipos y jerarquía	1. Diagnostico situacional	1. Delimitación del área de estudio	1. Análisis y diagnostico
2. Se lleva a cabo la recopilación de la información secundaria	2. Establecer los atractivos, actividades, servicios y facilidades turísticas	2. Recopilación de datos de campo	2. Evaluación y ajustes
3. Trabajo de campo	3. Evaluar el índice de potencialidades	3. Procesamiento de datos y análisis de la información	3. Medición de la imagen
4. Recopilación de muestras y evidencias físicas de los servicios turísticos y atractivos	4. Análisis y proyección de la demanda	4. Resultados	4. Perfeccionamiento
5. Elaboración de la propuesta de desarrollo local			5. Presentación

Fuente: elaboración propia

Para el análisis de los referentes metodológicos se determinaron 8 fases que fueron expuestas a evaluación para establecer la metodología ideal para la investigación.

Cuadro 10. Leyendas

1. Definición de la zona o área de estudio	4. Diagnóstico situacional	7. Procesamiento de datos y análisis de la información
2. Trabajo de campo	5. Evaluación del potencial	8. Presentación de resultados
3. Recopilación de muestras y evidencias físicas	6. Análisis y proyección de la demanda	

Fuente: elaboración propia

Las etapas de las metodologías fueron puestas a valoración dando como resultado la selección de la metodología a seguir.

MATRIZ DE INTEGRACIÓN

Cuadro 11. Matriz de integración

No	Año	Autor	Fases o Etapas								TOTAL
			1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2015	Agatón y Cruz	x	X	X						3
2	2016	Albuja				x	x	x			3
3	2016	Pariente, Chavez, Reynel	x	X					x	X	4
4	2017	Batista, González, González y Leyva					X			X	2

Fuente: elaboración propia

Agatón y Cruz (2015) con Pariente, Chávez y Reynel (2016) concuerdan en que se debe hacer una definición de la zona o área de estudio, además de Albuja (2016) y Batista, González, González y Leyva (2017) refieren a la elaboración de un diagnóstico y de la evaluación de las potencialidades de los destinos turísticos, mientras que Pariente, Chávez y Reynel (2016) y Batista, González, González y Leyva (2017) coinciden con la presentación de los resultados del estudio realizado.

Con el respectivo análisis de las diversas metodologías investigadas se despliega la metodología que se utilizará en el presente proyecto dado a que las etapas escogidas que dan direccionamiento a la solución del problema en cuestión. Ver cuadro 12.

Cuadro 12. Metodologías para la evaluación de potencialidades de un destino turístico

Fases	Actividades	Herramientas / métodos
I. Diagnostico turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Delimitación de la zona - Análisis de la oferta - Análisis de la demanda - Análisis FODA 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Encuestas - Matriz FODA - Observación científica - SPSS
II. Evaluación de las potencialidades	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las potencialidades - Evaluación de las potencialidades turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita de campo - Base de datos de las potencialidades turísticas - Ficha de evaluación de las potencialidad
III. Presentación de los resultados	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar estrategias - Determinar programas y proyectos 	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de tablas para la información

Fuente: elaboración propia

Para llevar a cabo la metodología planteada se detallan a continuación las fases y actividades que se realizaron para el cumplimiento del presente proyecto.

3.1. DESCRIPCIÓN DE LAS DIFERENTES FASES

3.1.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

En la presente fase se dio inicio a la construcción del diagnóstico situacional en el que se detallan las siguientes actividades.

Actividad 1. Delimitación de la zona

En esta actividad se realizaron estudios utilizando material cartográfico y GPS para georreferenciar, cabe recalcar que se identificaron aspectos de consideración del destino dentro de la zonificación que corresponden a la accesibilidad, atractivos, actividades, servicios turísticos y servicios básicos, con el apoyo del personal de GAD cantonal y a través de un estudio de campo.

Actividad 2. Análisis de la oferta

En esta actividad se consideró factores que pertenecen al sistema de la oferta turística, que se compone de recursos turísticos, actividades turísticas, planta turística, infraestructura turística y servicios básicos, para conocer lo que brinda

el cantón a sus visitantes. Para ello se realizó una entrevista al departamento de turismo del cantón y se efectuó una encuesta a los turistas para conociendo el nivel de satisfacción con los servicios que oferta la ciudad de Manta. Ver anexo 19.

Actividad 3. Análisis de la demanda

Se llevó a cabo una encuesta en el que se identificaron los perfiles, cualidades y exigencias de los turistas, así también se tomaron como referencia las cifras de visitas nacionales e internacionales del cantón, para determinar el flujo de visitantes anual hacia el destino, datos que fueron solicitados al GAD municipal.

Actividad 4. Análisis FODA

Se realizó una matriz FODA en donde se valoran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dando la orientación de estrategias según los valores reflejados. De acuerdo a los resultados se generó un problema estratégico y a su vez una solución estratégica. Esta matriz permitió que se conozcan las falencias que se necesitan potencializar y a la vez aprovechar los atributos que posee. Ver cuadro 22.

3.1.2. FASE II. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES

La fase II se muestra una evaluación de las potencialidades en la cual busca las posibles causas del cual no se puede determinar a Manta como un destino.

Actividad 1. Identificación de las potencialidades

Se hizo una visita de campo en la que se analizó las potencialidades existentes con la colaboración del departamento de Turismo del cantón Manta. Con el inventario de atractivo turístico se logró identificar las potencialidades turísticas ubicándolos en una matriz de potencialidades donde hace mención de los servicios que posee y de las actividades que se pueden realizar en el destino.

Actividad 2. Evaluación de las potencialidades turísticas

Para la evaluación se hizo una investigación bibliográfica para analizar metodologías y conoce los indicadores a considerar, es así que se seleccionó la propuesta de los autores Villegas y Sánchez (2000), en la que basa la evaluación en el carácter y atributo del destino.

3.1.3. FASE III. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

La presentación de los resultados se diseña las estrategias a seguir para conseguir que la ciudad de Manta sea determinada como destino turístico.

Actividad 1. Determinar estrategias

La determinación de las estrategias se realizó en base a los resultados que se obtuvo de la investigación, uno de ellos fue el sistema turístico que se realizó en base a una entrevista al Departamento de Turismo de Manta, encontrando deficiencia en la gestión y ordenanzas que corresponden al eje social, así también con el análisis de los recursos turístico y su respectiva evaluación en la visita de campo se determinó como estrategia programas de educación ambiental y planes de capacitación de manejo de desechos y por último, gracias al análisis FODA, la evaluación de productos turísticos y la evaluación de la competitividad turística se determinó las estrategias del eje económico que se establecen las actividades turísticas realizando programas de rescate cultural a través de festivales y los planes de incentivos a través de entrega de recursos económicos para desarrollo de actividades turísticas innovadoras en los pobladores, también la creación de productos turísticos innovadores y creativos y una estrategia en base al marketing creando una planificación donde se desarrolle una marca turística para la adecuada comercialización y posicionamiento a nivel provincial y nacional.

Actividad 2. Determinar programas y proyectos

La elaboración de éstos se desglosa de las estrategias en cada uno de sus ejes realizando un listado de elementos limitantes encontradas en base a los resultados obtenidos los cuales no permiten que Manta se defina como destino

turístico generándose de ellos los planes programas y proyectos a seguir.
Ver cuadro 13

Cuadro 13. Elementos limitantes para la determinación de Manta como destino turístico

Elementos Limitantes
Desorganización de la actividad pesquera
Desconocimiento del proceso de la actividad pesquera
Grandes industrias contaminantes
Faenamiento de peces en las playas
Poca educación ambiental local
Mal manejo de residuos de las grandes industrias
Poco incentivo al desarrollo de actividades turísticas
Escasa señalización turística
Pocos productos turísticos
No cuentan con plan de Marketing

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO

4.1.1. DELIMITACIÓN DE LA ZONA

El cantón Manta está asentado sobre la saliente más occidental de Sur América, se ubica sobre las coordenadas $0^{\circ}57'0.08''S$ $80^{\circ}42'58.32''O$ / -0.9500222 , -80.7162 . Su superficie es de 306 km² con una altura de 6 m.s.n.m. y su población es de 226.477. Su cantonización se dio el 4 de noviembre de 1992 el idioma es el español, la moneda que circula es el dólar estadounidense y la densidad se prevé en 657 habitantes por kilómetro cuadrado. Este es uno de los primeros puertos pesqueros y atuneros del país, dotada de recursos naturales y culturales donde es apreciado por el turista que lo visita (GAD del cantón Manta, 2014, p 5).

LÍMITES:

Norte: Con el Océano Pacífico

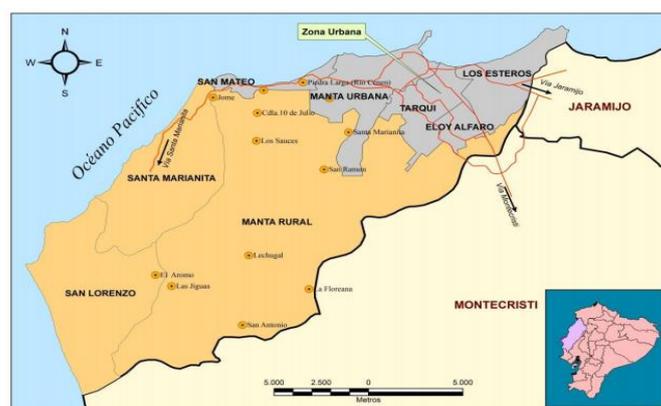
Sur: con el cantón Montecristi

Este: con los cantones Jaramijó y Montecristi **Oeste:** con el Océano Pacífico

ORGANIZACIÓN POLÍTICA

De acuerdo con el GAD del cantón Manta en su Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador (2013) está conformado por 5 parroquias urbanas que son Los Esteros Manta, San Mateo, Eloy Alfaro y Tarqui y dos parroquias rurales San Lorenzo y Santa marianita.

Figura 13. División política del cantón Manta



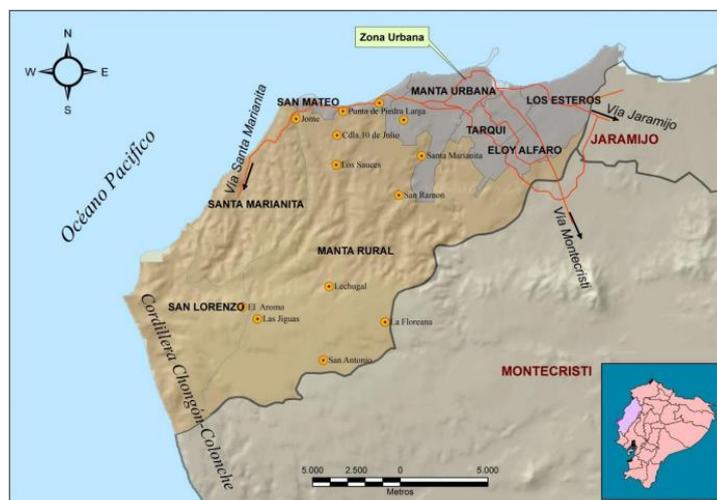
Fuente: GAD del cantón Manta - Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador – ECHO/DIP/BUD/2011/91002 (2013)

La ciudad se rige por la Municipalidad de Manta, con un gobierno seccional administrado de manera autónoma, su organización se da por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde y miembros de consejo cantonal. (p 3)

RELIEVE

El relieve del cantón Manta presenta colinas y montañas bajas, en las que alcanzan una altura de hasta 350 m.s.n.m. en las más altas, así también morfologías como mesetas costeras planas, se puede determinar que la zona donde se asienta Manta es irregular (GAD del cantón Manta, 2014, p 7).

Figura 14. Relieve del cantón Manta



Fuente: GAD del cantón Manta - Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador – ECHO/DIP/BUD/2011/91002 (2013)

El clima del cantón Manta está formado por dos corrientes atmosféricas que son la corriente de Humboldt que es fría y viene desde el sur. Esta ayuda a la disminución de las temperaturas en la época de verano y se crea lloviznas en las zonas secas formándose microclimas como Ayampe, Pacoche, Montecristi y Las Piñas. Y la corriente Tropical que viene desde el norte y oeste del Océano Pacífico el cual da paso un fenómeno denominado “El Niño”, que produce fuertes lluvias y temperaturas elevadas. Es así que el clima del cantón Manta se lo determina como clima sub-desértico tropical (GAD del cantón Manta, 2014, p 7).

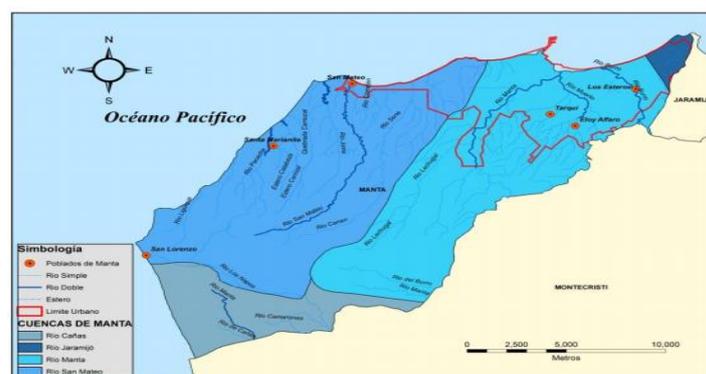
La precipitación registrada en el cantón se tiene un promedio anual de 300,2mm. Los meses de mayor frecuencia lluviosa son febrero con 78,2 mm; el mes de marzo con 73,3 mm; enero con 56,7mm y el mes de abril con 38,7mm. En cuanto a los meses de sequía son octubre con 0,90mm; agosto con 1,00 mm y el mes de septiembre con 1,69mm (GAD del cantón Manta, 2014, p 7). La temperatura media en el cantón se encuentra entre 24,8°C a 25,6°C con una humedad relativa anual del 77%. La temperatura en los meses de marzo y abril es de 26°C tornándose los meses más cálidos. Y el mes de agosto con una temperatura de 24,1°C se considera el mes más frío.

Estas condiciones tanto climáticas como morfológicas favorecen al desarrollo de actividades tanto en el sector de Pacoche, donde los turistas acuden en su mayoría para disfrutar de la flora y fauna y el ambiente que éste le ofrece, además de que en la ciudad de Manta por las mismas condiciones se pueda desarrollar un turismo deportivo como el parapente y más.

HIDROGRAFÍA

El cantón cuenta con tres principales microcuencas que son el Rio Manta, el Rio San Mateo y el Rio Cañas, son parte de la cuenca Manta con una extensión de 1.024 km² con un promedio de escurrimiento anual de 79,26 millones de m³, lo cual da un rendimiento anual de 80.000m³ por kilómetro cuadrado, ubicándose como uno de los más bajos de la provincia de Manabí, lo que imposibilita mantener un caudal para sostenimiento ecológico y menos para consumo.

Figura 15. Hidrografía de Manta



Fuente: Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador – ECHO/DIP/BUD/2011/91002 (2013)

Debido a que hay la presencia de la cordillera Chongón Colonche, todos los ríos atraviesan el cantón Manta siendo estos los ríos: Pacoche, San Lorenzo, Piñas, Caña, Ligüique, Manta, Burro y Muerto. Son estacionales e intermitentes en su volumen de agua de transporte. Prácticamente el recurso hídrico no se lo podría aprovechar ya que el afluente es muy bajo y en ocasiones carecen de agua.

ACTIVIDAD PRODUCTIVA

La ciudad de Manta es muy productiva y emprendedora generando una actividad económica dinámica, permitiendo el desarrollo progresivo de la zona, éste se ha transformado en un eje comercial, portuario industrial y pesquero, las mismas que son centradas en la urbe de la ciudad. El puerto marítimo representa el principal fuerte económico, ya que cuenta con un rendimiento de movilización de entre 15 y 21 contenedores por hora y alcanza hasta 60 toneladas de producción en pesca por hora.

En las actividades económicas se encuentran la pesca artesanal e industrial siendo esta la mayor flota pesquera del Ecuador, y a su vez el principal producto de esta actividad es el atún generando el 7% de aporte al PIB nacional. Este producto que sale de la pesca es procesado y exportado generando fuertes divisas y actividad económica tanto local como nacional.

La actividad pesquera se extiende a compradores de Quito y Guayaquil beneficiando a 14 empacadoras de pescado. Otra de las actividades que dinamiza la economía del cantón Manta es el turismo, ya que tanto los locales como los extranjeros lo prefieren por contar con playas y manifestaciones culturales que representan la identidad de la ciudad. Una de las ventajas del cantón es contar con un puerto marítimo en el que arriban cruceros internacionales en el que perduran de dos a tres días para proveerse de alimentos y combustibles. De esta manera los pasajeros de los cruceros visitan la ciudad y los alrededores como Montecristi, en el que deja un rubro económico durante su estancia. Por otra parte, Manta posee un aeropuerto en el que llegan a diario turistas extranjeros y nacionales, muchas de las ocasiones por motivos de negocios. Este tipo de turista tiene ciertas exigencias en cuanto a los servicios ofrecidos en la ciudad de Manta, por lo que cada vez

los establecimientos ya sea de alojamiento o restauración generan un servicio de calidad, como es el caso de los hoteles que van desde categoría tres estrellas hasta 5 estrellas y hoteles de lujo con la finalidad de ofrecerle una estancia cómoda y agradable al visitante.

En Manta se asentó la cultura Manteña, un pueblo de pescadores y navegantes, donde se desarrollaron artefactos para su uso en sus hogares elaborados con sus manos y materiales de la naturaleza, dejando sus conocimientos de generación en generación, es así, que la población de Manta se destaca por realizar artesanías a base de tagua, caña, madera y coco seco que forma parte de la atraktividad de esta ciudad. Hoy en día con la llegada de los cruceros los turistas hacen un recorrido en carros de filas que son las llamadas “chivas” o transportes turísticos, dirigiéndolos hacia una feria de artesanías organizada por el GAD cantonal para ofertarle al turista y apoyar al artesano local.

Y por último Manta se destaca por tener los mejores platos gastronómicos a base de mariscos, que generalmente los turistas internos se movilizan para degustar de estos platos. Los ingredientes básicos que utilizan son, pescado, camarón, concha, langosta, pulpo calamar, plátano y maní. Estos son parte de la gastronomía manabita recurso que se convierte en un atractivo tanto para locales como para extranjeros.

SERVICIOS BÁSICOS

El cantón Manta a pesar de ser una población numerosa, cuenta con una cobertura de 97,20% de energía eléctrica en la zona urbana y un 94,33% de cobertura en la zona rural. La recolección de desechos sólidos tiene un alcance del 98,05% de cobertura en territorio urbano mientras que en el territorio rural es de 94,15%. La cobertura de agua alcanza el 64,75% en la periferia urbana y un 10,33% en la zona rural. El alcantarillado se establece en la urbe el 66,76% de cobertura mientras que en la parte rural es de 0,30%.

Según los porcentajes dados la zona urbana cuenta con la mayor parte de cobertura de servicios básicos, lo que indica que la zona rural le falta atención por parte de las autoridades pertinentes.

SEGURIDAD

De acuerdo con el GAD de Manta en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manta 2014 -2019, es una ciudad que actualmente cuenta con una mayor cobertura de seguridad disponiendo de:

- Ojos de águila
- Botones de seguridad
- Call center de Emergencia 911
- Botones de pánico
- Cámaras de seguridad en el transporte urbano y taxis
- Brigadas barriales
- Unidades policiales comunitarias
- Unidades de vigilancia comunitaria con sus especialidades DINAPEN, VIF, GIR y otros
- Policías municipales (pág. 38)

Aún con la implementación de elementos para la seguridad se sigue observando la delincuencia y presencia de actos de narcotráfico, representando un grado de inseguridad para los ciudadanos y visitantes.

VIALIDAD

Manta cuenta con una red vial con una longitud total de 349,94km, en los que 298.40km pertenecen a calles locales representando un 82,2% y cuenta con un total de red arterial de 51,54km que representan el 17,2%.

Las condiciones de las calles de la ciudad se presentan de la siguiente manera:

Cuadro 14. Condiciones de las calles de la ciudad

	Porcentaje	Longitud km	Condición
Asfaltada	57%	199.47km	Bueno/regular
Hormigón	6%	20.99 km	Bueno/ regular
A nivel de afirmado (base)	25%	87,47km	Regular/ malo
Adoquinado	12%	41.99 km	Bueno/ regular

Fuente: elaboración a partir del PDOT del cantón Manta 2014-2019

En cuanto al sistema vial arterial se dan las siguientes condiciones:

Cuadro 15. Sistema de vía arterial

	Porcentaje	Condición
Asfaltada	71%	Bueno
Hormigón	78%	Bueno

Fuente: elaboración a partir del PDOT del cantón Manta 2014-2019

TRANSPORTE

El cantón Manta cuenta con un terminal terrestre, ubicada en la vía Puerto – aeropuerto a la altura del sector El Palmar, dotada de 24 cooperativas de transporte para el servicio a la población. A continuación se muestra la nómina de las unidades de transporte con sus respectivas rutas y horarios. Ver cuadro 16.

Cuadro 16. Cooperativas de transporte público

NOMBRE DE LA UNIDAD DE TRANSPORTE	RUTA	HORARIO / FRECUENCIA
Cooperativa de transporte Asociación Bolivarense	Rocafuerte – Tosagua – Calceta	5:30 am – 6:30am – 10:30 am – 12:30 pm – 14:30 pm – 17:15 pm
Cooperativa de transporte 15 de Octubre	Manta – Jipijapa	10:05 am – 14:45 pm – 17:05 pm
Cooperativa de transporte Ayacucho	Manta – Portoviejo – Santana – Ayacucho – Poza Honda	De lunes a domingo desde las 04:20 am hasta las 18:57 salida cada 15 minutos
Cooperativa de transporte Costa Norte	Manta – Pedernales	05:45 am – 07:00 am – 16:15 pm – 11:00 am – 14:00 pm – 17:10 pm – 17:20 pm
Cooperativa de transporte CTM	Manta – Montecristi – Portoviejo	De lunes a viernes desde las 06:00 am hasta las 22:00 pm con salida cada 7 minutos. Sábados y domingos desde las 06:00 am hasta las 21:00 pm
Cooperativa de transporte Crucita	Manta - Rocafuerte Calceta	08:25 am – 15:35 am – 18:30 pm sábados y domingos salida desde las 07:45 hasta las 19:30 pm
	Manta – Rocafuerte – Crucita	09:20 am - 10:30 am - 11:30 am - 12:30 pm - 13:30 pm - 13:55 pm - 14:48 pm - 15:11 pm - 16:30 pm - 17:35 pm - 19:00 pm - 19:30 pm - 20:00 pm
Cooperativa de Transporte Jaramijó	Manta – Jaramijó	De lunes a viernes desde la 06:30 am hasta las 19:00 pm, salida cada 12 minutos desde la terminal terrestre, los sábados salida desde las 06:30 am hasta las 18:45 y los domingos salidas desde las 06:40 hasta 18:30 pm
Cooperativa de Transporte Montecristi	Manta – Montecristi	Desde las 06:00 hasta las 19:58 salida de buses cada 5 minutos
	Manta- la Pila	06:00 am - 06:24 am - 14:12 pm - 16:12 pm
	Manta - La Sequita – Pepa de Uso	06:40 am - 07:00 am - 07:30 am - 08:00 am - 08:30 am - 09:00 am - 09:30 am - 10:00 am - 10:30 am - 11:00 am - 11:30 am - 12:00 pm - 12:30 pm - 13:00 pm - 13:30 pm - 14:00 pm - 14:30 pm - 15:00 pm - 15:30 pm - 16:00 pm - 16:30 pm - 17:00 pm - 17:30 pm - 18:00 pm - 18:30 pm

Cooperativa de transporte Los Bajos	Manantiales – Río Caña – Los Bajos	Lunes a sábado desde las 05:45 hasta las 19:00 salida cada 7 minutos, todos los domingos salida desde las 05:45 am hasta las 17:00 pm
Cooperativa de transporte Vuelta Larga	Manta – Montecristi – Portoviejo – Santa Ana	Lunes a viernes desde las 05:30 am hasta las 21:20 pm salida cada 10 minutos, todos los sábados y domingos salidas desde las 05:30 am hasta las 21:00 pm
Cooperativa de transporte Turístico Manabí	Pedernales	05:00 am - 07:00 am - 08:50 am - 13:00 pm
	Bahía	06:25 am - 09:50 am - 11h00 am - 14:25 pm - 16:00 pm - 17:00 pm - 18:00 pm
	Canoa	12:00pm
Cooperativa de transporte Turismo Manta	Vía jipijapa	09:20 am - 11:00 am - 16:20 pm
	Puerto López – Ayampe - Jipijapa	De lunes a domingo desde las 05:40 am hasta las 19:40 pm con frecuencia de 20 minutos
	Vía Spondylus	06:00 am - 08:00 am - 16:00 pm
Cooperativa de transporte Flota Bolívar	Manga del Cura – Quevedo – Buena Fé	06:00 am - 07:30 am - 09:30 am - 11:30 am - 13:30 pm - 14:00 pm - 15:30 pm - 16:30 pm
Cooperativa de transporte Coactur	Guayaquil	02:00 am - 03:00 am - 04:00 am - 05:00 am - 05:40 am - 06:20 am - 07:00 am - 08:00 am - 08:45 am - 09:20 am - 10:00 am - 11:00 am - 12:00 pm - 12:40 pm - 13:20 pm - 14:00 pm - 14:30 pm - 15:00 pm - 15:25 pm - 16:00 pm - 17:00 pm - 17:30 pm - 18:00 pm - 19:00 pm - 20:00 pm - 21:30 pm - 22:30 pm
	Quito	09:25 am - 10:25 am - 19:45 pm - 20:45 pm - 21:00 pm - 21:45 pm - 22:45 pm
	Pedernales	05:15 am - 06:48 am - 10:48 am - 11:48 am
	Bahía – San Vicente	05:00 am - 06:36 am - 08:48 am - 09:36 am - 11:00 am - 12:20 pm - 14:00 pm - 14:30 pm - 16:30 pm - 17:30 pm - 18:50 pm
	Portoviejo	05:30 am - 07:00 am - 08:36 am
	Cooperativa Carlos Alberto Aray	Quito
	Ambato	04:30 am – 18:00 pm
	Santo Domingo	01:30 am - 05:15 am - 06:15 am - 08:15 am - 10:15 am - 12:15 pm - 13:15 pm - 14:30 pm - 16:30 pm - 17:15 pm - 17:45 pm
	El Coca – Lago Agrio	09:30 am – 12:30 pm
	Esmeraldas	02:30 am - 07:15 am - 10:15 am - 13:30 pm - 15:30 pm - 19:30 pm
Cooperativa de transporte Flota Imbabura	Quitumbe – Carcelén	12:00 pm
	Quitumbe	22:30 pm
	Ibarra – Tulcán	22:00 pm
	Carcelén	23:00 pm
Cooperativa de transporte Manglaralto	Vía Jipijapa	04:00 am - 06:00 am - 08:00 am - 10:00 am - 12:00 pm - 14:30 pm - 16:00 pm - 17:00 pm - 18:00 pm
	Vía Spondylus	05:00 am - 05:40 am - 07:00 am - 09:20 am - 10:20 am -

		11:20 am - 13:20 pm - 15:00 pm
Cooperativa de transporte Panamericana	Carcelén – Quitumbe	09:30 am
	Venezuela	10:30 am solo los lunes
Cooperativa de transporte Rutas portovejenses	Guayaquil	03:45 am - 04:40 am - 05:30 am - 06:35 am - 07:40 am - 11:25 am - 12:35 pm - 13:35 pm - 14:40 pm - 16:35 pm - 20:30 pm
Cooperativa de transporte Reales Tamarindos	Quevedo	04:00 am - 05:00 am - 05:30 am - 06:00 am - 07:30 am - 08:30 am - 09:00 am - 10:00 am - 10:30 am - 11:30 am - 13:30 pm - 14:00 pm - 15:00 pm - 16:00 pm - 17:30 pm - 18:30 pm - 20:00 pm - 22:45 pm
	Santo Domingo	05:00 am - 05:30 am - 06:00 am - 07:30 am - 09:00 am - 10:30 am - 14:00 pm - 20:00 pm - 22:45 pm
	Esmeralda	05:30 am – 10:30 am – 20:00 pm
	Quito	07:30 am – 10:30 am – 22:45 pm
Cooperativa de Transporte Sucre	Quevedo	04:15 am - 10:45 am - 16:15 pm - 18:30 pm
Cooperativa de transporte Esmeraldas	Carcelén	08:15 am – 21:00 pm
	San Lorenzo	20:00 pm
	Quitumbe	21:30 pm
	Atacames	21:15 pm
Cooperativa Zaracay	Shushufindi	10:15 am
	El Coca	13:30 pm
	Santo Domingo	14:45 pm

Fuente: elaboración Propia

Cuenta con un aeropuerto que operan dos líneas aéreas TAME y AVIANCA.

TAME

Dirección: Oficinas av. Malecón C12 y 13 Edificio el Vigía

Horarios de Atención de Lunes a Viernes de 8:30 am a 17:30. Los días Sábados atención en el Aeropuerto Eloy Alfaro de Manta 7:00 am/ 12:00am/ 17:30pm / 20:30pm y los días Domingos atención en el Aeropuerto Eloy Alfaro de Manta 11:30 am/ 14:30pm/ 20:30pm - Teléfonos: 2610-100 / 2610-080

RUTA UNICA: MANTA QUITO

Horarios de vuelos salidas desde Manta a Quito

Lunes y Viernes 7:10 am/ 13:30pm / 19:55pm los Martes Miércoles y Jueves 7:10 am/ 19:55 pm, los Sábado 8:30am/ 19:55pm

Domingo 13:30 PM / 19:55PM

AVIANCA

Dirección: Av. Flavio Reyes en el Centro Comercial Manta Shopping local # 25

Horarios de Atención de Lunes a Viernes de 9:00am a 17:30 pm, los Sábados: 6:00am -9:00am y Domingo de: 16:H00-19H00. Y feriados en horarios de vuelos - Teléfonos: Cal Center 1800-003434 / celular #0996386909

RUTA UNICA QUE SALE DE MANTA: Manta – Quito

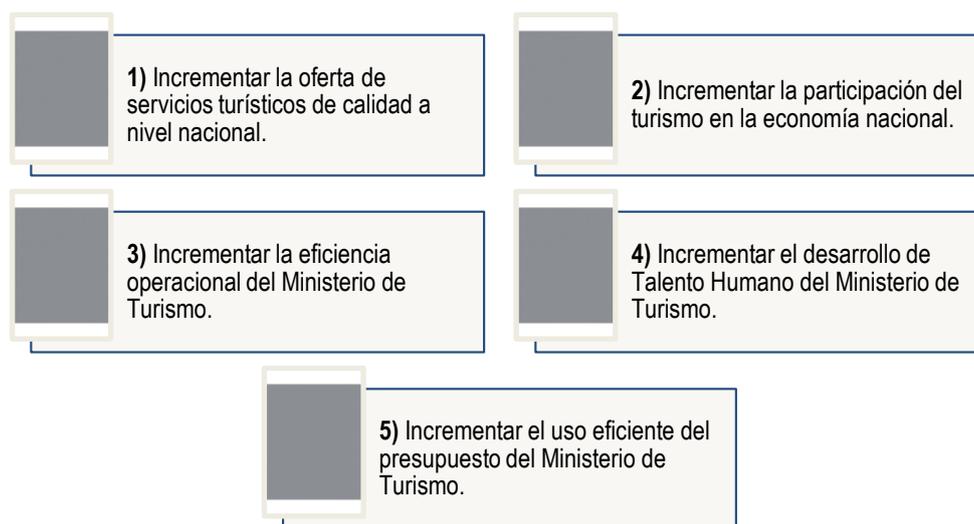
Lunes, Martes, Miércoles, Jueves y Viernes 7:30am y a las 20:15. Los Sábado y Domingo no se establece una hora fija por tal motivo llamar a Avianca.

4.1.2. ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE MANTA

Para el análisis del sistema turístico se realizaron entrevistas dirigidas la jefa del departamento de Turismo del GAD municipal de Manta y a la Jefa del área de Turismo del Gobierno Provincial, la cual aportó para la determinación de las competencias de cada uno de los actores en la actividad turística de la ciudad, y conocer las potencialidades actuales del cantón Manta, así también identificar las falencias que ésta tiene para poder determinar estrategias encaminando a la ciudad de Manta a ser un destino turístico.

La superestructura que rige la actividad turística en la ciudad de Manta se establece de la siguiente manera. El ministerio de turismo es la entidad rectora de la actividad turística del país, dando énfasis en el rol de regulación, gestión, promoción y control teniendo como prioridad los siguientes objetivos (Ministerio de turismo, 2017).

Figura 16. Objetivos del Ministerio de Turismo del Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2017

La coordinación zonal 4 es la que rige a la provincia de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas, donde su función se centra en representar al Ministerio de Turismo a las zonas que se encuentran en su régimen de acción, fortaleciendo el turismo dentro del territorio y gestionando en base a las políticas establecidas.

Así también, se encuentran los gobiernos autónomos descentralizados provinciales en el que tiene como función del fomento de las actividades productivas y agropecuarias, de lo que corresponde dentro de su circunscripción territorial, además de tener facultades de planificación, regulación y gestión provincial, como es el caso del Gobierno Provincial de Manabí que cuenta con planificaciones en el ámbito turístico. Tanto para el cantón de Manta como para los cantones que lo conforma, tanto el Gobierno provincial como el gobierno cantonal realizan actividades conjuntas para lograr que Manta sea un destino turístico. El gobierno provincial está actuando de manera articulada con en el GAD municipal y los GADs parroquiales con el aporte de infraestructura turística en las zonas rurales de la ciudad de Manta.

La competencia al GAD Municipal se da de manera descentralizada y con competencias absolutas, la cual tiene funciones de planificación cantonal, control cantonal y gestión cantonal, con el establecimiento de ordenanzas para la actividad turística, donde pueda desarrollarse con eficacia y así poder obtener una estabilidad económica y social del cantón Manta. Dentro de este

Municipio se encuentra el Departamento de Turismo con un equipo que ha trabajado en el crecimiento de la actividad turística de la ciudad de Manta, ya que ésta se ha vuelto un polo de desarrollo económico para la provincia y por ende para el país, haciendo que la ciudad tenga un valor de atractividad para el visitante (Ministerio de turismo, 2017). El GAD municipal se centra sobre todo en la promoción del destino, a través de un programa establecido por sus colaboradores en el área de turismo. La carencia de un plan de marketing es palpable, haciendo que las estrategias de publicidad no perduren en los turistas. Así también, se trabaja en conjunto con las autoridades portuarias para realizar el recibimiento de los cruceros ofertándole visitas a los alrededores de la ciudad y presentando ferias artesanales en su llegada. El trabajo por la organización de los servicios turísticos y su regulación son visualizadas no solo por los órganos reguladores, sino por los visitantes en el que hacen uso de ellos. Ver anexo 19 y 35.

Y por último tenemos los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquias los mismos que tienen facultades para el desarrollo de actividades turísticas en su determinada circunscripción territorial (Ministerio de turismo, 2016, p6). Así también se encargan de gestionar la actividad turística, con el objetivo de promover las tipologías del turismo existentes en sus zonas de residencia, como el apoyo de festivales, eventos culturales, ferias, exposiciones entre otros, en relación con el establecimiento de métodos de concienciación ciudadana fomentando una cultura de importancia de la actividad turística dentro de las parroquias (Ministerio de turismo, 2016). Los directivos parroquiales realizan las gestiones pertinentes para la realización de actividades turísticas y las peticiones de implementación de infraestructura y acondicionamiento de zonas para el recibimiento de turistas. Las parroquias están unidas por un mismo fin que es la colaboración al desarrollo turístico local.

La ciudad de Manta cuenta con la Cámara de Turismo que fue creada junto a otras cámaras de turismo del país, con la finalidad de que el sector se vea representado y formar parte del desarrollo económico local (Cámara de Turismo de Manta, 2017). Ésta cámara de turismo tiene constantes reuniones para tratar temas que solucionen las problemáticas percibidos por los

integrantes de la cámara y de esta manera poder trabajar y aportar con el GAD municipal de Manta. Su función se centra en trabajar por el desarrollo turístico de la ciudad enmarcándose en la coordinación, gestión, cooperación articulándose con las entidades públicas y privadas, realizando un adelanto en la situación social y económica local en base a las normativas y regulaciones de la actividad turística. La cámara de turismo aporta con la organización de eventos como ferias, eventos turísticos, programas de capacitación, y los establecimientos de acuerdo entre los diferentes sectores productivos de la ciudad para el progreso de la actividad turística.

La ciudad de Manta cuenta con infraestructura turística como hoteles de 3 a 5 estrellas regulados por el Ministerio de Turismo y el GAD de Manta, restaurantes de lujos y comedores en la zona de playa, agencias de viajes, aeropuerto, cuenta con un puerto marítimo donde llegan cruceros, edificios y espacios para compras, bares nocturnos y discotecas, entre otros servicios. La ciudad cuenta con cobertura de servicios básicos en mayor porcentaje en la zona urbana.

Manta es una ciudad que apunta al desarrollo local y económico, no solo por la productividad industrial o pesquera, sino también, a través del turismo gracias a la oferta variada de productos y servicios turísticos para el visitante tanto nacional como extranjero. El Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Manta (2017) ha realizado la actualización del catastro de los establecimientos de servicios turísticos, debido a que tuvieron pérdidas de establecimientos por el terremoto del 16 A. entre la oferta se pudo determinar que cuentan con hoteles, hostales, hostales residencias, de tercera, segunda, primera categoría y de lujo además de contar con un amplio servicio de alimentación como restaurantes, bares y cafeterías. Así también cuentan con el servicio de transporte turístico, pero es muy limitado. Manta es conocido por su vida nocturna, donde se puede encontrar bares y discotecas para la diversión de los turistas. Dentro de los servicios turísticos se encuentran la presencia de agencias de viajes que son de gran importancia para el desarrollo turístico de la ciudad. Y por último cuenta con el servicio de centros de convenciones y salas de recepciones en el caso de los turistas de negocios.

La ciudad de Manta resulta atractiva tanto a las personas locales como extranjeros, debido a la presencia de atractivos naturales y culturales, además de tener servicios turísticos de calidad. Las personas que visitan el cantón Manta prefieren sus playas y la más acudida es playa Murciélago. Los turistas del cantón provienen en su mayoría de cantones de los alrededores como Portoviejo y Montecristi predominando el turismo interno en Manta. Actualmente se construyó el Mall del Pacífico, el cual ha sido una motivación de visita con la finalidad de realizar compras. Además, Manta recibe visita cruceros en diferentes meses del año, con un aproximado de 1500 pasajeros por crucero, los cuales optan por visitar los alrededores de la ciudad de Manta y llegan hasta Montecristi (La Asamblea), estos turistas buscan más el ámbito cultural de la población (GAD provincial de Manabí 2017).

4.1.3. ESTUDIO DE LA OFERTA

4.1.3.1. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La ciudad de Manta tiene una infraestructura turística variada, permitiendo que la ciudad se convierta en un atractivo presto al recibimiento de turistas. Una de las cosas que se han tomado en cuenta para el desarrollo de la infraestructura turística, son las exigencias de los visitantes que cada vez son más sofisticadas, donde los establecimientos se acoplan e innovan para la satisfacción de los turistas. A continuación, se da a conocer los tipos de establecimientos turísticos con el que cuenta la ciudad de Manta que se recopiló del catastro turístico de la ciudad. Ver cuadro 16. Ver anexo 1 al 15.

Cuadro 17. Establecimientos de servicios turísticos de Manta

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	NÚMERO	CAPACIDAD
Alojamiento	110	6.482
Restauración, bares y cafeterías	293	15.347
Transporte terrestre turístico	4	-
Discotecas	16	2195
Salas de recepción	19	3875
Centro de convenciones	1	500
Agencias de viajes	33	-
Aeropuerto	1	
Terminal de cruceros	1	

Fuente: área de turismo del GAD de Manta 2018

En cuanto al alojamiento turístico cuenta con una capacidad de 6482 plazas cuando la proyección anual asciende las 200.000, dadas éstas en el año 2018 (GAD Municipal de Manta 2018) dando un promedio mensual de 16.666,66 turistas, indicando que la capacidad de alojamiento es escaso y más aún en las fechas de feriados donde los turistas optan por acampar o alojarse en residencias de familiares. Un aspecto que es importante mencionar dadas las temporadas altas (feriados), es que los habitantes ofertan habitaciones dentro de sus casas temporalmente para los visitantes, puesto que no logran conseguir hospedarse en hoteles debido a que están completamente ocupados.

Los servicios de alojamiento de la ciudad de Manta se caracterizan por ser de lujo y de 5 a 3 estrellas, garantizando una estadía satisfactoria por los servicios que éstos tienen por su categoría. En cuanto al personal que labora en el ámbito hotelero, son en su mayoría profesionales y que cuentan con conocimientos respecto al área a desempeñarse, ya que estas empresas reclutan personal capacitado para brindar un mejor servicio.

Los establecimientos de alimentación son evaluados periódicamente por los inspectores que laboran en el departamento de turismo, la cual se revisan una serie de parámetros que deben cumplir para poderles otorgar el permiso de funcionamiento. A estas dos áreas de la oferta turística se implementa la capacitación obligatoria del personal dada por el GAD Cantonal, para poderles otorgar los respectivos documentos para su funcionamiento. Cabe recalcar que se está haciendo un trabajo en conjunto con la comunidad, en cuanto a vendedores ambulantes impulsándolos al emprendimiento dejando lo ambulante y dándoles la oportunidad de trabajo en espacios como comedores en las playas o lugares recreacionales de la ciudad, para lograr regular la infraestructura de alimentación a través del impulso productivo económico y ordenando el aspecto visual de la ciudad.

En cuanto al transporte turístico que se muestra en el catastro de la ciudad, son empresas de alquiler de carros y no cuentan con un servicio de traslado de turistas como son los buses o furgonetas, mismas que son autorizadas por el Ministerio de turismo y otorgado el permiso de funcionamiento como transporte

turístico. Problemática que limita al desarrollo de productos turísticos dentro del destino por la falta de movilización autorizada y regulada.

La ciudad de Manta goza del Aeropuerto internacional Eloy Alfaro donde se realizan vuelos nacionales como ruta de Manta – Quito y Manta – Guayaquil dados por las compañías de vuelos Avianca y Tame. Para el año 2015 tuvo un ingreso de 138.333 pasajeros (Aeropuerto internacional Eloy Alfaro). Por lo general las personas que hacen uso de este servicio, llegan a la ciudad ya sea por negocios o congresos que se dan en esta ciudad. Hasta antes del 16 A se realizaban vuelos internacionales, luego con la problemática natural y social que se presencié en el año 2016 se cancelaron las rutas internacionales limitando el ingreso de turistas extranjeros. Las rutas nacionales son condicionadas apenas abarcan dos ciudades y no implementan rutas hacia las diferentes regiones del país, restringiendo a las agencias de la ciudad promover el turismo tanto interno como internacional.

Así también Manta goza de una terminal de cruceros donde se proyectaba el recibimiento de 15 cruceros durante los años 2018-2019, en la que cada crucero cuenta con una capacidad de entre 1200 a 2500 pasajeros que arriban en Manta de entre 1 a 3 días. Esta infraestructura conlleva al incremento del flujo turístico internacional teniendo la ciudad más posibilidades de lograr ser un destino turístico internacional ya que las agencias cruceristas internacionales están interesados en abrir rutas en el Pacífico Sur.

Al hacer el arribo de los cruceros en Manta, las agencias locales se encuentran a la espera de estos pasajeros internacionales para ofrecerles las rutas turísticas que se dan por un día, pero apenas son dos o máximo tres de estas agencias que venden sus paquetes, ya que agencias de viajes de Guayaquil son las que en su mayoría tienen vendidos sus paquetes por medio de internet a los cruceristas, las mismas que tienen transporte turístico normado, mientras que las agencias de viajes locales contratan transporte improvisados como carros de filas de madera conocidas como chivas o furgonetas rentadas. La infraestructura turística de la ciudad de Manta, aún no cubre la demanda actual limitándose a ser un destino turístico, debido a la insuficiente cobertura de infraestructura turística.

4.1.3.2. RECURSOS TURÍSTICOS

La ciudad de Manta posee recursos turísticos, que resultan agradables para el visitante, puesto que esta ciudad se encuentra en el litoral destacando sus playas y el paisaje de su alrededor gracias a las corrientes marinas que forman un microclima en las zonas más altas del cantón. Así también conserva un valor cultural dentro de la historia de Manta, como son los asentamientos de la cultura Manteña y descubrimiento de vestigios de otras culturas que se las encuentra en museos, permitiendo al turista conocer su patrimonio. Son 26 recursos turísticos que se dividen en 14 naturales y 12 culturales. Ver cuadro 18. Ver anexo 16 y 17

Cuadro 18. Recursos turísticos de Manta

	TOTAL	NATURALES	CULTURALES
RECURSOS TURÍSTICOS	26	14	12

Fuente: GAD municipal de Manta (2018)

Debido a su ubicación geográfica que en el perfil costanero posee 13 playas tanto en la zona rural como en la zona urbana en las que se muestran a continuación. Ver anexo 16.

Cuadro 19. Playas de Manta

PLAYAS URBANAS	PLAYAS RURALES
Playa de Los Esteros	Playa de Santa Marianita
Playa de Tarqui	Playa la Tiñosa
Playa El Murciélago	Playa de Liguiki
Playa de Barbasquillo	Playa de San Lorenzo
Playa Piedra Larga	Playa de las Piñas
Playa de San Mateo	Playa de Santa rosa
	Playa la Resbalosa

Fuente: Elaboración propia

Las playas son el atractivo principal del Cantón Manta, en el cual, una de ellas que es la más visitadas por turistas es Playa Murciélago, en donde se encuentra cerca el alojamiento, los restaurantes, el transporte y las actividades turísticas. Gracias a las gestiones y acciones de la municipalidad se encuentra adecuado para el recibimiento de turistas. Las playas que se encuentran en las zonas rurales no son muy convenientes para la visita de turistas por el peligro

que representan en cuanto a corrientes marinas y oleajes. Es por esa razón que las autoridades competentes no muestran proyectos de desarrollo turístico en estas zonas ya que no se puede hacer uso de ello.

Otro de los recursos importantes no solo de la ciudad de Manta sino también de la provincia, es el Bosque Pacoche que cuenta con una riqueza natural por las condiciones de ubicación geográfica, y las corrientes marinas que se intersectan en este sector, provocando un clima húmedo en la que se desarrolla una diversidad de flora y fauna que resulta asombroso, dado a que la zona rural de Manta es árida y seca siendo el único punto donde se aprecia dicho fenómeno natural.

Dentro de los recursos culturales se encuentran los religiosos en los que se destacan las siguientes iglesias:

- Iglesia La Merced
- Iglesia La Dolorosa
- Iglesia La Paz
- Iglesia Rosario de Tarqui
- Iglesia Divino Niño

Las más visitadas por los turistas son la iglesia la Merced y la Catedral La Dolorosa, la finalidad de las visitas son por fiestas religiosas, por mandas o por convocatoria a celebraciones especiales en el ámbito religioso. La mayoría de personas que visitan estas iglesias, es por cumplir mandas o pedidos en la que consiste en visitar la iglesia, compartir la santa misa, y dejar una ofrenda en símbolo de gratitud. Estas personas se quedan por un día completo haciendo uso de los servicios turísticos como establecimientos de alimentación y las visitas a sitios naturales de sol y playa.

MONUMENTOS

Cuadro 20. Monumentos de la ciudad de Manta

NOMBRE DEL MONUMENTO	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Monumento al señor Luis Teodoro Cantos Cañarte Primer presidente del ilustre concejo de Manta	Plazoleta Municipal. Avenida 4 calle 9 en el costado derecho	Fue erigido en el año de 1983, por el Municipio de Manta e incluido en las áreas regeneradas en el año 2007.

Monumento a Simón Bolívar. Libertador de América.	Plazoleta Azua. Avenida 2 calle 9 frente al palacio de Justicia, fue erigido el 24/7/1966, por el Centro de Estudiantes Venezolanos en Manabí.	Simón Bolívar, perteneció a una gran familia acomodada, fue educado por profesores particulares, entre ellos Francisco De Miranda, tuvo la oportunidad de viajar por varios países del mundo, donde fortaleció su amor por la libertad, fue libertador de Bolivia, Perú, Colombia, Venezuela y Ecuador. Países que pasaron a conformar la Gran Colombia, hasta su disolución años más tarde. Murió en la ciudad de Santa Martha, Colombia el 17 de diciembre de 1830, en honor al libertador de América los estudiantes venezolanos residentes en Ecuador, (Manabí), erigieron el monumento en su homenaje.
Monumento Abdón Calderón Muñoz. Héroe de la independencia	Santa Martha en Dto. De Higiene Municipal.	Nació en la ciudad de Cuenca el 31 de Julio de 1804, hijo del Coronel Francisco Calderón y de la señora Manuela Garaicoa y Olmedo. Su padre luchó junto a Carlos Montufar contra los realistas desde 1810, siendo fusilado en diciembre de 1812 por orden de Aumerich. Su madre lo llevó a vivir a Guayaquil donde desde 1813, continuó sus estudios al tiempo que regaba con verdadero patriotismo la semilla que su padre había sembrado en su corazón el amor a la libertad. A los 16 años de edad cuando en Guayaquil estalló la revolución del 9 de Octubre de 1820 y con el grado de Subteniente, se enredó en el Batallón Voluntarios de la Patria. En Mayo 24 de 1822 como abanderado del Batallón Yaguachi ante la admiración del pueblo ecuatoriano. Asistió y derramó su sangre por la libertad, de la Patria en la histórica Batalla del Pichincha. El héroe niño a pesar de haber sufrido varias heridas de gravedad, permaneció en el campo de batalla hasta que los patriotas logran la victoria Abdón Calderón murió en una cama del hospital San Juan de Dios el 29 de Mayo de 1822.
Monumento en honor a los hermanos Egas Miranda.	Paseo José María Egas, entre calles 10 y 11, Erigido por la Municipalidad en 2006.	José María Egas, nació en Manta el 28 de Noviembre de 1896, sus padres fueron el señor Carlos Egas Rodrigues y señora Rosalía Miranda Alarcón, oriundos de Santa Ana. Sus Primeros estudios los realizó en la escuela Vicente Rocafuerte, sus estudios secundarios los realizó en el colegio Nacional Vicente Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil. Estudios universitarios en la Escuela de Jurisprudencia obteniendo el título de doctorado en Jurisprudencia y ciencia sociales de la Universidad de Guayaquil. Casado con la dama Guayaquileña doña Dolores Rivas, tuvo 7 hijos Lcdo. José María Fernando, Carlos, Eduardo, Patricia, Hernán y Ramón.

		Egas mantenía imborrable el recuerdo de su gran amistad con Medardo Ángel Silva siendo compañero de estudio representa el movimiento modernista junto a Ernesto Noboa y Caamaño, Arturo Borja, Humberto Fierro, y Medardo Ángel Silva. Sus poesías resultan lúcidas ante los demás simbolista, ellas están impresas en 248 páginas.
Monumento al pescador	Calle 101, Parque del Pescador, zona regenerada en el año 2007.	El creador de esta obra que eternizó la figura del pescador fue Jorge Villalba, ecuatoriano, nacido en San Antonio de Ibarra, graduado en el colegio de Bellas Artes en Quito, ha creado grandes obras de personajes ilustres, este trabajo con la técnica de cemento y yeso, simboliza la labor del pescador. Una tradición ancestral de una tarea dura pero loable de los hombres del mar.
Monumento al reloj público	Ave. 4 de Noviembre, diagonal al Colegio de Ingenieros Eléctricos.	Fue donado por el Gobierno Alemán a la Embajada Ecuatoriana en el año de 1918 a 1920, aproximadamente antes de que la ciudad de Manta fuera declarada Cantón. Estuvo ubicado en las Instalaciones de la Aduana que estaba situado en el centro de la ciudad, permaneciendo por muchos años, pero al pasar el tiempo se lo retiró por razones desconocidas al demoler el Edificio. Permaneció perdido por muchos años, reapareciendo en los patios de Autoridad Portuaria. De donde el Museo del Banco Central lo recuperó y restauró para reubicarlo en el sitio donde está actualmente desde el año 1987. Su propósito es mantener informado a la población, la magnitud y su diámetro es de 1 m ² por 4 m de alto. Se encuentra en un lugar estratégico como el paso a desnivel entrando a la Avenida del Malecón funciona por medio de cuerda.
Monumento a la justicia	Se encuentra en el Parque de la Facultad de Jurisprudencia de la ULEAM	La estatua representa la Simbología del derecho de los hombres a través de la justicia y es una mujer con los ojos vendados que significa la imparcialidad. La balanza significa el proceso o juicio. La espada la justicia y lucha predominando la verdad o culpabilidad del individuo. Esta obra se dio por terminada después de 3 años. Es de color bronce predominando la fibra de vidrio.
Monumento al general "Eloy Alfaro Delgado"	Malecón Jaime Chávez Gutiérrez, Plaza Cívica Eloy Alfaro. Erigido por la Municipalidad de Manta el 24 de octubre del año 2007.	Nombre: Eloy Alfaro Delgado Nació: Montecristi 5 de junio de 1842. Falleció: Quito 28 de enero de 1912. Fueron sus padres don Manuel Alfaro González y la dama Montecristense, señora Natividad Delgado. Fue su esposa la señora Ana Paredes. Estudió ciencias comerciales en ellos demostró su gran inteligencia y su clara visión.

		<p>A la edad de 20 años se hizo cargo de la administración de las propiedades de su padre. Las que manejo con acierto.</p> <p>A los 22 años, se puso al frente de hombres guerrilleros para combatir a los gobiernos que no llenaban las aspiraciones del pueblo ecuatoriano.</p>
Monumento al capitán de fragata de estado mayor Rafael Moran Valverde	Malecón Jaime Chávez Gutiérrez, Frente a Capitanía del Puerto.	
Monumento al señor Ascario Paz Bonilla. Gestor de la cantonización de la ciudad de Manta	Malecón Jaime Chávez Gutiérrez, y ave. 24 de mayo, junto al edificio de Eapam. Fue erigido en el centenario de su natalicio el 18 de noviembre de 1980.	
Obra escultórica a los boys scouts	Mercado de Tarqui, parque boy scout. Erigido por la Municipalidad de Manta, en 1980.	<p>Los Boys Scout de Manta se fundaron en noviembre de 1967, siendo un programa patrocinado por empresarios como el Dr. Augusto Tinajero. Gobernador de Manabí en aquel entonces Galo Viteri. Los señores Palau y otros más, quienes se organizaron en grupos que alcanzaron altos niveles dando servicio a toda la comunidad de Manta.</p> <p>Su lema: Siempre listos - Física y mentalmente sano Principio básico: Dios, Patria y Hogar Su representación es la flor de Liz señalando el norte. Brújula: Significa propósito que hacer cuando y como. El Municipio de Manta plasmó la escultura y dejó constancia del valor cívico y moral de quienes ofrecieron su apoyo para bien de la ciudadanía, elaborando un grupo escultórico en representación de los chicos scout en el año de 1980.</p>
Monumento del Leo Club.	Ave. 4 de noviembre, salida de Manta	Erigido por el Club de Leones. Da la bienvenida a la ciudad.
Monumento el barco.	Ave. 4 de noviembre, salida de Manta	Erigido por el Rotary Club. Da la bienvenida a la ciudad.
Monumento vida y equilibrio	Barrio Abdón Calderón. En redondel de Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.	
Monumento a la madre	Malecón Jaime	

	Chávez Gutiérrez, en parque Central de Manta.
Silla Manteña	Malecón Jaime Chávez Gutiérrez, en Parque Central de Manta.
Monumento a la madre	Parroquia Eloy Alfaro, en parque de la Parroquia. Diagonal a iglesia San Patricio.

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

Los monumentos son parte del pasado de Manta y por ende marca la cultura en la que la ciudadanía siente orgullo de los sucesos y avances que han transcurrido a través de la historia, muchas de las personas que visitan el cantón van en búsqueda de una explicación de hechos o sucesos de la historia que narran el nacimiento y proceso de desarrollo de todo un pueblo.

4.1.3.3. PRODUCTOS TURÍSTICO DE MANTA

De acuerdo con la investigación planteada en la ciudad de Manta a través de la Dirección Municipal de Turismo junto a la colaboración de las agencias de viajes, restaurantes, bares, hoteles en la que se determinó tres productos turísticos instaurados después del 16 A, con el objetivo de lograr la reactivación de la ciudad. Ver cuadro 21.

Cuadro 21. Productos turísticos de Manta.

Nombre del Producto	Duración	Actividades	Valor	Agencia Responsable
TOUR ADVENTURE FULL DAY	9 horas	<ul style="list-style-type: none"> - Consiste en un día disfrutar de un desayuno Manaba en el Malecón Escénico. - Práctica de deportes acuáticos en la Playa de San Mateo. - Almuerzo en las cabañas de San Mateo. - Paseo en bote "Tour de Bahía" desde la playa El Murciélago. - Recorrido por el astillero donde podrán observar la fabricación artesanal de barcos. 	\$40,00	EYV Tours Agencia de Viajes y Turismo
TOUR MANTA SE LEVANTA	2 días 1 noche	<ul style="list-style-type: none"> - Desayuno manaba en la zona rural. - Visita al Bosque de Pacoche. - Disfrute de la playa Santa Marianita. - Almuerzo en Santa Marianita - Recorrido por el centro de la ciudad, show cultural, cena, visita a los bares ubicados en la zona rosa, donde se podrá degustar el coctel 	\$110,00	Ariel Travel

		<p>"Manta se Levanta".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retorno al hotel. - En el 2 día desayuno en el hotel. - Mañana en la Playa El Murciélago, donde se realizará un tour de bahía, donde se podrá ver cerca el rompeolas, embarcaciones atuneras artesanales, también se observará desde el mar el trabajo que se está realizando en la zona 0. - Retorno 		
RUTA GASTRONÓMICA	3 días 2 noches	<p>Día 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desayuno en el hotel. - Recorrido en lugares turísticos en Manta y Montecristi. - Almuerzo degustativo en el Restaurante de Montecristi Golf Club. - Recorrido por las instalaciones del club. - Cena degustativa en el Hotel Oro Verde. - City by night, hotel. <p>Día 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desayuno en el hotel. - Visita al Faro de San Lorenzo - Visita a la Playa de Ligüiqui. - Visita al Bosque de Pacoche y saborear lo típico del sector. - Almuerzo degustativo en Pacoche Lodge. - Cena degustativa. - Visita a Plaza del Sol y noche libre. <p>Día 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desayuno en el hotel. - Recorrido en bote Tour de Bahía. - Visita a Playa de San Mateo donde podrán hacer deportes acuáticos. - Almuerzo degustativo en Santa Marianita, transfer al aeropuerto. 	\$180,00	Ariel Travel

Fuente: elaboración propia

Con el suceso del 16 A, la ciudad de Manta quedó afectado con la pérdida de vidas humanas y la economía se vio fuertemente afectada, generando una secuela que persiste a la fecha. Las autoridades competentes, en este caso el GAD Provincial conjunto con el GAD Cantonal, se reunieron para establecer estrategias emergentes para la reactivación económica local. Debido a que el cantón era un fuerte atractivo para el turista que se limitó a causa del temor.

Una de las estrategias es basada en la actividad turística, que refiere a aliarse con los agentes de turismo de la ciudad como son: la cámara de turismo, agencias de viajes, representantes de gremios, entre otros, donde establecieron la disposición de tres productos turísticos para generar confianza en los visitantes y crear un flujo económico local.

El primer producto, de nombre Tour Adventure Full Day, consiste en hacer actividades de deportes además de mostrar la parte natural de la ciudad acompañado de la gastronomía típica local. Este producto está en marcha donde lo solicita el segmento de jóvenes deportistas que provienen de las diferentes provincias del país y un pequeño grupo son turistas extranjeros, que tienen como referencia que las playas manabitas son adecuadas para realizar deportes acuáticos.

El segundo producto se lo denominó Tour Manta se levanta, con la finalidad de mostrar al visitante que la ciudad tiene sus recursos a disposición para hacer uso de ellos, a pesar de la dificultad que atravesaba y a la vez llevar un mensaje de superación que motive al turista a seguir visitándolo. Hoy en día este producto no se está ofertando debido que tenía un plazo establecido para su función. La aceptación del tour fue inmediata, mostrando interés en los turistas extranjeros que visitaban la ciudad para observar el estado en el que quedó la ciudad y apoyar a la reactivación económica.

El tercer producto turístico denominado Ruta Gastronómica, se enfoca en mostrar al turista los paisajes, sitios turísticos y lugares representativos, donde se puede degustar de la mejor gastronomía de la ciudad de Manta. Éste es demandado por grupo de amigos y familias.

4.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para estudio de la demanda se realizó una encuesta a los turistas nacionales y extranjeros del cantón Manta, escogiendo como muestra a los visitantes de la playa Murciélagos en los días viernes 29 y sábado 30 de junio del 2018. Para ello se realizó una muestra de población infinita ya que la ciudad de Manta no cuenta con un registro de la afluencia de turistas.

Z= nivel de confianza (correspondiente con la tabla de valores Z)

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene atributo deseado = 1-p (cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q)

e= Error de estimación máximo aceptado

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{9,604}{0,0025} = 384,16$$

Se realizaron un total de 384 encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan las playas del cantón Manta para determinar el perfil del turista. Ver anexo 18.

4.1.4.1. PERFIL DEL TURISTA

Con el resultado de las encuesta a los turistas de la ciudad de Manta, se pudo notar la aceptación de los recursos, puesto que los visitantes acuden con frecuencia en grandes grupos motivados por visitar las playas y disfrutar de las diferentes actividades que se oferta al turista. A continuación se presenta el perfil del turista de la ciudad de Manta. Ver cuadro 22.

Cuadro 22. Perfil del turista

EDAD	Se encuentra en un rango de 36 a 45 años de edad
LUGAR DE RESIDENCIA	Proviene de la ciudad de Manta
FORMACIÓN ACADÉMICA	Universitaria
OCUPACIÓN	Empleados
COMPañÍA DE VISITA	Acuden en familias
GRUPO DE VISITA	El grupo está conformado de 2 a 5 personas
MEDIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Por TV
MOTIVACIÓN	acuden por la playa
DISPOSICIÓN DE PAGO POR SERVICIOS	Entre los \$50 a 100 por persona

Fuente: elaboración propia

Los turistas que acuden a la ciudad de Manta son en un 60% nacional que provienen de la misma ciudad de Manta y cantones cercanos como Portoviejo, Montecristi, Tosagua, y un 40% son turistas internacional que provienen

principalmente de Colombia y Venezuela y un pequeño segmento son de New York e Italia, lo que indica un desarrollo del turismo interno es evidente dentro del cantón. Así también es necesario conocer las motivaciones que tiene el visitante, para de ésta manera generar posibles estrategias logrando una mejor aceptación. En el caso de Manta, la razón por la cual lo visitan es principalmente por sus playas, y una en específico que es la playa Murciélago, en la que manifiestan que hay un amplio espacio en donde se puede disfrutar de su playa, su gastronomía y realizar actividades de turismo de aventura, en la que generalmente acuden grupos de familias y una de las ventajas del cantón es que cuenta con medios de comunicación, donde la tv es el más utilizado para la difusión y promoción del destino (OROMAR TV) en donde la población se informa y se motiva a visitar haciendo énfasis dentro de los espacios publicitarios la visita al cantón y sus atractivos. Ver anexo 18.

4.1.5. NÁLISIS FODA

Se presenta la matriz FODA para su respectivo análisis. Ver cuadro 23.

Cuadro 23. Matriz FODA

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Atractivos naturales y culturales en buen estado - Infraestructura turista - Comercio y negocios - Puerto marítimo - Terminal terrestre - Gastronomía típica - Flora y fauna - Llegada de cruceros - Incentivo a la práctica de deportes - Disposición de medios de comunicación para la promoción turística local 	<ul style="list-style-type: none"> - Desastres naturales - Competencia (destinos turísticos desarrollados) - Crisis Económica del Ecuador
OPORTUNIDADES	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con ONGs - Trabajo con organizaciones independientes - Apoyo del gobierno provincial - Alianzas estratégicas con empresas privadas - Inversión extranjera 	<ul style="list-style-type: none"> - Vías en mal estado - Contaminación ambiental por industrias atuneras - Escaso desarrollo de productos turísticos - Limitación de vuelos en el Aeropuerto de Manta - Daños en la cobertura de servicios básicos pos terremoto - Inseguridad

Fuente: Elaboración Propia

4.1.5.1. RESULTADOS DE LA MATRIZ FODA

A continuación se muestra la relación cruzada de la información evaluándola de manera cualitativa y cuantitativamente colocando valores del 1 al 3 en la que el 0 significa que no hay relación, 1 que la relación mantenida es poca, 2 si existe relación regular y 4 si la relación es mucha:

Cuadro 24. Matriz de impactos cruzados

		 ESPAMMFL ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ											
		ANÁLISIS EXTERNO											
		OPORTUNIDADES					TOTAL	AMENAZAS			TOTAL	TOTAL FORTALEZAS	
O1	O2	O3	O4	O5	A1	A2		A3					
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	2	3	2	2	12	3	3	2	8	20
		F2	3	2	3	3	3	14	3	3	2	8	22
		F3	3	3	3	3	3	15	3	2	2	7	22
		F4	3	2	3	2	1	11	1	2	1	4	15
		F5	1	1	3	1	1	7	1	1	1	3	10
		F6	2	1	3	1	1	8	0	1	1	2	10
		F7	2	1	3	1	1	8	2	1	0	3	11
		F8	2	3	3	3	2	13	0	1	0	1	14
		F9	3	2	3	2	2	12	1	2	0	3	15
		F10	1	2	3	1	1	8	1	1	0	2	10
	TOTAL	23	19	30	19	17	108	15	17	9	41	TOTAL DEBILIDADES	
	DEBILIDADES	D1	2	1	3	1	2	9	3	3	3	9	18
		D2	2	2	3	1	1	9	0	2	0	2	11
		D3	2	3	3	3	2	13	1	3	1	5	18
		D4	3	2	2	2	3	12	0	2	3	5	17
		D5	1	1	3	1	1	7	3	3	1	7	14
D6		1	1	2	2	1	7	2	3	1	6	17	
TOTAL	11	10	16	10	10	57	9	16	9	31			
TOTA OPORTUNIDADE	34	29	46	29	27	TOTAL AMENAZAS	24	33	18				

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Se pudo determinar que el cuadrante de las fortalezas con las oportunidades es mayor que los demás cuadrantes, lo que significa que realizarán Estrategias Ofensivas (Maxi - Maxi) permitiendo desarrollar las fortalezas, aprovechando las oportunidades, las mismas que determinarán el progreso turístico de la ciudad en conjunto con la articulación de los actores del turismo, en este caso la entidad pública, la entidad privada y la comunidad. La aplicación de las estrategias dirigirá una planificación organizada, palpando la calidad de los servicios y la mejora de espacios turísticos posicionándolo como un destino turístico.

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL:

Si se desarrolla la competencia de destinos turísticos, en este caso el competidor directo Machala, teniendo en cuenta las vías de acceso en mal estado, aunque se cuente con la suficiente infraestructura turística, como hoteles, restaurantes, transportes, agencias de viajes entre otros no podrán utilizarse de manera óptima el apoyo del Gobierno Provincial que brinda a través de promoción y construcción para el desarrollo turístico del cantón.

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL:

Utilizando de manera óptima y estratégica la infraestructura turística enmarcada en una regulación normativa de la actividad, contando con el apoyo del gobierno provincial, se realizarán propuestas de estrategias basados en los ejes de la sostenibilidad, que posibilitan minimizar la competencia de destinos turísticos y superar el problema mayor que son las vías en mal estado limitando al acceso de los atractivos de la ciudad degradando su determinación como destino turístico.

4.1.6. MATRIZ DE COMPETITIVIDAD

Se realiza la siguiente matriz de competitividad para conocer el principal competidor en el ámbito turístico, en el que se muestra los factores claves de éxitos de las ciudades con similares características que son la ciudad de Salinas y la ciudad de Machala dando una ponderación por cada uno de los

factores y poder determinar el competidor directo. Estas ciudades fueron seleccionadas en base a los servicios e infraestructura similares que llevan a la comparación de acuerdo al desarrollo que tiene cada uno de ellos en el ámbito turístico. Ver cuadro 25.

Cuadro 25. Matriz de competitividad turística

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA							
FACTORES CLAVE DE ÉXITOS	PONDERACIÓN	MANTA		SALINAS		MACHALA	
		CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Servicios básicos	0,20	3	0,30	3	0,25	3	0,30
Infraestructura turística	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,50
Productos turísticos	0,20	2	0,30	3	0,30	3	0,30
Accesibilidad	0,10	2	0,30	3	0,25	3	0,40
Promoción	0,10	3	0,40	2	0,30	2	0,30
Puerto marítimo	0,10	4	0,50	0	0,00	4	0,50
Comercio	0,10	4	0,50	3	0,30	3	0,50
Total	1		2,70		1,70		2,80

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la cobertura de servicios básicos e infraestructura turística la ciudad de Manta y Machala se encuentran en un mismo nivel de desarrollo, al contrario de Salinas que aún hay falencias en la cobertura de estos servicios. Así también, la ciudad de Manta, Machala y Salinas tienen a disposición de los visitantes productos turísticos disponibles en cualquier fecha del año. A lo que respecta la accesibilidad la ciudad de Manta se encuentra débil al igual que Salinas pero las vías que conectan a Machala se encuentran en buen estado. La promoción de los destinos respecto a la ciudad de Manta cuenta con un punto a favor, por manejar las redes sociales, de tal manera, que la población tiene mayor acceso a información del destino, además de contar con un canal de televisión en el que publicitan los atractivos de la ciudad, Salinas se maneja a través de internet en páginas web y redes sociales teniendo una aceptación media de la población y Machala realiza campañas publicitarias en canales de televisión en fechas específicas. El puerto marítimo es una ventaja para Manta ya que es el único puerto que recibe cruceros y por ende cuenta con la llegada

de turistas a la ciudad. Machala cuenta con un puerto, pero es expresamente para la pesca y para embarcaciones de carga, en el caso de Salinas no cuentan con puerto. Y por último la actividad comercial que se encuentra a niveles equitativos la ciudad de Manta con Machala ya que Manta es principal exportador de atún y Machala son los principales exportadores de banano a diferencia de Salinas que cuenta con un comercio bajo. Es así que se presenta a la ciudad de Machala como el principal competidor como destino.

4.2. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES

IDENTIFICACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES

Para la realización de la evaluación se debe identificar las potencialidades existentes en el cantón Manta, las mismas que fueron tomadas del inventario de atractivos turísticos 2018, que se encuentra en proceso aún por técnicos del departamento de turismo del GAD municipal de Manta, en la cual se determina la potencialidad con los servicios cercanos y las actividades que se pueden realizar dentro de cada uno de ellos. Ver cuadro 26.

Cuadro 26. Matriz de identificación de potencialidades de Manta

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALIDADES DE UN DESTINO		
DESTINO: Manta		
POTENCIALIDAD	SERVICIOS CERCANOS	ACTIVIDADES
Playa de Los Esteros	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos Pesca
Playa de Tarqui	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos Deportes (fútbol, voleibol)
Playa El Murciélago	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación - Compras	Deportes acuáticos Deportes en arena (fútbol, voleibol)
Playa de Barbasquillo	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos
Playa Piedra Larga	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación nocturna	-----
Playa de San Mateo	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos
Playa de Santa Marianita	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos
Playa la Resbalosa	- Alojamiento - Transporte - Alimentación - Recreación	Deportes acuáticos
Bosque Pacoche	- Transporte - Alimentación - Guianza	Senderismo

Museo Centro Cultural de Manta	- Transporte - Alimentación - Alojamiento	Guianza
Museo Cancebí	- Transporte - Alimentación - Alojamiento	Guianza

Fuente: Elaboración propia

Se identificaron 11 potencialidades las mismas que cuenta con los servicios básicos turísticos como son alojamiento, alimentación y transporte con actividades que se pueden realizar, y las restantes solo se muestran como recursos ya que no se puede desarrollar la actividad turística en su totalidad.

Para la realización de la evaluación de potencialidades de la ciudad de Manta se procedió hacer un análisis de modelos de evaluación, mediante una matriz comparativa en el que se presentan las herramientas con sus respectivos autores. Ver cuadro 27.

Cuadro 27. Matriz de comparación

Autor	Documento	Puntos a evaluar
LEADER EUROPEAN OBSERVATORY (2012)	Método para el análisis de destinos turísticos	Análisis de la oferta Análisis de la demanda Análisis de la competencia Análisis de la tendencia Diagnóstico del potencial turístico - Diagnóstico de puntos fuertes y débiles - Diagnóstico de las oportunidades y riesgos.
Rodriguez, Vargas, Andrade & Bedolla. (2017)	Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración	- Inventario de recursos turísticos - Categorización de los recursos turísticos - Oferta turística - Categoría de competitividad y sustentabilidad.
Sectur (2018)	Ficha técnica de evaluación	- Evaluación de la planta y patrimonio turístico - Evaluación de la percepción del turismo - Visita técnica
Villegas & Sánchez (2000)	Determinación del potencial turístico	- Evaluación del carácter cultural - Evaluación del carácter ambiental - Evaluación del carácter paisajístico - Evaluación del carácter deportivo - Evaluación de atributos dinámicos - Evaluación de atributos dinámicos - Evaluación de atributos de utilización - Evaluación de atributos de accesibilidad - Evaluación de atributos de equipamiento turístico.
Análisis: la metodología más acertada para la evaluación de las potencialidades es de Villegas y Sánchez (2000) en el que propone una ficha técnica de evaluación de las potencialidades basadas en el carácter y atributo de un destino.		

Fuente: elaboración propia

Leader European Observatory (2012) propone un método para el análisis de destinos turísticos, en el que insta factores a evaluar en base a la oferta, al comportamiento de la demanda, a la presencia de competencia directa, a las nuevas tendencias y los resultados de un diagnóstico turístico. A diferencia de Rodríguez, Vargas, Andrade & Bedolla (2017) que presenta la evaluación en base a los resultados del inventario de recursos y su categorización, la existencia de una oferta turística y la competitividad y procesos de sustentabilidad.

La SECTUR en su ficha técnica de evaluación de destinos, hace la valoración de la planta turística, sus condiciones y disponibilidad, la valoración de la percepción y la visita técnica para determinar otros factores asociados. Y por último Villegas & Sánchez (2000) en la que proponen una ficha de evaluación que consta de dos elementos a evaluar que son el carácter y atributo en el que se presenta de la siguiente manera.

En el ámbito del carácter se valora cualitativamente los aspectos cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio. Se enmarca una escala de 1 a 3 que permite valorar los recursos. Para la valoración de los atributos se establece una escala del 1 al 4 en el que se considera los siguientes criterios: Dinámica, Utilización, Accesibilidad, Equipamiento turístico, Deportivo.

La metodología que se implantará para la evaluación de las potencialidades de Manta es la propuesta por Villegas & Sánchez (2000).

EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES

Con la identificación de las potencialidades se procede a hacer la respectiva evaluación obteniendo un resultado para la determinación de Manta como destino turístico. Ver cuadro 29 y 30.

Cuadro 28. Matriz de evaluación de las potencialidades

MATRIZ DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS										
N°	ATRACTIVO Y/O RECURSO	CARÁCTER				ATRIBUTOS				
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1	Playa de Los Esteros	1	1	1	1	1	2	3	2	12
2	Playa de Tarqui	1	1	2	1	2	2	3	3	15
3	Playa El Murciélago	1	1	3	2	3	3	4	4	21
4	Playa de Barbasquillo	1	1	2	1	2	2	3	3	15
5	Playa Piedra Larga	1	1	1	1	2	2	4	2	14
6	Playa de San Mateo	1	1	1	2	2	2	4	2	15
7	Playa de Santa Marianita	1	1	1	2	2	2	4	2	15
8	Playa la Resbalosa	1	1	1	1	1	2	3	2	12
9	Bosque Pacoche	1	3	3	1	2	1	4	2	17
10	Museo Centro Cultural de Manta	2	1	1	1	1	1	3	2	12
11	Museo Cancebí	2	1	1	1	1	1	3	2	12

Fuente: Villegas & Sánchez (2000)

Cuadro 29. Matriz de resultados de la evaluación de potencialidades

RECURSO		VALOR	POTENCIALIDAD
1	Playa El Murciélago	21	MAYOR POTENCIALIDAD
2	Bosque Pacoche	17	
3	Playa de Tarqui	15	
4	Playa de Barbasquillo	15	
5	Playa de San Mateo	15	
6	Playa de Santa Marianita	15	
7	Playa Piedra Larga	14	
8	Playa de Los Esteros	12	POTENCIALIDAD EMERGENTE
9	Playa la Resbalosa	12	
10	Museo Centro Cultural de Manta	12	
11	Museo Cancebí	12	

Fuente: Villegas & Sánchez (2000)

- La playa Murciélago es uno de los mayores potenciales turísticos de la ciudad de Manta, donde es notable la gran afluencia de turistas en temporadas específicas, además de contar con dotación de servicios de alimentación, alojamiento y entretenimiento. Así también el acceso hasta la playa se encuentra en excelente estado.

- El siguiente potencial es el Bosque Pacoche el cual tiene un acceso en buen estado con un alto valor paisajístico y ambiental gracias a las corrientes de aires que este sitio posee logrando una abundante y exótica flora y fauna.
- Las playas de Tarqui, San Mateo, Santa Marianita y Barbasquillo son playas que cuentan con un buen estado de accesibilidad y un grado medio de servicios de alojamiento y restauración.
- Las playas de Piedra Largal Los Esteros y La resbalosa cuenta un valor bajo en cuanto a servicios de alojamiento y restauración, pero se considera el buen estado de la accesibilidad.
- Los museos del Centro Cultural de Manta y Cancebí cuenta un gran valor cultural y buena accesibilidad pero no posee internamente equipamiento turístico convirtiéndolos en un potencial emergente.

4.3. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo al análisis realizado de la evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta se establece las siguientes estrategias que se basan en los ejes de la sostenibilidad que son el elemento social, ambiental y económico de la zona en estudio con sus pilares estratégicos que enmarcarán los pasos que determinarán a Manta como un destino turístico. Ver cuadro 30.

Cuadro 30. Estrategias

EJE	PILAR ESTRATÉGICO	ESTRATEGIAS
SOCIAL	Gestión y ordenanzas	- Elaboración de ordenanzas para la regulación de la actividad pesquera.
	Educación ambiental	- Concientización a la población y a los turistas en temas ambientales que contribuyan a la disminución de impactos negativos en los atractivos. - Capacitación sobre manejo de desechos y contaminación ambiental dirigidos principalmente a las grandes industrias.
ECONÓMICO	Actividades turísticas	- Organización de festivales artísticos culturales que promuevan el interés de la población residente. - Incentivos económicos a través de la entrega de recursos para el desarrollo de actividades turísticas innovadoras en los pobladores.
	Producto turístico	- Creación de productos turísticos innovadores y creativos
	Marketing	- Diseño de un plan de marketing donde se desarrolle una marca turística para la adecuada comercialización y posicionamiento a nivel provincial y nacional.

Fuente: elaboración propia

En el eje social se despliega como pilar estratégico la Gestión y ordenanza ya que la ciudad de Manta es un organismo con competencias absolutas, es decir no cuentan con normativas, sino con ordenanzas que las realizan los concejales de acuerdo a las actividades de desarrollo de la población. Es así que se interviene en este ámbito, instaurando como estrategia la elaboración de ordenanzas para la regulación de la actividad pesquera en las playas, en la que se establecen dos programas que son: la determinación de una ordenanza de regulación de la actividad pesquera y una ordenanza regulatoria para las empresas de capacitación de personal turístico.

Dentro del programa, determinación de una ordenanza de regulación de la actividad pesquera, se presenta como proyectos: la realización de un estudio

de la actividad pesquera principalmente en la playa Los Esteros donde se denota el faenamiento de peces, y el análisis de la percepción turística para mejorar la imagen específicamente de las playas de la ciudad de Manta. En cuanto al programa de ordenanza regulatoria para las empresas de capacitación de personal turístico, se presentan los proyectos: evaluación periódica a las empresas de capacitación turística, así como el proyecto, seguimiento y control del personal capacitador, los cuales deben estar normados para emitir los conocimientos adecuados en el ámbito. Las estrategias planteadas tienen el propósito de regular tanto la actividad pesquera para no afectar la actividad turística y de esta manera lograr un desarrollo conjunto.

En el eje ambiental se establece como estrategia la concientización a la población y a los turistas en temas ambientales, que contribuyan a disminuir el impacto negativo en los atractivos y así también la capacitación sobre manejo de desechos y contaminación ambiental dirigidos a las grandes industrias. Estas estrategias contribuirán a generar una cultura ambientalista donde la población y las empresas se preocupen por generar desarrollo equilibrando el aspecto ambiental. Para el cumplimiento de estas estrategias se determinó 4 programas que consiste en el control del impacto ambiental en el que da paso a sus proyectos que son: la cooperación en el estudio del impacto ambiental producido por las grandes industrias y un plan de trabajo articulado con el GAD provincial para la disminución de gases producidos por las mismas.

Otro de sus programas es el manejo de desechos de faenamiento de peces con el proyecto de capacitación para el manejo de la planta de proceso rápido de faenamiento de peces en zona de playas. Así también la coordinación de actividades de concientización ambiental con el proyecto de presentaciones lúdicas de concientización ambiental para los niños de las escuelas y colegios de la ciudad abarcando la nueva generación, siendo ellos parte del futuro que cambia constantemente. Otro de los programas son los eventos periódicos de educación ambiental en los atractivos de Manta y la creación de una mascota representativa de la ciudad, que se presente en los eventos turísticos para la concientización ambiental.

Como último programa, se encuentra la concientización sobre el manejo de desechos y contaminación ambiental para las grandes industrias a través del proyecto de capacitación sobre el manejo de residuos y contaminación ambiental que tiene como finalidad disminuir los riesgos de impactos negativos en la ciudad.

El eje económico se centra tres pilares estratégicos que consiste en las actividades turísticas planteando como estrategias la organización de festivales artísticos culturales que promuevan el interés de la población residente y la generación de incentivos económicos a través de la entrega de recursos para el desarrollo de actividades turísticas innovadoras en los pobladores. Con la adecuación de estas estrategias se diversificará la oferta y los turistas tendrán otra opción para escoger en el mismo destino al igual que la ayuda de incentivos para participar en actividades turísticas.

Como programa se encuentra el desarrollo de ferias y festivales cumpliendo con los proyectos de realización de festivales gastronómicos, festivales culturales, la participación a nivel provincial y nacional en festivales turísticos y la generación de ferias de emprendimiento turístico local. El segundo programa es la implementación de la señalización turística para la ciudad de Manta.

El pilar estratégico de producto turístico se centra en la creación de productos turístico innovadores y creativos generando una atraktividad y tendencia por los nuevos productos establecidos. Instaurando proyectos de generación de una ruta marítima desde el puerto de Manta hacia la costa de Manabí llegando a Pedernales. También la generación de circuitos de la zona rural de la ciudad e incrementar una ruta aérea que conecte a la ciudad de Manta a las islas Galápagos. Y como último pilar estratégico está el marketing en el que propone como estrategia el diseño de un plan de marketing que permita la adecuada comercialización y posicionamiento a nivel provincial y nacional generando incremento en las visitas de turistas. Su programa se basa en la promoción y difusión turística con 5 proyectos que son el análisis de la oferta de la ciudad de Manta, el análisis de la demanda de la ciudad de Manta, la creación de un producto y desarrollo de una marca de Manta como ciudad destino, la promoción a través de medios de comunicación y redes sociales y la

generación de una aplicación para dispositivos inteligentes con información básica del destino.

A continuación se muestra el cuadro 31 que corresponde a la conformación de los programas y proyectos propuestos.

Cuadro 31. Planes programas y proyectos

EJE	PILAR ESTRATÉGICO	PROGRAMA	PROYECTOS
SOCIAL	Gestión y ordenanzas	Determinación de una ordenanza de regulación de la actividad pesquera	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de la actividad pesquera, analizando el impacto ambiental producido por los pescadores en la playa Los Esteros - Análisis de la percepción turística de la playa los Esteros.
		Determinación de una ordenanza regulatoria para empresas de capacitación de personal turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluaciones periódicas a las empresas de capacitación turística. - Seguimiento y control del personal capacitador.
AMBIENTAL	Educación ambiental	Control de impacto ambiental en cooperación con el GAD provincial.	<ul style="list-style-type: none"> - Cooperación en el estudio del impacto ambiental producido por las grandes industrias. - Trabajo articulado con el GAD provincial para la disminución de gases producidos por las grandes industrias.
		Manejo de desechos de faenamiento de peces	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación para el manejo de planta de proceso rápido de faenamiento de peces en zona de playas.
		Coordinación de actividades de concientización ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres lúdicos de concientización ambiental para niños de las escuelas y colegios de la ciudad. - Desarrollo de eventos periódicos de educación ambiental en los atractivos de la ciudad de Manta - Crear una mascota representativa de la ciudad que se presente en todo evento turístico a la educación ambiental.
		Concientización sobre manejo de desechos y contaminación ambiental para las grandes industrias	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación sobre manejo de residuos y contaminación ambiental de las grandes industrias.
ECONOMICO	Actividades turísticas	Desarrollo de ferias y festivales	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de festivales gastronómicos - Realización de festivales de demostración cultural - Participación a nivel provincial y nacional en festivales turísticos - Ferias de emprendimiento turístico local
		Implementación	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de señalización turística en la

	de señalización turística	ciudad de Manta
Producto turístico	Creación de productos turísticos de la ciudad de Manta	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de una ruta marítima desde el puerto de Manta hacia la costa norte de Manabí llegando a Pedernales - Generación de circuitos de la zona rural de la ciudad - Incrementar una ruta aérea que conecte a la ciudad de Manta a las islas Galápagos.
Marketing	Promoción y difusión turística	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la oferta de la ciudad de Manta - Análisis de la demanda de la ciudad de Manta - Creación de un producto y desarrollo de una marca de Manta como ciudad destino - Promoción a través de medios de comunicación y redes sociales - Creación de una aplicación para dispositivos inteligentes con información básica del destino.

Fuente: elaboración propia

PRESUPUESTO

Para la elaboración del presupuesto se tomó como referencias planes estratégicos de turismo de Ecuador y en la que se detallaron los valores por costos generados dando como resultado el costo total de cada proyecto. Ver cuadro 32.

Cuadro 32. Presupuesto

PROGRAMA	PROYECTOS	DURACIÓN	COSTO	RESPONSABLE
Determinación de una ordenanza de regulación de la actividad pesquera	- Estudio de la actividad pesquera, analizando el impacto ambiental producido por los pescadores en la playa Los Esteros.	3 meses	\$ 5,000.00	GPM y GAD Manta
	- Análisis de la percepción turística de la playa los Esteros.	2 meses	\$2,000.00	GPM y GAD Manta
Determinación de una ordenanza regulatoria para empresas de	- Evaluaciones periódicas a las empresas de capacitación turística.	5 meses	\$3,000.00	MINTUR y GAD Manta
	- Seguimiento y control del personal capacitador.	1 año	\$2,000.00	MINTUR y GAD Manta
Control de impacto ambiental en	- Cooperación en el estudio del impacto ambiental producido por las grandes industrias.	2 meses	\$2,500.00	GPM y GAD Manta

	- Trabajo articulado con el GAD provincial para la disminución de gases producidos por las grandes industrias.	2 meses	\$6,000.00	GPM y GAD Manta
Manejo de desechos de faenamiento de peces	- Capacitación para el manejo de planta de proceso rápido de faenamiento de peces en zona de playas.	1 mes	\$2,000.00	MINTUR y GAD Manta
Coordinación de actividades de concientización ambiental	- Talleres lúdicos de concientización ambiental para niños de las escuelas y colegios de la ciudad.	3 meses	\$3,000.00	GPM y GAD Manta
	- Desarrollo de eventos periódicos de educación ambiental en los atractivos de la ciudad de Manta.	1 año	\$8,000.00	GAD Manta
	- Crear una mascota representativa de la ciudad que se presente en todo evento turístico a la educación ambiental.	1 mes	\$800.00	GAD Manta
Concientización sobre manejo de desechos y contaminación ambiental para las	- Capacitación sobre manejo de residuos y contaminación ambiental de las grandes industrias.	2 meses	\$3,000.00	MINTUR y GAD Manta
Desarrollo de ferias y festivales	- Realización de festivales gastronómicos	1 año	\$12,000.00	GAD Manta
	- Realización de festivales de demostración cultural	1 año	\$16,000.00	GPM y GAD Manta
	- Participación a nivel provincial y nacional en festivales turísticos.	2 meses	\$5,000.00	MINTUR y GAD Manta
	- Ferias de emprendimiento turístico local	1 año	\$12,000.00	GAD Manta
Implementación de señalización turística	- Implementación de señalización turística en la ciudad de Manta.	5 meses	\$9,000.00	GPM y GAD Manta

Creación de productos turísticos de la ciudad de Manta	- Generación de una ruta marítima desde el puerto de Manta hacia la costa norte de Manabí llegando a Pedernales.	2 años	\$100,000.00	MINTUR y GAD Manta
	- Generación de circuitos de la zona rural de la ciudad.	1 año	\$60,000.00	GAD Manta
	- Incrementar una ruta aérea que conecte a la ciudad de Manta a las islas Galápagos.	1 año	\$80,000.00	GAD Manta
Promoción y difusión turística	- Análisis de la oferta de la ciudad de Manta.	3 meses	\$3,000.00	GAD Manta
	- Análisis de la demanda de la ciudad de Manta.	3 meses	\$3,000.00	GAD Manta
	- Creación de un producto y desarrollo de una marca de Manta como ciudad destino.	1 mes	\$8,000.00	GAD Manta
	- Promoción a través de medios de comunicación y redes sociales.	1 año	\$6,000.00	MINTUR y GAD Manta
	- Creación de una aplicación para dispositivos inteligentes con información básica del destino.	1 año	\$5,000.00	GAD Manta
TOTAL			\$351.300.00	

Fuente: elaboración propia

El monto destinado para el cumplimiento de los proyectos es de \$351.300.00 el mismo que fue calculado con la proyección de un año plazo para solventar los problemas identificados. Lo que representará un desarrollo orientado en la sostenibilidad en la que la población se sentirá a gusto con la denominación de destino turístico a nivel local y nacional.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Gracias a las herramientas e instrumentos escogidos se logró como resultado el diagnóstico del sistema turístico de Manta, denotando que la superestructura se encuentra organizada en cuanto a procesos y asignaciones de funciones respetando la jerarquización y normativas que la rigen, así también se determinó que la capacidad total de infraestructura hotelera no cubre la demanda actual, como también la inexistencia de un transporte turístico regulado por el Ministerio de Turismo y los limitados destinos de las aerolíneas del aeropuerto Eloy Alfaro. Manta posee recursos naturales que no cuentan con el suficiente aporte económico para su desarrollo turístico. Así también Manta pone a disposición de los turistas tres productos turísticos para lograr la reactivación de la ciudad después de haber pasado por la catástrofe del 16 A.
- La ciudad de Manta es un atractivo potencial demandado mayoritariamente por turistas locales y un pequeño porcentaje por extranjeros. Esta ciudad cuenta con una gama de oferta de servicios turísticos que están a disposición de los turistas. Los actores del turismo como son el GAD Municipal, el Gobierno Provincial, la Cámara de Turismo y la comunidad están colaborando para lograr un desarrollo turístico basándose en la sostenibilidad. La ciudad cuenta con grandes atractivos naturales y culturales que la hacen atractiva al visitante en la cual uno de los más visitados es la playa Murciélagos. La presencia de un terminal de cruceros hace que la ciudad tenga una oportunidad de abrir una puerta al turista extranjero, gracias a la llegada de cruceros internacionales. Se pudo notar que en este cantón no existen estrategias dirigidas al logro de la determinación como destino turístico tanto a nivel nacional como internacional.
- La ciudad de Manta cuenta con 26 atractivos naturales y culturales obtenidos del inventario de atractivos turísticos, los cuales hubo una connotación en los resultados de la evaluación apuntando a la playa Murciélagos como una de las playas más aptas y completas para el desarrollo de actividades turísticas.

- En vista de la necesidad de establecer estrategias ofensivas que permita maximizar las fortalezas y las oportunidades enmarcadas en los ejes de la sostenibilidad, para la determinación de destino turístico a la ciudad de Manta se destaca la ordenanza para la regulación de la actividad pesquera, concientizar a la población y a los turistas en temas ambientales, generación de actividades turísticas que fortalezcan la cultura local, promover el desarrollo de actividades turísticas innovadoras en los pobladores, generar productos turísticos innovadores y creativos y por último establecer estrategias que permita la adecuada comercialización y posicionamiento a nivel provincial y nacional.

5.2. RECOMENDACIONES

- Al Departamento de Turismo del GAD de Manta se recomienda que establezcan estrategias para la solución de conflictos ante los atractivos turísticos y dar provecho a éstos de manera eficaz y eficiente. Además de la implementación de un plan de marketing para atraer el mercado objetivo que lo posicionará como destino turístico.
- Se recomienda al Departamento de Turismo de Manta realizar constantes estudios de la situación actual del destino para conocer los tipos de mercados en cuanto a su comportamiento y necesidades con la finalidad de establecer productos acordes a ello.
- Se recomienda al Departamento de turismo del GAD de Manta fomentar el trabajo articulado con la empresa pública, las asociaciones, cámaras y la comunidad para lograr el desarrollo de proyectos turísticos generando fuentes de trabajo e incremento de visitas a las zonas rurales.
- Se recomienda al Departamento de turismo del GAD de Manta realizar evaluaciones y proyectos de desarrollo turístico e innovaciones que respondan a las exigencias de los visitantes, para ampliar la oferta y destacar en el ámbito turístico a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Agatón, D. Cruz, A. (2015). Identificación y evaluación del espacio turístico potencial de la zona poniente de Acapulco y su repercusión en el desarrollo local. México. P 5-8. Recuperado de <http://ru.iiec.unam.mx/3014/1/Eje11-123-Agaton-Cruz.pdf>
- Albuja, A. (2016). Evaluación del potencial turístico del cantón San Miguel de Urcuquí para dinamizar la actividad turística del sector. (Trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera). Chimborazo. Ecuador. P 32-33. Recuperado de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/803/1/UNACH-EC-IG.TUR-2016-0005.pdf>
- Arias, E., Calderón, J., Loor, A., Ramos, P. 2017. Percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece manta, un análisis previo al 16 A. Revista ECA Sinergia, 8 (1). p 131 -144. Recuperado de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj9vozJiZrXAhXJxYMKHTeiDkUQFghOMAY&url=http%3A%2F%2Frevistas.utm.edu.ec%2Findex.php%2FECA%2FSinergia%2Farticle%2Fdownload%2F791%2F649%2F&usg=AOvVaw02w7qusHnIMJk5MWbtIAF>
- Asociación de estados del Caribe, (2017).turismo de reuniones: conceptualización y visión regional. (1). recuperado de http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf
- Batista, E., González, J., González, I., Leyva, E. (2017). Procedimiento para medir la imagen de destinos turísticos. Ciencias Holguín. 23 (3). 1-18. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181552082001>
- Cámara, C. Mocarte, F. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. Arquitectura y urbanismo. 35 (1). P 49-68. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3768/376834399005/>
- Cámara de Comercio de Manta. (2017). Institución. Recuperado de <http://www.ccm.org.ec/institucion/objetivos>
- Cámara de Industrias de Manta. (2018).CIM. Recuperado de <http://www.cimanta.org/cim/>
- Cámara de Turismo de Manta. (2017). Cámara de Turismo de Manta. Recuperado de <http://cee.org.ec/Gremios/camara-de-turismo-de-manta/>
- Cardenas, L. (2013). Metodologías de planificación y los nuevos enfoques de la sustentabilidad. Urbano. 16 (27). 9-22. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19836964004>
- Castellanos, L. (2015). Estrategia y planificación estratégica. Recuperado de <https://lcestrategia.files.wordpress.com/2015/11/estrategia-y-planificacic3b3n-estratic3a9gica-luis-castellanos.pdf>

- Cipriano, E. (2014). Proceso Administrativo. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=b8_hBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=proceso+administrativo+planeacion,+direccion,+organizacio n,+control+&ots=558JlkpBsa&sig=gzR8Q0xgvfetLyrlaWZgyrCoJHU#v=onepage&q&f=false
- Comisión Europea. (2016). El sistema europeo de indicadores turísticos. Recuperado de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjsnd7Pv_HYAhXOSd8KHTYGCdEQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2FDocsRoom%2Fdocuments%2F21749%2Fattachments%2F1%2Ftranslations%2Fes%2Frenditions%2Fnative&usg=AOvVaw3e-CyM7YxFDjhH9wUA0xuy
- Cortez, H. (2017). Guía de evaluación educativa. P 5. Recuperado de <http://www.santiagoapostolcabanyal.es/wp-content/uploads/2017/08/Gu%C3%ADa-de-evaluaci%C3%B3n-educativa.pdf>
- Crespo, R., Rangel, C., Morillas, A. (2012). Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Madrid, España. ESIC editorial.
- Covarrubias, R. (2013). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- De Pablo. (2015). La importancia de medir el potencial turístico. Recuperado de <https://prezi.com/fsfrc1rt5cqxl/la-importancia-de-medir-el-potencial-turistico-de-un-sitio/>
- Días, O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. Gestión y Análisis de Políticas Públicas. (14). 1-17. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2815/281543007008.pdf>
- Flores, J. (2013). Antropología del turismo. Tinkuy. 1(1).1-155. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40947201/ANTROPOLOGIA_DEL_TURISMO._La_industria_s.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1513495807&Signature=%2FEBIJsCo5bfqZ0Jyd6gx%2F3PmtA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DANTROPOLOGIA_DEL_TURISMO_La_industria_si.pdf#page=78
- Frejomil, E., Sánchez, A., Alvarado, I. (2017). Niveles de selectividad territorial de los destinos turísticos de México. Cuadernos de turismo. (39). 495-520. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290671>
- GAD del cantón Manta. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Manta 2014-2019. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/ACTUALIZ

ACION%20DE%20DIAGNOSTICO%20DEL%20PD%20Y%20OT_14-11-2014.pdf

- GADS – SPOL. (2013). Fuente: Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador – ECHO/DIP/BUD/2011/91002. Recuperado de: <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/852/1/Perfil%20territorial%20MANTA.pdf>
- García, B., Reinares, E. y Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDRResearch ESIC*. 7 (7) 76-93. DOI: 10.7263/ADR.RSC.007.05
- González, M. Jiménez, A. Vallés, D. (2015). El inventario de los recursos turísticos. Un enfoque desde la demanda. Madrid. Escuela de Organización Industrial. 1 (1). P 5-80. Recuperado de <http://a.eoi.es/inventrtrt>
- Hernández, S., Sánchez, C., Ginés, C. (2015). Turismo y desarrollo sostenible en los espacios urbanos. El caso de las Palmas de Gran Canaria. (1). Recuperado de https://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/10459/5/Turismo_desarrollo_sostenible_Coloquio_Turismo.pdf
- Fraiz, A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *Pasos*. 13 (4). 739-865. Recuperado de <file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/PASOS43.pdf>
- Ibarra, N. (2014). Plan estratégico para el restaurante “luna Bruja” en la Paz B.C.S. (Maestría en administración). Instituto Tecnológico de la Paz. México.
- López, j., Arcila, M., Micossi, V., Cano, M. (2013). Modelo guía de valoración turística del patrimonio religioso: los templos de jerez de la frontera. *Pasos*. 11 (1) 147-157. DOI <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.010>
- Marín, J., Chinga, C., Velásquez, A., Gonzáles, P., Zambrano, L. (2015). Tratamiento de aguas residuales de una industria procesadora de pescado en reactores anaeróbicos discontinuos. Ecuador. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (1), 27 – 42. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/folders/0BzsuyJo4wynOZ3BDaHNaMzQxRm8>
- Martínez, A. (2015). De la planificación estratégica a la planificación participativa: las políticas de juventud y el reconocimiento de los jóvenes como actores políticos. 1. Recuperado de <http://www.flacsoandes.edu.ec/agora/62887-de-la-planificacion-estrategica-la-planificacion-participativa-las-politicas-de-juventud>

- Medrano, S., Lardiés, R. (2014). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza. *Geographicalia*, 66. 99-132. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/275824309_Propuesta_de_indicadores_ambientales_para_un_turismo_sostenible_en_la_ciudad_de_Zaragoza
- Mendoza, D., López D., Salas, E. (2016). Planificación estratégica de recursos humanos: Efectiva forma de identificar necesidades de personal. *Económicas CUC*, 37(1), 61-78. DOI: 15.5.2016.03
- Merino, R., Betanzos, M., Dorado, M. (2013). La Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía: Elementos fundamentales en el marco de la planificación turística subregional andaluza. *Revista de estudios regionales*. 97 (1). 77-111. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/755/75528760003/>
- Mikery, M., Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. (9). 1729-1740. Recuperado de <file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/Dialnet-MetodosParaElAnalisisDelPotencialTuristicoDelTerri-4925982.pdf>
- MINCETUR. (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos. *Swisscontac*. 7-31. Recuperado de http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf
- Ministerio de Turismo. (2008). Inventario de atractivos turísticos de Manabí. Recuperado de https://issuu.com/telandweb/docs/inventario_de_atractivos_turisticos_de_manab_
- Ministerio de turismo del Ecuador. (2017). Objetivos. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/objetivos/>
- Ministerio de turismo. (2015). Atractivos turísticos del cantón Manta. *Turisteando Ecuador*. Ecuador. Recuperado de <https://turisteandoecuador.wordpress.com/2015/08/06/atractivos-turisticos-canton-manta-fichas-mintur/>
- Ministerio de Turismo. (2016). Normativa de las facultdes a gobiernos autonomos desarrollo actividades turisticas. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>

- Ministerio del Interior, obras públicas y viviendas. (2016). Guía de planificación territorial. (1). Recuperado de https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_14659169801.pdf
- Ministerio de Turismo. (2018). Boletín enero 2018. Recuperado de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_enero-2018.pdf
- Ministerio de turismo. (2007). PLANDETUR 2020. Ecuador. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Nava, M. (2015). Planificación estratégica como herramienta para la transformación gerencial de sistema de producción de doble propósito. *Strategos*.7 (14), 35-45. Recuperado de http://fondoeditorial.uneg.edu.ve/strategos/numeros/s14/s14_art03.pdf
- Ojeda, M. (2013). Planificación estratégica en las instituciones de educación superior mexicanas: de la retórica a la práctica. *CPU-e. Revista de investigación educativa*. 1(1). 120-129. Recuperado de <https://www.uv.mx/cpue/num16/ojeda-planificacion-estrategica.pdf>
- Organización Mundial del turismo. (2005). Entender el turismo: Glosario básico. OMT. Estados Unidos. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nomadas. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*. 38 (2). 1-13. Doi http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Panosso, A., Iohmann, G. (2012). Teorías del turismo, conceptos, modelos y sistemas. Distrito federal. México: Trillas.
- Pariente, E., Chávez, J., Reynel, C. (2016). Evaluación del potencial turístico del distrito de Huarango – San Ignacio, Cajamarca Perú. *Ecología aplicada*. 15 (1). Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1726-22162016000100005&script=sci_arttext
- Pierret, F. (2009). Administración de los destinos ¿Cómo medir la excelencia?. (4). Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/pierret_sp.pdf
- Rivero, B. (2013). Planificación del turismo sostenible. (1). Recuperado de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/Capitulo_VI.PTS.pdf
- Rodríguez, L. (2013). características de la oferta y la demanda turística. (1). Recuperado de: <https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf>

- Roselló, E. (2017). Análisis del potencial turístico de un destino. Publicaciones didácticas. (87). 351-529 recuperado de <https://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/087084/articulo-pdf>
- SEMPLADES. (2014). Agua potable y alcantarillado para erradicar la pobreza en el Ecuador. Recuperado de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/FOLLETO-Agua-SENPLADES.pdf>
- SENATUR. (2015). Informe de intensidad turística y definición de destinos turísticos. Chile. Canadian Geographer 24 (1), p 1-64. Recuperado de <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/sites/18/2015/10/20150325-Informe-Intensidad-Tur%C3%ADstica-y-Definici%C3%B3n-de-Destinos-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Torres, L., Echarri, M. (2015). Evaluación del desarrollo sostenible de destinos turísticos cubanos: una propuesta. Revista científica ECOCIENCIA. 2 (5). 1-25. Recuperado de: <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/upload/php/files/numero1/05.pdf>
- Torres, M., Contreras, R. (2013). Journal of intercultural management. Społeczna Akademia Nauk. 5 (1). 51-61. Recuperado de http://www.joim.pl/pdf/JOIM_5_1.pdf#page=51
- Torres, Z. (2014). Administración estratégica. Recuperado de <http://www.editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074380026.pdf>
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad:gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Pasos. 14 (3). 577-594. Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20\(Pasos\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-86256/2016-MVelasco-Pol%C3%ADtica%20y%20planificacion%20turismo%20(Pasos).pdf)
- Velásquez, R., Castillo, P., Zambrano, M. (2016). Planificación estratégica de tecnologías de la información y comunicación. Dominio de las ciencias. 2 (4). 560-570. Recuperado de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/283>
- Vergara, X., Jarro, E. (2014). Elaboración del plan estratégico y sistema de gestión de procesos para la cooperativa de taxis esmeraldas. (Tesis previa a la obtención del título de ingeniero industrial). Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.
- Viteri, J., Jácome, B., Medina, A. (2013). Modelo conceptual para la planificación estratégica con la incorporación de la responsabilidad social universitaria. Cujae. 34(1). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362013000100008

- Wallingre, N. (2013). Análisis del desarrollo de un destino turístico emergente: el caso de la ciudad de Paso de la Patria, provincia de Corrientes, Argentina. UNO. (16). 9-35. Recuperado de: <file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/Dialnet-AnalisisDelDesarrolloDeUnDestinoTuristicoEmergente-4751077.pdf>
- Yané, F. (2017). Plan de mejora de calidad para el área de servicio al cliente en la agencia de viajes ALIMUNDO, Quito. Ecuador. (Tesis previa a la obtención del título de ingeniería en administración de empresas hoteleras y turísticas).escuela de hospitalidad y de turismo. Ecuador.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Catastro de los hoteles de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	HOTEL	AGUA BLANCA	TERCERA	109	34	65
2	HOTEL	HOTEL CABANAS BALANDRAS	LUJO	320	57	105
3	HOTEL	BARBASQUILLO	SEGUNDA	85	30	74
4	HOTEL	CAPRIN INTERNACIONAL	CUARTA	49	18	32
5	HOTEL	HOTEL BOUTIQUE MARIA ISABLE	SEGUNDA	40	16	29
6	HOTEL	HOTEL BOUTIQUE NAZO	TERCERA	18	42	22
7	HOTEL	PORTO VELHO	PRIMERA	71	20	37
8	HOTEL	HOTEL LEO INN	CUARTA	146	39	73
9	HOTEL	LEO HOTEL	CUARTA	160	35	80
10	HOTEL	MAR AZUL	PRIMERA	39	29	39
11	HOTEL	ORO VERDE	LUJO	241	82	181
12	HOTEL	SOL NACIENTE	TERCERA	204	58	102
13	HOTEL	SANTA FE	TERCERA	66	22	55
14	HOTEL	PERLA SPONDYLUS	SEGUNDA	66	24	33
15	HOTEL	ARENA MAR	TERCERA	49	27	46
16	HOTEL	RUTASOL	TERCERA	34	24	24
17	HOTEL	MANTA HOST HOTEL	LUJO	259	100	174
18	HOTEL	ECUADOR KITESURF S.A	TERCERA	98	26	49
19	HOTEL	HOTEL AVELLAN	SEGUNDA	50	21	37
20	HOTEL	BUCANERO	PRIMERA	93	42	77
21	HOTEL	HAMILTON	SEGUNDA	144	32	70
22	HOTEL	MANTA AIPORT	SEGUNDA	62	18	31
23	HOTEL	HOTEL SAIL PLAZA MANTA	LUJO	279	200	265
24	HOTEL	HOTEL RISHUO	SEGUNDA	40	10	20
25	HOTEL	HOTEL VISTA AL MAR	TERCERA	60	20	34
26	HOTEL	HOTEL OCEANIK	SEGUNDA	116	33	57
27	HOTEL	AQUA MARINA	PRIMERA	58	32	54
28	HOTEL	HOTEL PLATA DE MAR	CUARTA	30	8	12
		CAPACIDAD TOTAL		2986	1099	1877

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 2 Catastro de los hoteles apartamentos de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	HOTEL APARTAMENTO	LOS ALMENDROS	PRIMERA	150	63	105
		CAPACIDAD TOTAL		150	63	105

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 3 Catastro de los hostales de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	HOSTAL	"DESIRENY HOSTAL"	SEGUNDA	36	16	27
2	HOSTAL	ALBATROS	TERCERA	90	18	45
3	HOSTAL	ANTARES	SEGUNDA	98	18	37
4	HOSTAL	CANARIAS	TERCERA	74	15	37
5	HOSTAL	CASA BLANCA HOTEL BOUTIQUE	PRIMERA	21	6	15
6	HOSTAL	HOSTAL FRANCISCO	SEGUNDA	61	19	56
7	HOSTAL	ALEJANDRO MAR"	TERCERA	72	17	36
8	HOSTAL	MI KASA"	SEGUNDA	53	20	33
9	HOSTAL	HOSTAL BLUE PACIFIC	SEGUNDA	29	10	16
10	HOSTAL	DE LA ABUELA	SEGUNDA	43	15	39
11	HOSTAL	ROSA MAR	TERCERA	48	17	22
12	HOSTAL	MANAKIN	SEGUNDA	27	10	17
13	HOSTAL	MANTA BEACH INN	SEGUNDA	28	9	16
14	HOSTAL	MARIA JOSE	SEGUNDA	32	12	26
15	HOSTAL	MAR Y TIERRA	SEGUNDA	35	15	23
16	HOSTAL	MARINA REAL	SEGUNDA	44	15	26
17	HOSTAL	PIAZOLLA	SEGUNDA	58	21	45

18	HOSTAL	PLAYA MURCIELAGO	SEGUNDA	36	16	32
19	HOSTAL	HOSTAL PLAYITA MIA	TERCERA	57	23	48
20	HOSTAL	PIKEIRO BLUE	SEGUNDA	85	24	62
21	HOSTAL	PUERTO AZUL	TERCERA	39	13	31
22	HOSTAL	YORMARI	SEGUNDA	33	15	29
23	HOSTAL	JORDAN	TERCERA	50	25	25
24	HOSTAL	EL PARAISO	SEGUNDA	120	21	70
25	HOSTAL	MANTA TROPICAL	SEGUNDA	35	12	27
26	HOSTAL	HOSTAL DORITA	TERCERA	16	8	12
27	HOSTAL	MALECON BLUE	TERCERA	16	8	10
28	HOSTAL	RINCON DE LA ALAMEDA	TERCERA	66	14	28
29	HOSTAL	PUERTO MANTA HOSTAL	SEGUNDA	50	21	30
30	HOSTAL	COSTA AZUL	TERCERA	37	21	27
31	HOSTAL	HOSTAL MILAN	SEGUNDA	64	18	32
32	HOSTAL	HOSTAL INTERNACIONAL	TERCERA	86	33	66
33	HOSTAL	HOSTAL MAYOMAR	TERCERA	26	13	21
34	HOSTAL	HOSTAL PORTO ALEGRE	SEGUNDA	69	17	48
35	HOSTAL	HOSTAL MANCORA	TERCERA	36	11	25
36	HOSTAL	ROSSE HOTEL & BOUTIQUE	SEGUNDA	24	7	23
37	HOSTAL	HOSTAL STOCKHOLM SUITES	SEGUNDA	28	8	19
38	HOSTAL	ORO Y MAR	TERCERA	78	24	72
39	HOSTAL	HOSTAL MILANO	TERCERA	66	22	63
40	HOSTAL	HOSTAL TORRES DEL PARAISO	TERCERA	40	10	30
41	HOSTAL	HOSTAL CABAÑA PUNTA LA BARCA	TERCERA	16	6	12
42	HOSTAL	HOSTAL SKY	SEGUNDA	20	6	10
43	HOSTAL	CENTRO TURISTICO SAN MATEO	TERCERA	15	8	12
44	HOSTAL	HOSTAL VIA MARINA	TERCERA	56	28	56
45	HOSTAL	HOSTAL VANCHRIST	TERCERA	34	13	13
46	HOSTAL	HOSTAL PRESTIGE	SEGUNDA	20	8	18
47	HOSTAL	HOSTAL TIMON DE SHADDAI	TERCERA	13	8	13
48	HOSTAL	SOGA LOUNGE	TERCERA	16	8	11
49	HOSTAL	HOSTAL PORLAMAR	TERCERA	34	11	21
50	HOSTAL	THE LOOKOUT HOSTEL	TERCERA	42	9	21
51	HOSTAL	HOTEL LA GAVIOTA DE MANTA	TERCERA	92	38	71
52	HOSTAL	PREMIER INN	TERCERA	30	11	17
53	HOSTAL	HOSTAL MENDOZA GARCIA	TERCERA	39	15	22
54	HOSTAL	CASA LATINA	TERCERA	12	5	7
55	HOSTAL	HOSTAL MANTA ZONE BEACH	TERCERA	22	12	15
56	HOSTAL	HOSTAL LOS TRES REYES	TERCERA	70	34	54
57	HOSTAL	PLAYA BLUE HOSTAL	TERCERA	42	12	21
58	HOSTAL	HOSTAL NERCORCOL LOS ESTEROS	SEGUNDA	54	23	31
59	HOSTAL	HOSTAL BRISAS DEL PACIFICO	SEGUNDA	52	13	50
60	HOSTAL	BOULEVARD 1	SEGUNDA	155	65	135
61	HOSTAL	BOULEVARD 3	TERCERA	39	12	27
62	HOSTAL	EL NAUFRAGO	TERCERA	24	11	12
63	HOSTAL	LA CAIDA DEL SOL	TERCERA	12	9	9
64	HOSTAL	HOSTAL LOS CACTUS	SEGUNDA	56	14	32
65	HOSTAL	HOSTAL D MARIOS	SEGUNDA	12	6	6
66	HOSTAL	LUZ DE AURORA HOTEL	SEGUNDA	50	21	31
67	HOSTAL	HOSTAL PERLAMAR	SEGUNDA	15	5	8
68	HOSTAL	HOSTAL ANDALUCIA	TERCERA	18	5	13
		CAPACIDAD TOTAL		3022	1050	2087

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 4 Catastro de los hostales residencia de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	HOSTAL RESIDENCIA	EL FARO ESCANDINAVO	PRIMERA	16	8	8
2	HOSTAL RESIDENCIA	EI JARDIN	SEGUNDA	42	13	29
3	HOSTAL RESIDENCIA	HOSTAL MARIA FERNANDA	SEGUNDA	34	12	34
4	HOSTAL RESIDENCIA	JOCAY	TERCERA	62	23	56
	CAPACIDAD TOTAL			154	56	127

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 5 Catastro de hosterías de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	HOSTERIA	HOSTERIA DON WILLY	SEGUNDA	20	7	10
2	HOSTERIA	PACOCHE LODGE Y RESERVE	SEGUNDA	12	4	8
3	HOSTERIA	LA TRAVESIA	SEGUNDA	16	8	16
4	HOSTERIA	SUMAK KAWSAY	SEGUNDA	27	6	16
5	HOSTERIA	HOSTERIA RESTAURANTE EL BOSQUE	TERCERA	28	6	14
6	HOSTERIA	HOSTERIA RESTAURANTE THE MARQUIS	SEGUNDA	19	8	14
7	HOSTERIA	HOSTERIA SAN LORENZO	TERCERA	16	7	10
	CAPACIDAD TOTAL			138	46	88

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 5 Catastro de pensiones de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORIA	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS
1	PENSION	PENSION MIAMI	TERCERA	20	8	12
2	PENSION	RESEDENCIAL LA POSADA	SEGUNDA	12	6	9
	CAPACIDAD TOTAL			32	14	21

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 6 Catastro de los restaurantes de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	RESTAURANT	"RESTAURANT CAMILA Y MATEO"	CUARTA	80	20	80
2	RESTAURANT	RESTAURANT 100 % CHONERA	CUARTA	40	8	40
3	RESTAURANT	DELI INTERNACIONAL S.A.	SEGUNDA	152	38	152
4	RESTAURANT	RESTAURANTE AMIGO COCO	TERCERA	56	14	56
5	RESTAURANT	APO'S RESTAURANT	TERCERA	60	15	60
6	RESTAURANT	BAR RESTAURANT LOS 3 PLATOS	SEGUNDA	40	10	40
7	RESTAURANT	BAR RESTAURANT "SUNSET"	TERCERA	100	18	100
8	RESTAURANT	BAR RESTAURANT "TUNA-BAR"	TERCERA	52	13	52
9	RESTAURANT	BEACHCOMBER	SEGUNDA	70	16	70
10	RESTAURANT	CABAÑA RESTAURANTE PLAYITA MIA	CUARTA	30	8	30
11	RESTAURANT	CABAÑAS BELEN	CUARTA	20	5	20
12	RESTAURANT	EL CAMOTILLO # 1	TERCERA	60	15	60
13	RESTAURANT	EL CAMOTILLO #2	CUARTA	44	11	44
14	RESTAURANT	ALCATRAZ	TERCERA	80	18	80
15	RESTAURANT	CH-FARINA	SEGUNDA	80	20	80
16	RESTAURANT	CHIFA CHARLIE	TERCERA	60	13	52
17	RESTAURANT	CHIFA LA ROSA	TERCERA	100	12	56
18	RESTAURANT	CHIFA LAI Nº 2	TERCERA	60	14	56
19	RESTAURANT	CHIFA LAI 2 JOYAY	TERCERA	56	14	56
20	RESTAURANT	CHIFA MACAO	TERCERA	32	8	32
21	RESTAURANT	CHIFA POPULAR	CUARTA	40	10	40
22	RESTAURANT	COMIDAS DE VICTOR	TERCERA	80	20	80
23	RESTAURANT	DELLY PIZZA	TERCERA	44	11	44
24	RESTAURANT	CABAÑA DIOSA DEL MAR	CUARTA	44	11	44
25	RESTAURANT	CABAÑAS EL DESCANSO DEL REY	CUARTA	56	14	56
26	RESTAURANT	DONDE CECILIA	TERCERA	50	12	50
27	RESTAURANT	EL BONITO ATUN	CUARTA	60	12	60
28	RESTAURANT	RESTAURANTE 7 MARES	CUARTA	52	13	52
29	RESTAURANT	EL CARACOL	CUARTA	52	13	52
30	RESTAURANT	EL COLORADO	CUARTA	68	17	68
31	RESTAURANT	EL CORAL	CUARTA	28	7	28
32	RESTAURANT	EL DESCANSO DEL SURFISTA	TERCERA	84	18	84
33	RESTAURANT	DORADO RESTAURANT	TERCERA	84	21	84
34	RESTAURANT	EL GALEON	TERCERA	40	10	40
35	RESTAURANT	EL LANGOSTINO	TERCERA	60	15	60
36	RESTAURANT	EL LENGUADO	CUARTA	44	11	44
37	RESTAURANT	PICANteria EL MARINO	SEGUNDA	60	15	60
38	RESTAURANT	EL PARGO	TERCERA	40	10	40
39	RESTAURANT	EL PEZ ESPADA	CUARTA	72	18	72

40	RESTAURANT	EL RESERO RINCON ARGENTINO	PRIMERA	120	24	120
41	RESTAURANT	EL SEÑOR CAMARÓN	CUARTA	40	10	40
42	RESTAURANT	FINISTERRE	PRIMERA	100	24	100
43	RESTAURANT	GAVIOTA AZUL	CUARTA	76	15	76
44	RESTAURANT	IGUANA RESTAURANTE	SEGUNDA	60	15	60
45	RESTAURANT	MANGIARINO CENTRO	TERCERA	40	10	40
46	RESTAURANT	JIREH	SEGUNDA	80	20	80
47	RESTAURANT	KFC 1	TERCERA	80	20	80
48	RESTAURANT	KFC 2	TERCERA	140	35	140
49	RESTAURANT	LA CAIDA DEL SOL	CUARTA	20	5	20
50	RESTAURANT	CABANA RESTAURANT LA CORVINA	CUARTA	120	28	120
51	RESTAURANT	LA COTE D' AZUR	CUARTA	60	10	48
52	RESTAURANT	LA DOLCE VITA	TERCERA	80	20	80
53	RESTAURANT	LA JAIBA	TERCERA	40	10	40
54	RESTAURANT	CABANA PICANteria LA MADRINA	CUARTA	45	7	45
55	RESTAURANT	LAS VELAS	SEGUNDA	80	20	80
56	RESTAURANT	RESTAURANT LOS DELFINES	CUARTA	80	14	80
57	RESTAURANT	MAIDO	SEGUNDA	50	15	50
58	RESTAURANT	RESTAURANT PIZZERIA MAMMA ROSA	SEGUNDA	190	40	190
59	RESTAURANT	MAR HAMBU	SEGUNDA	60	15	60
60	RESTAURANT	MARTINICA	PRIMERA	110	25	110
61	RESTAURANT	MI KASA	SEGUNDA	80	20	80
62	RESTAURANT	RESTAURANTE MURALLA CHINA	TERCERA	52	11	52
63	RESTAURANT	MUYA COCINA GOURMET	PRIMERA	37	9	37
64	RESTAURANT	OCEAN DELIGHT	TERCERA	32	8	32
65	RESTAURANT	OH MAR	TERCERA	68	17	68
66	RESTAURANT	PAMPLONICA	SEGUNDA	40	10	40
67	RESTAURANT	PARADERO "EL RE-ENCUENTRO"	TERCERA	52	13	52
68	RESTAURANT	PARRILLADAS PALMEIRAS	SEGUNDA	72	19	72
69	RESTAURANT	BAR-PARRILLADAS OH MAR	SEGUNDA	96	24	96
70	RESTAURANT	PICANteria RESTAURANT TSUNAMI	SEGUNDA	75	19	75
71	RESTAURANT	RESTAURANT PLAYA BONITA	TERCERA	120	18	120
72	RESTAURANT	RESTAURANT MING YUAN	SEGUNDA	100	22	88
73	RESTAURANT	BAR EL RINCON DE TERE	SEGUNDA	44	22	88
74	RESTAURANT	COMEDOR EL CHAMO	CUARTA	24	6	24
75	RESTAURANT	GRAN JEFE	CUARTA	44	11	44
76	RESTAURANT	LA CHAMA	CUARTA	35	7	35
77	RESTAURANT	BAR RESTAURANTE LO NUESTRO	TERCERA	80	20	80
78	RESTAURANT	COMEDOR MARITZA	CUARTA	36	9	36
79	RESTAURANT	REY DEL MARISCO	CUARTA	70	16	70
80	RESTAURANT	REY NEPTUNO	CUARTA	56	14	56
81	RESTAURANT	RICA PIZZA LOUNGE	TERCERA	28	7	28
82	RESTAURANT	RINCON CRIOLLO	TERCERA	72	19	72
83	RESTAURANT	RINCON MARINERO 1	TERCERA	50	22	50
84	RESTAURANT	RINCON MARINERO 2	TERCERA	45	21	45
85	RESTAURANT	EL RINCON MARINO	CUARTA	56	14	56
86	RESTAURANT	ROLL WINGS RESTAURANT	SEGUNDA	142	30	142
87	RESTAURANT	ROMANA PIZZA	TERCERA	32	8	32
88	RESTAURANT	SIRENA DEL MAR	CUARTA	60	15	60
89	RESTAURANT	TONGAS Y BOLLOS	TERCERA	24	6	24
90	RESTAURANT	TOPY TU PIZZA	SEGUNDA	100	20	100
91	RESTAURANT	TROVADOR	TERCERA	60	14	60
92	RESTAURANT	YAIMAR	CUARTA	32	8	32
93	RESTAURANT	LA ESMERALDA	CUARTA	64	13	64
94	RESTAURANT	BAR RESTAURANTE ATK	CUARTA	36	9	36
95	RESTAURANT	FRUTOS DEL MAR	TERCERA	100	37	100
96	RESTAURANT	JOSSY RESTAURANT	CUARTA	40	10	40
97	RESTAURANT	LA TABLITA DEL TARTARO	SEGUNDA	80	20	80
98	RESTAURANT	ESKBECHATE TEX MEX FOOD	SEGUNDA	28	7	28
99	RESTAURANT	CHIFA LILI	CUARTA	44	11	44
100	RESTAURANT	BRISAS DEL MAR	CUARTA	20	4	20
101	RESTAURANT	MENESTRAS DEL NEGRO	SEGUNDA	80	20	80
102	RESTAURANT	PORTO CULINARY ART	PRIMERA	102	31	102
103	RESTAURANT	RESTAURANT ARRECIFE MAR Y TIERRA	TERCERA	80	20	80
104	RESTAURANT	CHAMACO	SEGUNDA	90	20	90
105	RESTAURANT	LA MADRINA II	CUARTA	49	7	49
106	RESTAURANT	REAL MADRID	CUARTA	32	8	32
107	RESTAURANT	PARRILLADAS LA AURORA	TERCERA	80	20	80
108	RESTAURANT	SAPPARI	TERCERA	32	8	32
109	RESTAURANT	MAPLE CRESPERIA	TERCERA	20	5	20

110	RESTAURANT	CHIFA JACINTO	TERCERA	40	10	40
111	RESTAURANT	SEÑOR CANGREJO	TERCERA	28	7	28
112	RESTAURANT	GINO JACQUI GRILL-STEAKHOUSE RESTAURANT	SEGUNDA	25	11	25
113	RESTAURANT	RESTAURANTE CHIFA J.J.	CUARTA	40	10	40
114	RESTAURANT	CAPPERI RISTORANTE	TERCERA	40	9	36
115	RESTAURANT	GNOMO BAR RESTAURANT	TERCERA	40	10	40
116	RESTAURANT	CHIFA LAI #3	SEGUNDA	60	15	60
117	RESTAURANT	LE PETIT PARADIS	CUARTA	32	7	32
118	RESTAURANT	RESTAURANTE CHIFA YU	CUARTA	32	8	32
119	RESTAURANT	RESTAURANTE DON WILLY II	TERCERA	144	36	144
120	RESTAURANT	BAR RESTAURANTE LAS PALMERAS	CUARTA	28	8	28
121	RESTAURANT	KRUG RESTAURANTE	SEGUNDA	60	15	60
122	RESTAURANT	RESTAURANTE MI RANCHO	CUARTA	70	10	70
123	RESTAURANT	BAR RESTAURANT TURISTICO GALIPAN 2 P	CUARTA	20	4	20
124	RESTAURANT	LA DOLCE VITA ITALIANA	SEGUNDA	40	10	40
125	RESTAURANT	LAS COSTILLAS DE NICO	TERCERA	80	20	80
126	RESTAURANT	BAR RESTAURANTE ECUABLU	TERCERA	100	25	100
127	RESTAURANT	HOLLIWOOD PIZZA	CUARTA	20	5	20
128	RESTAURANT	BAR RESTAURANT EL RINCON DE MARINA	CUARTA	36	9	36
129	RESTAURANT	RESTAURANTE BAR KARAOKE BBQ-RIBS	TERCERA	68	17	68
130	RESTAURANT	JUVA GRILL RESTAURANTE	CUARTA	49	11	49
131	RESTAURANT	COMIDAS YANGA	TERCERA	40	9	36
132	RESTAURANT	RESTAURANTE EL DELFIN AZUL 2	CUARTA	80	15	80
133	RESTAURANT	FREEDOM PLANET	SEGUNDA	81	17	81
134	RESTAURANT	CHAVECITO	SEGUNDA	80	20	80
135	RESTAURANT	RESTAURANTE LAS VELAS	PRIMERA	68	27	68
136	RESTAURANT	PARRILLADAS LA AURORA 2	SEGUNDA	80	20	80
137	RESTAURANT	PEPPIADAS	CUARTA	16	4	16
138	RESTAURANT	LA FOGATA DORADA	TERCERA	20	6	20
139	RESTAURANT	CHAU LAO	TERCERA	20	5	20
140	RESTAURANT	CHIFA INTERNACIONAL	CUARTA	40	10	40
141	RESTAURANT	PIZZA SUPER EXPRESS	TERCERA	25	5	25
142	RESTAURANT	D MAU	SEGUNDA	32	8	32
143	RESTAURANT	CHANTON CHANTON	SEGUNDA	60	13	60
144	RESTAURANT	AMARENA BAR RESTAURANT	CUARTA	24	6	24
145	RESTAURANT	PATRIARCHI	CUARTA	20	5	20
146	RESTAURANT	RESTAURANTE CANTON	TERCERA	80	20	80
147	RESTAURANT	PIZZA HUT	TERCERA	80	20	80
148	RESTAURANT	BAR RESTAURANT EL BARRIL	CUARTA	80	8	80
149	RESTAURANT	CABAÑA RESTAURANT LA OLA	CUARTA	21	7	21
150	RESTAURANT	PAPA JOHNS	PRIMERA	67	21	67
151	RESTAURANT	EL SANTO	SEGUNDA	120	30	120
152	RESTAURANT	CH-FARINA	SEGUNDA	48	12	48
153	RESTAURANT	PIZZA DEL ARTE	CUARTA	20	5	20
154	RESTAURANT	LIV CLUB	TERCERA	70	15	70
155	RESTAURANT	TOTEM BEACH PACIFIC	TERCERA	56	14	56
156	RESTAURANT	BETOS BAR RESTAURANT	SEGUNDA	56	14	56
157	RESTAURANT	JAIMITO GRINGO PIZZERIA	SEGUNDA	52	13	52
158	RESTAURANT	KFC	TERCERA	80	20	80
159	RESTAURANT	MENESTRAS DEL NEGRO	TERCERA	80	20	80
160	RESTAURANT	CASA RES	SEGUNDA	150	50	150
161	RESTAURANT	BAR RESTAURANT RIPS	TERCERA	20	5	20
162	RESTAURANT	BAR-RESTAURANT LA ROCA	CUARTA	40	10	40
163	RESTAURANT	SAPORIT	CUARTA	32	7	32
164	RESTAURANT	HABACUC	TERCERA	40	10	40
165	RESTAURANT	CASA ROSADA	LUJO	200	21	200
166	RESTAURANT	UNIVERSO GOURMET	PRIMERA	100	12	100
167	RESTAURANT	RESTAURANT GOODFELLAS	TERCERA	40	10	40
168	RESTAURANT	BAR RESTAURANTE PIEDRA LARGA	PRIMERA	75	16	75
169	RESTAURANT	POPEYES-EC	TERCERA	44	11	44
170	RESTAURANT	ENTRE TENEDORES Y SABORES	TERCERA	16	4	16
171	RESTAURANT	HAWAII BAR RESTAURANT	SEGUNDA	150	37	150
		CAPACIDAD TOTAL		10447	2498	10403

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 7 Catastro de cafeterías de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	CAFETERIA	ANTOJITOS MANABITAS	TERCERA	24	6	24
2	CAFETERIA	BAR CAFETERIA MAGIC	SEGUNDA	40	8	40
3	CAFETERIA	CAFETERIA VERDE Y CAFE	SEGUNDA	40	10	40
4	CAFETERIA	DELICIAS MANABITAS	CUARTA	32	7	32
5	CAFETERIA	DONKEY DEN CAFE	TERCERA	44	11	44
6	CAFETERIA	EL PORTAL DE FANNY	CUARTA	20	5	20
7	CAFETERIA	CAFELITO HOUSE	SEGUNDA	80	18	72
8	CAFETERIA	LA BARCA	TERCERA	40	10	40
9	CAFETERIA	LIA MAR	SEGUNDA	46	15	46
10	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO #1	PRIMERA	79	22	79
11	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO # 2	PRIMERA	56	12	56
12	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO # 3	SEGUNDA	20	6	20
13	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO # 5	CUARTA	16	3	16
14	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO # 6	PRIMERA	68	16	68
15	CAFETERIA	DULCE Y CREMOSO # 7	TERCERA	15	5	15
16	CAFETERIA	TRES 88	SEGUNDA	56	14	56
17	CAFETERIA	BOCADITOS CHICA #2	SEGUNDA			
18	CAFETERIA	CAFÉ DON JOSE	SEGUNDA	12	3	12
19	CAFETERIA	CAFÉ PARIS	TERCERA	28	6	24
20	CAFETERIA	LUDAMAR	TERCERA	24	6	24
21	CAFETERIA	MINIMARKET SNACK CAFFE	TERCERA	12	3	12
22	CAFETERIA	BOCADITOS CHICA	CUARTA	32	8	32
23	CAFETERIA	PETROLIDER AEROPUERTO M.M	CUARTA	8	2	8
24	CAFETERIA	PETROLIDER CENTRO M.M	CUARTA	16	4	16
25	CAFETERIA	BOCADITOS MARIA LEONELA	CUARTA	16	4	16
26	CAFETERIA	CAFETERIA TATI CASTILLO	SEGUNDA	28	7	28
27	CAFETERIA	MR BOLON	SEGUNDA	32	9	32
28	CAFETERIA	MR BOLON	SEGUNDA	24	6	24
29	CAFETERIA	CAFÉ DE PATY	SEGUNDA	44	16	44
30	CAFETERIA	DULCE & CREMOSO	CUARTA	16	4	16
31	CAFETERIA	ARTES FIGURAS Y PICADAS MANABITAS	CUARTA	12	2	12
32	CAFETERIA	CAFÉ MAR	PRIMERA	32	8	32
33	CAFETERIA	BOCADITO CRIOLLO	SEGUNDA	32	8	32
34	CAFETERIA	CAFETERIA BOCADITOS ORLANDO	CUARTA	15	4	15
35	CAFETERIA	EL ESPAÑOL	PRIMERA	100	24	100
36	CAFETERIA	JUAN BANDIOLA-SANDUCHES AL CARBON	TERCERA	24	6	24
37	CAFETERIA	LA TACITA	PRIMERA	30	6	30
38	CAFETERIA	MEGAFLIPPER CAFETERIA	CUARTA	72	18	72
	CAPACIDAD TOTAL			1305	327	1293

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 8 Catastro de fuentes de soda de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	FUENTE DE SODA	SODA BAR ARENA	TERCERA	28	5	28
2	FUENTE DE SODA	BIG DOG	TERCERA	18	4	18
3	FUENTE DE SODA	CHIKEN BURGUER	SEGUNDA	48	12	48
4	FUENTE DE SODA	DANNY BURGUER	TERCERA	32	8	32
5	FUENTE DE SODA	DELICATESSEN " PA-PI"	TERCERA	16	4	16
6	FUENTE DE SODA	FRUTTI HELADO	TERCERA	44	11	44
7	FUENTE DE SODA	NATURISSIMO	SEGUNDA			
8	FUENTE DE SODA	CEV&BAT / SANDUCHES DIBOCCA	TERCERA	16	4	16
9	FUENTE DE SODA	ZONA BURGUER	SEGUNDA	16	4	16
10	FUENTE DE SODA	BOCADITOS MARIA BELEN	TERCERA	15	4	8
11	FUENTE DE SODA	GELATO SHOW	TERCERA	20	5	20
12	FUENTE DE SODA	LA FRUTTERIA	SEGUNDA	80	20	80
13	FUENTE DE SODA	SUBWAY	PRIMERA	56	14	56
14	FUENTE DE SODA	SODA BAR JUSTIN	TERCERA	28	7	28
15	FUENTE DE SODA	SUBWAY	PRIMERA	80	20	80
16	FUENTE DE SODA	CARL'S JR MANTA	PRIMERA	40	20	40
17	FUENTE DE SODA	DELIOS FOOD	TERCERA	24	6	24
18	FUENTE DE SODA	DONDE SIEMPRE	PRIMERA	24	6	24
19	FUENTE DE SODA	RAPIDS FOODS MA. BELEN	TERCERA	32	8	32
20	FUENTE DE SODA	DULCE Y FRIO	TERCERA	16	4	16
21	FUENTE DE SODA	TROPICALISIMA	SEGUNDA	48	12	48

22	FUENTE DE SODA	SODA BAR HEROÍNA	TERCERA	20	4	20
23	FUENTE DE SODA	EL FOGON B.B.Q. MANTA	TERCERA	60	11	60
24	FUENTE DE SODA	PAPIS BURGUERS	TERCERA	40	9	36
25	FUENTE DE SODA	SHAWARMAN EXPRESS	TERCERA	20	5	20
26	FUENTE DE SODA	SHAWARMAN EXPRESS	TERCERA	12	3	12
27	FUENTE DE SODA	DELI MARKET	PRIMERA	20	4	20
28	FUENTE DE SODA	MC PATO	SEGUNDA	40	10	40
29	FUENTE DE SODA	HOT-DOG DANNYS MAN-DINGO	SEGUNDA	50	12	50
30	FUENTE DE SODA	TROPIBURGUER	PRIMERA	80	20	80
31	FUENTE DE SODA	D ANGEL BOCADITOS Y ALGO MAS	CUARTA	16	4	16
32	FUENTE DE SODA	STEAM CAFÉ & GRANIZADOS	TERCERA	8	2	8
33	FUENTE DE SODA	EL FAISAN	TERCERA	24	6	24
34	FUENTE DE SODA	GELATO SHOW	TERCERA	20	5	20
35	FUENTE DE SODA	EL SAMARIO JOSE	TERCERA	40	9	40
36	FUENTE DE SODA	LOUIS XIV	SEGUNDA	30	7	30
37	FUENTE DE SODA	HELADERIA Y CAFETERIA COLD & HOT FROZEN YOGURT	SEGUNDA	32	8	32
38	FUENTE DE SODA	SUPER WINGS	SEGUNDA	20	6	20
39	FUENTE DE SODA	POSI COMIDA RAPIDA	TERCERA	80	20	80
	CAPACIDAD TOTAL			1293	323	1282

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 9 Catastro de bares de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	BAR	BAR KARAOKE MENFIS	TERCERA	52	13	52
2	BAR	BAR LICORERIA ESCORPION 2	TERCERA	24	6	24
3	BAR	CAFETERIA MAGIC	SEGUNDA	40	8	40
4	BAR	KARAOKE "CAPRICHOS"	SEGUNDA	120	25	100
5	BAR	BAR EL PADRINO	SEGUNDA	56	12	56
6	BAR	BAR KARAOKE "WILLY"	TERCERA	40	10	30
7	BAR	KARAOKE CRAZY LOVE	TERCERA	50	10	50
8	BAR	BAR "SUNSET"	SEGUNDA	100	18	100
9	BAR	ONE COCKTAIL LOUNGE AND GRILL	PRIMERA	96	24	96
10	BAR	BAR BUDO	SEGUNDA	46	46	46
11	BAR	IGUANA BAR	PRIMERA	150	37	150
12	BAR	KARAOKE "DEJAVU"	SEGUNDA	68	17	68
13	BAR	BAR KARAOKE LA PIEDRA	SEGUNDA	32	8	32
14	BAR	QDQ BAR	SEGUNDA	45	18	45
15	BAR	RINCON CRIOLLO	SEGUNDA	72	18	72
16	BAR	WILD BAR	PRIMERA	84	21	84
17	BAR	NAVY'S BAR DISCOTECA	SEGUNDA	120	30	120
18	BAR	TU CANDELA	SEGUNDA	30	14	30
19	BAR	DISCO BAR KARAOKE FRIENDS 24	SEGUNDA	46	10	46
20	BAR	BAR KARAOKE LE NUIT 1	TERCERA	45	9	45
21	BAR	BONGO	SEGUNDA	80	10	80
22	BAR	NOA BAR GRILL	SEGUNDA	40	16	40
23	BAR	PARADISO BAR KARAOKE DISCOTECA LOUNGE	SEGUNDA	40	7	28
24	BAR	BAR-RESTAURANTE LA ROCA	TERCERA	40	10	40
25	BAR	BAR KARAOKE LOS CUATES	TERCERA	48	17	48
26	BAR	EL NUESTRO BAR	SEGUNDA	25	8	25
27	BAR	BLUE MONDAY	TERCERA	76	26	76
28	BAR	KARAOKE RELAX	TERCERA	48	12	48
29	BAR	BAR LICORERIA ESTACION II	TERCERA	24	7	24
30	BAR	KARAOKE EL ABUELO PARRANDERO	TERCERA	80	20	80
31	BAR	BAR BAM BAM	SEGUNDA	40	10	40
32	BAR	BAR KUSH	SEGUNDA	52	18	52
33	BAR	BAR RESTAURANTE OH MAR	SEGUNDA	16	4	16
34	BAR	RETRO LOUNGE BAR	TERCERA	20	5	20
35	BAR	IBIZA MANTA CLUB	PRIMERA	46	13	46
36	BAR	BAR Y LICORERIA ESCORPION	SEGUNDA	20	6	20
37	BAR	BAR EL PATRON	SEGUNDA	48	12	48
38	BAR	PLANTEUR COCKTAILBAR-KARAOKE	SEGUNDA	40	17	40
39	BAR	BAR RESTAURANTE PIEDRA LARGA	SEGUNDA	40	10	40
40	BAR	BAR BAMBU	TERCERA	8	2	8
41	BAR	LUXOR	SEGUNDA	48	9	48
42	BAR	RAIN FOREST	TERCERA	20	7	20

43	BAR	M SHOTS	TERCERA	40	10	40
44	BAR	BAR LICORERIA PUNTO 1	TERCERA	12	4	12
45	BAR	THUNDER SHOTS & COCKTAIL	SEGUNDA	35	5	35
	CAPACIDAD TOTAL				2302	619
					2280	

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 10 Catastro de transporte turístico

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA
1	TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO	TURISTARQUI S.A.	transporte terrestre turístico
2	TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO	TRANSFROSUR CIA LTDA	transporte terrestre turístico
3	TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO	EL PATIO RENTA CAR	Alquiler de Automoviles
4	TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO	AVIS RENT A CAR	Alquiler de Automoviles

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 11 Catastro de las agencias de viajes de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA
1	AGENCIA DE VIAJES	AESLIT	Internacionales y operadoras
2	AGENCIA DE VIAJES	E&V TOURS S.A.	DUALIDAD
3	AGENCIA DE VIAJES	JUNIOR VIAJES S.A.	Internacionales y Operadoras
4	AGENCIA DE VIAJES	METROPOLITAN TOURING	DUALIDAD
5	AGENCIA DE VIAJES	SERVICIOS ECOTURISTICO EL MURCIELAGO	OPERADORA
6	AGENCIA DE VIAJES	VIAJES Y TURISMO A&F DELGADO CIA. LTDA.	Internacionales y Operadoras
7	AGENCIA DE VIAJES	AGENCIA DE VIAJES MERCH TRAVEL S.A.	Internacionales y Operadoras
8	AGENCIA DE VIAJES	ARIEL TRAVEL	DUALIDAD
9	AGENCIA DE VIAJES	SPONDYLUS MORA TRAVEL	OPERADORA
10	AGENCIA DE VIAJES	TURQUINO TRAVEL	MAYORISTA
11	AGENCIA DE VIAJES	MANTA MAR CLUB S.A	Internacionales y Operadoras
12	AGENCIA DE VIAJES	KV TRAVEL KVTRAVEL S.A.	Internacionales y Operadoras
13	AGENCIA DE VIAJES	VIRTUAL TRAVEL AGENCY S.A. VIRTRAVAG	Internacionales y Operadoras
14	AGENCIA DE VIAJES	SILVER ISLAND OPERADOR TURISTICO SILVERISLAND S.A.	OPERADORA
15	AGENCIA DE VIAJES	LUMINUS TRAVEL	Internacionales y Operadoras
16	AGENCIA DE VIAJES	RLV TRAVEL	Internacionales y Operadoras
17	AGENCIA DE VIAJES	ECUADORKITESURF S.A	OPERADORA
18	AGENCIA DE VIAJES	REEF NATURAL TOUR S.A.	DUALIDAD
19	AGENCIA DE VIAJES	SUR AMERICA 2030 INTERNACIONAL	Internacionales y Operadoras
20	AGENCIA DE VIAJES	ECUADOR CEIBOSTOUR	DUALIDAD
21	AGENCIA DE VIAJES	MANTA TRAVEL AGENCY S.A.	DUALIDAD
22	AGENCIA DE VIAJES	AGENCIA DE VIAJES Y&L MORATURIS S.A.	MAYORISTA
23	AGENCIA DE VIAJES	AGENCIA DE VIAJES BUENVIAJE CIA LTDA	DUALIDAD
24	AGENCIA DE VIAJES	VACATOURSA	OPERADORA
25	AGENCIA DE VIAJES	TURID SUR CIA LTDA	DUALIDAD
26	AGENCIA DE VIAJES	RESERO JOURNEY	Internacionales y Operadoras
27	AGENCIA DE VIAJES	ESCUELA HUMBOLDTKITES	OPERADORA
28	AGENCIA DE VIAJES	MANTA TREK	DUALIDAD
29	AGENCIA DE VIAJES	AEROLINEAS GALAPAGOS S.A. AEROGAL	MAYORISTA
30	AGENCIA DE VIAJES	AVENTURAS ACUATICAS ROLOKIKE ROLANDO& ENRIQUE S.A.	OPERADORA
31	AGENCIA DE VIAJES	ONE CLASS ECUADOR	DUALIDAD
32	AGENCIA DE VIAJES	ONE WAY TRAVEL	Internacionales y Operadoras
33	AGENCIA DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJES NARWELL	OPERADORA

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 12 Catastro de balnearios de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD
1	BALNEARIO	BOULEVARD	SEGUNDA	150
2	BALNEARIO	PISCINA "CASA BLANCA"	SEGUNDA	70
3	BALNEARIO	LA FORTALEZA	SEGUNDA	200
4	BALNEARIO	PISCINA EL DESCANSO	SEGUNDA	60
5	BALNEARIO	LA PISCINA DEL JOCA Y	SEGUNDA	90
6	BALNEARIO	PEQUEÑO PARAISO	SEGUNDA	100
7	BALNEARIO	PISCINA TIA MARY	SEGUNDA	80
8	BALNEARIO	ACUARIO PISCINA Y EVENTOS	SEGUNDA	80
9	BALNEARIO	BALNEARIO Y CENTRO DE EVENTOS CARLITOS	SEGUNDA	100

10	BALNEARIO	PISCINA 5 ESTRELLAS	SEGUNDA	60
11	BALNEARIO	PISCINAS MARPIL	SEGUNDA	60
	CAPACIDAD TOTAL			1050

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 13 Catastro de discotecas de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	DISCOTECA	COCO BONGO	SEGUNDA	160	32	160
2	DISCOTECA	SEGUNDO PISO	PRIMERA	80	19	76
3	DISCOTECA	SENSATION	PRIMERA	150	40	150
4	DISCOTECA	NOVA DISCOTECA	SEGUNDA	120	30	120
5	DISCOTECA	MADERA FINA	SEGUNDA	280	70	280
6	DISCOTECA	TIROS DISCOTECA	SEGUNDA	100	15	100
7	DISCOTECA	VOCÉ DISCOTEC	SEGUNDA	150	38	150
8	DISCOTECA	TOUCH	PRIMERA	200	25	200
9	DISCOTECA	AK BAR	SEGUNDA	160	40	160
10	DISCOTECA	ON CLUB	PRIMERA	140	20	140
11	DISCOTECA	LIV CLUB	SEGUNDA	80	20	80
12	DISCOTECA	SALSOTECA YERAY	SEGUNDA	70	16	70
13	DISCOTECA	DISCOTECA MINT	SEGUNDA	80	20	80
14	DISCOTECA	EURO DISCO MANTA	SEGUNDA	200	30	200
15	DISCOTECA	ZOOW CLUB DISCO	PRIMERA	75	18	75
16	DISCOTECA	COOL PREMIUM DISCO	SEGUNDA	150	23	150
	CAPACIDAD TOTAL			2195	456	2191

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 14 Catastro de sales de recepción de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD	MESAS	PLAZAS
1	SALA DE RECEPCION	VICMAR	SEGUNDA	140	10	140
2	SALA DE RECEPCION	CENTRO DE EVENTOS VIC CLAR	PRIMERA	300	60	300
3	SALA DE RECEPCION	SALA DE EVENTOS "ROSCEV"	SEGUNDA	400	40	
4	SALA DE RECEPCION	EVENTOS YANIRA II	PRIMERA	380	38	380
5	SALA DE RECEPCION	EVENTOS SOCIALES OSCMAR	SEGUNDA	200	20	200
6	SALA DE RECEPCION	VIP-PAR	SEGUNDA	350	22	350
7	SALA DE RECEPCION	CRYS & ARI	SEGUNDA	150	10	120
8	SALA DE RECEPCION	ROYAL ROUSE	PRIMERA	310	75	310
9	SALA DE RECEPCION	EVENTOS BELLANOVA	SEGUNDA	100	25	100
10	SALA DE RECEPCION	SALA DE EVENTOS PICAPIEDRA	SEGUNDA	95	26	95
11	SALA DE RECEPCION	SALA DE EVENTOS DE LEY	SEGUNDA	100	14	56
12	SALA DE RECEPCION	GLAMOUR SALA DE EVENTOS	SEGUNDA	250	52	250
13	SALA DE RECEPCION	LA TRAVESIA	SEGUNDA	200	7	200
14	SALA DE RECEPCION	CENTRO DE EVENTOS IGUANA MANTA	SEGUNDA	200	15	200
15	SALA DE RECEPCION	D ALFRED EVENTOS	SEGUNDA	250	25	250
16	SALA DE RECEPCION	EL PARAISO DE GINO	SEGUNDA	150	20	150
17	SALA DE RECEPCION	SALA DE EVENTOS MIL PASOS	SEGUNDA	150	15	150
18	SALA DE RECEPCION	CENTRO DE EVENTOS SILVER MOON	SEGUNDA	150	15	150
19	SALA DE RECEPCION	CESAR PALACE				
	CAPACIDAD TOTAL			3875	489	3401

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 15 Catastro de centro de convenciones de la ciudad de Manta

#	ACTIVIDAD	NOMBRE COMERCIAL	CATEGORÍA	CAPACIDAD
1	CENTRO DE CONVENCIONES	ALTO NIVEL	SEGUNDA	500
	CAPACIDAD TOTAL			500

Fuente: Departamento de Turismo del GAD cantonal de Manta

Anexo 16. Descripción de los atractivos naturales de Manta

PLAYA DE LOS ESTEROS Y TARQUI		
Altura: 0-2 metros sobre el nivel del mar		Temperatura: 31° C
Dimensiones: 2.9 Km aproximadamente	/ Tarqui: 1.7 Km	Los Esteros: 1.2 Km
<p>Descripción del paisaje: Centro Norte de la ciudad, forjada de una gran historia evidenciada por sus valientes y trabajadores “hombres del Mar” o “Cholo Pescador” ícono de la ciudad, se encuentran las Playas de Tarqui y Los Esteros la misma que se abre hacia el norte completamente despejado. En cuyas orillas se localizan importantes Asociaciones de Restaurantes de la verdadera comida típica de Manta, lugar donde le será muy simpático elegir entre los llamativos platos, elaborados con productos del Mar, como lo es el Pulpo, Calamar, Langostas, Conchas, y variedades de pescados donde resalta el famoso “Camotillo” frito en aceite vegetal y servido con “Patacones” y salsa, un verdadero manjar del Mar.</p> <p>En estas playas aparte de disfrutar de deliciosas comidas a base de mariscos, también puede pasar un rato de relajación practicando deportes como: fútbol playero, vóley de playa, pesca deportiva, además de visitar el “Astillero” y poder observar la construcción de grandes embarcaciones para las pesca artesanal.</p>		

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA MURCIÉLAGO	
Altura: 0-2 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 30° C
Dimensiones: 2.8 Km aproximadamente	
<p>Descripción de la playa: Localizada en el centro de la ciudad, es dueña de un amplio horizonte marino. Hacia el sur se aprecian acantilados donde se han construidos modernos edificios tanto de vivienda como de servicios hoteleros, lo que la constituye como la zona hotelera de Manta de mayor importancia, con Hoteles, Hostales y Apart Hoteles de Lujo, y Primera categoría, rodeados de centros comerciales, centros de diversiones, un basta oferta gastronómica que va desde el más típico bocadillo, hasta una singular parrillada de Mariscos, sin dejar de mencionar ricos aperitivos de la más alta cocina Internacional.</p> <p>La Playa El Murciélago limita al norte con el muelle del Puerto de Manta, en el sector se encuentra el Malecón Escénico con numerosos restaurantes donde se puede degustar desde la más exquisita Gastronomía local acompañada de un coctel tropical todo esto a la orilla del mar, bajo un espléndido sol o atardecer.</p> <p>Si lo que desea es diversión usted puede tomar un tour por toda la bahía, o sentir la máxima adrenalina de las conocidas bananas quiénes le esperan a orillas del mar.</p> <p>Por su singular ubicación en la ciudad y el actual aspecto geográfico originado por el rompeolas del Puerto de Manta, hace de esta playa la más importante de la zona urbana, la misma que no se puede dejar de visitar durante su estadía en la ciudad.</p> <p>Aunque El Murciélago está rodeado de edificios y es una playa muy concurrida por los visitantes, también es escenario para la práctica de diferentes deportes extremos como: surf, tabla vela, buceo, y pesca deportiva.</p>	 

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA BARBASQUILLO	
Altura: 0-5 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 39° C
Dimensiones: 0.7 de longitud aproximadamente	
<p>Descripción de la playa: se divide desde el Cabo San Lorenzo hasta el muelle del Puerto de Manta. La parte litoral de la orilla con intercalamiento de arena en marea baja la dinámica de la orilla del mar se enfrenta a dispersión de roca.</p> <p>En el sector de Barbasquillo se encuentra el Umiña Tennis Club, lugar donde año a año se realiza el Challenger ATP de Manta, de esta manera se localizan muy importantes restaurantes, Hoteles y Apart Hoteles de Lujo y primera categoría, con una muy buena capacidad Hotelera, así como Centros Comerciales, Discotecas, Casinos, y más centros de diversión en la ciudad, área que constituye el mayor crecimiento de Manta hacia el sur del cantón.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA SAN MATEO	
Altura: 0-10 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 27° C
Dimensiones: 0.5 km aproximadamente	
<p>Descripción de playa: Localizada en la Parroquia de San Mateo ocupa un área de relieve irregular con colinas de altura media, de cimas alargada y sub redondeadas.</p> <p>Es una playa de pescadores, por lo que turistas que desean conocer más sobre este oficio pueden visitarla apreciar las actividades que realizan dichos pescadores también es una playa en la que también se puede encontrar a muchos surfers corriendo las buenas olas que esta playa ofrece a este deporte, lo que la convirtió como sede del deporte de surf durante los II Juegos Suramericanos de Deportes de Playa realizados en Manta, 2011.</p> <p>La Parroquia San Mateo atravesada por la Ruta del Spondylus se proyecta a recibir a cientos de turistas por lo que se construye un moderno Puerto Pesquero Artesanal que fomentará el Turismo y comercialización de productos del Mar.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA LA TIÑOSA	
Altura: 0-5 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 26° C
Dimensiones: 1 km aproximadamente	
<p>Descripción de la playa: Área donde se encuentran dunas y cactus de tres metros de altura, así como especies variadas.</p> <p>Es una playa un tanto escondida a la vista pero cuando llegamos a ella podremos disfrutar de una playa tranquila de 3 kilómetros de extensión, preferida por quienes gustan por nuevos ambientes, alejados de la ciudad.</p> <p>La Tiñosa es una playa abierta de horizonte despejado, se observa una buena parte de la playa acantilados bajos, el acceso a esta playa se lo hace siguiendo un cauce seco de un estero, ubicado a pocos kilómetros de la Parroquia de San Mateo en la vía hacia la Parroquia de Santa Marianita.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA DE SANTA MARIANITA	
Altura: 0-5 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 25° C
Dimensiones: 1.7 km aproximadamente	
<p>Descripción de la playa: Santa Marianita ocupa un área de relieve muy irregular, con colinas de altura media, de cimas alargadas constituidas por areniscas limosas de grano medio fino. El único sector plano corresponde al valle intercolina del Rio Pacoche, a lo largo del cual se asienta gran parte de la población en forma dispersa.</p> <p>Esta playa es muy visitada por los turistas ya que está ubicada en la zona rural ideal para los que quieren salir de la rutina y del smock de la ciudad, la misma que ofrece 1.7 kilómetros de playas ideales para disfrutar en familia., aquí podrá encontrar desde hoteles, restaurantes, así como escuelas donde podrá iniciar cursos de Kitesurf, y Surfing catalogada por profesores capacitados en el exterior como la mejor playa del Ecuador y unas de las mejores del mundo para la práctica de este deporte, ya que las condiciones naturales (fuerza del viento, dirección y longitud de Santa Marianita permite poder practicarlo durante todo el año, con preferencia en ciertos meses.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA DE LIGUIQUE	
Altura: 0-3 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 24° C
Dimensiones: 3 km aproximadamente	
<p>Descripción de la playa: Ubicada a 26.5 kilómetros del centro de Manta, continuando la Ruta del Spondylus, Ligüiqui es una playa abierta de horizonte marino despejado, en los extremos de la playa existe a floraciones rocosas que interrumpen el manto de arena de la misma, en ambos sectores se observan piedras de tamaños medianos. Ligüiqui es una playa ubicada en la comuna del mismo nombre. Es una zona rocosa en la que gracias a la altura que posee se puede observar la inmensidad del mar, en la zona de la playa los turistas pueden disfrutar de la playa, la mismas que es muy productiva en las que se puede ver abundantes caracoles, langostas, pulpos, etc.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

PLAYA DE SAN LORENZO, LAS PIÑAS, RIO CAÑA, SANTA ROSA	
Altura: 0-10 metros sobre el nivel del mar	Temperatura: 23° C
Dimensiones: San Lorenzo 1.7 km , Las Piñas 2.7 km, Rio caña 1.5 km, Santa Rosa 2.5 km.	
<p>Descripción de la playa: Continuando la Ruta del Spondylus, hacia el Sur del cantón, encontramos la Parroquia San Lorenzo, en cuya parroquia se encuentra la Playa que lleva el mismo nombre, San Lorenzo de amplia extensión que se la puede observar desde la altura del Faro desde el cual también podemos divisar la silueta de la Isla de La Plata. San Lorenzo posee una zona de reserva ecológica de aproximadamente 50 hectáreas que está protegida para evitar el deterioro ecológico. Se aprecian algunos acantilados a lo largo de la línea de la costa y salientes rocosas. Aquí podrá llevar buenos recuerdos, como una bella fotografía tomada en la Cueva de San Lorenzo, formación rocosa que se erosiona con el tiempo y</p>	

<p>que hoy simula una cueva la misma que con la pleamar se mezcla con el paisaje marino del sitio.</p> <p>A pocos kilómetros encontramos el sitio Las Piñas, la misma que cuenta con una playa de 2.7 Kilómetros de extensión ideal para la práctica del Surfing, lo que la ha constituido como el escenario de importantes eventos Nacionales e Internacionales, lugar que no puede dejar de visitar los amantes al Surf.</p> <p>Continuando el recorrido por la Ruta del Spondylus encontraremos sitios como Rio Caña, La Resbalosa, y Santa Rosa, un corredor turístico que posee varios comedores donde se puede degustar los más apetecidos platos elaborados con productos del mar, así que no dude en disfrutar de un exquisito pescado frito, camotillo, ceviches, servidos con patacones y salsa, y apreciando uno de los mejores atardeceres de Manta.</p>	
--	--

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

BOSQUE HÚMEDO TROPICAL PACOCHE	
Altura:	Temperatura: 24° C
Dimensiones: 13.545 hectáreas	
<p>El Eco-Turismo se desarrolla a través del Refugio de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche, a 24 km. al sur del centro de Manta, cuenta con una superficie superior a las 13.545 hectáreas de especies protegidas marinas y costeras, entre los que resalta el “Mono Aullador”, especie endémica observada dentro del “Sendero El Mono” acondicionada para la visita de turistas.</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

Anexos 17. Atractivos culturales

MUSEO CENTRO CULTURAL DE MANTA	
Dirección: Malecon frente a la playa "Murciélago"	
<p>El museo pertenece al Ministerio de Cultura y Patrimonio; que conserva y muestra parte de la Historia y Cultura Nacional. En sus dos áreas de exposición los visitantes podrán conocer la historia arqueológica de la provincia de Manabí, así como acerca de las expresiones artísticas más importantes desarrolladas en el siglo XX en Ecuador.</p> <p>La entrada es gratuita pero se necesita una identificación para su registro.</p> <p>Horario de atención: Martes-Viernes 8:30 – 17:00 Sábado- Domingo y Feriados 10:00 – 16:0</p> <p>Teléfonos: (05) 2626998/ 2622956</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

MUSEO CANCEBI	
Dirección: Av. 2 y calle 9	
<p>Dentro de una hermosa casa restaurada que fue construida en el siglo 20, se encuentra este nuevo museo, nace con el objeto de rescatar la memoria de los campesinos y pescadores de Manabí son casi 300 objetos originales que fueron utilizados por ellos en los viejos tiempos.</p> <p>Y mucho más para ver, tenemos tiendas de artesanías que nos muestran el trabajo en tagua (marfil vegetal) y toquilla, sombrero de paja en Montecristi y todos hechos a mano.</p> <p>HORARIO DE ATENCION: de Lunes a Viernes 8:00AM A 5:00PM</p>	

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

IGLESIA LA MERCED	
Descripción	Información
<p>Es la más antigua de la ciudad y es una de las más visitadas, sus fiestas son en el mes de septiembre y se celebra con procesiones que involucra a la comunidad.</p> <p>La "Parroquia La Merced" de Manta, perteneciente a la actual Arquidiócesis de Portoviejo para Manabí, fue confiada a la Misión Jesuita en enero de 1923</p>	<p>Dirección: Avenida 6 y calle 13-24. Manta</p> <p>Teléfono: (04) 2622 597</p> <p>Horarios de misa:</p> <p>Lunes 07h30 - 19h30</p> <p>Martes 07h30 - 19h30</p> <p>Miércoles 07h30 - 19h30</p> <p>Jueves 07h30 - 19h30</p> <p>Viernes 07h30 - 19h30</p> <p>Sábado 07h30 - 19h30</p> <p>Domingo 08h30 - 19h30</p>

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

CATEDRAL LA DOLOROSA	
Descripción	Información
<p>La Iglesia la Dolorosa lleva su nombre en honor a la virgen Dolorosa. En junio de 1968 se inició la construcción de una iglesia de grandes dimensiones para la atención pastoral de los alumnos del colegio San Gabriel bajo la dirección de los PP. Alfonso Acosta, S.J. y José Ribas, S.J. El templo fue dedicado desde sus principios como Santuario de "La Dolorosa del Colegio" y fue consagrado por el Sr. Cardenal Pablo Muñoz Vega el 30 de diciembre de 1978. Al año siguiente, el 6 de enero de 1979 fue creada la Parroquia "La Dolorosa del Colegio" siendo el P. Alberto Rubianes, S.J su primer párroco.</p> <p>La Parroquia "La Dolorosa del Colegio" ha servido a la comunidad parroquial, siendo un referente en la vida eclesial quiteña por sus diversos servicios pastorales que marcaron toda una época desde sus principios.</p> <p>El 22 de octubre de 1996 tuvo un accidente de choque de un avión, quemando por completo la iglesia, posteriormente fue construida sobre sus escombros para convertirse en lo que hoy es la "Catedral La Dolorosa" pero siempre protegida por la Santísima Virgen de la Dolorosa.</p> <p>Actualmente acoge gran cantidad de feligreses que llegan buscando paz y momentos de reflexión; todos los días 20 de mes, cientos de personas se acercan a participar de las eucaristías y a renovar su confianza en la mirada amorosa de la Dolorosa.</p> <p>Estos y otros servicios más convierten a la parroquia La Dolorosa en un sitio privilegiado para cada creyente que busca madurar su fe de manera solidaria y comprometida con el mundo en que vivimos.</p>	<p>Dirección: La Catedral de la Dolorosa se encuentra en el Barrio La Dolorosa, en las calles 9 y 10 y las avenidas 22 y 23.</p> <p>Párroco actual: P. Iván Lucero, S.J.</p> <p>Servicios sacramentales: Bautizos-Primera Comunión y Confirmación- Matrimonios-Unción de los Enfermos.</p> <p>Horario de Misas:</p> <p>Lunes- CERRADO</p> <p>Martes a viernes -08h30 - 18h00</p> <p>Sábado - 08h30 - 17h00 - 18h30</p> <p>Domingo- 07h30 - 08h30 - 10h15 - 12h15 - 18h30</p> <p>Ofrece varios tipos de eventos culturales como:</p> <p>Festival de la canción Internacional</p> <p>Cantos</p> <p>Coros</p> <p>Villancicos, etc.</p>

Fuente: elaboración a partir del GAD de Manta (2018)

Anexo 18. Resultados de la encuesta a los turista de la ciudad de Manta

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 15 a 25	66	15,9	17,2	17,2
	De 26 a 35	83	20,0	21,6	38,8
	De 36 a 45	95	22,9	24,7	63,5
	De 46 a 55	93	22,5	24,2	87,8
	Más de 56	47	11,4	12,2	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuál es su lugar de residencia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Portoviejo	61	14,7	15,9	15,9
	Manta	84	20,3	21,9	37,8
	Tosagua	16	3,9	4,2	41,9
	Montecristi	21	5,1	5,5	47,4
	Esmeraldas	15	3,6	3,9	51,3
	Cotacachi	6	1,4	1,6	52,9
	El Carmen	8	1,9	2,1	54,9
	Pelileo	11	2,7	2,9	57,8
	Chone	12	2,9	3,1	60,9
	Quito	23	5,6	6,0	66,9
	Guayaquil	23	5,6	6,0	72,9
	Otavalo	13	3,1	3,4	76,3
	Cayambe	9	2,2	2,3	78,6
	Santa Ana	21	5,1	5,5	84,1
	Vinces	9	2,2	2,3	86,5
	Riobamba	10	2,4	2,6	89,1
	Venezuela	17	4,1	4,4	93,5
	Colombia	21	5,1	5,5	99,0
	New york	3	,7	,8	99,7
	Italia	1	,2	,3	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuál es su grado de formación académica?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	66	15,9	17,2	17,2
	Secundaria	82	19,8	21,4	38,5
	Bachillerato	87	21,0	22,7	61,2
	Universitaria	100	24,2	26,0	87,2
	Técnico	24	5,8	6,3	93,5
	Ninguno	25	6,0	6,5	100,0
		Total	384	92,8	100,0
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Qué ocupación tiene usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empleado	92	22,2	24,0	24,0
	Profesional	53	12,8	13,8	37,8
	Empresario	79	19,1	20,6	58,3
	Estudiante	50	12,1	13,0	71,4
	Técnico	47	11,4	12,2	83,6
	Otros	63	15,2	16,4	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿En compañía de quien usted realiza su visita?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	35	8,5	9,1	9,1
	Pareja	68	16,4	17,7	26,8
	Familiares	209	50,5	54,4	81,3
	Amigos	72	17,4	18,8	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuántas personas integran su grupo de visita?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 2 a 5	213	51,4	55,5	55,5
	De 6 A 10	97	23,4	25,3	80,7
	Más De 10	74	17,9	19,3	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Con que frecuencia acude usted al cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	69	16,7	18,0	18,0
	Frecuentemente	85	20,5	22,1	40,1
	A Veces	180	43,5	46,9	87,0
	Nunca	50	12,1	13,0	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Por qué medio obtuvo la información turística del cantón manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por TV	141	34,1	36,7	36,7
	Por radio	59	14,3	15,4	52,1
	Por vallas publicitarias	25	6,0	6,5	58,6
	Por un amigo/familiar	58	14,0	15,1	73,7
	Internet	101	24,4	26,3	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuál fue su motivación para asistir a este cantón?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Playa	174	42,0	45,3	45,3
	Recreación	85	20,5	22,1	67,4
	Seguridad	26	6,3	6,8	74,2
	Gastronomía	52	12,6	13,5	87,8
	Precio	25	6,0	6,5	94,3
	Precio	22	5,3	5,7	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Qué es lo que más le gustó del cantón?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El ambiente	198	47,8	51,6	51,6
	Sus atractivos	62	15,0	16,1	67,7
	El servicio	41	9,9	10,7	78,4
	La Gastronomía	55	13,3	14,3	92,7
	Otros	28	6,8	7,3	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuál es su grado de satisfacción con los productos turísticos de Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfecho	240	58,0	62,5	62,5
	Satisfecho	144	34,8	37,5	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cómo califica el servicio de alojamiento en el cantón Manta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	215	51,9	56,0	56,0
	Muy bueno	105	25,4	27,3	83,3
	Bueno	64	15,5	16,7	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cómo califica el servicio de alimentación en el cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	154	37,2	40,1	40,1
	Muy bueno	111	26,8	28,9	69,0
	Bueno	89	21,5	23,2	92,2
	Regular	30	7,2	7,8	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cómo califica el servicio de compras en el cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	241	58,2	62,8	62,8
	Regular	143	34,5	37,2	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cómo califica el servicio de transporte en el cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	143	34,5	37,2	37,2
	Regular	241	58,2	62,8	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cómo califica el servicio de recreación en el cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	238	57,5	62,0	62,0
	Bueno	146	35,3	38,0	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Volvería a visitar este cantón?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	384	92,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

¿Cuánto está dispuesto a pagar por los servicios ofertados en el cantón Manta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$50 a \$100	199	48,1	51,8	51,8
	De \$100 a \$ 150	98	23,7	25,5	77,3
	Más de \$200	87	21,0	22,7	100,0
	Total	384	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	30	7,2		
Total		414	100,0		

Anexos 19. Entrevistas

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA JEFE DEL ÁREA DE TURISMO DEL GAD CANTONAL DE MANTA

LIC. ANALÍA NAVARRETE

OBJETIVO: Diagnosticar el sistema turístico del cantón Manta para su definición como destino.

- 1. ¿Aplican las normas de regulación de las actividades turísticas que se dan en la ciudad de Manta?**
- 2. ¿Realizan capacitaciones al personal técnico que labora en al área de turismo del GAD municipal?**
- 3. ¿Cuentan con un plan de marketing para el destino?**
- 4. ¿Qué estrategias usan para atraer al mercado objetivo?**
- 5. ¿Cuentan con información turística actualizada de la ciudad de Manta?**
- 6. ¿De qué manera el terremoto del 16 A afectó a la actividad turística de Manta?**
- 7. ¿Cada que tiempo realizan las actualizaciones de los catastros e inventarios de la ciudad?**
- 8. ¿Cuentan con algún programa de capacitación para el personal de los establecimientos turísticos?**
- 9. ¿Realizan la evaluación de los servicios turísticos ofertados en la ciudad de Manta?**
- 10. ¿Cuentan con estudios de la demanda de la ciudad de Manta?**
- 11. ¿Qué preferencias tiene el turista extranjero?**
- 12. ¿Qué preferencias tiene el turista interno?**
- 13. ¿Qué tipo de turismo desea potenciar?**
- 14. ¿Qué le falta a Manta para que se defina como destino turístico?**

ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFE DEL ÁREA DE TURISMO DEL GOBIERNO PROVINCIAL

Lic. María de los Ángeles Gómez

OBJETIVO: Diagnosticar el sistema turístico del cantón Manta para su definición como destino.

- 1. ¿De qué manera el Gobierno Provincial aporta al desarrollo turístico de Manta?**
- 2. ¿Cuenta con información turística actualizada del cantón?**
- 3. ¿Cuentan con desarrollo de productos turísticos de la ciudad de Manta?**
- 4. ¿Qué limitaciones ve usted en la ciudad de Manta para que no pueda definirse como destino turístico?**
- 5. ¿De qué manera aportaría el Gobierno Provincial de Manabí para que Manta se posicione como destino turístico?**
- 6. ¿Qué estrategias utilizan para potencializar el turismo en la ciudad de Manta?**
- 7. ¿Cuáles son las fechas que más incentivan el gobierno provincial para que el turista se desplazarse a Manta?**

Anexo 20



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 21



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 22



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 23



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 24



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 25



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 26



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 27



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 28



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 29



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 30



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 31



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 32



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 33



Encuesta a los visitantes de la ciudad de Manta

Anexo 34

Visita de entrevista a la Lic. María de los Ángeles Gómez directora del área de turismo del Gobierno Provincial de Manabí

Anexo 35

Entrevista a la Lic. Analía Navarrete directora del área de turismo del GAD de Manta.

