



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

CARRERA TURISMO

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN TURISMO**

TEMA:

**CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS IGLESIAS
DE LOS CANTONES DE LA ZONA CENTRO-SUR DE MANABÍ**

AUTORES:

**HENRY JAVIER CUMBICUS MONTESDEOCA
LUIS ENRIQUE FERRÍN ORTIZ**

TUTORA:

PHD. ESTHER LIDIA MACHADO CHAVIANO

CALCETA, SEPTIEMBRE 2013

DERECHOS DE AUTORÍA

Henry Javier Cumbicus Montesdeoca y Luis Enrique Ferrín Ortiz, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

HENRY J. CUMBICUS MONTESDEOCA

LUIS E. FERRÍN ORTIZ

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

PHD. Esther Lidia Machado Chaviano certifica haber tutelado la tesis **CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS IGLESIAS DE LOS CANTONES DE LA ZONA CENTRO-SUR DE MANABÍ**, que ha sido desarrollada por Henry Javier Cumbicus Montesdeoca y Luis Enrique Ferrín Ortiz, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

PHD. ESTHER LIDIA MACHADO CHAVIANO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondientes, declaran que han **APROBADO** la tesis **CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS IGLESIAS DE LOS CANTONES DE LA ZONA CENTRO-SUR DE MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Henry Javier Cumbicus Montesdeoca y Luis Enrique Ferrín Ortiz, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. RAFAEL ARCE BASTIDAS Mgs.

MIEMBRO

BIOL. LUIS LÓPEZ ZAMBRANO Mgs.

MIEMBRO

MCs. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme el don de la vida, a la institución que me dio la oportunidad de formarme profesionalmente, a mi tutora de tesis Phd. Esther Machado por su invaluable ayuda, a los miembros del tribunal de tesis y todos los catedráticos que gracias a sus conocimientos y experiencias facilitaron este logro. A todas aquellas personas que me apoyaron en mi educación superior.

HENRY JAVIER CUMBICUS MONTESDEOCA

LUIS ENRIQUE FERRÍN ORTIZ

DEDICATORIA

Al ser supremo por permitirnos llegar a este sueño hecho realidad.

A nuestros padres, personas muy importantes en nuestra vida quienes con su esfuerzo, amor y perseverancia supieron sacarme adelante para llegar a ser una persona de bien, inculcando en mí el respeto y el valor de la vida, en especial a mi madre por el cariño y apoyo constante que siempre me ha demostrado en procura de una buena formación humana y profesional.

A nuestros familiares por brindarnos el apoyo incondicional que en cada una de las etapas de nuestra vida.

HENRY JAVIER CUMBICUS MONTESDEOCA

LUIS ENRIQUE FERRÍN ORTIZ

CONTENIDO GENERAL

| | |
|---|-----------|
| CERTIFICACIÓN DE TUTOR..... | III |
| AGRADECIMIENTO | V |
| DEDICATORIA | VI |
| CONTENIDO GENERAL | VII |
| RESUMEN..... | IX |
| ABSTRACT..... | X |
| CAPITULO I. ANTECEDENTES | 1 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN..... | 3 |
| 1.3. OBJETIVOS..... | 4 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL..... | 4 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 4 |
| 1.4. IDEA A DEFENDER | 4 |
| CAPITULO II. MARCO TEÓRICO..... | 5 |
| 2.1. TURISMO | 5 |
| 2.2. DESTINO TURÍSTICO..... | 5 |
| 2.3. PRODUCTO TURÍSTICO | 6 |
| 2.3.1. ATRACTIVO TURÍSTICO | 7 |
| 2.5. EVALUACIÓN TURÍSTICA..... | 8 |
| 2.6. CIRCUITOS TURÍSTICOS | 9 |
| 2.7. DISEÑO DE CIRCUITO TURÍSTICO..... | 9 |
| CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO | 11 |
| 3.3.1. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 11 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 14 |
| 4.1. BÚSQUEDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN | 14 |

| | |
|---|----|
| 4.1.1. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR | 14 |
| 4.1.2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LOS CANTONES DEL CENTRO SUR DE MANABÍ..... | 15 |
| 4.1.3. IDENTIFICACIÓN DEL MARCO LÓGICO | 23 |
| 4.1.4. IDENTIFICACIÓN FODA | 24 |
| 4.2. PROCESO ELABORACIÓN CIRCUITO TURÍSTICO..... | 25 |
| 4.2.1. GENERACIÓN DE IDEAS | 25 |
| 4.2.2. SELECCIÓN O CRIBADO DE LAS IDEAS | 26 |
| 4.2.3. CONCEPTO DE PRODUCTO..... | 26 |
| 4.2.4. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA MARKETING | 27 |
| 4.2.5. DESARROLLO DEL MERCADO DE PRODUCTO | 28 |
| 4.2.4. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA | 41 |
| 4.2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... | 42 |
| 4.2.6. LANZAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO | 43 |
| 4.3. CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS..... | 44 |
| V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 61 |
| 5.1. CONCLUSIONES | 61 |
| 5.2. RECOMENDACIONES..... | 63 |
| BIBLIOGRAFÍA | 64 |
| ANEXOS | 67 |
| ANEXOS | 70 |

RESUMEN

La propuesta de investigación tuvo como finalidad el diseño de un circuito turístico de las iglesias de los cantones Portoviejo, Montecristi y Manta. Para el desarrollo del procedimiento metodológico se utilizó el proceso de elaboración de productos turísticos, el cual se estructuró mediante fases, etapas y métodos aplicados en el estudio, se elaboró un diagnóstico turístico de los cantones involucrados en la propuesta, se pudo identificar los atractivos culturales, históricos y religiosos los cuales fueron seleccionados en función de la mayor jerarquía para incluirlos dentro del circuito turístico. Se seleccionaron 12 atractivos turísticos; el circuito posee una extensión de 70 km, abarcando tres cantones de la zona centro sur de la provincia de Manabí, el segmento al que está dirigido el producto es el familiar, y tiene la finalidad de satisfacer la demanda de los turistas que visitan los santuarios religiosos, ofreciendo un servicio de calidad en los recorridos guiados. Se seleccionó como nombre del circuito turístico Tierra Santa Manabita debido a lo privilegiada que esta zona en el ámbito de recursos naturales y culturales, además se pretende fomentar el desarrollo socio económico de las comunidades involucradas en la actividad turística, preservar el patrimonio cultural, histórico y religioso, ofreciendo nuevos productos a los visitantes incrementando la afluencia turística desarrollando el turismo en la región.

Palabras clave: Circuito turístico, productos turísticos, turismo religioso.

ABSTRACT

The research proposal was aimed to design a tourist circuit of churches in the cantons of Portoviejo, Montecristi and Manta. To develop the methodological approach using process of traveling, which was organized into phases, stages and methods used in this study, we developed a tourist diagnosis of the cantons involved in the proposal that could be identified cultural attractions, historical and religious based on the highest hierarchy to include them in the track. 12 attractions were selected on a circuit area of 70 km, covering three counties in the south central of the province of Manabí, the segment targeted is family, and is intended to meet the demand for tourists visiting religious shrines, offering a quality service in guided tours. The name selected is Holy Land tours because of the privileged of the Manabitan this area in the field of natural and cultural resources, and aims to promote socio-economic development of the communities involved in tourism, preserving cultural, historical and religious heritage, offering new products to visitors and increasing tourism in the region.

Key words: Tourist circuit, tourism products, religious tourism

CAPITULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial el turismo religioso mueve millones de personas anualmente, siendo la principal motivación del turista la fe; los principales destinos de peregrinaje religioso son Jerusalén, La Meca y Roma y a pesar de los años siguen siendo importantes puntos de referencia del sector, este tipo de viajes suele ser de estancias cortas, de tres o cuatro días, generalmente coincidentes con fines de semana o puentes vacacionales (Saldivar, 2011).

En el Ecuador no se ha desarrollado el turismo religioso como una alternativa turística; es el sincretismo religioso y la fe de la mayoría de la población la cual genera un amplio movimiento de personas hacia diferentes sitios motivados por los santorales o festividades; generándose grandes movimientos comerciales; en el país existen alrededor de 25 festividades religiosas que se realizan en las distintas provincias, uno de los sitios de gran demanda es el Santuario de la Beata Narcisa de Jesús en el Cantón Nobol, con feligreses que llegan incluso, desde el extranjero motivados por su fe religiosa; otro de los destinos que congrega masiva afluencia de visitantes es la procesión de semana santa del Cristo del Consuelo en la ciudad de Guayaquil, evento que mueve alrededor de 500 mil feligreses aproximadamente (Andrade, 2012).

El Centro Histórico de Quito que fue nombrado Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año en 1978, se destaca por sus iglesias como La Compañía, los Monasterios de San Francisco y Santo Domingo que constituyen referentes de la arquitectura Barroca, siendo uno de los atractivos turísticos principales de la ciudad, en la semana santa se desarrolla la procesión del Jesús del Gran Poder, evento al cual asisten cerca 200 mil feligreses (Mena 2012) , otro destino que congrega a devotos de todas partes del país es la romería de la Virgen del Cisne que se celebra en el mes de agosto en la provincia de Loja, este largo recorrido participan 400 mil feligreses

cada año siendo su principal motivación la inmensa devoción y profunda fe, esta masiva concurrencia mueve la economía de estos lugares, pero genera impactos ambientales por el exceso de basura que contamina el ambiente y la deficiente planificación turística (Rengel, 2011).

Las manifestaciones culturales religiosas forman parte de las tradiciones de los manabitas, las creencias han pasado a través de los años de una generación a otra, entre ellas se cuenta la devoción de los santos para lo cual cada año muchas familias se trasladan de su lugar de origen hacia los distintos santuarios religiosos de la zona para hacer peticiones al santo que veneran, este movimiento de turistas mueve la economía del sector.

Los principales destinos religiosos que existen en la provincia de Manabí corresponde a la ciudad de Portoviejo donde se encuentra la Catedral de Jesús del Buen Pastor que es visitada por su atractiva infraestructura, la iglesia de la Merced que en septiembre es visitada por los devotos de la virgen, en la ciudad de Manta se encuentra la iglesia del Niño Divino Jesús que es visitada todos los fines de semana por devotos.

En Montecristi encuentra la Basílica Menor de la Virgen de Monserrate y el Monasterio Las Carmelitas, estos centros religiosos son visitados por unos 20 mil feligreses principalmente en la Semana Santa y en las fiestas de San Pedro y San Pablo en el mes de junio (Ministerio de Turismo del Ecuador 2012). A pesar de que existe una gran motivación religiosa que genera un movimiento comercial no se ha podido desarrollar una oferta que permita aprovechar todo ese mercado potencial de visitantes, principalmente por la deficiente infraestructura turística para acoger a esta masiva afluencia de turistas que se desplazan cada año. Ante la problemática expuesta se ha propuesto plantearse la siguiente pregunta:

¿Cómo se puede mejorar la afluencia turística aprovechando los recursos culturales religiosos que poseen los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación contribuirá a proponer un modelo para el diseño de un circuito turístico, mediante el procedimiento para elaborar productos turísticos que propone Serra (2003), este procedimiento está integrado por la generación de ideas y luego continua con la reducción de la mismas, diseño de la estrategia de marketing, desarrollo del producto, comercialización del producto, con la finalidad de desarrollar un circuito de las iglesias en los cantones del centro sur de Manabí contribuyendo al desarrollo del turismo religioso.

La comunidad de la zona centro – sur de Manabí se beneficiará con la creación del circuito turístico de las iglesias, ya que se conocerán sus costumbres y cultura que son muy diversas, permitiendo que no se pierdan con el paso de los años, además generará fuentes de empleos directos e indirectos en los negocios turísticos de la zona.

Mediante la investigación para la creación de un circuito turístico se beneficiarían económicamente los negocios que expenden alimentación como restaurantes, el sector comercial de artesanías y de artículos varios, de alojamiento y transporte, ya que el incremento de turistas genera recursos económicos que permiten el crecimiento económico de los negocios que entran dentro del ámbito turístico de manera directa e indirecta, de esta manera los habitantes que se dedican a la actividad comercial, turística y artesanal podrían mejorar su calidad de vida.

En el ámbito legal la investigación se fundamenta según lo que menciona el Proyecto de Ley Orgánica de Turismo, en el Artículo 3 sobre los principios de la actividad turística literal g) indica que el desarrollo del turismo está estrechamente ligado a la creación de productos y servicios competitivos, los cuales se sustentan en la optimización de la organización y gestión de las empresas, en la homologación de los estándares de calidad y en la transparencia del mercado.

En cuanto a lo ambiental la investigación se justifica ya que según el Proyecto de Ley Orgánica de Turismo, en el artículo 3 sobre los principios de la actividad turística en el literal a) menciona que el turismo sostenible se constituye en una herramienta estratégica de desarrollo económico, ambiental y socio cultural, en razón de que se planifique y gestione el desarrollo turístico de forma que no cause problemas ambientales o socioculturales, mejorando la calidad ambiental.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un circuito turístico que integre las iglesias que concentran la mayor cantidad de feligreses en los cantones de la zona centro-sur de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión de la literatura especializada acerca de los principales conceptos sobre el diseño de circuitos turísticos.
- Estructurar un procedimiento adecuado para el diseño de un circuito turístico.
- Desarrollar la estructura del circuito turístico de los santuarios religiosos de los cantones del centro sur de Manabí.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se desarrolla un circuito turístico de las iglesias se podrá mejorar la oferta turística de los cantones de Manta, Montecristi y Portoviejo, para que mediante la comercialización y promoción de este producto turístico se fortalezca el turismo religioso, y se pueda beneficiar económicamente la comunidad.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. TURISMO

Según Zurita (2010) es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos; de esta manera una de las alternativa del turismo es el cultural que según Barreto (2008) es aquel cuyos atractivos son estudios, cultura, arte, festivales, monumentos, sitios históricos o arqueológicos, manifestaciones folclóricas o peregrinaciones; otro criterio sobre el turismo religioso según Saldivar (2011) menciona que esta actividad se ha vuelto un fenómeno de sociedad, como las peregrinaciones del latín *peregrinus* - *peregrinatio* movimientos eclesiásticos, este fenómeno también puede incluirse en el turismo cultural, lo cual implica una adecuación del patrimonio para su uso cultural, natural y turístico, estas formas de turismo representan para el turista una búsqueda de lo auténtico y de la identidad nacional.

La nuevas tendencias del turismo apuntan en primer lugar a que el 85% reconoce que se basa en lo que le cuentan sus amigos y lo que lee por internet para elegir su próximo destino, el turista sabe moverse por las ciudades incluso antes de llegar, se ha informado previamente sobre el transporte público y la manera más rápida de llegar a las zonas más importantes, está conectado permanentemente a la información, la demanda cuando lo necesita y la comparte continuamente a través del teléfono móvil, busca experiencias, nuevas sensaciones y actividades fuera de su mundo cotidiano.

2.2. DESTINO TURÍSTICO

Como menciona Alonso (2008) es una entidad territorial con o sin personalidad jurídica, que forma un sistema, englobando sus recursos turísticos e infraestructuras. Dependiendo de los productos turísticos que los integran y de

determinados aspectos de dichos productos, cabe distinguir una variedad de destinos turísticos que pueden ser clasificados en función de tres aspectos: 1) según su ciclo de vida, destinos emergentes; desarrollados, consolidados, estancados, en declive; 2) según su atractivo principal, destinos de sol y playa, de naturaleza, culturales, antropológicos, urbanos, deportivos, activos o pasivos, de salud, religiosos, comerciales, de negocios, de diversión; 3) en función de su demarcación geográfica, destinos urbanos, de costa, de montaña, rurales y destinos sin explorar.

Los destinos turísticos se refieren a un territorio específico que se ha desarrollado mediante productos, que satisfacen de manera integral las necesidades de los visitantes, logrando el desarrollo social y económico de la zona.

2.3. PRODUCTO TURÍSTICO

El diseño del producto adecuado es la actividad más importante del marketing; si disponemos de un producto turístico que el mercado no desea, ni las mejores campañas promocionales, por muy brillantes que sean, ni los correctos ajustes de precios, ni la distribución perfecta, conseguirán que los consumidores lo adquieran, al menos de forma repetitiva. Por el contrario si el producto satisface al consumidor, lo único que necesitamos es que el resto de acciones de marketing sean correctas y coherentes para garantizar el éxito en el mercado (Serra, 2003).

Los productos turísticos según indica Salinas (2009) se consumen al mismo tiempo que se producen y la percepción de su calidad es totalmente individual y va variar de acuerdo con la formación, la personalidad y los gustos de determinado cliente, así como por las condiciones objetivas imperantes en el momento de recibir el servicio relacionadas con el ambiente en general y con los que están prestando el servicio. Un mismo producto puede cambiar en el

tiempo pues se le pueden agregar o añadir componentes y también hay que considerar que estos pueden hacerse obsoletos con el paso del tiempo.

Entre sus componentes sobresalen:

- Los recursos turísticos (naturales, históricos – culturales y socio económicos)
- Accesibilidad
- Guías especializados
- Medios de transporte y comunicación
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros
- Equipamiento recreativo de diversos tipos
- Comunidad Local
- Atractivos periféricos complementarios

Los productos turísticos son el conjunto de recursos naturales, culturales y servicios, transformados para generar un elemento que permita satisfacer las necesidades de los visitantes, con el objetivo de generar recursos y desarrollar el sector en la región en donde se implemente la actividad turística.

2.3.1. ATRACTIVO TURÍSTICO

Según menciona Quesada (2009) se clasifican en cinco grandes categorías que son sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, Folklore, realizaciones étnicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados. Los atractivos son los que determinan las características de la oferta y de la demanda turística de un destino turístico, siendo los atractivos de mayor jerarquía los que generan la mayoría de los desplazamientos turísticos, el conocimiento cabal e integral de las características de los atractivos es fundamental para la planificación y el desarrollo turístico de los núcleos receptores.

Una similar apreciación la menciona Boullón (2008) quien expresa que los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo, ya que les faltaría lo esencial y que solo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita potencializarlos comercialmente. Esta particularidad obliga a que la planta turística se ubique al pie del atractivo o dentro de su radio de influencia, condición que impone la planificación física del sector.

Los atractivos turísticos están compuestos de los recursos naturales y culturales que forman parte del producto turístico, la valoración de estos determinará la importancia y su potencialidad para desarrollarlos en la actividad turística.

2.5. EVALUACIÓN TURÍSTICA

La evaluación turística de un recurso según López (2008) depende de una serie de factores derivados de los elementos del sistema turístico, de ahí que una vez detectados y cuantificados en el espacio tengamos que proceder a su evaluación desde una metodología integrada en la que quedará reflejado el valor jerárquico de cada recurso, que finalmente será ponderado en base a las tendencias de la demanda; además menciona Franco (2009) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos.

Para lo que es necesario elaborar un inventario de atractivos turístico que según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2008) es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país; los recursos turístico se incluyen dentro del inventario según Esteve (2009) debido a que son cualquier

elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de un territorio socialmente organizado, que por sí mismo o mediante su transformación, es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares, convirtiéndose de este modo en un destino turístico.

La valoración representa la acción de darle un valor cuantitativo y cualitativo a los atractivos turísticos, con el objetivo de potencializarlos en la actividad turística, esta jerarquización se utiliza en la elaboración de los productos turísticos al escoger los recursos que tenga mayor valoración.

2.6. CIRCUITOS TURÍSTICOS

Los circuitos turísticos según lo define Quesada (2009) son un recorrido turístico, que se origina y finaliza en el mismo lugar, transitando por varios puntos de interés, los que solo se visitan una vez durante el periplo; además otro criterio similar es el que menciona Vaca (2010) ya que define al circuito turístico como la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otros destinos; para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfrutan del turismo.

Los circuitos turísticos cumplen el objetivo de dar a conocer al turista mediante un recorrido, los atractivos culturales y naturales de un conjunto de ciudades o lugares dentro de un territorio.

2.7. DISEÑO DE CIRCUITO TURÍSTICO

Mediante la cartografía turística se realiza la demarcación del circuito, según Tujaka (2010) menciona que es el uso de los mapas turísticos para guiar al público general en la búsqueda de sitios interesantes para pasar el tiempo libre, apariencia atractiva y facilidad de uso constituyen cualidades altamente deseadas, siendo necesaria dada la naturaleza territorial de la actividad.

Puede mejorar la funcionalidad de la aplicación facilitando la planificación del viaje, un proceso complejo para los consumidores requiriendo identificación, filtrado, evaluación y selección de una cantidad masiva de información; es de vital importancia conocer los costos en los que se incurren en un negocio turístico para poder llevar a cabo la oferta de productos y servicios al consumidor.

Mediante la identificación de los recursos turísticos, servicios, infraestructura vial, con el objetivo de crear una ruta a seguir que permita el desarrollo turístico del sector, en el caso de esta investigación se diseñó un circuito de los centros religiosos de los cantones del centro sur de Manabí.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.3.1. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el proceso de investigación en la creación de un circuito turístico en los cantones del centro sur de Manabí, se utilizó el modelo de elaboración de productos turísticos propuesto por Serra (2003) este procedimiento está integrado por la generación de ideas y luego continua con la reducción de las mismas, diseño de la estrategia de marketing, desarrollo del producto, comercialización del producto, para lo cual se representa en el siguiente gráfico:

Cuadro 3.1. Procedimiento de la investigación

| FASES | ACTIVIDADES | MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS |
|---|---|--|
| Fase I Búsqueda y análisis de la información. | Revisión bibliográfica sobre circuitos turísticos Diagnóstico del sector Identificación Marco lógico | Bibliográfica Diagrama Espina de Pescado Matriz Marco Lógico Matriz FODA |
| Fase II Proceso de elaboración del circuito | Generación de ideas Selección o cribado de las ideas Concepto de producto Estrategia marketing Mercado de producto Lanzamiento y comercialización del producto | Lluvia de ideas Matriz de selección Matriz de atributos Marketing mix Encuestas Matriz de competencia |
| Fase III Diseño del circuito turístico | Caracterización de atractivos y servicios turísticos Elaboración del circuito turístico | Fichas de inventarios Catastro de servicios turísticos Fichas de atractivos Mapa del circuito GPS |

Elaboración: Propia

FASE I BUSQUEDA ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En esta etapa de búsqueda y análisis de la información sobre circuitos turísticos se lo realizó de la siguiente manera:

- La revisión bibliográfica sobre circuitos turísticos permitió fundamentar la investigación, esta fase se la realizó mediante la búsqueda de información en libros, revistas científicas, periódicos e internet, donde se obtuvo la metodología para la propuesta de investigación basada en la elaboración de productos turísticos.
- Se visitó los Gobiernos Autónomos descentralizados del cantón Portoviejo, Manta y Montecristi, donde se obtuvo documentos oficiales como Plan de Ordenamiento Territorial, instrumento necesario que permitió realizar el diagnóstico del sector, el cual se plasmó mediante el diagrama de espina de pescado.
- La identificación de marco lógico se la realizó mediante una matriz en la que se desarrolló los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos con el fin de organizar las actividades del proyecto propuesto.
- La matriz FODA permitió realizar un diagnóstico del ámbito interno y externo del sector turístico de la zona.

FASE II PROCESO DE ELABORACIÓN DEL CIRCUITO

En la estructura del proceso de elaboración del circuito se realizó las siguientes actividades:

- Generación de ideas
- Selección o cribado de las ideas
- Desarrollo y test del concepto de producto
- Diseño de la estrategia marketing
- Desarrollo del mercado de producto
- Lanzamiento y comercialización del producto

FASE III DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO

Para la caracterización de los atractivos y servicios que integraran el circuito turístico se levantó la información mediante las ficha de atractivo, utilizando la

metodología propuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador, luego se analizó los atractivos de carácter cultural y religioso con mayor jerarquía, además se visitó los atractivos escogidos para tomar las coordenadas mediante la georeferenciación, luego se diseñó en un mapa de los cantones el circuito turístico en el que se describe los lugares a visitar, servicios y recorrido.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. BÚSQUEDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1.1. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR

Mediante la investigación se detectó que la raíz del problema radica en la deficiente oferta turística cultural integral en la zona centro sur de Manabí, además se determinó una serie de factores que impiden el desarrollo de un circuito en esta zona.

El deficiente manejo de los santuarios que son administrados por la Arquidiócesis de Manabí, impide el desarrollo de actividades turísticas en estos atractivos culturales, el horario es uno de los problemas por lo que no siempre se encuentran en atención al público y muchas veces están cerrados en horas de visitas, para la solución de esta problema se requiere implementar un circuito turístico de las iglesias que permita el desarrollo del turismo religioso en los cantones del centro sur de esta provincia.

El Instituto de Patrimonio Cultural es el encargado de preservar y conservar los atractivos culturales del país, en el caso de Manabí existen santuarios religiosos con gran valor histórico pero no existe un estudio que pueda contribuir con información veraz para trasmitirla al visitante.

Además es necesario resaltar los valores culturales religiosos de los templos que se incluyen en este circuito turístico, con la finalidad de conservar el patrimonio histórico y cultural de los santuarios que se encuentran en los cantones del centro sur de la provincia de Manabí.

4.1.2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LOS CANTONES DEL CENTRO SUR DE MANABÍ

A. CANTÓN MONTECRISTI

Para el diagnóstico turístico de este cantón se tomó la información emitida mediante el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Montecristi (2012).

- **UBICACIÓN**

El cantón Montecristi se encuentra ubicado en 1°2'37", latitud sur, y 80°39' de longitud oeste, posee una extensión territorial de 734,2 km², está ubicado en la provincia de Manabí, limita:

Norte: Manta y Jaramijó

Sur: Jipijapa y el Océano Pacífico

Este: Portoviejo y Jipijapa

Oeste: océano Pacífico

Está dividido en cinco parroquias urbanas: Montecristi, Aníbal San Andrés, Gral. Eloy Alfaro, Colorado, Leónidas Proaño, y una parroquia rural La Pila.

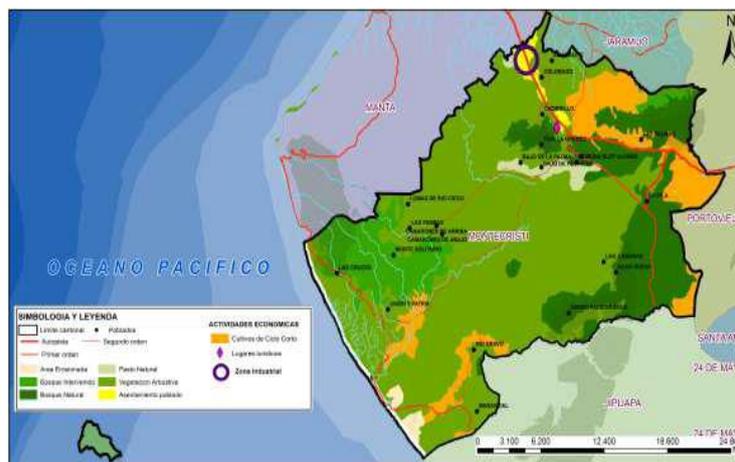


Gráfico 04.01. Mapa del cantón Montecristi

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi

- **HISTORIA**

Montecristi se formó durante los primeros años de la conquista española, posiblemente entre 1536 y 1537, con pobladores de Manta que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas. Entre los primeros pobladores aparece un señor de apellido “Cristi”, quien habría construido su casa en la cima del monte, por eso se cree que el lugar adquirió el nombre de Montecristi, que luego, por facilidad idiomática, terminó llamándose Montecristi.

- **FIESTA RELIGIOSA**

La fiesta en honor a la Virgen de Monserrate se ha constituido en la mayor expresión de fe, tanto del pueblo montecristense como de fieles de otros puntos de la provincia y el país. La imagen que se venera fue obsequiada por el Emperador Carlos V, destinada para Lima, y la de Santa Rosa, para Montecristi.

- **TURISMO**

El turismo es una de las actividades importantes dada la coyuntura actual del desarrollo de Manta como puerto internacional transferencia que atrae a miles de turistas a nivel nacional e internacional, dentro del itinerario de estos visitantes se realizan recorridos por el cantón Montecristi en donde artesanos y comerciantes generan grandes ferias para mostrar las artesanías, la confección de sombreros de paja toquilla y la gastronomía local, teniendo además como punto importante el eje vial Portoviejo-Manta, donde un punto de parada son los locales de artesanías en la Parroquia La Pila.

En Montecristi Centro Cívico Ciudad Alfaro con toda su infraestructura (museo y paseo de artesanías), donde se encuentra la memoria histórica de Montecristi, del General Eloy Alfaro y de las costumbres y tradiciones de Ecuador. Posee como atractivos turísticos, la playa San José y junto a ella un manglar natural (1 kilómetro de agua dulce), la Isla de Plata, entre otros. El cantón cuenta con el 2,35% del total de los atractivos turísticos de la provincia

con un total de nueve atractivos turísticos de los cuales el 55,56·% corresponde a atractivos de tipo cultural mientras que el 44,44% a los de tipo natural.

- **SERVICIOS BÁSICOS**

El abastecimiento de agua potable de la ciudad de Montecristi se da por medio del sistema de agua potable del Ceibal, que capta las aguas del río Portoviejo en un sitio de este mismo nombre.

El sistema alcantarillado del departamento de agua y alcantarillado del GAD cantonal de Montecristi, este sistema tiene 4.000 conexiones, lo que represente el 29,36% de las 13.626 viviendas registradas por el INEC en el Censo del 2010.

- **SISTEMA VIAL**

El cantón Montecristi es parte de la “macro región” que se estructura con los cantones Manta, Jaramijó y Portoviejo, por lo que su movilidad con los centros poblados y cabeceras cantones es muy activa. La estructura vial de la zona urbana de Montecristi es la siguiente:

Vía Arterial.

- Av. Metropolitana.

Vías Colectoras.

- Calle 9 de Julio – desde la Av. Metropolitana hasta la Av. Rocafuerte.

- Calle 10 de Agosto-desde la Av. Metropolitana hasta Ciudad Alfaro.

- Vía a Chorrillo – desde la Av. Metropolitana.

- Vía a Los Corrales-desde la Av. Metropolitana.

- Calle Manta-desde la calle Chimborazo hasta la Av. Metropolitana.

- Calle Guillermo Balda-desde la calle 1 de Enero hasta la antigua carretera hacia

-Manta calle Alajuela-desde la vía Metropolitana hasta la Calle 21 de Noviembre.

B. CANTÓN MANTA

Para el diagnóstico turístico de este cantón se tomó la información emitida mediante el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Manta (2012).

• UBICACIÓN

El cantón Manta tiene una superficie de 292,89 Km², con un área urbana de 6.049,23 hectáreas, y un área rural de 23.239,77 hectáreas. La ciudad de Manta es el principal puerto de la provincia de Manabí, se ubica entre las coordenadas geográficas 00° 57' de latitud sur y 80° 42' de longitud oeste, con una altura promedio de 20 msnm. Limita al norte, sur y oeste con el océano pacífico, al sur con Montecristi y al este con Montecristi y Jaramijó.

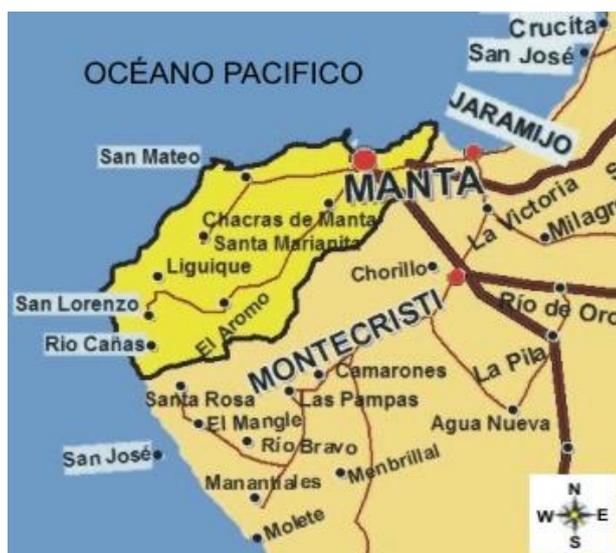


Gráfico 04.03. Mapa del cantón Manta

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Manta

• POBLACIÓN

Los datos del último censo de población y vivienda del 2010 según el INEC, establecen una población total para el cantón Manta de 226477 habitantes con una tasa de crecimiento de 3.4 que está sobre la media nacional.

Cuadro 4.2. Población cantón Manta

| POBLACIÓN | HOMBRES | MUJERES |
|-----------|---------|---------|
| 226477 | 115074 | 111403 |

Fuente: INEC 2010

- **TURISMO**

El turismo, como fuente generadora de ingresos en Manta, se encuentra en franco crecimiento, siendo una las ciudades del Ecuador que se encuentra alcanzando un alto nivel en cuanto a su desarrollo turístico, como consecuencia de esto se ha convertido en uno de los sectores más competitivos de este país. Los atractivos de tipo natural y cultural, la ubican como sitio de preferencia para el turista nacional e internacional. La ciudad brinda al turista un contraste de ciudad moderna, con hermosos paisajes del mar, en donde se dan cabida playas extensas destacadas por su exótica belleza natural y su arraigo histórico precolombino.

- **SERVICIOS BÁSICOS**

El agua potable del cantón Manta tiene su fuente de abastecimiento en el sistema hídrico del río Portoviejo, el que a su vez es regulado por los embalses de Poza Honda, la Esperanza y el de Daule Peripa.

El sistema de alcantarillado posee un sistema combinado, por lo cual gran parte de las descargas pluviales que se vierte a los cursos de los ríos Manta y Burro están contaminados con presencia de descargas sanitarias.

El sistema de recolección, transporte y disposición de residuos sólidos de Manta es manejado por el Municipio, habiendo contratado algunos servicios, especialmente lo que tiene que ver con limpieza de vías y áreas públicas.

- **VÍAS DE COMUNICACIÓN**

La comunicación al puerto de Manta se la mantiene a través de los sistemas de carreteras, vías navegables y aeropuertos.

Comunicación terrestre: sistemas de carreteras y sus distancias respecto a Manta: Guayaquil: 190 km; Quito: 400 km; Cuenca: 446 km; corredores viales al oriente: Manta - Quito – Puerto Orellana: 800 km; Manta - Quevedo - Latacunga – Puerto Orellana: 550 km; Manta - Guayaquil - Puerto. Zamora: 600

km; vía costanera conecta al puerto de Manta con todos los puertos, sectores de la producción, la ruta del sol, del surf, spondylus, y destinos turísticos del Ecuador; vía puerto aeropuerto de 8,5 km longitud que cierra el anillo vial que circunda a la ciudad.

Comunicación marítima: vías navegables domésticas hasta San Lorenzo-Emeraldas al norte, hasta la provincia del Guayas al sur, internacionales conectado con los 5 continentes a través del canal de Panamá y por el estrecho de Magallanes.

Comunicación aérea: comunicación aérea nacional: en las cercanías de la ciudad de Manta, se sitúa el aeropuerto "Eloy Alfaro de Manta", que cuenta con una pista de 3.100 m, considerada la de mayor resistencia del país y Sudamérica, el tiempo de vuelo, respecto a principales aeropuertos del país: Quito: 35 minutos Guayaquil: 30 minutos Galápagos: 90 minutos.

C. CANTÓN PORTOVIEJO

Para el diagnóstico turístico de este cantón se tomó la información emitida mediante el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Portoviejo (2012).

- **UBICACIÓN**

El cantón Portoviejo está ubicado en la microrregión centro de la provincia de Manabí, República del Ecuador, América del Sur. La jurisdicción del cantón Portoviejo se localiza en el sector centro oeste de la República del Ecuador, y centro sur de la Provincia de Manabí, en la línea de costa del océano Pacífico, con una extensión 954.9 km² y en el límite con los cantones:

Al Norte: por la parroquia Charapotó del cantón Sucre; y por las jurisdicciones de las cabeceras cantonales: Rocafuerte, Junín y Calceta.

Al Este: por la parroquia San Sebastián, constitutiva del cantón Pichincha.

Al Sur: por las parroquias Honorato Vásquez, y Ayacucho, así como por la jurisdicción de la cabecera cantonal Santa Ana, todas constitutivas del cantón de igual nombre.

Al Oeste: por la jurisdicción de la cabecera cantonal Jipijapa, del cantón de igual nombre; por la parroquia La Pila del cantón Montecristi; y por las jurisdicciones de las cabeceras Cantonales Montecristi y Jaramijó.

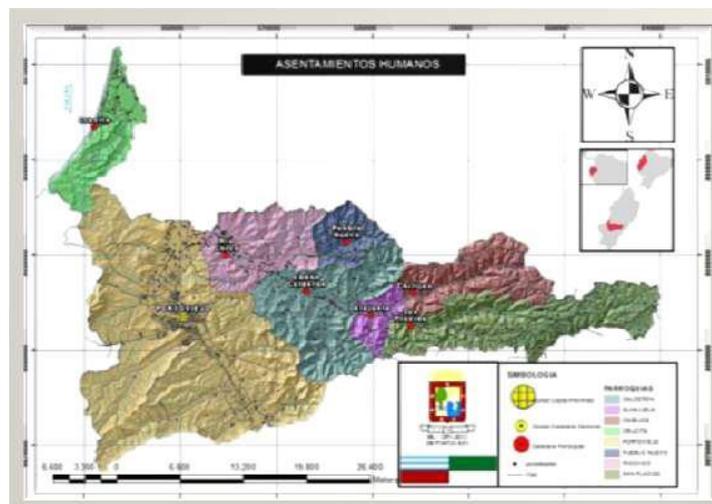


Gráfico 4.4. Mapa del cantón Portoviejo

Fuente: Plan de ordenamiento territorial GAD Portoviejo

- **Población**

Los datos del último censo de Población y vivienda del 2010 según el INEC, establecen una población total para el cantón Portoviejo es de 280029 habitantes. La tasa de crecimiento registrada en el cantón de Portoviejo por el último Censo, es del 1,5% anual. Dicha tasa se encuentra a la par de la tasa de crecimiento nacional la misma que asciende a 2,3%.

Cuadro 4.3. Población cantón Portoviejo

| POBLACIÓN | URBANA | RURAL | HOMBRES | MUJERES |
|-----------|--------|-------|---------|---------|
| 280029 | 223086 | 56943 | 137969 | 142060 |

Fuente: INEC 2010

- **SERVICIOS BÁSICOS**

El sistema de agua potable del cantón Portoviejo, tiene una proyección para atender a 260.000 personas, mediante las siguientes plantas de tratamiento:

- Planta de tratamiento Cuatro Esquinas (90.000 m³/día)

- Planta de Tratamiento Guarumo (43.200 m³/día)
- Planta de tratamiento Las Pulgas (4.000 m³/día)

El sistema de alcantarillado abastece en el área urbana a un 85%, mientras que en el área rural este sistema alcanza únicamente 27%, cuenta con un sistema separado, que está constituido por una red sanitaria conformada por 25,4 km de colectores principales y 6,6 km de colectores secundarios, además de una red pluvial compuesta por 8,4 km de colectores principales y 14,9 km de colectores secundarios, a la red sanitaria se hallan conectados alrededor de 20.000 usuarios.

CUADRO DE DISTANCIAS ENTRE CANTONES

Cuadro 4.4. Distancias entre cantones

| CANTONES | DISTANCIAS | Tiempo aproximado |
|--------------------------|------------|-------------------|
| Portoviejo - Manta | 35 Km. | 35 minutos |
| Portoviejo – Montecristi | 20 Km. | 20 minutos |
| Montecristi - Manta | 15 km. | 15 minutos |

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Portoviejo 2012

Debido al potencial turístico se enfoca en la investigación antes mencionada se puede destacar, que los cantones de Manta, Portoviejo y Montecristi cuenta con recursos culturales religiosos importantes para el desarrollo de un circuito, además se pudo observar que los servicios turísticos, la accesibilidad son óptimas para la elaboración de un producto turístico religioso.

4.1.3. IDENTIFICACIÓN DEL MARCO LÓGICO

| RESUMEN NARRATIVO | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
|--|---|---|---|
| FINALIDAD Crear un circuito turístico de las iglesias de los cantones del centro – sur de la provincia de Manabí | La creación de un circuito turístico de las iglesias logrará captar 45000 turistas en los primeros 5 años lo que permitirá incrementar el índice de afluencia de visitantes en un 20% | Registros estadísticos y financieros del Ministerio de Turismo, Dirección de Turismo del cantón Manta, Dirección de Turismo Cantón Portoviejo | Apoyo institucional de los GAD de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, y del Ministerio de Turismo |
| PROPOSITO Contribuir a la creación de oferta turística que fortalezca el sector turístico de la zona | Se incrementará el ingreso de los propietarios de los negocios turísticos en la zona en un 5%. | Datos socioeconómicos emitidos por los Planes de ordenamiento territorial de los GAD de los cantones del centro – sur de Manabí. | Trabajo conjunto con los propietarios de los establecimientos de servicios turísticos para mejorar la calidad. |
| COMPONENTES | | | |
| Elaboración de los componentes del circuito turístico de las iglesias de los cantones del centro sur de la provincia de Manabí | En la primera etapa se analiza la demanda, luego se determina la oferta identificando atractivos y servicios turísticos, se entrevista a las operadoras turísticas para establecer la competencia del circuito. | Encuestas Entrevista Fichas de inventarios | Utilizando de información existente, determinando datos con apoyo de los GAD de los cantones y del Ministerio de Turismo. |
| Diseño del circuito turísticos de las iglesias de los cantones del centro – sur de la provincia de Manabí. | En la segunda etapa se realiza el diseño del circuito mediante un mapa de los cantones Montecristi, Manta y Portoviejo, donde se seleccionan los lugares a visitar | Ficha de atractivos Mapa del circuito | Apoyo técnico de los expertos del Ministerio de Turismo. |

Elaboración: Propia

4.1.4. IDENTIFICACIÓN FODA

Cuadro 4.10. Análisis FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES. |
|--|--|
| 1. Vías de acceso en buen estado en los cantones. | 1. Incremento del turismo interno debido a promoción turística. |
| 2. Crecimiento económico por actividades como el turismo, el comercio e industrial. | 2. Puerto marítimo que atrae al turismo extranjero |
| 3. Atractivos turísticos culturales y naturales conocido a nivel nacional. | 3. Apoyo financiero para formar microempresas turísticas. |
| 4. Valor histórico y cultural de la zona. | 4. Interés gubernamental para el desarrollo turístico. |
| 5. Motivación de sus habitantes por generar fuentes de trabajo a través del turismo. | 5. Capacitaciones continuas del MINTUR para fortalecer la atención al cliente. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| 1. Poco desarrollo de circuitos turísticos. | 1. Inseguridad pública. |
| 2. Recursos culturales sin la debida conservación. | 2. Zona en peligro de fenómenos naturales. |
| 3. Personal sin asesoramiento en el ámbito de turismo religioso. | 3. Pobreza y crisis económica. |
| 4. Falta planificación turística para el desarrollo del sector. | 4. Falta de educación. |
| 5. Deficiencias en los servicios básicos públicos. | 5. Pocas fuentes de empleo |

Elaboración: Propia

ANÁLISIS FODA

De acuerdo a la investigación realizada se puede destacar que este sector cuenta con vías de acceso en buen estado, pero a pesar de esta ventaja no se han desarrollado circuitos turísticos que permitan el aumento de la afluencia de turistas, además cuenta con atractivos turísticos culturales importantes pero al pasar del tiempo se han deteriorado y no han recibido su respectiva conservación, teniendo en cuenta del valor histórico que tienen estos cantones que son de interés de los turista, el personal que brinda el servicio turístico tiene poco conocimiento sobre el desarrollo del turismo religioso.

La promoción turística que tiene los cantones Manta y Montecristi han permitido incrementar el turismo interno, además la llegada de turistas extranjeros por medio de los cruceros, permitiría dar a conocer el circuito turístico que se propone mediante esta investigación, de esta manera se podría motivar a los habitantes de esta zona que se dediquen a la actividad turística aprovechando el apoyo financiero que brinda el gobierno para la creación de microempresas dirigidas a este sector.

4.2. PROCESO ELABORACIÓN CIRCUITO TURÍSTICO

4.2.1. GENERACIÓN DE IDEAS

La generación de ideas se la realizó mediante la técnica de lluvia de ideas, en la segunda fase del desarrollo de los resultados, siendo los actores principales los autores de la investigación, con la que se pudo identificar los principales criterios para la formación del producto turístico, como se puede mostrar en el siguiente gráfico:

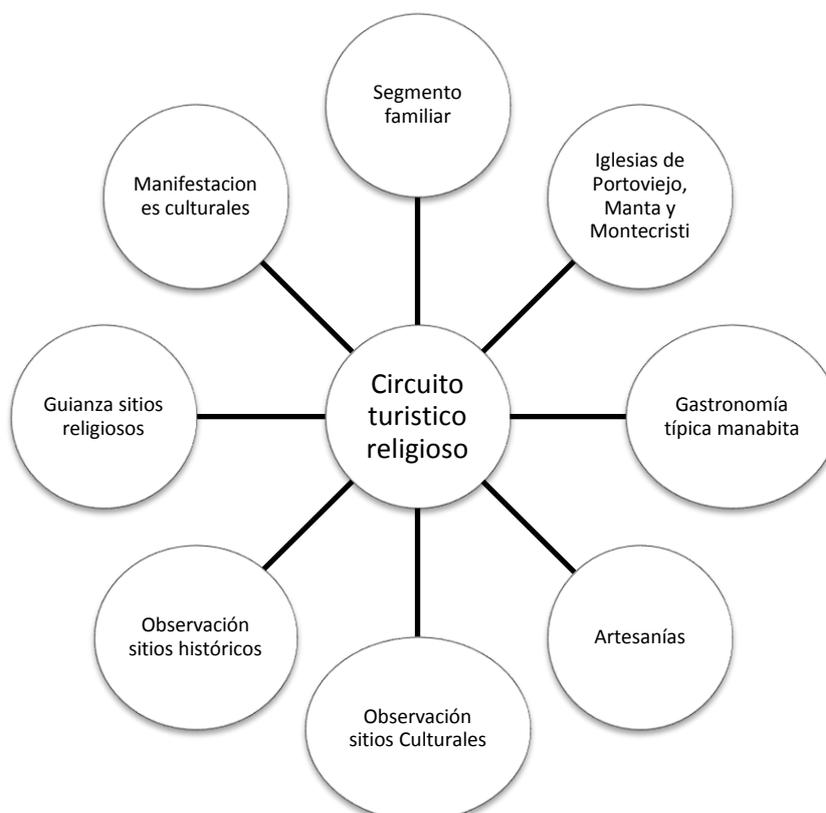


Gráfico 4.5. Lluvia de Ideas del circuito turístico

Elaboracion: Propia

4.2.2. SELECCIÓN O CRIBADO DE LAS IDEAS

En la selección o cribado de las ideas se utilizó la matriz de selección con la finalidad de filtrar las ideas obtenidas mediante la investigación.

Cuadro 4.11. Selección o cribado de ideas

| | |
|--|--|
| ¿Qué es y en que consiste el negocio? | El producto consiste en un circuito religioso de las iglesias de Portoviejo, Montecristi y Manta |
| ¿Cuál es la función básica que va a satisfacer nuestro producto? | El producto satisface la necesidad del mercado de visitar los templos religiosos de la zona. |
| ¿Qué producto vamos a ofertar? | Se oferta un producto a base de un circuito turístico que contiene visita a sitios religiosos, históricos, culturales, artesanías y gastronomía. |
| ¿Quiénes van hacer nuestros clientes potenciales? | Los clientes potenciales serán el segmento familiar con motivaciones religiosas, para luego expandirse a nuevos mercados. |
| ¿En qué condiciones se va ofrecer nuestro producto? | Se ofrecerá un producto de calidad se lo realizará mediante recorridos guiados. |

Elaboración: Propia

4.2.3. CONCEPTO DE PRODUCTO

Para la realización del concepto del producto se elabora una matriz de atributos en la que se trata de examinar y enumerar los atributos físicos (tamaño, diseño, forma, etiquetado, envase, color, materiales, durabilidad, etc.), funcionales (explicitar las cosas que el cliente puede hacer con nuestro producto, su fiabilidad, versatilidad, etc.) y psicológicos o de imagen (cómo se ve el cliente cuando consume nuestro producto, cómo se siente).

Cuadro 4.12. Concepto del Producto

| ATRIBUTOS | VENTAJAS | BENEFICIOS |
|-----------------------|--|--|
| Físicos | Circuito turístico de los centros religiosos de los cantones de Portoviejo, Montecristi y Manta. | La creación de un producto turístico que beneficie al desarrollo socioeconómico de las comunidades. |
| Funcionales | Recorridos por sitios religiosos, culturales, compra de artesanías, consumo de la gastronomía manabita. | Conservación de los sitios religiosos, culturales y conocimiento de las artesanías que se elaboran en la zona. |
| Psicológicos / imagen | El cliente al hacer el recorrido se siente complacido al conocer los atractivos turísticos de esta zona. | Se incrementa el turismo interno, además se promociona los lugares turísticos de la provincia. |

Elaboración: Propia

4.2.4. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA MARKETING

Producto

El producto que se plantea en esta investigación consta un circuito turístico de las iglesias de los cantones de Portoviejo, Montecristi y Manta, dirigido al turismo religioso como romerías, visitas a lugares sagrados, visitas a iconos religiosos, viajes devocionales, peregrinación, iconografía religiosa, el turismo histórico como travesía de rutas memorables, visita a lugares de grandes acontecimientos, y el turismo cultural que consiste en el disfrute del folklore nacional, bailes y presentaciones culturales, leyendas, artesanías.

Plaza

La estrategia de plaza o distribución que propone utilizar para el circuito turístico de las iglesias será un canal de distribución indirecto, ya que se lo

distribuirá mediante las agencias de viajes mayoristas, para luego trasladar el producto a las operadoras turísticas de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, quienes proveerán al cliente del producto turístico.



Gráfico 4.6. Canal de Distribución circuito turístico

Elaboracion: Propia

Promoción

La promoción del circuito turístico de las iglesias se realizara mediante estrategias de publicidad por medio de los Gobierno Autónomos Descentralizados de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, por medio de radio y periódicos. Además mediante trípticos y pancartas en las que se especifica las características del circuito.

4.2.5. DESARROLLO DEL MERCADO DE PRODUCTO

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Se aplicó la fórmula de la muestra para determinar el número de personas a encuestar que resultó de 384 encuestados, se tomaron en cuenta la población de los cantones de Portoviejo (280029), Manta (226477) y Montecristi (70294) según el INEC 2010, esta investigación se realizó la primera semana de enero del 2013.

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + z^2 pq} \quad [04: 01]$$

Dónde:

N= Números de habitantes (576800)

n= Números de encuestados (95% = valor estándar de 1,96)

z= Valor correspondiente a nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito (0,5)

q= Probabilidad de fracaso (0,5)

e= Margen de error (5%= 0,05)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 576800}{0,05^2(506506 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{553958,72}{1442,9579} = 384 \text{ personas a encuestar}$$

Género

Cuadro No. 04.01. Género de los encuestados

| Género | Frecuencia | % |
|-----------|------------|------|
| Masculino | 205 | 53 |
| Femenino | 179 | 47 |
| TOTAL | 384 | 100% |

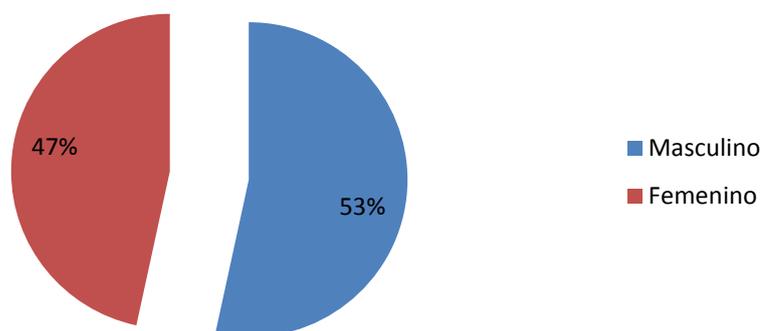


Gráfico No. 04.01. Valores que indican el género de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 53% de la población de estudio es masculino, mientras que el 47% son de género femenino, lo que demuestra que la mayoría de los turistas son de género masculino.

Estado civil

Cuadro No. 04.02. Estado Civil de los encuestados

| Estado Civil | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------|
| Soltero | 132 | 34 |
| Casado | 152 | 40 |
| Divorciado | 100 | 26 |
| TOTAL | 384 | 100% |

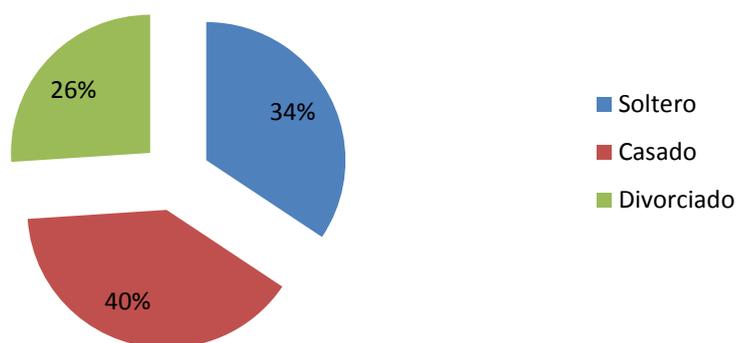


Gráfico No. 04.02. Valores que indican el estado civil de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 34% de la población de estudio es soltero, mientras que el 40% está casado, y el 26% está divorciado lo que demuestra que la mayoría de los turistas están casados indicando que este grupo viene acompañado de su familia.

Edad dentro de los siguientes intervalos

Cuadro No. 04.03. Edad de los encuestados

| Edad | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------|
| 0 – 15 | 45 | 12 |
| 18 – 30 | 73 | 19 |
| <45 años | 108 | 28 |
| 46 – 60 años | 98 | 25 |
| 61 – 75 años | 45 | 12 |
| >75 años | 15 | 4 |
| TOTAL | 384 | 100% |

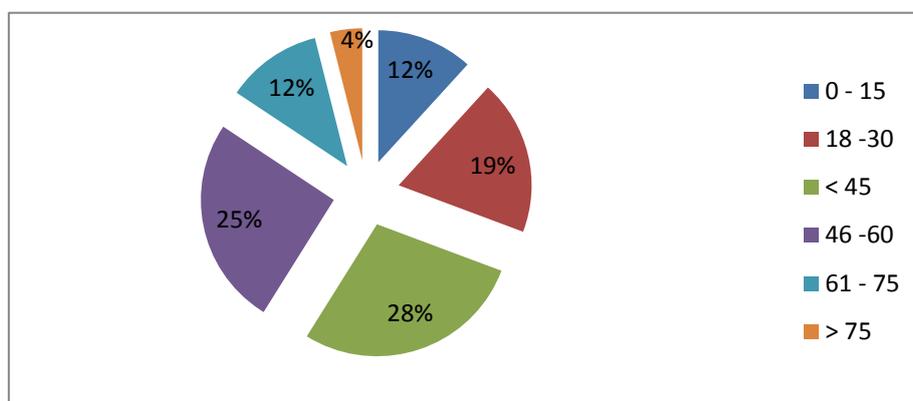


Gráfico No. 04.03. Valores que indican la edad de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 28% de la población de estudio tiene un promedio de edad menor de 45 años, mientras que el 25% está entre los 46 a 60 años, y un 18% tiene de entre 18 a 30 años, lo que demuestra que la mayoría de los turistas tienen un promedio de edad menor a 45 años.

Grado de instrucción

Cuadro No. 04.04. Grado de instrucción de los encuestados

| Grado de instrucción | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|------|
| Primaria | 98 | 25 |
| Secundaria | 164 | 43 |
| Superior | 122 | 32 |
| TOTAL | 384 | 100% |

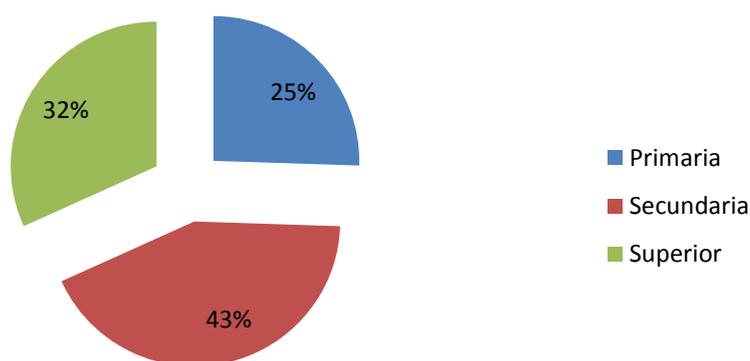


Gráfico No. 04.04. Valores que indican el grado de instrucción de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 25% de la población de estudio tiene un grado de instrucción primaria, mientras que el 43% tiene una instrucción secundaria, y el 32% tiene un grado de instrucción superior, lo que demuestra que la mayoría de los turistas tienen como grado de instrucción la secundaria.

Ocupación profesional

Cuadro No. 04.05. Ocupación profesional de los encuestados

| Ocupación | Frecuencia | % |
|------------------|------------|------|
| Empleado público | 98 | 26 |
| Empleado privado | 59 | 15 |
| Trabajador | 35 | 9 |
| Empresario | 65 | 17 |
| Jubilado | 45 | 12 |
| Ama de Casa | 50 | 13 |
| Estudiante | 24 | 6 |
| Otros | 8 | 2 |
| TOTAL | 384 | 100% |

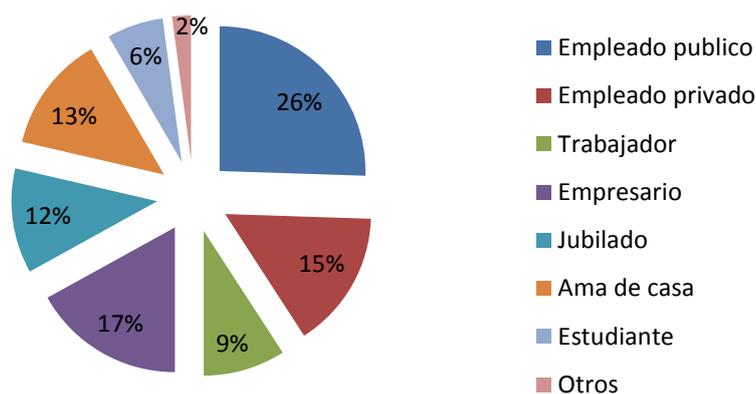


Gráfico No. 04.05. Valores que indican la ocupación de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 26% de la población de estudio tiene como ocupación el de empleado público, mientras que el 17% son empresarios, y un 15% son empleados privados, lo que demuestra que la mayoría de los turistas trabajan en entidades públicas.

Ingreso promedio

Cuadro No. 04.06. Ingreso promedio de los encuestados

| Ingresos | Frecuencia | % |
|-----------|------------|------|
| <\$290 | 95 | 25 |
| 291 – 400 | 115 | 30 |
| 401-700 | 109 | 28 |
| >701 | 65 | 17 |
| TOTAL | 384 | 100% |

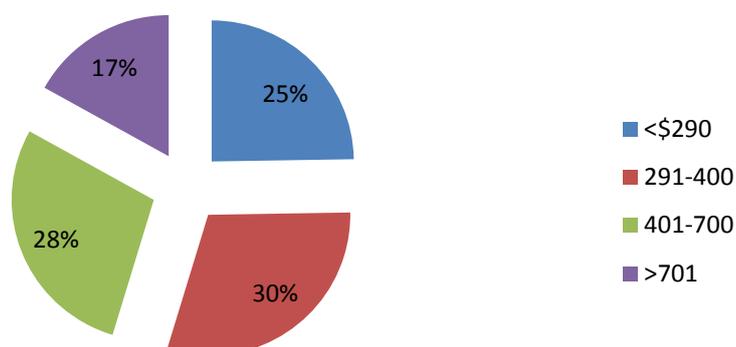


Gráfico No. 04.06. Valores que indican los ingresos de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 25% de la población de estudio tiene ingresos menores a \$290, mientras que el 30% tienen ingresos de entre \$291 a \$400 dólares, el 28% tiene ingresos de \$401 a \$700 y el 17% tiene ingresos mayores a \$701, lo que demuestra que la mayoría de los turistas tienen ingresos de entre \$291 a \$401 dólares.

Motivación de visitar este lugar

Cuadro No. 04.07. Motivo de visita de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|------|
| Fe religioso | 58 | 15 |
| Cultura | 35 | 9 |
| Visita a amigos | 55 | 14 |
| Paisaje | 69 | 18 |
| Arqueología | 15 | 4 |
| Gastronomía | 29 | 8 |
| Aventura | 45 | 12 |
| Festividades | 65 | 17 |
| Fotografía | 13 | 3 |
| Otros | 0 | 0 |
| TOTAL | 384 | 100% |

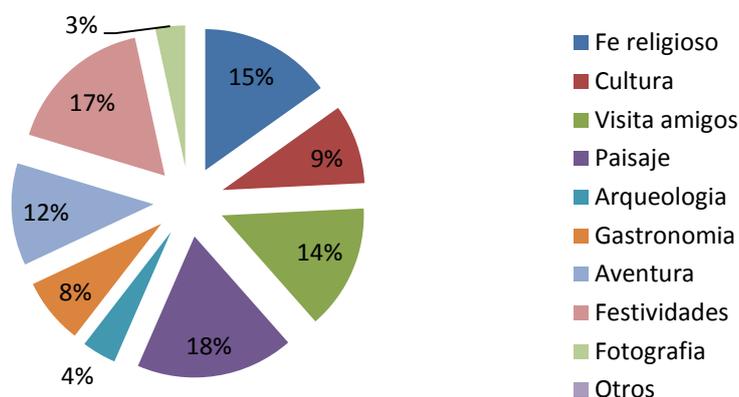


Gráfico No. 04.07. Valores que indican la motivación de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 18% de la población de estudio visita este lugar por el paisaje, mientras que el 17% lo hace por las festividades que se dan en este lugar, el 15% visita por motivos de fe religioso, y el 14% por visita amigos, lo que indica que la mayoría de los turistas tienen como motivación visitar este lugar por el paisaje.

Procedencia (Nacional)

Cuadro No. 04.08. Procedencia de visita de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|------------|------|
| Manabí | 80 | 21 |
| Guayas | 24 | 6 |
| Azuay | 75 | 20 |
| Esmeraldas | 12 | 3 |
| Pichincha | 98 | 26 |
| Santa Elena | 9 | 2 |
| Loja | 36 | 9 |
| Riobamba | 24 | 6 |
| Latacunga | 26 | 7 |
| Otros | 0 | 0 |
| TOTAL | 384 | 100% |

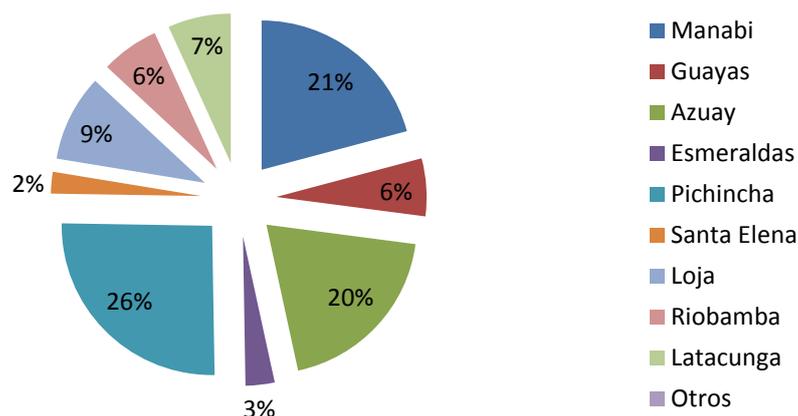


Gráfico No. 04.08. Valores que indican la procedencia de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 21% de la población de estudio tiene como procedencia la provincia de Manabí, mientras que el 26% procede de la provincia de Pichincha, el 20% de la provincia de Azuay, y el 9% provincia de Loja, lo que indica que la mayoría de los turistas tiene como procedencia la provincia de Manabí.

Compañía cuando viaja

Cuadro No. 04.10. Compañía de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|----------|------------|------|
| Familia | 174 | 45 |
| Pareja | 64 | 17 |
| Amigos | 81 | 21 |
| Solo | 65 | 17 |
| TOTAL | 384 | 100% |

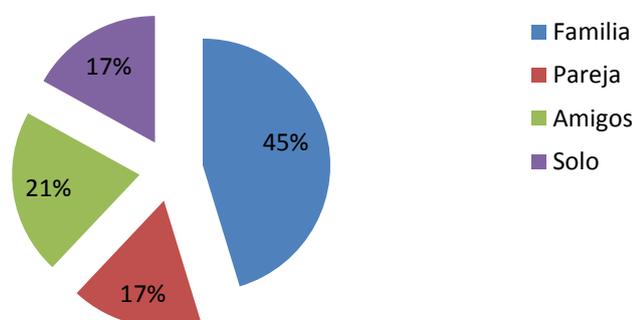


Gráfico No. 04.10. Valores que indican la compañía de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 45% de la población de estudio cuando viaja lo hace acompañado de su familia, mientras que el 21% lo hace acompañado de los amigos, el 17% viaja acompañado de su pareja, y el 17% viaja solo, lo que indica que la mayoría de los turistas cuando viaja los hace acompañado de su familia.

Números de viaje a este lugar

Cuadro No. 04.11. Cantidad visita de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|----------|------------|------|
| Si | 204 | 53 |
| No | 180 | 47 |
| TOTAL | 384 | 100% |

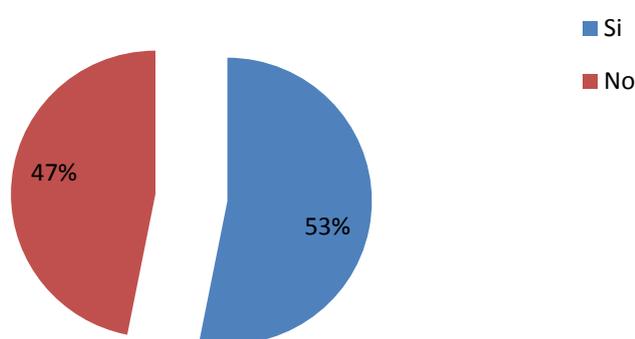


Gráfico No. 04.11. Valores sobre la cantidad visitas de los visitantes nacionales

Con los resultados de la encuesta se pudo observar que el 53% de la población de estudio ha visitado este lugar por primera vez, mientras que el 43% ya lo ha visitado anteriormente, lo que indica que la mayoría de los turistas no han visitado este lugar antes.

Tiempo de anticipación tuvo para planear el viaje

Cuadro No. 04.12. Modo de planificar el viaje de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|------------|------------|------|
| <15 días | 68 | 18 |
| Un mes | 86 | 22 |
| Tres meses | 96 | 25 |
| > 3 meses | 134 | 35 |
| TOTAL | 384 | 100% |

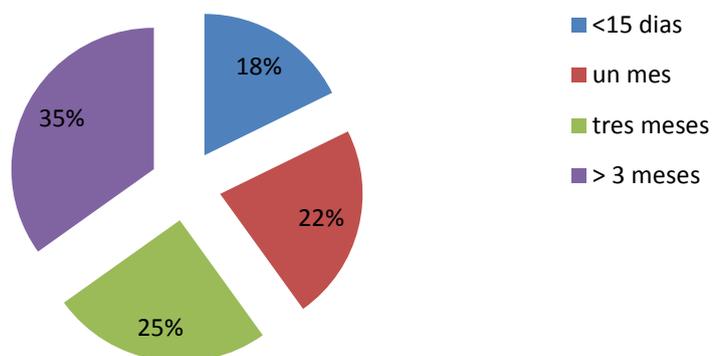


Gráfico No. 04.12. Valores que indican el tiempo en el que planifican el viaje de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 35% de la población de estudio planifica su viaje con más de tres meses de anticipación, mientras que el 25% planifica su viaje en tres meses, el 22% en un mes, y el 18% en 15 días, lo que indica que la mayoría de los turistas planifican su viaje con más de tres meses de anticipación.

Medio para escoger esta zona como destino de su viaje

Cuadro No. 04.13. Medio que utilizó para escoger el lugar a visitar de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|-------------------|------------|------|
| Idea propia | 67 | 17 |
| Agencia de viajes | 45 | 12 |
| Referencia amigos | 102 | 27 |
| Propaganda | 75 | 19 |
| Televisión | 95 | 25 |
| TOTAL | 384 | 100% |

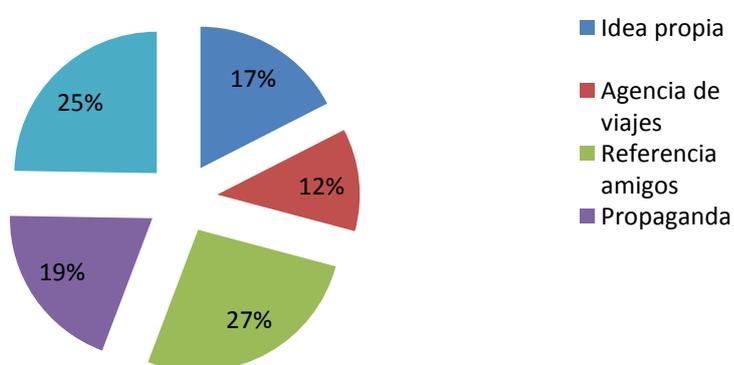


Gráfico No. 04.13. Valores que indican el medio para escoger el destino de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 27% de la población de estudio escogió esta zona como destino por referencia de amigos, mientras que el 25% lo hizo por medio de la televisión, el 19% por propaganda y el 17% por idea propia, lo que indica que la mayoría de los turistas escogieron esta zona como destino para su viaje por referencias de amigos.

Medios de transporte utilizó para venir a este lugar

Cuadro No. 04.14. Medio que utilizó para trasladarse de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|--------------------|------------|------|
| Movilidad propia | 178 | 46 |
| Transporte público | 125 | 33 |
| Agencia de viajes | 81 | 21 |
| TOTAL | 384 | 100% |

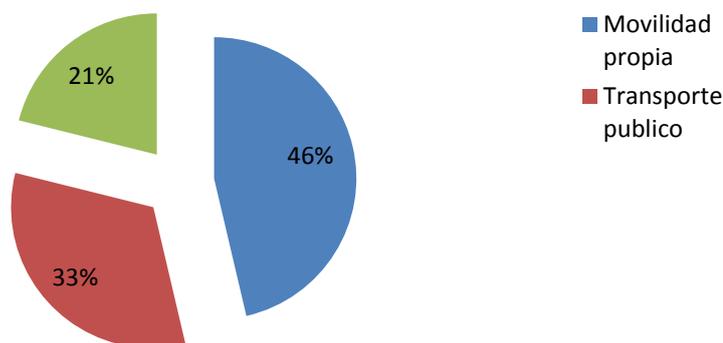


Gráfico No. 04.14. Valores que indican el medio transporte que utilizan los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 46% de la población de estudio utiliza su propio vehículo para trasladarse hasta el destino turístico, mientras que el 33% utiliza el transporte público, y el 21% utiliza las agencias de viajes, lo que indica que la mayoría de los turistas utilizan su propio vehículo para trasladarse al destino turísticos.

Distribución mediante un tanto por ciento su gasto en la visita

Cuadro No. 04.15. Distribución de los gastos de los encuestados

| Opciones | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------|
| Alimentación | 125 | 33 |
| Transporte | 135 | 35 |
| Alojamiento | 84 | 22 |
| Artesanías | 25 | 6 |
| Otros | 15 | 4 |
| TOTAL | 384 | 100% |

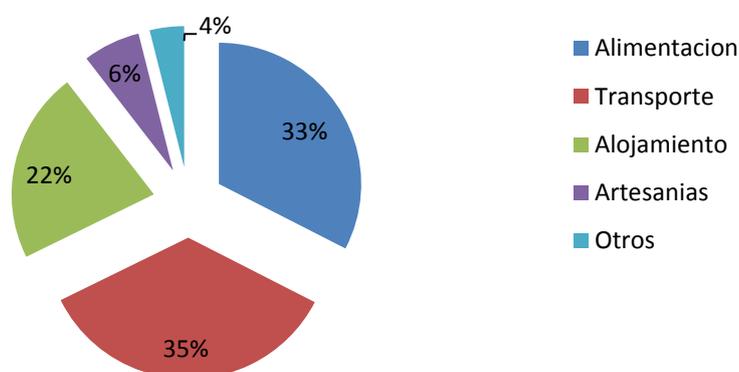


Gráfico No. 04.15 Valores que indican la distribución del gasto de los visitantes nacionales

Según los resultados de la encuesta se pudo observar que la población de estudio distribuye el gasto del viaje de manera que un 35% corresponde a transporte, mientras que el 33% alimentación, el 22% alojamiento, el 6% corresponde artesanías y el 4% a otros gastos, lo que indica que la mayoría de los turistas distribuyen la mayor parte del gasto a transporte, alimentación y alojamiento.

PERFIL DEL VISITANTE

En la determinación del perfil de visitante se escogió los resultados de la encuesta, en el que se identificó características importantes para la creación del circuito turístico.

Cuadro No. 04.16. Perfil del visitante

| INDICADORES | RESULTADOS |
|---------------------------------------|--|
| Género | Masculino 53% / Femenino 47% |
| Estado Civil | Casado 40% |
| Edad | < 45 años |
| Grado de instrucción | Secundaria 43% |
| Ocupación profesional | Empleado público 26% |
| Ingreso promedio | \$291,00 / \$400,00 30% |
| Motivación | Paisaje 18%, Festividades 17% y Religioso 15% |
| Procedencia | Pichincha 26%, Manabí 21% |
| Compañía para visitar el lugar | Familia 45% |
| Visita a este lugar anteriormente | Si 53% |
| Tiempo que planea el viaje | >3 meses 35% |
| Medio que escoge para visitar la zona | Referencia de amigos 27% |
| Medios de transporte | Movilidad propia 46% |
| Distribución del gasto | Transporte 35%, Alimentos 33%, Alojamiento 22% |

Elaboración: Propia

4.2.4. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Mediante el análisis del perfil del visitante se pudo determinar que el mercado al que se va a dirigir la oferta turística es el segmento familiar que acude a esta zona en feriados o festividades, con un ingreso promedio de \$400,00 dólares, y con procedencia de las provincias de Pichincha, Manabí y Azuay es así que el circuito turísticos se caracteriza por la visita a santuarios religiosos, cultural, natural y gastronómico con el objetivo de satisfacer la demanda.

4.2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA DIRECTA

Mediante la investigación bibliográfica se analizó las rutas o circuitos de santuarios religiosos que existen en el país, con el fin de identificar la competencia que existe para la investigación que se está realizando de la creación de un circuito turístico de las iglesias de los cantones del centro sur de Manabí. En el siguiente cuadro se determina el análisis de la competencia:

Cuadro 04.18. Cuadro de competencia de operadoras turísticas

| Nombre de la Ruta o Circuito | Programas que ofrece | Lugares | Segmento de mercado | | Difusión |
|--|--|---|---------------------|------------|--|
| | | | Nacional | Extranjero | |
| Circuito de las iglesias de los cantones del centro – sur de la provincia de Manabí. | <ul style="list-style-type: none"> Religioso Cultural Artesanías Arqueología Naturaleza | <ul style="list-style-type: none"> Manta Portoviejo Montecristi | Nacional | | Trípticos, Afiches |
| Peregrinos por Manabí | <ul style="list-style-type: none"> Religioso Gastronomía Artesanías Cultura | <ul style="list-style-type: none"> Manta Montecristi Portoviejo Santa Ana | Nacional | | Publicidad por medio del GAD cantón Manta |
| Ruta de las Iglesias Quito | <ul style="list-style-type: none"> Religioso Cultural Histórico | <ul style="list-style-type: none"> Centro Histórico Quito | Nacional | Extranjero | Publicidad y promoción Dirección de turismo y el GAD de la provincia de Pichincha. |

Fuente: POT del cantón Manta, Dirección de Turismo de la provincia de Pichincha

4.2.6. LANZAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Descripción del producto

El circuito turístico Tierra Santa Manabita fue escogido por los autores debido a que la provincia de Manabí es una zona rica en recursos culturales, además este un producto turístico que incluye recorridos guiados, por los sitios religioso, culturales, e históricos, de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, además de conocer la gastronomía típica manabita y las artesanías que esta región posee siendo el sombrero de paja toquilla el mas representativo.



Gráfico 4.7. Marca del Circuito Turístico

Elaboracion: Propia

Para el diseño de la marca del circuito turísticos se escogió la metodología de Escobar y González (2011), que establece dos fases para el proceso de elaboración que constan del establecimiento del decálogo en los que se escogió el color café que representan la cultura, el sombrero de paja toquilla que es patrimonio cultural de la humanidad, la bandera de la provincia de Manabí que representa la zona donde se desarrolla el circuito, y una imagen de un iglesia que indica los sitios religiosos a visitar.

La siguiente fase es la definición del mensaje global, para el circuito turístico se escogió “Tierra Santa Manabita”, debido a las bondades naturales, culturales e históricas que posee esta región además de la devoción religiosa que tienen los visitantes que acuden a los santuarios religiosos de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi.

4.3. CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHAS DE INVENTARIO DE LOS CANTONES

Cuadro 4.19. Ficha de inventario turístico cantón Manta

| ATRACTIVOS TURÍSTICOS | |
|---|---|
| NATURALES | CULTURALES |
| Playa de los esteros | Festival Internacional de Teatro |
| Playa de Tarqui | El Faro de Manta |
| Playa del Murciélago | Astillero de Manta |
| Playa de la Piñas | Iglesia Divino Niño |
| Playa de Barbasquillo | Iglesia de Nuestra Señora del Rosario |
| Playa de Piedra Larga | Iglesia de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro |
| Playa de San Mateo | Iglesia de Nuestra Señora de la Merced |
| Playa La Tiñosa | Fiestas del Comercio 23 y 24 de octubre |
| Playa de Santa Marianita | Iglesia La Dolorosa |
| Playa de Ligüiqui | Sector de edificaciones antiguas |
| Playa San Lorenzo | Casa de Arquitectura Valdivia El Aromo |
| Playa de Santa Rosa | Museo arqueológico y etnográfico Dr. José Reyes |
| Playa La Resbalosa | Museo Municipal Etnográfico CANCEBI |
| Refugio de Vida Silvestre Marina Costera de PACOCHE | Museo Centro Cultural de Manta |

Fuente: Ministerio de Turismo 2011

Cuadro 4.20. Ficha de inventario turístico cantón Portoviejo

| ATRATIVOS TURÍSTICOS | |
|--|---|
| NATURALES | CULTURALES |
| Cascada de Mancha Grande | Celebración religiosa patrona Portoviejo |
| Cerro de Hojas | Embutidos Calderón morcilla |
| Estuario Río Portoviejo | Feria Universidades UTM |
| Laguna Encantada | Fiesta cívica Portoviejo |
| Playa Crucita | Fiesta popular Revitalización Chigualos |
| Playa La Boca | Jardín botánico |
| Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales | Museo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales |
| Cascada del Cuchucho | Parque ecológico El Mamey |
| Cascada de Mancha Grande | Verbena parque central |
| Cerro de Hojas | Zona arqueológica cerro jaboncillo |
| Estuario Río Portoviejo | San Pedro y San Pablo Picoazá |
| Laguna Encantada | Monumento Inti Raymi |
| Playa Crucita | Complejo deportivo la california |
| Playa La Boca | Vuelo libre en crucita |

Fuente: Ministerio de Turismo 2011

Cuadro 4.21. Ficha de inventario turístico cantón Montecristi

| ATRATIVOS TURÍSTICOS | |
|--|---------------------------------------|
| NATURALES | CULTURALES |
| Cerro Montecristi | Museo Eloy Alfaro |
| Centro turístico artesanal de agua medicinal La Pila | Artesanías sombreros de paja toquilla |
| Isla de la Plata | Artesanías de La Pila |
| Playa San José | Santuario de la Virgen de Monserrate |

Fuente: Ministerio de Turismo 2011

CATASTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Cuadro 4.22. Catastro turístico cantón Portoviejo y Montecristi

| Nombre | Dirección | Categoría | Ubicación |
|---------------------|--|-------------------|-------------|
| ALIVEL TRAVEL | Reales Tamarindo, Centro Comercial Victoria,#113 | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| COLTUR | Sucre Y Morales | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| DELGADO TRAVEL | Ricaurte Y Córdova | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| MILJOHN TRAVEL | Chile 502 Y Córdova | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| PORTOTURIS | Olmedo 706 Y 9 De Octubre | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| MANABI TRAVEL | Córdova Entre Chile Y 18 De Octubre | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| ECUADOR CEIBOS TOUR | Sucre S/N Y Olmedo - Centro Comercial Pasaje Portoviejo 2da Planta | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| VENTURA TRAVEL | Alejo Lazcano Y Pedro Gual | Agencia de Viajes | Portoviejo |
| CEIBO REAL | Av. Manabí Y Juan Pio Montufar | Alojamiento | Portoviejo |
| EJECUTIVO | 18 De Octubre Y 10 De Agosto | Alojamiento | Portoviejo |
| EMPERADOR | Av. Manabí Y Fco. P. Moreira | Alojamiento | Portoviejo |
| NEW YORK | Francisco De P. Moreira Y Olmedo | Alojamiento | Portoviejo |
| MAXIMO | América Y 5 De Junio | Alojamiento | Portoviejo |
| CAMEL | Colon Y Ricaurte | Restauración | Portoviejo |
| CARRETA LA | Olmedo Y Alajuela | Restauración | Portoviejo |
| CREMA LA | Olmedo Y Sucre | Restauración | Portoviejo |
| CHE FARINA | Paseo Shopping, Patio De Comidas | Restauración | Portoviejo |
| CHIFA FELICIDAD | Av. Manabí Y América, Frente A Fybeca | Restauración | Portoviejo |
| CHIFA CANTON | Rocafuerte Y Pedro Gual | Restauración | Portoviejo |
| CHIFA WEI | Pedro Gual Y Espejo | Restauración | Portoviejo |
| ORLANDO | Km. 7 1/2 Vía A Manta | Alojamiento | Montecristi |
| TIERRA DORADA | Vía Circunvalación, Tramo Iii | Alojamiento | Montecristi |
| CHANTALITA LA | Playa San José Calle Los Geranios | Alojamiento | Montecristi |
| CABAÑAS DE MENDOZA | Vía Manta-Montecristi Cda. Las Pampas | Restaurant | Montecristi |
| ESQUINA DE ALES LA | Av. Metropolitana Y Calle 9 De Julio | Restaurant | Montecristi |
| JARDIN EL | Km 5 1/2 Vía Manta-Montecristi | Restaurant | Montecristi |
| VISCAYA | Rocafuerte Y Chimborazo | Restaurant | Montecristi |
| CABAÑAS DE MENDOZA | Vía Manta-Montecristi Cda. Las Pampas | Restaurant | Montecristi |

Fuente: Ministerio de Turismo 2011

Cuadro 4.23. Catastro turístico cantón Manta

| Nombre | Dirección | Categoría | Ubicación |
|--|--|-------------------|-----------|
| METROPOLITAN TOURING | Av. 4 Y Calle 13 | Agencia de Viajes | Manta |
| CARRTUR | Av. 105 Y Calle 103 | Agencia de Viajes | Manta |
| VIAJES Y TURISMO DELGADO | Calle 13 Frente Diario El Mercurio | Agencia de Viajes | Manta |
| JUNIORTRAVEL S.A | AVDA 6 Calle 13_14 | Agencia de Viajes | Manta |
| AESLIT | Av.4 C. 10 Menoscal Ofic.4, Segundo Piso | Agencia de Viajes | Manta |
| ICARO SUC. AEROPUERTO | Aeropuerto | Agencia de Viajes | Manta |
| ARENATOURS & EVENTOS | Barrio Jocay, Calle J-14 Entre J-1 Y J-3 No. 206 | Agencia de Viajes | Manta |
| MERCH TRAVEL | | Agencia de Viajes | Manta |
| OPERADORA DE TURISMO WILLQUITOUR | Avenida 24 De Mayo Calle 6 | Agencia de Viajes | Manta |
| AGENCIA OPERADORA DE VIAJES QATATOURS C.A. | Avda. 24 Entre Calles 11 Y 12 | Agencia de Viajes | Manta |
| OPERADORA DE TURISMO MANTAVIP S.A. | C.C. Plaza Del Sol, Piso 1 Ofic.#14 | Agencia de Viajes | Manta |
| OPERADORA DE TURISMO OLTOUR S.A. | Avda. Flavio Reyes Y Calle 22 | Agencia de Viajes | Manta |
| ORO VERDE | Malecón Y Circunvalación | Alojamiento | Manta |
| LAS GAVIOTAS | Malecón De Tarqui Entre Calle 105 Y 109 | Alojamiento | Manta |
| LUN FUN | Calle 2 Y Av. 11 | Alojamiento | Manta |
| EL INCA | Malecón De Tarqui Y Calle 105 # 204 | Alojamiento | Manta |
| PANORAMA | Av. 105 Y Calle 103 | Alojamiento | Manta |
| HOTEL MIAMI | C. 108 Y Malecón | Alojamiento | Manta |
| UMIÑA | Av. 12 Y Calle 1 | Alojamiento | Manta |
| BALANDRA | Calle 20 Av. 7 *B/ Córdova | Alojamiento | Manta |
| COSTA DEL SOL | Avenida Malecón 1 Y Calle 25 | Alojamiento | Manta |
| BOULEVARD 3 | CALLE 103 Y 104 Y AV. 105 | Alojamiento | Manta |
| LEO | Avda. 24 De Mayo Y Avda. 9 Esq. | Alojamiento | Manta |
| HOWARD JOHNSON | Km. 1.5 Vía Barbasquillo | Alojamiento | Manta |
| EL CANGREJO | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| EL CARACOL | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| EL COLORADO | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| EL CORAL | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| LA CORVINA | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| EL DORADO | Parque Del Marisco | Restaurant | Manta |
| EL DESCANSO DEL SURFISTA | Malecón Escénico Local#4 | Restaurant | Manta |
| LOS DELFINES | Malecón Escénico # 5 | Restaurant | Manta |

Fuente: Ministerio de Turismo 2011

FICHAS DE ATRACTIVOS DEL CIRCUITO TURISTICO

A. CANTÓN MANTA

Cuadro 04.24. Iglesia La Dolorosa

| | |
|--|--|
| <p>CATEGORÍA Manifestación Cultural</p> <p>TIPO Etnográfica</p> <p>SUBTIPO Creencias religiosas</p> <p>LOCALIZACIÓN Cantón Manta</p> |  |
| <p>LOCALIZACIÓN</p> <p>Altura: 5 msnm</p> <p>Latitud: 0560367</p> <p>Longitud: 988248</p> | |
| <p>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>La iglesia presenta una mezcla de estilos, con predominancia del estilo Romano, pues posee un campanario en el lado derecho de la edificación, en la parte central de dicho campanario se puede apreciar la imagen de la Virgen Dolorosa. El diseño del plano de la iglesia estuvo a cargo del Ing. Santiago Arizaga y fue presentado el 4 de Septiembre de 1998.</p> <p>Tiene forma rectangular, consta de dos bloques, el primero comprende una edificación de cinco plantas y un sótano y un segundo bloque que comprende la iglesia, conformada por un sótano como sala de reuniones y una estructura de cubierta de forma de arcos seguidos. Al lado derecho de la edificación hallamos una torre que sobresale claramente del resto de la estructura, en esta se encuentra el campanario y la imagen del Virgen Dolorosa, en el mismo lado y a lo largo de toda la estructura se pueden ver una serie de arcos, que en total son 12 uno seguido del otro, los mismo que forman un pasillo lateral a la iglesia.</p> <p>En la parte interior se puede apreciar una amplia decoración que consta de mármol, piedra y cerámica, en el altar mayor se encuentra un crucifijo hecho con el mismo material de toda la decoración, además de esto lo más llamativo son los vitrales que encontramos en las ventanas de la iglesia.</p> | |
| <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN</p> <p>Estado de Conservación: Conservado</p> <p>Causa: Se encuentra en constante mantenimiento.</p> | |
| <p>TEMPORALIDAD DE ACCESO</p> <p>La visita puede realizarse los 365 días al año</p> | |
| <p>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>Vía de acceso en buen estado asfaltado.</p> | |
| <p>JERARQUIZACIÓN</p> <p>III</p> | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.25. Iglesia Divino Niño

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Creencias religiosas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Manta | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 10 msnm Latitud: 0560345 Longitud: 9883546 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | La Iglesia Divino Niño, quizás es una de las más visitadas, empezó siendo una pequeña capilla que hoy por hoy se ha extendido lateralmente para ser una Iglesia con buen espacio físico. Sus procesiones son de las más numerosas pues asisten personas de diversas partes del cantón y de la provincia. Se encuentra ubicada en la ciudadela del mismo nombre "Divino Niño". | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterado Causa: Se encuentra en constante mantenimiento. | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04. 26. Iglesia La Merced

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Creencias religiosas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Manta | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 10 msnm Latitud: 0560763 Longitud: 9883675 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | La Iglesia La Merced fue la primera y la única durante muchos años en el Cantón Manta; y a raíz de ella han nacido todas las demás parroquias que existen en este maravilloso puerto ecuatoriano. A esta parroquia están asociadas otras obras, como la Fundación Río Manta y la casa de Ejercicios Pedro Claver. | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterado Causa: Se encuentra en constante mantenimiento. | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

B. CANTÓN PORTOVIEJO

Cuadro 04.28. Iglesia La catedral Jesús del Buen Pastor

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Creencias religiosas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Portoviejo | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 30 msnm Latitud: 0560762 Longitud: 9883643 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>Es una edificación moderna de formas históricas con bóveda de crucería, las naves laterales, arcos formados de medio punto y bóveda de media Canadá en la nave central. La fachada está formada por un conjunto de dos cuputin y linterna rodeada por ventanas de arcos. Un rosetón con vitral de acrílico y tres puertas, dos laterales y una central con archivoltas (disminución sucesiva de arcos) columnas laterales de fuste acanalado en tambores, con campanas de bronce con carillón. A lo largo del territorio manabita se pueden encontrar varios lugares de interés religioso como la Catedral Metropolitana en Portoviejo, con arquitectura tipo bizantino y pinturas –murales únicas en su género.</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Conservado Causa: Se encuentra en constante mantenimiento. | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.29 Iglesia La Merced

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Creencias religiosas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Portoviejo | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 38 msnm Latitud: 0561092 Longitud: 9883008 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>La Virgen de la Merced es patrona de Portoviejo, por lo tanto la ciudadanía le rinde homenaje con estas fiestas motivadas por la devoción y la fe hacia ella. Estas fiestas inician el 9 de Septiembre, y a partir de esta fecha se realiza el quincenario. Durante el quincenario se realizan rezos en la noche y madrugada y diferentes misas en el día. El 24 de Septiembre se le hace un homenaje a la virgen en la explanada de la iglesia de la merced, para después llevarla en procesión por las principales calles de la ciudad, en donde participa la comunidad manabita.</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | <p>Estado de Conservación: Alterado Causa: Se ha reestructurado del modelo original</p> | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso es asfaltado se encuentra en un estado regular. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.30. Museo Cerro Jaboncillo

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Históricas | |
| SUBTIPO | Arqueología | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Portoviejo | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 50 msnm Latitud: 0555234 Longitud: 9884618 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>El cerro Jaboncillo contiene un rico patrimonio arqueológico, el cual es explotado clandestinamente. El Cerro Jaboncillo o de Hojas se encuentra ubicado en la parroquia Picoazá, desde Portoviejo hasta la parroquia Picoazá se realizan 5 minutos en llegar, y desde Picoazá hasta las faldas del Cerro 10 minutos, la caminata es de 3 horas con varias paradas en diferentes áreas. El Cerro de Hojas, antiguo centro ceremonial utilizado por los aborígenes para ponerse en contacto con las divinidades, y de esta forma agradecer por las bondades de la tierra, tradición que en la actualidad se le llama "Fiesta de la cosecha" o "Inti Raymi".</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterada Causa: Destrucción. | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | Verano en los meses desde Junio hasta Diciembre | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso empedrado. | |
| JERARQUIZACIÓN | II | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.31. Parque Vicente Amador Flor

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Realizaciones técnicas | |
| SUBTIPO | Obras técnicas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Portoviejo | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 32msnm Latitud: 0561080 Longitud: 9883087 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>Este es el parque central de la ciudad de Portoviejo en el que se desarrolla la vida cotidiana de los ciudadanos. La utilidad del mismo es para esparcimiento, áreas verdes y riqueza cultural (Glorieta y monumento a Vicente Amador Flor).</p> <p>Construcción típica de un parque central, consta de varios pasadizos que conducen a la parte central en la cual se halla la Glorieta; sus pasadizos están adoquinados y posee alrededor áreas verdes las más que están protegidas por pasamanos de hierro y también encontramos bancas de hierro.</p> <p>El parque posee una superficie de 90 m. cuadrados aproximadamente. En el parque por la existencia de la Glorieta se dan manifestaciones culturales como verbenas que se destacan por su elegancia y carga de expresión. También se debe destacar el monumento de Vicente Amador Flor que es un personaje muy conocido de la ciudad de Portoviejo</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterada Causa: Presión urbana | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | Se visita los 365 días del año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso asfaltado regular | |
| JERARQUIZACIÓN | II | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.32. Iglesia del Sagrado Oratorio Réplica de la catedral

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Creencias Religiosas | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Portoviejo | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 35msnm Latitud: 0561057 Longitud: 9883117 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>La iglesia del Sagrado Oratorio se ubica en la calle Ricaurte y Sucre, diagonal a La Merced, frente al parque central Vicente Amador Flor. Es una imitación a menor escala de la catedral Jesús del Buen Pastor. A lado del Sagrario viven las madres de la Comunidad Oblata, donde tienen sus celdas y se encargan del mantenimiento del lugar y de realizar los rezos para los visitantes.</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterada Causa: Presión urbana | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | Se visita los 365 días del año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso asfaltado regular | |
| JERARQUIZACIÓN | II | |

Elaboración: Propia

C. CANTÓN MONTECRISTI

Cuadro 04.33. Santuario de la Virgen de Monserrate

| | |
|---|--|
| <p>CATEGORÍA Manifestación Cultural</p> <p>TIPO Etnográfica</p> <p>SUBTIPO Creencias religiosas</p> <p>LOCALIZACIÓN Cantón Montecristi</p> |  |
| <p>LOCALIZACIÓN</p> <p>Altura: 164msnm</p> <p>Latitud: 0537749</p> <p>Longitud: 9883873</p> | |
| <p>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>La Basílica Menor de la Virgen de Monserrate, fue construida por el Párroco yugoslavo Emil Palcic, entre 1959-1962, las gradas que conducen a la Basílica tienen 10 metros de altura, en la parte externa se observan dos torres de estilo romano, que constituyen la característica principal de toda su construcción, en este santuario se realiza el festejo a la patrona de Montecristi la Virgen de Monserrate, esta fiesta se da el 21 y 22 de noviembre de cada año con una enorme concurrencia de creyentes.</p> | |
| <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN</p> <p>Estado de Conservación: Alterado</p> <p>Causa: Acto que se realiza todo los años.</p> | |
| <p>TEMPORALIDAD DE ACCESO</p> <p>La visita puede realizarse los 365 días al año pero el mes de noviembre es más concurrido.</p> | |
| <p>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>Vía de acceso en buen estado asfaltado.</p> | |
| <p>JERARQUIZACIÓN</p> <p>III</p> | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.34. Centro de Artesanías

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Etnográfica | |
| SUBTIPO | Artesanías | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Montecristi | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 157 msnm Latitud: 0537799 Longitud: 9884000 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>Manabí tiene un patrimonio vivo de origen ancestral y de tipo popular que se expresa en la gastronomía y en la elaboración de artesanías de semillas, fibras naturales, barro y más materia prima.</p> <p>La técnica y saber ancestral de producción de una infinidad de productos es preservada y mostrada en términos históricos. Las artesanías que se realizan en el atractivo van desde la elaboración del famoso sombrero de paja toquilla que hoy en día es patrimonio cultural de la humanidad, además se realizan carteras, accesorios, adornos decorativos, muebles, hamacas, entre otros, este lugar es muy concurrido por turistas nacionales y extranjeros.</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Conservado Causa: La tradición se mantiene | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

Cuadro 04.35. Ciudad Alfaro

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Histórico | |
| SUBTIPO | Museo | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Montecristi | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 240 msnm Latitud: 0537455 Longitud: 9883434 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>Ciudad Alfaro es un espacio histórico y público creado por el Gobierno de la Revolución Ciudadana que se encuentra en las faldas del Cerro de Montecristi, en el cantón de ese mismo nombre, provincia de Manabí, Ecuador. descansa sobre una explanada situada a más de 240 metros sobre el nivel del mar, desde la cual se contempla la costa de la provincia de Manabí, disfrutando al mismo tiempo de la diversidad ecológica del empinado cerro de Montecristi de 610 metros de altura, enclavado en el bosque tropical seco. En el Centro Cívico se encuentra un museo sobre la revolución Alfarista, un archivo histórico, el ex plenario de la Asamblea Constituyente donde realizan magnos actos cívicos, y un paseo artesanal.</p> <p>La institución fue creada por Mandato Constituyente N° 17 del 23 de julio de 2008 y forma parte del sector patrimonial del Gobierno Nacional de la República del Ecuador. Ese Mandato establece como propósito institucional el desarrollo educativo, cultural, académico, social, tecnológico y turístico</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Conservado Causa: Se visita todo el año | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

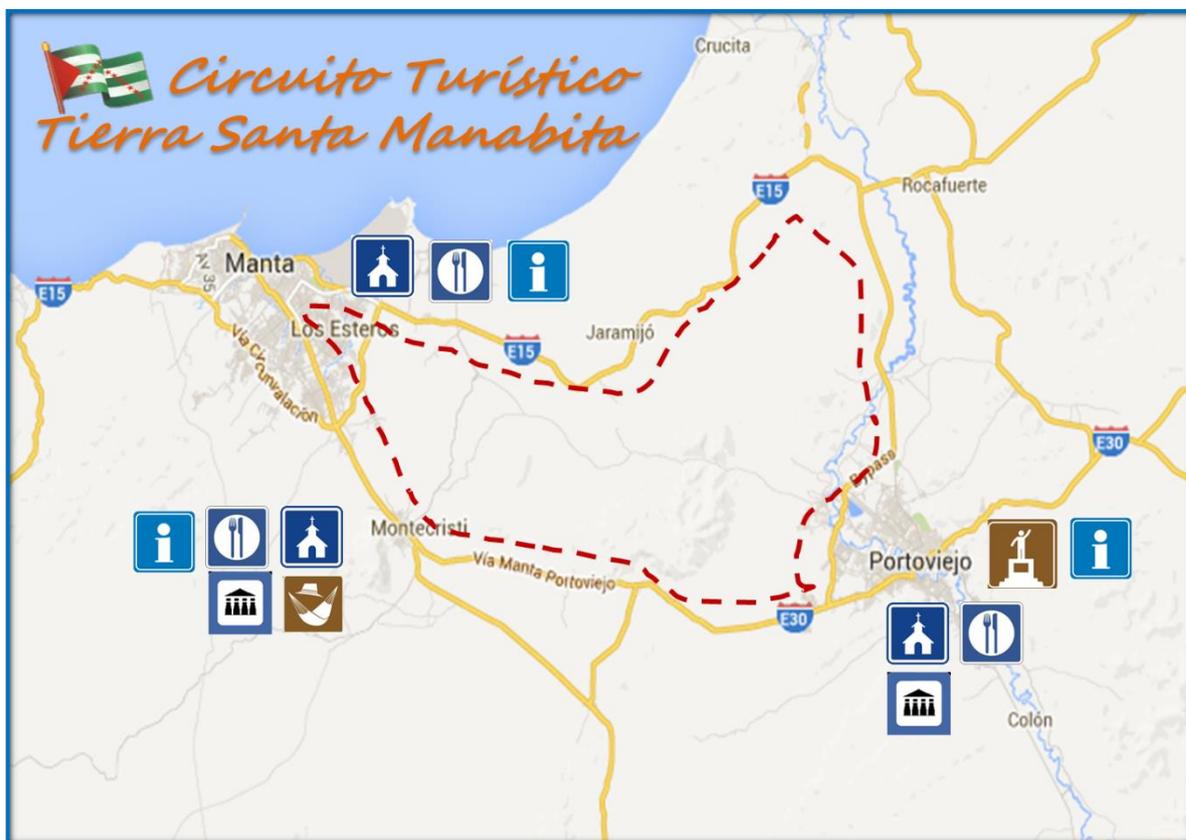
Elaboración: Propia

Cuadro 04.36. Casa de Alfaro

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| CATEGORÍA | Manifestación Cultural |  |
| TIPO | Histórico | |
| SUBTIPO | Museo | |
| LOCALIZACIÓN | Cantón Montecristi | |
| LOCALIZACIÓN | Altura: 131 msnm Latitud: 0537637 Longitud: 9883890 | |
| DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO | <p>La casa de Alfaro es de estilo tradicional con elementos folclóricos, forma sencilla transmitida con la inclusión de elementos y detalles de la arquitectura europea de esa época. Es un lugar donde estuvo originalmente la casa natal de Eloy Alfaro, la misma que fue decorada, fue construida en 1950 una edificación de hormigón, donde reposan los objetos que pertenecieron al líder del liberalismo, presidente de la república, miembro de la logia masónica de la que pertenecía Bolívar.</p> | |
| ESTADO DE CONSERVACIÓN | Estado de Conservación: Alterado Causa: Piezas en buen estado | |
| TEMPORALIDAD DE ACCESO | La visita puede realizarse los 365 días al año | |
| INFRAESTRUCTURA BÁSICA | Vía de acceso en buen estado asfaltado. | |
| JERARQUIZACIÓN | III | |

Elaboración: Propia

MAPA DEL CIRCUITO TURISTICO



Manta

Iglesia La Dolorosa
Iglesia Divino Niño
Iglesia La Merced
Restaurant Malecón Escénico

Portoviejo

Iglesia la Catedral Jesús Buen Pastor
Iglesia La Merced
Iglesia Sagrario Oratorio
Museo Cerro Jaboncillo
Parque Vicente Amador Flor

Montecristi

Santuario Virgen de Monserrate
Centro de Artesanías
Ciudad Alfaro
Casa Alfaro



Gráfico 4.9. Mapa Circuito Turístico

Elaboracion: Propia

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Con los resultados de la investigación desarrollada y complementando los objetivos formulados y la pregunta científica, corresponde presentar las principales conclusiones de carácter teórico y práctico referidas a la problemática objeto de estudio:

- Se fundamentó la investigación con el estudio de los conceptos teóricos con el que se elaboró el marco referencial, siguiendo los principales enfoques relacionados con la temática, a partir de la revisión de una actualizada bibliografía publicada en diferentes formatos lo que constituye el fundamento para la propuesta de un circuito turístico de las iglesias de los cantones de Portoviejo, Manta, Montecristi.
- La propuesta de un diseño metodológico satisface los requerimientos la elaboración de un producto turístico, cumpliendo las fases, etapas, métodos y técnicas identificadas como el diagnóstico turístico de los cantones de estudio, generación de ideas, cribado o selección de ideas, concepto del producto, estrategias de marketing, lanzamiento y comercialización del producto.
- El concepto de la propuesta fue elaborar un producto turístico basado en un circuito turístico religioso, siendo el nombre de este Tierra Santa Manabita, el cual tendrá recorridos a sitios culturales, históricos y religiosos, además el turista podrá probar la gastronomía manabita y conocer las artesanías que se elaboran en la zona.
- El producto tiene como mercado potencial el familiar de procedencia turismo interno de las provincias de Pichincha, Manabí y Azuay, con la motivación religiosa y cultural, además para la publicidad del circuito se utilizará

trípticos, pancartas, promoción radial y periódicos, siendo el canal de distribución el indirecto de mayorista a minorista hasta llegar al turista.

- Para el diseño del circuito se seleccionó a 7 santuarios religiosos, 3 museos, 1 centro de artesanía y 1 parque, estos atractivos pertenecen a los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, mediante las fichas de inventarios turísticos se analizó los que poseen mayor jerarquización con relación a los demás recursos turísticos que existen en la provincia.
- La promoción y comercialización del circuito turístico de las iglesias se realizara mediante estrategias de publicidad por medio de los Gobierno Autónomos Descentralizados de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, por medio de radio y periódicos. Además mediante trípticos y pancartas en las que se especifica las características del circuito.

5.2. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones mencionadas anteriormente se puede incluir un conjunto de recomendación que contribuye al desarrollo de investigación del circuito turístico por cuanto se debe:

- Complementar al diseño del circuito turístico otros programas encaminados a la necesaria preservación de los recursos culturales, para conservar el patrimonio histórico de la provincia de Manabí.
- Proporcionar este producto a las agencias y operadoras turísticas para que promocionen este circuito a los turistas, además que se incluyan dentro de los paquetes turísticos que estos comercializan.
- Presentar propuestas de investigación para la creación de productos innovadores que permitan incrementar la afluencia de turistas, contribuyendo al desarrollo turístico de esta zona.
- Socializar la propuesta del circuito turístico Tierra Santa Manabita a los GAD de los cantones de Portoviejo, Manta y Montecristi, para que lo incluyan dentro de sus actividades festivas patronales, de esta manera podrán incrementar el flujo de visitantes generando un desarrollo socioeconómico en la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, C. 2008. La construcción de la imagen turística de un territorio a través de la publicidad. Revista Questiones publicitarias. Vol. 1. No.12. página 91-104.
- Andrade. 2012. Pasión de Cristo recordada con Fe, procesión de Cristo del Consuelo. Periódico La Hora. EC. El día 06 de abril del 2012.
- Barreto, M. 2008. La delicada tarea de planificar turismo cultural: Un estudio de caso con la fermanidad de la ciudad de Blumenau Brasil. Revistas de Turismo y Patrimonio cultural Pasos. Vol. 1. Mo. 1. Pág. 51-63.
- Boullón, R. 2008. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas S. A. México. 1ed. Página 35-38.
- Escobar, A. y González, Y. 2011. Marketing turístico. Editorial Síntesis S.A. España. 1ed. Página 83,84.
- Esteve, R. 2009. Estructura de mercados turísticos. Editorial UOC. Primera Edición. España. Página 31.
- Franco, S. 2009. Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca – México. Revista Estudios perspectiva en turismo. Vol. 18. No. 2. Página 25.
- López, D. 2008. El sistema turístico en Nicaragua: Desarrollo turístico integrado para la Región Norte departamentos de Estelí y Nueva Segovia. Universidad Jaume. Segunda Edición. Ediciones Castello de la Plana. Página 260.
- Mena, 2012. Inicia la procesión Jesús del Gran Poder en el Centro Histórico de Quito. Periódico La Hora Manabita. EC. El día 06 de Abril del 2012.

MINTUR (2008). Ministerio de Turismo del Ecuador. Concepto de inventario turístico. Consultado el 16 de Junio del 2010. Formato (PDF). Disponible en:<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/575/1/23T0246%20ZURITA%20ROSA.pdf>

Plan de Ordenamiento Territorial cantón Montecristi. 2012. Línea Base del cantón Montecristi. Consultado el 25 de Marzo del 2013. Formato (pdf).

Plan de Ordenamiento Territorial cantón Manta. 2012. Línea Base del cantón Manta. Consultado el 25 de Marzo del 2013. Formato (pdf).

Plan de Ordenamiento Territorial cantón Portoviejo. .2012. Línea Base del cantón Portoviejo. Consultado el 25 de Marzo del 2013. Formato (pdf).

Proyecto de Ley Orgánica de Turismo. 2012. Asamblea Nacional. No. SAN 2012 0996. Página 07.

Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Editorial Universidad a Distancia San José, Costa Rica. Primera Edición. Página 189.

Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Concepto de Circuito turístico. Editorial Universidad a Distancia San José, Costa Rica. Primera Edición. Página 265.

Salinas, E. 2009. Los productos turísticos, pilares de la comercialización, dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. Revista Estudios perspectiva en turismo. Vol. 18. No. 2. Página 5.

Saldivar, J. 2011. El Desarrollo Del Turismo Religioso translocal: El Caso De la Santería Afrocubana En Lima, Perú. Revistas Reflexiones. Vol.91. N°1. Pág. 140. Perú.

Serra, A. 2003. Marketing Turístico, Ediciones Pirámide, Madrid. 1ed. Página 55-57.

Rengel, 2011. Cuatrocientos mil feligreses caminaban junto a la imagen de la virgen del Cisne en un Trayecto de 20 horas. EC. Periódico Ciudadanía informada. EL 18 de Agosto del 2011.

Tujaka, D. 2010. La cartografía turística como una herramienta TIC infrutilizada. Revista Turidec. Vol.25. No. 6. Página 86-98.

Vaca, M. 2010. Circuito Turístico Guayaquil – Salinas – Puerto Cayo. Tesis Facultad de Ingeniería Marítima, Licenciatura en Turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador. Página 03.

Vásquez, D. 2010. Estudio de Señalización Integral Turística para Costa da Morte. Revista Gestión Cultural. Vol. 05. No. 09. Página 79-96.

Zurita, R. 2010. Diseño de la ruta turística del chagra cantón mejía. Consultado el 16 de Junio del 2010. Formato (PDF). Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/575/1/23T0246%20ZURITA%20ROSA.pdf>

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ” CARRERA DE TURISMO

Mediante la presente encuesta se pretende determinar el perfil del turista que visita los santuarios religiosos de los cantones de Portoviejo, Montecristi y Manta, para elaborar una ruta turística que permita desarrollar el turismo religioso en la región.

1) Género

Masculino () Femenino ()

2) ¿Cuál es su estado civil?

Soltero () Casado () Divorciado ()

3) ¿Cuál es su edad dentro de los siguientes intervalos?

| | | | |
|--------------|-----|--------------|-----|
| 00 - 15 años | () | 46 - 60 años | () |
| 18 - 30 años | () | 61 - 75 años | () |
| - 45 años | () | + 75 años | () |

4) ¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria () Secundaria () Superior ()

5) ¿Cuál es su ocupación?

| | | | |
|----------------------|----------------------|----------------|----------------|
| Empleado público () | Empleado privado () | Trabajador () | Empresario () |
| Jubilado () | Ama de casa () | Estudiante () | Otros () |

6) ¿Cuál es su ingreso promedio?

Menso \$290 () \$291 - \$400 () \$401 - \$700 () >701 ()

7) ¿Por qué escogió visitar este lugar?

| | | | |
|--------------|-----|-------------|-----|
| Fe religioso | () | Paisaje | () |
| Cultura | () | Arqueología | () |

| | | | |
|-----------------|-----|---------------------|-----|
| Visita a amigos | () | Gastronomía | () |
| Aventura | () | Fotografía | () |
| Festividades | () | Otros (especifique) | |

8) ¿Cuál es su procedencia? (Nacional)

| | | | |
|---------------------|-------|-------------|-----|
| Manabí | () | Santa Elena | () |
| Guayas | () | Loja | () |
| Azuay | () | Riobamba | () |
| Esmeraldas | () | Latacunga | () |
| Pichincha | () | | |
| Otros (especifique) | _____ | | |

9) ¿Quién lo acompaña cuando viaja?

Familia () Pareja () Amigos () Solo ()

10) ¿Es este su primer viaje a este lugar?/

Si () No () ¿En este caso cuantas veces ha venido antes?

11) ¿Qué tiempo de anticipación tuvo para planear el viaje?

Menos de 15 días () Un mes () Tres meses () Más de tres meses ()

12) ¿Qué medio utilizo para escoger esta zona como destino de su viaje

() Idea propia () Agencia de Viajes () Referencia de amigos () Propaganda

(Especifique) _____

() Documental en televisión o revistas/ tv and magazine (Especifique) _____

13) ¿Qué medios de transporte utilizó para venir a este lugar?/

Movilidad propia () Transporte público () Agencia de viajes ()

14) ¿Cómo distribuye mediante un tanto por ciento su gasto en la visita?

Alimentación () Transporte () Artesanías () Otros ()

15) ¿Cuál de los siguientes santuarios le gusta más?

- | | | | |
|--|-----|--|-----|
| Catedral del buen Pastor Portoviejo | () | Iglesia la Merced Portoviejo | () |
| Iglesia del Divino Niño Manta | () | Santuario Nuestra Señora de la Merced Manta | () |
| Basílica Menor de la Virgen de Monserrate Montecristi | () | Monasterio Las Carmelitas Montecristi | () |

16) ¿Se considera Usted satisfecho por su visita a este lugar?

Si () No ()

17) Aproximadamente ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una paquete de turismo religioso?

\$35 A \$55 () 56 - 75 () 76- 95 () >96 ()

18) Anote 4 cosas que le gustaron de este lugar

1.- _____ 3.- _____

2.- _____ 4.- _____

19) Anote que no le agrado de su visita a este lugar

1.- _____ 3.- _____

2.- _____ 4.- _____

Muchas gracias por su colaboración

ANEXOS

