



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

DIRECCIÓN DE POSGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN TURISMO**

MODALIDAD:

(TRABAJO DE TITULACIÓN/ ARTÍCULO CIENTÍFICO)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS
SOSTENIBLES**

TEMA:

**CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN
PEDERNALES PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE
DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

AUTORA:

ELIANA PILAR MERA BRAVO

TUTOR:

Ing. RODNEY ALFONSO ALFONSO, M Sc.

COTUTOR:

Ing. LUIS MADRID JIMENEZ PhD.

CALCETA, AGOSTO 2019

DERECHOS DE AUTORÍA

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

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

ELIANA PILAR MERA BRAVO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ING. RODNEY ALFONSO ALFONSO, M Sc, certifica haber tutelado el trabajo de titulación **CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN PEDERNALES PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**, que ha sido desarrollada por **ELIANA PILAR MERA BRAVO**, previa la obtención del título de Magister en Turismo, mención Gestión Sostenible de Destinos Turístico de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Ing. RODNEY ALFONSO ALFONSO M Sc.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN PEDERNALES PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**, que ha sido propuesto, desarrollado por **ELIANA PILAR MERA BRAVO**, previa la obtención del título de Magíster en Turismo, mención Gestión Sostenible de Destinos Turístico de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. YAMIL DOUMET CHILÁN MG.
MIEMBRO

Ph D. ZOILA ULACIA OVIEDO
MIEMBRO

ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M Sc.
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad, y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales.

A la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Institución que me ha formado en la parte laboral y académica; y me ha brindado la oportunidad de seguirme preparando Profesionalmente.

A mis grandes amigos con los que compartimos aula de clases y momentos inolvidables y de los que estoy segura realizarán grandes logros profesionales, al M Sc. Rodney Alfonso Alfonso, por su paciencia, enseñanza y guía dentro del proceso de titulación.

.....

ELIANA PILAR MERA BRAVO

DEDICATORIA

“Dicen que antes de entrar en el mar, el río tiembla de miedo. Mira para atrás todo el camino recorrido, las cumbres, las montañas, el largo y sinuoso camino abierto a través de selvas y poblados, y ve frente de sí un océano tan grande, que entrar en él solo puede significar desaparecer para siempre. Pero no hay otra manera, el río no puede volver. Nadie puede volver. Volver atrás es imposible en la existencia. El río necesita aceptar su naturaleza y entrar en el océano. Solamente entrando en el océano se diluirá el miedo, porque solo entonces sabrá el río que no se trata de desaparecer en el océano, sino en convertirse en océano.”

“Khalil Gibran”

Este logro se lo dedico a mi madre y a mis tías que agradezco hayan estado presentes en mi vida cada día y que han sido parte fundamental de mi crianza enseñándome los valores que me han formado como persona. A mi madre que es mi fortaleza y me impulsa a no desfallecer ante nada ni nadie y que ha creído en todo momento en mis capacidades.

ELIANA PILAR MERA BRAVO

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.1.1. LA SITUACIÓN PROBLÉMICA	2
1.1.2. RAZÓN DE SER DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1.3. NORMATIVAS VIGENTES QUE LA JUSTIFIQUEN	4
1.1.5. HIPÓTESIS INVESTIGATIVA	6
1.1.6. OBJETIVOS	6
CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO	7
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	7
2.1.1 ARGUMENTACIÓN METODOLÓGICA DESDE LA TEORÍA	7
2.1.2 EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1.3 DESCRIPCIÓN DE ETAPAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZARSE 9	9
2.1.4 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA POR OBJETIVOS	10
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	11
3.1.5 PERFIL DEL TURISTA	11
3.1.6 Diseño del instrumento de recolección	12
3.1.7 Tamaño de muestra	12
3.1.8 Análisis y definición de Perfil del Turista	13
3.1.9 Perfil del turista	17
3.2 Descripción y características del destino Pedernales	18
3.2.1 CARACTERIZACIÓN Y DELIMITACIÓN	18
3.2.2 POBLACION	19
3.2.3 PLANTA TURÍSTICA	19
3.2.4 CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO PEDERNALES	21
3.2.5 Análisis del destino Pedernales	31
3.3 ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN	32
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO	38
4.1 CONCLUSIONES	38
4.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS	47

CONTENIDO DE TABLAS Y ILUSTRACIONES

TABLA 1. CUADRO DE ANTECEDENTES METODOLÓGICOS	7
TABLA 2. CUADRO DE ETAPAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN	9
TABLA 3. RESULTADOS DEL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA.	12
TABLA 4. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS TURISTAS ENCUESTADOS	13
TABLA 5. APRECIACIÓN DEL DESTINO POR LOS TURISTAS ENCUESTADOS	15
TABLA 6. FACTORES PRINCIPALES DE LA VISITA DEL TURISTA ENCUESTADO.....	16
TABLA 7. GUSTOS DEL TURISTA ENCUESTADO EN REFERENCIA AL LUGAR	16
TABLA 8. PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA PEDERNALES.....	17
TABLA 9. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PEDERNALES	29
TABLA 10. MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN	33
ILUSTRACIÓN 1. MAPA DEL CANTÓN PEDERNALES.....	19
ILUSTRACIÓN 2. ESCULTURA JAMA COAQUE	22
ILUSTRACIÓN 3. RESERVA ECOLÓGICA MACHE – CHINDUL	24
ILUSTRACIÓN 4. BOSQUE PROTECTOR PATA DE PÁJARO.....	26
ILUSTRACIÓN 5. REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES ESTUARIO DEL RIO MUISNE Y RIO COJIMÍES.....	27
ILUSTRACIÓN 6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PEDERNALES.....	30
ILUSTRACIÓN 7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN..	32

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto caracterizar al turista para el planteamiento de estrategias de diversificación de productos turísticos en el cantón Pedernales. Esta investigación se desarrolló en dos fases fundamentales: la primera consistió en la identificación del perfil del turista, que fue posible con el levantamiento de información realizado a través del diseño de una herramienta de recolección de datos con la que se aplicó una encuesta dirigida a 381 personas. El perfil del cliente levantado reveló que mayoritariamente los turistas son internos, enmarcados entre los 20 y 40 años y provienen principalmente de la propia provincia y de la región Sierra. Son fundamentalmente personal empleado en instituciones públicas, motivado por las playas y la gastronomía y consideran a Pedernales como un lugar seguro y con una alta satisfacción. La segunda fase, tomó en consideración la Georreferenciación del área de estudio, una descripción de elementos y características naturales y culturales existentes en el destino Pedernales; con el fin de llegar al planteamiento de las estrategias de diversificación. Las propuestas realizadas se concentran en la constitución de un observatorio Turístico, el establecimiento de esquemas de colaboración con los sectores académicos y empresariales, el diseño y promoción de este destino de manera más inclusiva, tecnológica, responsable con el medio ambiente, los ecosistemas y recursos. Finalmente se plantea un fortalecimiento del marco normativo de mejora regulatoria y facilitación turística, en torno a la competitividad del sector en Pedernales.

Palabras Claves: identificación, factores de visita, perfil del turista, estrategias de diversificación.

ABSTRACT

The purpose of this research is to characterize the tourist for the planning of diversification strategies for tourist products in the Pedernales canton. This research was carried out in two fundamental phases: the first one consisted of the identification of the tourist profile, which was possible with the gathering of information carried out through the design of a data collection tool with which a survey directed at 381 was applied. people. The profile of the client raised revealed that mostly tourists are internal, framed between 20 and 40 years and come mainly from the province itself and the Sierra region. They are primarily personnel employed in public institutions, motivated by beaches and gastronomy and consider Pedernales as a safe place with high satisfaction. The second phase took into consideration the Georeferencing of the study area, a description of natural and cultural elements and characteristics existing in the Pedernales destination; in order to arrive at the approach of diversification strategies. The proposals made focus on the constitution of a Tourist Observatory, the establishment of collaboration schemes with the academic and business sectors, the design and promotion of this destination in a more inclusive, technological, responsible way with the environment, ecosystems and resources . Finally, there is a strengthening of the regulatory framework for regulatory improvement and tourism facilitation, around the competitiveness of the sector in Pedernales.

Keywords: visit factors, tourist profile, diversification strategies.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. INTRODUCCIÓN

En (Senplades, 2017) se menciona que, en la última década la actividad turística se ha consolidado como una de las principales generadoras de divisas para el país, ocupando el tercer lugar en los ingresos de divisas por actividades no petroleras. Los ingresos por turismo han crecido de USD 849,7 millones en 2011 a USD 1.449 millones en 2016, con un promedio anual del 11%. La baja de ingresos turísticos en 2016 está relacionada con el efecto del terremoto de abril 2016 que ocasionó una reducción del turismo. Sin embargo, existe una tendencia de recuperación en 2017 con niveles mayores a los de 2015.

La expansión masiva del turismo adopta formas diferentes ya que consiste en un movimiento heterogéneo y no homogéneo, realizado por muchos tipos distintos de viajeros, que buscan una amplia gama de productos turísticos, según (Lickorish, 2010). Es por tal razón señalar que; para que el sector turístico tenga un adecuado desarrollo en territorio se debe de diseñar, planificar y ejecutar actividades acordes a características sociodemográficas y necesidades insatisfechas del turista.

El producto turístico es la combinación de prestación y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. El producto turístico incluye los atractivos del destino, así como las industrias "soporte" de la actividad turística, según (diccionarioempresarial, 2019).

Para la (UNWTO, 2019) las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos. En efecto, cuando éstos no corresponden a las necesidades y expectativas de los turistas, no se puede aprovechar plenamente el potencial de dicho destino. A pesar de ello, sólo unos pocos destinos centran su atención en el desarrollo y en la oferta de diversas atracciones y actividades que aporten un valor añadido al producto turístico.

Considerando que la planificación y promoción de destinos turísticos debe apoyarse en un conocimiento profundo de las exaltaciones relevantes para los visitantes, ya que la oferta debe potenciar aquellos atractivos que mejor concuerden con las motivaciones turísticas o concentrarse en un mercado diferente donde las motivaciones turísticas y los recursos del destino armonicen. según (Best, 2007) y (Meiriño, Brea, Vila, & López, 2016)

(Fernández & Gómez, 2012) definen que el perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos.

Para lograr la formulación de las estrategias es necesario conocer la situación del destino, las características de los visitantes, mismas que deben estar relacionadas con hacer evolucionar sus productos, imagen y marca del destino, lo que se puede lograr incorporando argumentos distintivos como calidad, diversidad, manejo de recursos, riqueza natural y cultural, con el fin de poder diferenciar al destino de la competencia.

1.1.1. LA SITUACIÓN PROBLÉMICA

El Cantón Pedernales, se encuentra en la provincia de Manabí, dispone de una superficie 1.932.20 Km², con una población de 55.128 habitantes, dividido en tres parroquias rurales: Cojimíes, Atahualpa, Diez de Agosto, y su cabecera cantonal Pedernales, es un cantón que ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de la ciudad, misma que a veces es desconocida por los turistas, según (GAD PEDERNALES, 2018)

El patrimonio turístico del cantón Pedernales está integrado por un total de 32 recursos turísticos, de los cuales 17 el 53% del total del patrimonio son

sitios naturales, el 47% se encuentra catalogado como manifestaciones culturales.

Con dichos antecedentes se evidencia que Pedernales posee los recursos turísticos necesarios para el desarrollo de actividades turísticas, pero hasta el momento de la investigación el destino no inicia aun una etapa de desarrollo turístico que vaya acorde a las necesidades y motivaciones de los visitantes, es por esto por lo que se ha planteado esta investigación con el afán de conocer las características del visitante del cantón.

Además, conviene destacar además que no se encontró un estudio de este tipo realizado en el cantón, por lo que se plantea de relevancia caracterizar al visitante del destino Pedernales en la provincia de Manabí, Ecuador a través de la definición del perfil del turista.

1.1.2. RAZÓN DE SER DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad no se cuenta con información estadística oficial actualizada sobre el comportamiento vacacional de los ecuatorianos en calidad de turista o excursionista. La última investigación oficial sobre el turismo interno la hizo el MINTUR a raíz de la implementación del Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador (CSTE) conjuntamente con el SETE – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, que se realizó durante el periodo junio 2002- julio 2003 en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR). (MINTUR, 2014)

Cabe considerar que el turismo interno, ha crecido fuertemente en los últimos años, principalmente por la disponibilidad de excelentes carreteras que reducen el tiempo de viaje por vía terrestre y facilitan el desplazamiento de las familias, por las campañas nacionales para motivar a los ecuatorianos para viajar primero en Ecuador, y también por la entrada en vigencia de puentes vacacionales dispuestos por ley que viabilizan que la gente puede tomar varios días seguidos de vacación. (MINTUR, 2018)

En el Informe sobre Fomento al emprendimiento turístico del Ecuador, la actividad turística tiene un impacto en el crecimiento económico y por ende en mejorar la vida de los habitantes de Ecuador. Los resultados del informe, en especial aquellos que resaltan las debilidades del país, deben ser un punto de partida para tomar acción. identifica áreas en las que las economías basadas en el turismo podrían obtener mejores resultados si se adaptaran a las cambiantes tendencias mundiales, (MINTUR, 2018).

La razón de la investigación es conocer las características del turista que visita el Cantón Pedernales, información base de tipo relevante para que el destino pueda diseñar y planificar productos y actividades turísticas; y logre el desarrollo turístico esperado a futuro.

1.1.3. NORMATIVAS VIGENTES QUE LA JUSTIFIQUEN

La (Constitución de la República del Ecuador, 2008) en sus artículos 24 y 66 reconocer y garantizar a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas modalidades turísticas establecidas conforme a la ley.

En la Ley de Turismo en su Art. 4.- establece que la política estatal con relación al sector del turismo debe dar cumplimiento a los objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (LEY DE TURISMO, 2014)

Cabe considerar que el Turismo es considerado un sector estratégico en la matriz productiva nacional, ha formado parte del Plan del Buen vivir 2013-2017 y ha sido también priorizado en el Plan de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021) como pilar de la reactivación económica, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras, la entrada de divisas al país y fuente importante en la generación de empleo. En la última

década, la actividad turística se ha consolidado como una de las principales generadoras de divisas para el país, ocupando el tercer lugar en los ingresos de divisas por actividades no petroleras. Los ingresos por turismo han crecido de USD 849,7 millones en 2011 a USD 1.449 millones en 2016, con un promedio anual del 11%. (MINTUR, 2018)

Si bien es cierto, que la escasa planificación estratégica plurianual para el Desarrollo de Turismo Sostenible por parte del Ministerio de Turismo es debido a una falta de articulación entre los programas de capacitación, control, generación de emprendimientos turísticos, inversión en la creación de facilidades turísticas, diversificación de la oferta turística; con las leyes y reglamentos vigentes. (PLANDETUR, 2011)

Es conveniente anotar que Pedernales es un cantón con mucho potencial para el desarrollo de la actividad turística. Al realizar el análisis de la demanda se pudo constatar que existe un buen número de turistas que llegan al cantón año tras año sobre todo en temporada de playera de costa (diciembre a abril) y de la sierra (junio a septiembre). Es un destino que tiene amplias posibilidades de ser explotado, tiene atractivos turísticos con gran belleza escénica y representatividad a los que en su mayoría únicamente, les hace falta incorporar facilidades turísticas y señalización para poder promocionarse, la relevancia de dichos atractivos implica la posibilidad de diseñar productos turísticos anclados a las tendencias actuales (GAD PEDERNALES, 2018)

1.1.4. REALIZAR LA TEÓRICA DE LAS VARIABLES Y EL CONTEXTO

La realidad viajera y turística es compleja, dinámica, multicultural, emocional, muy fluida por el entorno social y muy influyente en el desarrollo socioeconómico mundial, destaca (Piñole, 2015)

Para (Franch & Contreras, 2013) Los cambios que se suceden en la actividad turística son múltiples y variados. Estos cambios se presentan por el dinamismo que se imprime en la actividad, derivado de los resultados mundialmente. Este dinamismo tiene un efecto en las decisiones de los diferentes actores

A su vez (Armijos, Contreras, & Grunauer, 2018) consideran que el turismo es una fuente importante de crecimiento económico local. Esto implica que es muy relevante conocer los gustos, preferencias y hábitos de viaje del turista, de manera de incorporar criterios técnicos en la planificación de la inversión pública y privada, y en la creación, innovación o especialización de productos turísticos.

En ese sentido, el estudio del perfil del turista es sin duda, una fuente de información que permite conocer y analizar de mejor manera a los consumidores de un determinado destino turístico, destacando tanto su aspecto cuantitativo como son los datos estadísticos del flujo de turistas y el gasto turístico, y el aspecto cualitativo cuando se hace referencia al nivel sociodemográfico, socioeconómico, hábitos de viaje y motivaciones de viaje. (Sandoval & Bastías, 2015)

1.1.5. HIPÓTESIS INVESTIGATIVA

Si se realiza una caracterización del turista que visita el Cantón Pedernales, sería posible el diseño de estrategias de diversificación de los productos turísticos.

1.1.6. OBJETIVOS

OG. Caracterizar al turista para el planteamiento de estrategias de diversificación de productos turísticos en el cantón Pedernales.

- OE1. Identificar el perfil del turista que visita el cantón Pedernales.
- OE2. Plantear estrategias de diversificación de productos turísticos del Cantón Pedernales.

CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la estructura metodológica, fue necesario la revisión de fuentes que sirvieron de soporte para la realización de la investigación, lo que se detalla en el cuadro 1, donde se detallan los autores claves.

2.1.1 ARGUMENTACIÓN METODOLÓGICA DESDE LA TEORÍA

A continuación, se presentan de manera resumida metodologías a fines que se toman como base para el diseño metodológico de este trabajo. Estos a la vez permiten alcanzar los objetivos específicos planteados y que en este caso son: (Pardavé Livia, 2005), lo cual se resumen en la tabla 1.

Tabla 1. Cuadro de antecedentes metodológicos

AUTOR	TEMA	ETAPAS
(Pardavé Livia, 2005)	Propuesta metodológica para realizar estudios de mercadeo de productos tecnológicos	Descriptiva: Descripción del mercado Explicativa: Comprender el mercado Prescriptiva: Elegir el segmento
(Robleda, 2017)	Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán	El perfil del turista - Identificar características sociodemográficas Hábitos de viaje - Estructura de consumo Satisfacción del turista - Evaluar la satisfacción del turista
(García & Canovas, 2011)	Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.	- Identificación recursos patrimoniales - Aproximación a las motivaciones de la demanda - Comprobación del grado de correlación

Gobierno de Aragón	Plan diferencial de promoción turística de Aragón 2012 – 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de actividad turística <ul style="list-style-type: none"> — Análisis de la demanda turística. — Análisis de la oferta turística — Análisis DAFO — Perfil del turista • Objetivos y estrategias del plan <ul style="list-style-type: none"> - Medida a implementar
--------------------	---	---

Fuente: Autora

Para el desarrollo de la metodología a utilizar se inicia con el reconocimiento de los atributos del Cantón Pedernales, tomando en consideración la evaluación del potencial turístico de (Asesoresenturismoperu, 2019) donde considera dos fases fundamentales: el análisis de la situación turística existente y el diagnóstico. La identificación de características sociodemográficas, hábitos de viajes y satisfacción del turista y definir el perfil del turista se seleccionó a (Robleda, 2017), para el planteamiento de estrategias de diversificación de productos turísticos se consideró a (Aragon, 2019).

2.1.2 EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.3 DESCRIPCIÓN DE ETAPAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZARSE

A continuación, se presenta el instrumento metodológico diseñado para la obtención de los resultados, el cual se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Cuadro de etapas, métodos y técnicas a utilizarse en la investigación

Tipo de investigación	- Exploratorio, explicativa y descriptiva	
Métodos y técnicas para el desarrollo de las fases	- Analítico-sintéticos - Inductivo-deductivo	
Fases	Etapas	Métodos, técnicas y herramientas
Fase I. Perfil del turista	Etapa 1. Diseño del instrumento de recolección	Análisis-Síntesis Encuesta Trabajo de campo
	Etapa 2. Levantamiento de información	Observación directa
	Etapa 3. Análisis y definición de Perfil del Turista	Análisis estadístico descriptivo
Fase II. Estrategias de diversificación de productos	Etapa 1. Descripción y características del destino Pedernales.	Inductivo-deductivo Revisión documental
	Etapa 2. Planteamiento de estrategias	Trabajo de Campo Observación directa Matriz de estrategias

Fuente: Autora

2.1.4 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA POR OBJETIVOS

(F.I). Perfil del turista

En el desarrollo de esta fase se inició con el diseño del instrumento de recolección en base a las características sociodemográficas, hábitos de viajes y satisfacción del turista, esta herramienta se diseñó considerando las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008, para el levantar la información se realizó el trabajo de campo en las parroquias Pedernales y Cojimíes, donde se cuenta con mayor presencia de turistas y se aplicó la encuesta como instrumento de recolección de datos, para la organización y procesamiento de la información se usó el programa estadístico SPSS, por sus siglas en idioma inglés, versión 23., en la última etapa se describió el Perfil del Turista que visita el Cantón Pedernales .

(Fase II). Estrategias de diversificación de productos

Para el desarrollo de la etapa final de la investigación se tomó en consideración la Georeferenciación del área de estudio en donde se caracterizó y delimitó al Cantón Pedernales abordando temas como la ubicación del cantón, red vial, actividad económica y turística, población, vías de comunicación, servicios básicos con los que cuenta el cantón, una descripción de elementos y características naturales existentes en el destino Pedernales, información basada en el trabajo de campo y de revisión documental, con el afán de conocer lo existente en el destino y de esta manera poder plasmar la matriz de estrategias en base a la realidad de la localidad.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capítulo tiene como finalidad evidenciar los resultados obtenidos tras el cumplimiento de cada una de las etapas que integraron el diseño metodológico de la investigación, las cuales fueron desarrolladas mediante la aplicación de varios métodos y técnicas permitiendo de esta manera fundamentar la información que se muestra en los siguientes contenidos.

3.1.5 PERFIL DEL TURISTA

Para (Kotler, 2011) los mercados están compuestos por compradores, y los compradores se diferencian entre sí de una o diversas maneras. Pueden diferir en cuanto a sus deseos, recursos, ubicación geográfica, actitudes de compra y prácticas de compra.

Además, los desplazamientos humanos ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. (González & Mendoza, 2014).

De allí la importancia de estudiar el perfil del turista que visita el cantón Pedernales, por una parte; se pretende brindar información relevante a las operadoras turísticas y al GAD sobre las necesidades de los turistas y tener claro la idea de la generación de productos turísticos a ofertarse en un futuro en el destino; y por otra contribuir a la satisfacción de expectativas que tienen los turistas respecto a visitar Pedernales.

En referentes bibliográficos como: (Franco, Torres-Naranjo, & Franco, 2017); (Guilarte & González, 2016); (Ramírez, 2015); (Pérez, Chávez, & Mancilla, 2016); (Orgaz-Agüera, Estrada, López-Guzmán, & Cuadra, 2016); han abordado aspectos relacionados con un análisis del perfil del turista, para la planificación de sus actividades y desarrollo turístico local. Tomando en cuenta lo anterior, las potencialidades turísticas que posee el cantón y que no se encontró un estudio de este tipo en el cantón surge la necesidad de llevar a cabo este estudio, que tiene el objetivo de: definir el perfil del turista que visita el destino Pedernales en la provincia de Manabí, Ecuador.

3.1.6 Diseño del instrumento de recolección

La estructura de la encuesta utilizada en esta investigación se fundamenta en dos aspectos básicos: análisis del perfil sociodemográfico del turista y valoración por parte del turista de diferentes variables del destino turístico, esta herramienta se diseñó considerando las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008; establecidas en (ONU, 2010). Los ítems planteados en la encuesta pretenden generar datos para conocer el perfil del visitante; el trabajo de campo basado en la realización de encuestas se desarrolló entre los meses de julio y agosto de 2018 debido a que es la temporada vacacional con mayor afluencia de turistas., estableciéndose un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%. Para la organización y procesamiento de los datos recopilados se usó el programa estadístico SPSS, por sus siglas en idioma inglés, versión 23.

3.1.7 Tamaño de muestra

Para el realizar el trabajo de campo y poder recolectar los datos mediante el instrumento de recolección encuesta, se utilizó un muestreo de tipo probabilístico con población finita, tomando como base la proyección del año 2018 en el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pedernales (PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES, 2018) se obtuvo el calculo de la muestra:

Tabla 3. Resultados del cálculo del tamaño de muestra.

Nivel de confianza	95%
Error muestral	5%
Población	42.813
Muestra	381

Fuente: Autora

Una vez determinada la muestra, se llevó a cabo la aplicación de la encuesta diseñada. El instrumento empleado se detalla en el Anexo 1.

3.1.8 Análisis y definición de Perfil del Turista

El análisis y procesamiento de la información se encuentran en las siguientes tablas las cuales indican las frecuencias, dependiendo de los valores de la variable, así como diversos porcentajes indican descriptivamente el análisis estadístico.

Los datos principales correspondientes a las características sociodemográficas de los turistas encuestados en Pedernales se resumen en la Tabla 4.

Tabla 4. Características sociodemográficas de los turistas encuestados

VARIABLES	CATEGORÍAS	PORCENTAJE
Sexo	Hombre	35,96%
	Mujer	64,04%
Edad	Menor de 20	4,99%
	De 21 a 30	26,51%
	De 31 a 40	59,32%
	De 41 a 50	6,04%
	De 51 a 60	1,05%
	Mas de 61	2,10%
Característica	Turista Interno	97,90%
	Turista Extranjero	2,10%
VARIABLE	CATEGORÍAS	PORCENTAJE
Nivel de	Básico	7,00%
Educación	Bachillerato	38%
	Superior	55%
Dedicación	Estudiante	15,75%
	Comerciante	34,38%
	Empleado	45,94%

	Sub empleado	0,79%
	Jubilado	3,15%
Residencia	Región 1: Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos.	8,58%
	Región 2: Pichincha, Napo y Orellana.	35,92%
	Región 3: Chimborazo, Tungurahua, Pastaza y Cotopaxi.	6,97%
	Región 4: Manabí, Galápagos y Santo Domingo de los Tsáchilas.	21,98%
	Región 5: Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar.	5,90%
	Región 6: Cañar, Azuay y Morona Santiago.	0,80%
	Región 7: El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.	19,84%

Fuente: Autora

De acuerdo con los datos resumidos en la tabla 4 se señala que la característica de mayor representatividad del turista que visita Pedernales es un individuo que realiza un turismo interno, evidenciando que se desplazan desde la región 2: Pichincha, Napo y Orellana (35,92%); y región 4: Manabí Galápagos y Santo Domingo (21,98%) fundamentalmente. El rango de edad de los visitantes esta entre los 21 a 40 años, característica relevante para poder desarrollar nuevos servicios y actividades enfocadas a jóvenes y adulto-joven predominantemente. El nivel de estudios que predomina en los visitantes, es superior con el (55%) seguido de bachillerato (38%), estos datos se empatan con la dedicación del visitante que refleja que el (15,75%) en minoría son Estudiantes, el (34,38%) es Comerciante y el (45,94%) en mayoría es Empleado, situación que nos define a un turista socioeconómico de nivel B como lo categoriza el (INEC, 2010); donde el jefe del hogar tiene un nivel de instrucción superior, se desempeña como profesional científico, intelectual, técnico y profesional del nivel medio, cuenta con seguro general, seguro voluntario o campesino, y/o seguro de salud privada con o sin hospitalización y

dentro de sus hábitos de consumo compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales, utiliza internet, maneja correo electrónico personal, está registrado en alguna página social en internet, y ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Tabla 5. Apreciación del destino por los turistas encuestados

Variable		Porcentaje
Destino Seguro	Si	97%
	No	3%
Calificación	1	0%
	2	0,79%
	3	1,31%
	4	3,41%
	5	2,10%
	6	1,05%
	7	5,25%
	8	39,90%
	9	33,60%
	10	12,60%

Fuente: Autora

En la tabla 5 se identifica que pese a los eventos acontecidos por el terremoto del 16 abril del 2016, el turista considera a Pedernales en un (97%) como un lugar seguro para visitar; y dentro de la puntuación de la calificación del destino el estudio reflejo una calificación de 8 en una escala del 1 al 10 como valor máximo con un (39,90%), lo que definimos dentro de la escala de satisfacción que; para el turista en un futuro el destino puede mejorar.

La tabla 6 refleja los factores principales por lo que el turista visita el destino Pedernales, identificamos que el (25%) se moviliza por descanso; por diversión el (22%); el (20%) por la gastronomía, siendo esta variable una potencial fortaleza con la cual se pueden crear rutas gastronómicas locales, por

Negocios el (18%) y por estudios un (15%), el análisis precedente define que el motivo principal del viaje es por vacaciones, recreo y ocio; categoría establecida en la Clasificación de los viajes turísticos por el motivo principal del viaje. (ONU, 2010)

Tabla 6. Factores principales de la visita del turista encuestado

Variable	Porcentaje
Descanso	25%
Diversión	22%
Gastronomía	20%
Negocio	18%
Estudios	15%

Fuente: Autora

Entre los gustos del turista en referencia al destino Pedernales considera a sus playas con el mayor agrado con un (33%); seguido de su gastronomía con un 22%, considerando que este indicador fortalece el destino ya que su gastronomía va ligada al turismo sol y playa de la cual es característico el lugar. Ver tabla 7.

Tabla 7. Gustos del turista encuestado en referencia al lugar

Variable	Porcentaje
Playas	33%
Tranquilidad	8%
Gastronomía	22%
Balnearios	14%
Belleza	10%
Paisajes	13%

Fuente: Autora

Los resultados de esta investigación permiten tener una visión global de las características específicas del perfil del turista que visita el cantón Pedernales,

por consiguiente, se aborda una descripción de las principales variables obtenidas en la tabla 8:

3.1.9 Perfil del turista

Al analizar el perfil y el grado de satisfacción del turista proporciona una amplia e imprescindible información con el fin de optimizar los recursos sin arriesgar el futuro de estos, maximizar la satisfacción del turista, y contribuir a la estrategia competitiva del destino incorporando elementos innovadores, como, calidad, sostenibilidad, imagen, educación y formación, con el afán de fidelizar y asegurar un posicionamiento duradero del destino Pedernales, a continuación en la Tabla 8; se define el perfil del turista que visita Pedernales de acuerdo al análisis de datos previamente realizado.

Tabla 8. Perfil del turista que visita Pedernales

Variable	Característica
Tipo de turista	Turista interno
Edad	21-40
Nivel de Estudios	Superior
Ocupación	Empleado
Origen	Región 2 y 4
Motivo de viaje	Vacaciones, recreo y ocio
Gustos del destino	Playas y Gastronomía
Consideración del destino	Destino seguro
Calificación de destino	8 de 10

Fuente: Autora

A Pedernales se moviliza un turista interno, principalmente se desplazan de las Zona: 2 (Pichincha, Napo y Orellana) y Zona:4 (Manabí Galápagos y Santo Domingo), el rango de edad de los visitantes esta entre los 21 a 40 años, el nivel de estudios predomina el nivel superior, seguido de bachillerato, la dedicación del visitante en mayoría son empleados, situación que nos plantea

un turista con un nivel de carácter socioeconómico B según la escala del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), los factores principales por lo que el turista visita el destino Pedernales lo efectúa en búsqueda de descanso, diversión y la gastronomía; los gustos más valorados en cuanto a la apreciación del lugar fueron disfrutar de la playa y la gastronomía; se identificó que el turista a pesar de los eventos acontecidos por el terremoto del 16 abril del 2016 considera a Pedernales como un lugar seguro y puntúa a este lugar turístico con una calificación de 8 en una escala de 1 al 10 donde el turista considera que en un futuro el destino puede mejorar.

3.2 Descripción y características del destino Pedernales

Para el desarrollo de la descripción y características del destino Pedernales se realizó una revisión documental, trabajo de campo y la observación directa en el destino.

3.2.1 CARACTERIZACIÓN Y DELIMITACIÓN

La investigación se realizó en Pedernales cantón de la Provincia de Manabí, Se encuentra ubicado al norte de la Provincia de Manabí geográficamente en la mitad del mundo, en la línea equinoccial en la latitud a 0° grados 4 minutos 14 segundos; Latitud Sur 80° grados 3 minutos 1 segundos de longitud oeste. Está Limitado: al norte, con el Cantón Muisne; al sur, con el Cantón Jama; al este, con los Cantones Quinindé y Chone y con la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y al oeste por el Océano Pacífico, dispone de una superficie de 1.932.20 Km².

Ilustración 1. Mapa del Cantón Pedernales



Fuente: INEC.SENPLADES. IGM 2007

3.2.2 POBLACION

Pedernales cuenta con una población de 55.128 habitantes según el (INEC, 2010), se encuentra dividido en tres parroquias rurales: Cojimíes, Atahualpa, Diez de Agosto, y su cabecera cantonal Pedernales.

3.2.3 PLANTA TURÍSTICA

3.2.3.1 Alojamiento

Antes del Terremoto del 16 de abril del 2016, Pedernales tenía 5.500 camas en 45 hoteles. De esas, 3 900 estaban en el centro y el malecón, y el resto en la parroquia Cojimíes y en las afueras. Luego del terremoto, solo quedaron 2 000 plazas (70% en Cojimíes). En los últimos tres años, en el malecón de Pedernales se ha recuperado a 2.000 plazas. (Comercio, 2019)

En la actualidad la planta turística de alojamiento el cantón Pedernales cuenta con 55 establecimientos de hospedaje: 3 de primera categoría, 14 de segunda categoría, 31 de tercera categoría, y 1 de cuarta categoría. Adicionalmente

algunos servidores turísticos han hecho su registro en el Ministerio de Turismo y los han categorizado bajo la nueva normativa de alojamiento, en este sentido se encuentra: 1 de 3 estrellas, 2 de dos estrellas, y 1 de una estrella. (PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES, 2018)

3.2.3.2 Alimentos y Bebidas

En cuanto a planta turística de alimentos y bebidas el cantón Pedernales cuenta con 55 establecimientos entre restaurantes, cafeterías y fuentes de soda: 39 de tercera categoría, y 15 de cuarta categoría. (PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES, 2018)

Según (Accesible, Ecuador-Guia Virtual de Turismo, s.f.) el manabita tiene su propia cultura gastronómica en la que se mezclan productos de mar y de la tierra, una sazón especial que da exquisitez a sus gran variedad de platos, que enamora el paladar de sus habitantes y a quienes visitan la provincia, también se elaboran variedad de dulces, mistelas y licores. La gastronomía es un potencial cultural que ubica a la comida de Manabí entre las favoritas del país.

Manabí posee una excelente cocina regional, entre sus platos típicos encontramos: el viche (sopa de pescado y maní), el sancocho (sopa de pescado y plátano), empanadas de verde (plátano), patacones (plátano), hayacas (versión costeña de los tamales serranos), cebiches (mariscos diversos), sal prieta (una especie de salsa, hecha con mantequilla de maní, harina de maíz y condimentos), etc.

Pedernales le ha apostado a la Gastronomía dándole valor con la creación de eventos gastronómicos que se realizan en las diferentes comunas y localidades, con el afán de ir creando ingresos para la activación económica de las comunidades, los festivales establecidos son:

- Festival Gastronómico del Coco, en la Parroquia Cojimíes.
- Festival Gastronómico en el Malecón de Pedernales.
- Festival Gastronómico del Marisco en la Comunidad de Prto. Tizal km8.

- Festival Gastronómico del Cangrejo Azul, Flores y Frutas Silvestres - Comunidad Eloy Alfaro km 35.
- Festival Gastronómico del Queso, la Cuajada y Suero blanco en la Parroquia Atahualpa.
- Festival Gastronómico del Maíz en la Comunidad Santa Teresa.
- Festival Gastronómico del Robalo y la Corvina en la Parroquia de Cojimíes.
- Festival Gastronómico de la Langosta y Langostino en la Comunidad la Chorrera.
- Festival Gastronómico del Jaiba y Ostión en la Comunidad de Coaque.

3.2.4 CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO PEDERNALES

3.2.4.1 CULTURAL

Pedernales, en la historia, tiene diferentes fases. La zona fue habitada por aborígenes, que los historiadores han denominado cultura Jama- Coaque, la misma que encontraron los españoles a orillas del río el mismo nombre, y del que recogieron un abundante botín», relata con orgullo el historiador Luis Almeida, mientras checa su archivo electrónico. Esta cultura, que se desarrolló en los años 500 Antes de Cristo y 500 Después de Cristo, representa un avance social y tecnológico, porque pasó de la fase trashumante a las manifestaciones del sedentarismo.

La cantidad de vestigios cerámicos determinan que en esta cultura hubo estratificaciones sociales, porque se han encontrado piezas que reflejan alegría, dolor y tristeza, en las que abundan también objetos de adorno personal como orejeras, cuentas, pendientes tanto de barro cuanto de oro. En esta fase se observan, también, amuletos, estatuillas. Los aborígenes adoraron a los astros y a los animales. (www.manabi.gob.ec, 2019)

Ilustración 2. Escultura Jama Coaque



Fuente: (masartegaleria, 2019)

3.2.4.2 PATRIMONIO NATURAL.

3.2.4.2.1 Reserva Ecológica Mache – Chindul

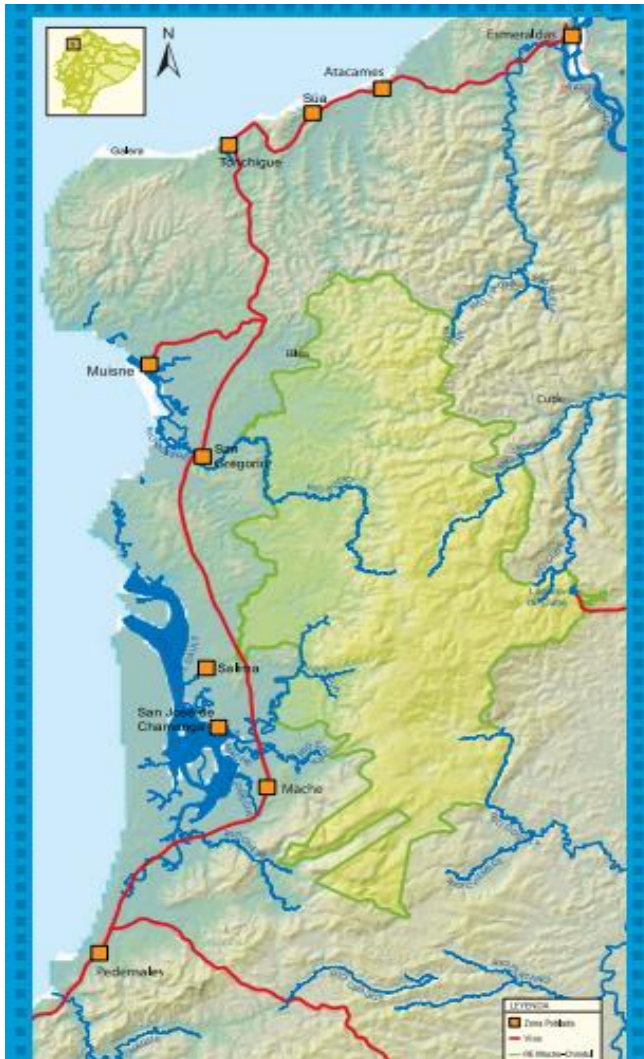
La Reserva Ecológica Mache-Chindul se localiza al suroccidente de la provincia de Esmeraldas y al norte de Manabí, en las montañas del mismo nombre, que representan la extensión norte de la cordillera de la Costa. Abarca más de 119.000 has. y comprende la cuenca alta del río Bilsa, pocos kilómetros al este de San José de Bilsa (al sur de la ciudad de Muisne), y muy cerca de la línea de costa. Posee una altitud que oscila entre los 100 y 600 m.s.n.m y una temperatura promedio de 23 grados centígrados, que desciende conforme aparece el Bosque Húmedo Tropical. Es una reserva estatal creada en agosto de 1996. Además, en el área se incluye la Estación Biológica Bilsa, un área protegida privadamente desde 1994, por la Fundación Jatun Sacha, que cubre alrededor de 3.000 has. La reserva protege la laguna de Cube (113 has), que está dentro del área de la Reserva, y que fue declarada sitio Ramsar por la UNESCO, en el año 2002, por ser un humedal de importancia internacional, tanto por la biodiversidad que allí se encuentra, como por las importantes

funciones ecológicas que cumple y los servicios ambientales que brinda a las poblaciones aledañas. (ENCONTEXTO, 2019)

Según el listado del Libro rojo de las especies endémicas del Ecuador, en el área de la Reserva Ecológica Mache Chindul y en su zona de influencia 111 especies son endémicas (7.7% del total de la flora inventariada). Según las categorías de la UICN, 10 se encuentran en Peligro Crítico (CR), 36 en Peligro (EN), 34 son Vulnerables (VU), 12 están Casi Amenazadas (NT) y 11 se encuentran en la categoría de Preocupación Menor (LC). Las especies *Heteropsis ecuadorensis* (Araceae), *Inga silanchensis* (guaba) (Fabaceae), *Spirotheca rimbachii* (Bombacaceae) pertenecen a la categoría No Evaluado (NE) y la especie *Pseudobombax millei* (Bombacaceae) Datos Insuficientes (DD) para su evaluación. La avifauna tiene componentes típicos del Chocó, como *Phaethornis yaruqui* (colibrí ermitaño bigoteblanco) *Ramphastos brevis* (tucán del Chocó). Asimismo, se encuentra confluencia de especies de subtropical y del bosque montano húmedo, tales como *Melanerpes pucherani* (carpintero carinegro) que es especie tropical y *Veniliornis fumigatus* (carpintero café) especie montaña. La avifauna inventariada está representada por 491 especies, en 305 géneros y 52 familias. (MAE, 2005)

En el mismo escenario, deambulan libremente el mono araña y aullador, el oso perezoso. el tigrillo, entre otros, aunque no estén seguros de cazadores que trafican con la riqueza natural del país. El área protegida alberga el 37% del total de mamíferos del Ecuador y según la lista de control comercial de fauna de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres (Cites, por sus siglas en inglés), 38 especies están en peligro de extinción, entre ellos el jaguar y la nutria. (EL UNIVERSO, 2010)

Ilustración 3. Reserva Ecológica Mache – Chindul



Fuente: (MAE, 2019)

3.2.4.2.2 Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro

El Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro se encuentra en la provincia de Manabí, cantón Pedernales, 10 km al oriente de Pedernales, por la vía Suma-Pedernales (vía a El Carmen) cerca del recinto La Humedad. Al norte colinda con la Reserva Ecológica Mache-Chindul. A lo largo de su rango altitudinal se localizan diversos tipos de bosques. El área está cubierta por nubes la mayor parte del año, incluso en agosto y septiembre (estación seca). Este Bosque Protector está compuesto por cinco hojas primarias, siendo de gran importancia su conservación porque, además del cantón Pedernales, existen 15 comunidades aledañas que se benefician de los servicios ecológicos que el

sitio provee. El área contiene importantes remanentes de bosque húmedo (entre los 300 m y 500 m) y muy húmedo subtropical (sobre los 500 m) primario de la costa. Estos bosques cubren 1.256 ha (29%) del Bosque Protector. Los bosques intervenidos tienen muchas de las especies que se observan en los bosques primarios, pero usualmente la diversidad y densidad de plantas son menores. Los cultivos de sombra (cacao, café, plátano), en especial cubiertos por especies nativas de Inga, son comunes. Los bosques intervenidos cubren 353 ha (8%) del Bosque Protector. Las tierras agrícolas están representadas por plantaciones de plátano, banano, cacao, café y varios cítricos como naranja, toronja y mandarina, y cubren 1.040 ha (24%) del Bosque Protector. Actualmente, la ganadería es limitada en Pata de Pájaro debido al relieve. Sin embargo, sí existen extensiones considerables (1.684 ha) con pasto saboya (*Panicum maximum*). En Pata de Pájaro existe una mezcla de especies de los bosques nublados de Chongón-Colonche, al sur, donde el dosel alcanza los 30 m y los árboles están cubiertos por epifitas (bromelias, orquídeas), lianas y musgos; de los bosques húmedos de las montañas de Muisne, al norte, y de los bosques bajos de las montañas de los Andes occidentales. La especie arbórea que representa la mayoría del área basal es *Carapa guianensis*, mientras *Sloanea* (Elaeocarpaceae) es el árbol más grande. Entre los géneros de arbustos pequeños y plantas terrestres más comunes están: *Peperomia* (Piperaceae), *Pseuderanthemum* (Acanthaceae), *Psychotria* (Rubiaceae), *Tournefortia* (Boraginaceae), *Spigelia* (Loganiaceae), *Triolena* (Melastomataceae), *Adiantum* y *Selaginella* (Pteridophyta) y *Rhynchospora* (Cyperaceae). Entre las epifitas se encuentran: *Polybotrya* y *Elaphoglossum* (Pteridophyta); *Columnnea* (Gesneriaceae); *Asplundia* (Cyclanthaceae); *Macleania* (Ericaceae); *Anthurium*, *Philodendron* y *Stenospermation* (Araceae); *Guzmania* (Bromeliaceae) y *Schefflera* (Araliaceae). Las palmas son ocasionales pero no son parte de la vegetación conspicua. Las más abundantes son: *Aiphanes* sp., *Geonoma interrupta* y *Catoblastus velutinus*. Entre las investigaciones realizadas en el área están las de Foster (1991), Neill et al. (1999), Miller (2001) y el estudio de Madrid (2003) sobre la avifauna del sector. (Aves y Conservación, 2019)

Ilustración 4. Bosque Protector Pata de Pájaro



Autor: (Aves y Conservación, 2019)

3.2.4.2.3 Refugio de vida silvestre manglares Estuario del Rio Muisne y Rio Cojimíes

El Refugio de vida silvestre manglares Estuario del Rio Muisne y Rio Cojimíes, que es una de las últimas reservas naturales que han sido creadas en nuestro país para proteger el ecosistema del manglar, fue creada el 28 de marzo del 2002. En esta zona se almacena gran cantidad de mangle, moluscos, crustáceos, peces y aves, en virtud que es un sitio propicio de apareamiento de las especies mencionadas y por ende se debe dar prioridad a la observación de dichos manglares, no solo en este sector sino en todos los manglares existentes en el país. (Falcón, 2010)

El refugio protege varias zonas de manglar que se encuentran entre las desembocaduras de los ríos San Francisco, al norte, y Cojimíes al sur; para facilidad de ubicación se las puede agrupar en tres sectores: norte, centro y sur. El bloque norte comprende los manglares de San Francisco, Bunche, Isla de Muisne, San Gregorio y Bilsa. El bloque centro, que es el más extenso en superficie, comprende áreas de manglar en las localidades de Las Manchas, Mompiche, isla El Congal, Ostional. El bloque sur comprende las localidades de Isla Esmeraldas, Isla Júpiter, Isla El Morro, Moracumbo, Bolívar, Daule, Pedro Carbo, Sálima, Chamanga, Cojimíes, Guadual y El Churo. Los manglares, canales, bancos de arena y la zona marina que los rodea ofrecen refugio, sitios

para descanso, alimentación o reproducción de varias especies marinas: peces, aves, mamíferos, tortugas, y una increíble variedad de moluscos y crustáceos. Entre las peces representativas que habitan en los estuarios están el róbalo, la lisa y el pargo, así como especies oceánicas grandes entre las que destaca el dorado y especies que prefieren los fondos rocosos como la corvina de roca. Se han reportado sitios de anidación para cuatro especies de tortugas: Carey, verde, baula y olivácea. Los de esta última son uno de los pocos sitios de anidación conocidos en la Costa continental ecuatoriana. (MAE, 2019)

Ilustración 5. Refugio de vida silvestre manglares Estuario del Río Muisne y Río Cojimíes



Autor: (MAE, 2019)

3.2.4.2.4 Playas

El mayor atractivo del destino Pedernales son sus playas, debido a sus características; por ser amplias, extensas y de aguas serenas, adornadas por palmeras, únicas en el perfil costero ecuatoriano, al ser un territorio de 1.932 km² Pedernales cuenta con 54 Km de playa, las más importantes son:

- Playa de la Cabuya
- Playa de la Chorrera
- Playa de Punta Palmar
- Playa Pedernales
- Playa de Coaque
- Playa de Cañaverall

- Playa Surrones
- Playa de Cojimías

3.2.4.2.5 Atractivos turísticos

En el (PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES, 2018) especifica que Pedernales cuenta con abundantes atractivos turísticos tanto de manifestaciones culturales, como naturales que son articulados con la economía de la agricultura, ganadería y caracterizado por una gran capacidad productiva.

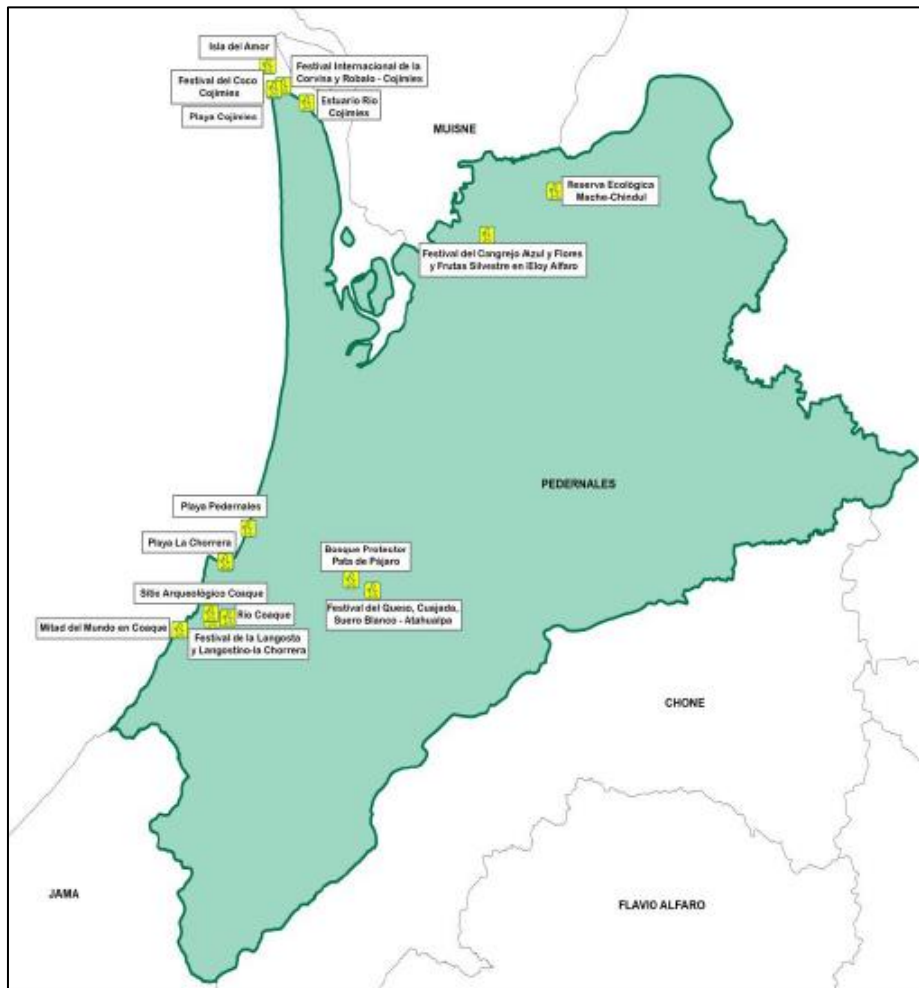
Tabla 9. Atractivos Turísticos de Pedernales

NOMBRE	TIPO DE ATRACTIVO
Playa de Pedernales	Natural
Playa de Cojimíes	Natural
Playa de la Chorrera	Natural
Estuario del Río Cojimíes	Natural
Bosque Protector Pata de Pájaro	Natural
Reserva Ecológica Mache Chindul	Natural
Isla del Amor	Natural
Sendero de la mitad del mundo	Natural
Río Coaque	Natural
Festival del queso cuajada y suero blanco	Cultural
Festival Internacional de la corvina y el robalo	Cultural
Festival del Coco	Cultural
Festival de la jaiba y el ostión	Cultural
Festival de la langosta y el langostino	Cultural
Festival del cangrejo azul, flores y frutas	Cultural
Sitio arqueológico Coaque	Cultural

Fuente: (GAD PEDERNALES, 2018)

Elaboración: de la autora

Ilustración 6. Atractivos Turísticos de Pedernales



Elaborado por Geógrafa Cristina Vargas

Fuente: (GAD PEDERNALES, 2018)

3.2.5 Análisis del destino Pedernales

Con base a las directrices de la OMT, todos los elementos del sistema turístico deben ser analizados de forma integrada e interrelacionada entre sí, con el objeto de determinar: la potencialidad turística del destino, las limitaciones de crecimiento, los atractivos reales y potenciales que posee el destino.

La ubicación estratégica donde se ubica el destino Pedernales es uno de sus principales puntos fuertes, considerando que posee una accesibilidad privilegiada al ser una de las playas más cercanas de la sierra centro.

Pedernales, es un cantón que posee recursos naturales propicios para el desarrollo de actividades turísticas de naturaleza, como la Reserva Ecológica Mache Chindul (REMACH), El Refugio de Vida Silvestre del Río Muisne y Río Cojimíes, Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro, recursos potenciales donde no se han desarrollado aun productos turísticos que permita diversificar la oferta al turista, hasta el momento Pedernales es conocido como un destino de Sol y Playa y el turismo se maneja en periodos de estacionalidad nacional, sobre todo en temporada de playera de costa (diciembre a abril) y de la sierra (junio a septiembre).

De acuerdo con su ubicación geográfica los competidores directos del destino Pedernales en cuanto al producto Sol y Playa son: Canoa, Mompiche y Atacames, siendo este último el más fuerte en actividades de sol y playa, en cuanto a accesibilidades turísticas a nivel general de Cantón se debe de fortalecer esta política ya que hasta el momento no se cumple con los estándares establecidos en los establecimientos y recursos existentes.

Otra de las fortalezas que tiene el destino es la variedad Gastronómica, parte importante del Patrimonio cultural, que se ha ido fortaleciendo con la creación y las continuas programaciones de Festivales gastronómicos en las diferentes localidades, lo que ha permitido que las comunidades se beneficien de las actividades turísticas.

3.3 ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN

Para el desarrollo de la etapa final de la investigación se tomaron en consideración los productos existentes y potenciales y se analizó los conceptos de diversificación

Ilustración 7. Definición de estrategias de diversificación

ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN
Horizontal	Mayor cobertura del mercado turístico, con una amplia gama de productos turísticos existentes.
Vertical	Los nuevos productos actualmente desarrollados, logrando captar nuevos mercados.
Concéntrica	Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico.

Elaboración: de la autora

Considerando que las corrientes turísticas se desplazan a Pedernales atraídos por su atractivo turístico principal que es Sol y Playa, y en base a los datos obtenidos del perfil del turista anteriormente, se ha considerado que para el destino Pedernales la estrategia de diversificación que se plantea en la presente investigación es la Concéntrica, donde los servicios deben de estar integrados dotando de homogeneidad, calidad e imagen al destino y con ello poder innovar y desarrollar su cartera de productos y atraer a nuevos consumidores turísticos, a continuación se plantean acciones a la estrategia de diversificación concéntrica en la Tabla 10.

Tabla 10. Matriz de estrategias de diversificación

ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACION	ESTRATEGIAS	ACCIONES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	TIEMPO	RESPONSABLES
DIVERSIFICACION CONCÉNTRICA	E.1. Constituir un observatorio Turístico.	- Mantener información actualizada de los gustos y preferencias de los turistas con el fin ofertar y mejorar los productos y servicios turísticos.	- Plan de Desarrollo Turístico Pedernales - Convenios	- Semestral	- GAD Pedernales - Dirección de Turismo - Universidad
	E.2. Establecer esquemas de colaboración con los sectores académico y empresariales.	- Fomentar reuniones y convenios con la Academia y los sectores públicos y privados. - Implementar un programa de capacitación a empresas y personas empleadas en el sector turístico para mejorar la calidad en la prestación de servicios.	- Actas de compromisos - Convenios - Proyectos de Vinculación	- Semestral	- GAD Pedernales - Universidades Públicas y Privadas
	E.3. Diseñar y promover destinos inteligentes y sustentables (más inclusivos, tecnológicos y	- Generar un manejo integrado de la explotación sostenible de los recursos turísticos	- Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	- Anual	- GAD Pedernales

	responsables del medio ambiente, ecosistemas y recursos).	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar las políticas establecidas en la Ley de Turismo y Ley de discapacidad. 			<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Turismo
	<p>E.4. Fortalecer el marco normativo de mejora regulatoria y facilitación turística, para mejorar la competitividad del sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer la Oficina de Turismo del GAD Municipal del Cantón. - Implementar estrategias de marketing digital que abarque todas las marcas y productos turísticos del Cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Desarrollo Turístico Pedernales - Diseñar un Plan de Marketing Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> - Anual - Anual 	<ul style="list-style-type: none"> - GAD Pedernales - Dirección de Turismo

Fuente: Autora

E.1. Constituir un observatorio Turístico.

El Observatorio turístico tiene como encomienda legitimar las acciones en condiciones y servicios cuando exista una situación de incertidumbre, también se concentra en observar y proveer información constante, con el fin de lograr la toma de decisiones y el diseño de estrategias de desarrollo que se adecuen a las necesidades y a la realidad de cada territorio en todo momento, agregan (Franch & Contreras, 2013)

El terremoto ocurrido el pasado 16 de abril de 2016, provocó la interrupción de las dinámicas sociales y productivas en las provincias afectadas, fragmentando el tejido social existente y generando impactos directos en los medios de vida en las poblaciones. (Ecuador, 2017)

De aquí la importancia de contar con datos relevantes en cuanto a las dinámicas y cambios que se generan en las motivaciones y características de los visitantes de un destino, contribuyendo con el desarrollo de investigaciones que generen datos con el fin de proyectar, planificar y tomar decisiones en Pedernales.

E.2. Establecer esquemas de colaboración con los sectores académico y empresariales.

Para (Benseny, 2019) tanto el sector público como el sector privado constituyen los principales actores que giran en torno al recurso turístico. Si bien, cada sector cumple con actividades específicas, en las sociedades modernas se presentan como una necesidad indispensable la acción conjunta. Ambos sectores se encuentran íntimamente relacionados para poder alcanzar una gestión que resulte participativa y eficiente.

En la sociedad moderna, el turismo asume un importante rol tanto económico como social, como un ente potencial para el desarrollo local en función del potencial territorial, y de la riqueza natural, cultural y social de un destino. Vale la pena resaltar que el rol de la Universidad en la sociedad es orientar a la formación y capacitación de nuevos profesionales, impulsando la tecnología y

la investigación desde la academia para solucionar problemas de una población.

Sin embargo, la importancia de la Universidad como institución social, se basa en una serie de conocimientos adquiridos a lo largo de la historia. Estas han ido mejorando a través del tiempo modificando sus métodos y técnicas de enseñanza para una mejor calidad de formación. Así mismo las universidades se han ido adecuando a un nuevo contexto social, el cual está mejorando y siendo más exigente día a día, esto se debe a las nuevas exigencias que se requieren en el ámbito profesional. (cultura, 2012)

E.3. Diseñar y promover destinos inteligentes y sustentables (más inclusivos, tecnológicos y responsables del medio ambiente, ecosistemas y recursos).

Para (Vega & Vivas, 2007) el enfoque de oferta, la ordenación del territorio permite contribuir a la definición de los productos turísticos en todos sus componentes contextuales: paisaje, espacios libres, accesos, acondicionamiento urbano, etc. Si se planteara una buena coordinación entre la política turística y la de ordenación del territorio podrían lograrse grandes avances en este campo de la promoción y el marketing de los destinos turísticos.

Se reconoce que en el ámbito mundial la demanda de servicios turísticos sustentables va en aumento, lo que representa tanto una oportunidad de mercado como un reto en cuanto a la preservación ambiental y el uso responsable de los recursos naturales. Entendemos por infraestructura sustentable como aquella que tiene una visión integradora, impulso económico, desarrollo social, protección ambiental y correcto aprovechamiento de los recursos naturales; que asegura un crecimiento a largo plazo y que está enfocada en impulsar la competitividad. (SEMARNAT, 2019)

Este escenario lleva, tanto a empresas como a gestores públicos, a adaptarse para proporcionar al turista los servicios que precisa durante todo el ciclo de su viaje. Por tanto, se requiere diseñar destinos capaces de innovar implementando nuevos sistemas que faciliten, por ejemplo, analizar múltiples

fuentes de información para ser así más eficientes y competitivos. El objetivo final es que el destino sea sostenible a largo plazo económica, sociocultural y medioambientalmente. Y en este contexto cambiante, cada día aparecen nuevas propuestas a lo largo del mundo, es indispensable hacer una profunda reflexión sobre estos nuevos modelos. (ecointeligencia, 2017)

Para garantizar la sostenibilidad de un destino se debe de dar un uso óptimo a los recursos medioambientales manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a promover la conservación de sus recursos naturales, respetar la autenticidad sociocultural, conservar sus activos culturales y sus valores tradicionales, asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO

4.1 CONCLUSIONES

- El turismo es un factor desencadenante de la reactivación económica de un destino, pero para conseguir que sus acciones perduren en el tiempo y en el espacio debe huir de la búsqueda de beneficios rápidos y desordenadamente, asumiendo políticas que conlleven al florecimiento de destinos donde se priorice la calidad con la protección y buen manejo de los recursos.
- Al identificar el perfil y el grado de satisfacción del turista proporciona una amplia e imprescindible información con el fin de optimizar los recursos sin arriesgar el futuro de estos, maximizar la satisfacción del turista, y contribuir a la estrategia competitiva del destino incorporando elementos innovadores, como, calidad, sostenibilidad, imagen, educación y formación, con el afán de fidelizar y asegurar un posicionamiento duradero del destino Pedernales.
- Hay que considerar que, hasta el momento Pedernales es conocido como destino de sol y playa, y ha dado escasa importancia a otros recursos de base ambiental que no fueran sus playas y ha obviado las potencialidades turísticas de sus Áreas Protegidas.
- La estrategia de diversificación concéntrica permitirá la prestación más integrada de todos los servicios que componen el destino Pedernales, den el que se deben de desarrollar de una manera adecuada los recursos existentes y planificar otras actividades que estén ligadas al Sol y Playa para que puedan distinguirse de otros lugares turísticos de similares características.

4.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

- Como limitación del estudio se plantea que, hasta el momento en el destino, no mantienen datos de los visitantes, información que permitan servir de base para el análisis y desarrollo de acciones que perduren en el tiempo y en el espacio, se debe huir de la búsqueda de beneficios rápidos y el crecimiento desordenadamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accesible, Ecuador-Guia Virtual de Turismo. (s.f.). <http://turismoaccesible.ec>.
Obtenido de <http://turismoaccesible.ec/site/information/region-costa/manabi/gastronomia/>
- AME. (2010). *ame.gob.ec*. Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-pedernales/>
- Aragon, G. d. (17 de 07 de 2019). *aragon.es*. Obtenido de http://transparencia.aragon.es/sites/default/files/documents/plan_diferencial_de_promocion_turistica_de_aragon_2012-2015.pdf
- Armijos, D. S., Contreras, O. O., & Grunauer, M. N. (2018). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.*, 14-21.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008. (2008). *CONSTITUCION DEL ECUADOR*. Montecristi.
- Asesoresenturismoperu. (19 de 2019 de 2019). <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/>. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>
- Aves y Conservación. (2019). <http://datazone.birdlife.org>. Obtenido de <http://datazone.birdlife.org/site/factsheet/bosque-protector-cerro-pata-de-p%C3%A1jaro-iba-ecuador>
- Benseny, G. (2019). *El sector privado como actor n la gestion del turimo en el territorio de la provincia de Buenos Aires*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar>: <http://nulan.mdp.edu.ar/1733/1/01425.pdf>
- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico 4.aedición*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

- Bravo, M. (2018). *PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON PEDERNALES*. PEDERNALES, ECUADOR.
- Bulla, L. H., & Barbosa, W. G. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Collado, A. M., Navarro, D. M.-C., Talaya, Á. E., & Sánchez, E. D. (2007). SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA: UN ANÁLISIS APLICADO A UN DESTINO DE TURISMO CULTURAL. *REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO*, nº 4, 2º, 36-48 .
- Comercio, D. e. (01 de junio de 2019). *www.elcomercio.com*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/plaza-hotelera-jama-pedernales-sismo.html>
- (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- cultura, G. U. (2 de diciembre de 2012). *culturaenlauniversidad.blogspot.com*. Obtenido de <http://culturaenlauniversidad.blogspot.com/2012/12/importancia-de-la-universidad-como.html>
- diccionarioempresarial. (17 de 07 de 2019). *diccionarioempresarial.wolterskluwer.es*. Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4slIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNTY3NztbLUouLM_DxblwMDS0NDQ7BAZlqIS35ySGVBqm1aYk5xKgCZ8E1aNQAAAA==WKE
- ecointeligencia. (16 de febrero de 2017). *ecointeligencia.com*. Obtenido de <https://www.ecointeligencia.com/2017/02/turismo-sostenible-destinos-inteligentes/>
- Ecuador, P. R. (2017). *Plan de Reconstrucción y Reactivación Productiva post terremoto*. Obtenido de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%C3%B3n-y-Reactivaci%C3%B3n-Productiva-post-terremoto.pdf>

- EL UNIVERSO. (17 de octubre de 2010). *Mache Chindul, una exuberante reserva tropical amenazada*.
- ENCONTEXTO. (2019). *revistaencontexto.com*. Recuperado el 2019, de <http://revistaencontexto.com>
- es.climate-data.org. (17 de 07 de 2019). *es.climate-data.org*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-de-manabi/pedernales-25438/>
- Falcón, D. R. (2010). *CREACION DE UN CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL EN EL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES ESTUARIO DEL RIO MUISNE*.
- Fernández, L. A., & Gómez, G. C. (2012). CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO EMERGENTE, CASO DE ESTUDIO DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE. MÉXICO . *Gestión Turística* , 47-70.
- Franch, D. B., & Contreras, T. C. (2013). OBSERVATORIO EN TURISMO: ORGANISMO INTELIGENTE PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL DESTINO. *Revista Iberoamericana de Turismo*.
- Franco, W. C., Torres-Naranjo, M., & Franco, M. C. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita. *Cuadernos de Turismo*, n° 39, 113-129.
- GAD PEDERNALES. (2018). *PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES*. Pedernales.
- Garcia, R. N., & Canovas, E. R. (2011). ESTRATEGIAS DE FUTURO PARA EL DESTINO TRADICIONAL DE LA COSTA BLANCA: EL PLAN DE VALORIZACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE.
- González, P. E., & Mendoza, J. R. (2014). *Introducción al Turismo* . Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

- Guilarte, Y. P., & González, R. C. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, nº 37, 305-322.
- IGEPN. (16 de 04 de 2018). *www.igepn.edu.ec*. Obtenido de <https://www.igepn.edu.ec/interactuamos-con-usted/1572-dos-anos-despues-del-terremoto-de-pedernales-actualizacion-sismica>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- inocar.mil.ec. (07 de 17 de 2019). *www.inocar.mil.ec*. Obtenido de https://www.inocar.mil.ec/docs/derrotero/derrotero_cap_III.pdf
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing Decima Edición*. Mexico: PERSON EDUCACION.
- Kotler, P. (2001). *DIRECCION DE MARKETING DECIMA EDICION*. Mexico: PERSON EDUCACION.
- Kotler, P. (2011). *Marketing turístico, 5.a ed.* Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- (2014). *LEY DE TURISMO*.
- Lickorish, C. L. (2010). *Una introducción al Turismo*. Madrid: EDITORIAL SÌNTESIS, S.A.
- MAE. (2005). *PLAN DE MANEJO Y GESTION PARTICIPATIVA DE LA RESERVA ECOLÓGICA MACHE CHINDUL*.
- MAE. (2005). *PLAN DE MANEJO Y GESTION PARTICIPATIVA DE LA RESERVA ECOLÓGICA MACHE CHINDUL 2005-2010*.
- MAE. (2019). <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec>. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/refugio-de-vida-silvestre-manglar-el-estuario-del-r%C3%ADo-muisne>



- manabi.gob.ec. (13 de junio de 2019). *www.manabi.gob.ec*. Obtenido de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/pedernales>
- Manuel Rey, (. (2004). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Madrid: EDITORIAL SÍNTESIS, S.A.
- Martínez, Q. V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- masartegaleria. (2019). Quito. Obtenido de <http://masartegaleria.com>
- Meiriño, R. C. (2016). segmentacion del mercado de un destino turistico. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*.
- Meiriño, R. C., Brea, J. A., Vila, N. A., & López, E. R. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 369-383.
- Meroño, M. C., & Bueno, M. Á. (2016). *Estrategias de marketing para destinos turístico*.
- MINTUR. (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014*. Quito.
- MINTUR. (2018). *FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO TURISTICO*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/FOMENTO-AL-EMPRENDIMIENTO-TURISTICO-19102018.pdf>
- ONU. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*.
- Orgaz-Agüera, F., Estrada, J. F., López-Guzmán, T., & Cuadra, S. M. (2016). El Sistema Todo Incluido en Cancún: Análisis del Perfil Sociodemográfico, Valoraciones y Satisfacción del Turista. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 8(III),, 311-324.
- Pardavé Livia, W. (2005). Propuesta metodológica para realizar estudios de mercadeo de productos tecnológicos. *Revista Colombiana de Marketing*.

- Pérez, R. M., Chávez, P. C., & Mancilla, J. J. (2016). Perfil y satisfacción del visitante del destino: Los Cabos, Baja California Sur. *Opción, Año 32, Especial No. 13*, 1041-1068.
- Philip Kotler, e. a. (2011). *Marketing turístico, 5.a ed.* Madrid, : PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Philip, K., & Gary Armstrong. (2007). *Marketing Marketing Version para Latinoamérica.* México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- Piñole, I. A. (2015). *Gestión de Viajes, servicios y productos turísticos.* Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PEDERNALES.* (2018). Pedernales.
- PLANDETUR, 2. (2011). *Plan estratégico de desarrollo de turismo.* Quito: Ministerio de Turismo.
- Ramirez, R. C. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas.* Mexico: eumed.net.
- Ricolfe, J. S. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 189-198.
- Robleda, E. P. (2017). *Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del.* Yucatan: ECORFAN.
- Sandoval, F. M., & Bastías, N. M. (2015). Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 105-135.
- SEMARNAT. (2019). *INFRAESTRUCTURA TURISTICA SUSTENTABLE Y CONSTRUCCIÓN VERDE.* Mexico. Obtenido de <https://www.cmic.org.mx/turismo14/ponencias/Panel5/Mtra%20Sylvia%20del%20Carmen%20Tevi%C3%B1o.pdf>
- Senplades. (2017). *INFORME A LA NACION 2007-2017.*

- SENPLADES. (17 de 07 de 2019). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1317_PEDERNALES_MANABI.pdf
- SRI. (19 de 07 de 2019). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/catastros;jsessionid=m4oD9IBq66DxAQWEsX1cKR5U>
- Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- UNID. (s.f.). *Turismo de Aventura*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TA/S01/TA01_Lectura.pdf
- Universidad de Murcia. (s.f.). *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Murcia.
- UNWTO. (17 de 07 de 2019). *e-unwto.org*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414154>
- Valiñas, R. F. (2009). *Segmentación de mercados - Primera Edición*. Mexico DF : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Vega, R. A., & Vivas, X. M. (2007). El turismo como motor de crecimiento. En *Anuario Jurídico y Económico Escurialense* (págs. 677-710).

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a la muestra de estudio en Pedernales. Fuente: Elaborada por la autora.

	ESPAMMFL ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ		DIRECCIÓN DE POSGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López			
Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de la investigación de TURISMO ; "Segmentación del turista y estrategias de diversificación de productos turísticos del Cantón Pedernales".			
<i>*Favor llenar el cuestionario en su totalidad y con la mayor sinceridad posible.*</i>			
Perfil socio-demográfico del visitante			
Edad:			
Menor de 20 () De 21 a 30 () De 31 a 40 () De 41 a 50 () De 51 a 60 Más de 61 ()			
Sexo: Masculino () Femenino ()			
Nivel de Estudio: Básico () Bachillerato () Superior () Ninguno ()			
Ocupación:			
Estudiante () Comerciante () Empleado () Sub empleado () Jubilado () Otros ()			
Característica: Turista Interno () Turista Extranjero ()			
Hábitos de viaje			
1. ¿De qué país proviene? En caso de ser extranjero			
¿De qué región de Ecuador nos visita?			
Región 1: Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos.	()		
Región 2: Pichincha, Napo y Orellana.	()		
Región 3: Chimborazo, Tungurahua, Pastaza y Cotopaxi.	()		
Región 4: Manabí, Galápagos y Santo Domingo de los Tsáchilas.	()		
Región 5: Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar.	()		
Región 6: Cañar, Azuay y Morona Santiago.	()		
Región 7: El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.	()		
2. Cuando planifica su viaje, por lo general lo hace en:			
Temporada baja () Temporada alta () Feriados () Días de semana () Otros ()			
3. Cuando planifica su viaje, por lo general lo hace en:			
Temporada baja () Temporada alta () Feriados () Días de semana () Otros ()			
4. A la hora de planificar su viaje:			
Lo gestiona a través de agencia de viajes ()	No lo planifica ()		
Lo hace usted mismo ()	Otros () especifique:		
5. Cuando viaja lo hace en compañía de:			
Familiares () Amigos () Pareja () Compañeros de trabajo ()			
6. ¿Qué medio de transporte utiliza en su viaje?			
Particular () Bus de transporte () Vehículo Alquilado ()			
7. ¿Cuál es el tiempo promedio de estancia en los viajes?			
1 a 2 noches () 3 a 6 () 7 o más ()			
8. ¿Durante su estadía; que tipo de alojamiento prefiere?			
Hotel () Hostal () Hostería () Campamento Turístico () Casa de Huéspedes ()			
* Casa de familiares ()			
9. ¿Influye en su decisión la categoría de hotel?			
Sí () No () Tal vez ()			
10. Con cuánto tiempo de anticipación realizo su reservación?			
1 o 2 semanas antes () 3 semanas antes () 1 mes antes ()			
Más de un mes antes () No hizo reservación ()			

11. Por orden de importancia enumere los factores principales de su visita, siendo (10) el mas importante y (1) el menos importante.			
<input type="checkbox"/> Descanso o placer	<input type="checkbox"/> Estudios		
<input type="checkbox"/> Diversión	<input type="checkbox"/> Gastronomía		
<input type="checkbox"/> Negocios	<input type="checkbox"/> Visita a familiares		
<input type="checkbox"/> Cultura	<input type="checkbox"/> Otros (especifique) _____		
12. ¿Cómo descubrió a Pedernales como destino turístico? (puede marcar X más de una opción)			
Amigos/familia <input type="checkbox"/>	Experiencia propia <input type="checkbox"/>	Folletos/guías <input type="checkbox"/>	Internet <input type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/>
13. ¿Cuántas veces al año visita Pedernales ?			
1 vez <input type="checkbox"/>	2 a 5 <input type="checkbox"/>	Más de 5 <input type="checkbox"/>	
Satisfacción del visitante			
14. ¿Cómo califica a Pedernales como destino turístico según su estadia?			
0 () - 1 () - 2 () - 3 () - 4 () - 5 () - 6 () - 7 () - 8 () - 9 () - 10 ()			
15. ¿Que es lo que más le gusto de Pedernales? (puede marcar X más de una opción)			
Playas <input type="checkbox"/>	Tradiciones <input type="checkbox"/>	Productos <input type="checkbox"/>	
Clima <input type="checkbox"/>	Limpieza <input type="checkbox"/>	Servicios <input type="checkbox"/>	
Tranquilidad <input type="checkbox"/>	Balnearios <input type="checkbox"/>	Seguridad <input type="checkbox"/>	
Gente <input type="checkbox"/>	Belleza <input type="checkbox"/>	Paisajes <input type="checkbox"/>	
Gastronomía <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>		
16. ¿Si tuviera la oportunidad regresaría al Destino P			
Muy probable <input type="checkbox"/> Bastante probable <input type="checkbox"/> Algo probable <input type="checkbox"/> Poco Probable <input type="checkbox"/>			
17. ¿Experimentó algún problema que pusiera en riesgo su seguridad o bienestar?			
No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____			
18. ¿Recomendaría al Destino Pedernales?			
Muy probable <input type="checkbox"/> Bastante probable <input type="checkbox"/> Algo probable <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Por qué? _____			
19. ¿Que indicadores considera usted que el destino Pedernales podría mejorar?			
*puede escoger varias opciones			
El hospedaje <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias publicas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Areas de estacionamiento <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Manejo adecuado de desechos <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulación de Precios <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Puntos de informacion turistica <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza de playas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Accesos a la playa <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulación y manejo de trafico vehicular <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique) _____	
20. ¿Qué debería implementar Pedernales para ser competitivo a nivel turístico?			
*puede escoger varias opciones			
Areas de Estacionamientos <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Baterías sanitarias publicas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Mas hoteles <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Más restaurantes <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Puntos de informacion turistica <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Variedad de comida <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Señalización <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Espacios infantiles <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
¡ Gracias por su colaboración !			