



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

CARRERA TURISMO

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN TURISMO**

TEMA:

**PROPUESTA DE DISEÑO DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA EN LA ZONA DEL MUELLE DE MANTA**

AUTORAS:

**CHABESTA BARRE YENNIFFER YICELA
LAAZ ÁLAVA ESTHER MARÍA**

TUTORA:

PhD. MARÍA SOTOLONGO SÁNCHEZ

CALCETA, AGOSTO 2013

DERECHOS DE AUTORÍA

Yennifer Yicela Chabesta Barre y Esther María Laaz Álava, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación personal profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros 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.

Y.YICELA CHABESTA BARRE

ESTHER M. LAAZ ÁLAVA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

María Sotolongo Sánchez certifica haber tutelado la tesis titulada “**PROPUESTA DE DISEÑO DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA ZONA DEL MUELLE DE MANTA**”, que ha sido desarrollada por Yenniffer Yicela Chabesta Barre y Esther María Laaz Álava, previa a la obtención del título de Ingeniera 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. MARÍA SOTOLONGO SÁNCHEZ

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis titulada “**PROPUESTA DE DISEÑO DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA ZONA DEL MUELLE DE MANTA**”, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Yennifer Yicela Chabesta Barre y Esther María Laaz Álava, previa a la obtención del título de Ingeniera 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.

Blgo. Otoniel López Zambrano, MSc

MIEMBRO

Ing. Rafael Arce MCs

MIEMBRO

MCs. Gilberto Blanco Gonzáles

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

La gratitud es uno de los dones más importantes del ser humano y nuestra meta será cabalgar desde nuestra mente al corazón y cuando finalmente lo logremos, nuestro reto será cabalgar desde nuestro corazón a nuestras mentes; es por eso que agradecemos con amor:

A Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de la carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A nuestras familias en especial a nuestros Padres por su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir nuestros objetivos como persona y estudiantes.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López por darnos la oportunidad de estudiar y poder convertirnos en profesionales.

Al Lic. Johnny Bayas Escudero por compartir sus sabios conocimientos, entrega y nos brindó su apoyo absoluto para poder culminar esta meta.

A todas las personas, autoridades y amigos que colaboraron en el proceso de este trabajo.

YICELA CHABESTA BARRE
ESTHER LAAZ ALAVA

DEDICATORIA

Como tarea en la vida se requiere prepararse permanentemente con la ayuda de aquellas personas que desinteresadamente nos ayudaron a culminar una etapa de vida con esfuerzo, es por ello que con amor incondicional dedicamos este trabajo:

A Dios por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría, todo es posible.

A nuestros padres y hermanos quienes con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de nuestra vida estudiantil; a ellos que siempre tuvieron una palabra de aliento en los momentos difíciles y que han sido incentivos de nuestras vidas.

Y a todas las personas que desinteresadamente nos ayudaron a culminar nuestra carrera profesional.

YICELA CHABESTA BARRE
ESTHER LAAZ ÁLAVA

CONTENIDO GENERAL

CARÁTULA	I
DERECHOS DE AUTORÍA	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	IV
DEDICATORIA.....	VI
CONTENIDO GENERAL.....	VII
CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS	IX
FIGURAS	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	XII
PALABRAS CLAVES	XII
ABSTRACT	XIII
KEY WORDS	XIII
CAPÍTULO 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 -
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	- 5 -
2.1. TURISMO.....	- 5 -
2.2. DESTINO TURÍSTICOS.....	- 6 -
2.3. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	- 6 -
2.4. PRODUCTO TURÍSTICO.....	- 7 -
2.4.1. TURISMO DE CRUCERO.....	- 8 -
2.5. SERVICIOS TURÍSTICOS	- 9 -
2.6. GESTIÓN TURÍSTICA	- 9 -
2.7. PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	- 10 -
2.8. ATENCIÓN AL TURISTA	- 10 -
2.9. INFORMACIÓN TURÍSTICA	- 11 -
2.10. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	- 12 -

2.11. CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	- 13 -
2.12. INSTALACIÓN TURÍSTICA.....	- 14 -
2.13. EQUIPAMIENTO TURÍSTICO.....	- 15 -
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	- 16 -
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	- 19 -
4.1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO	- 19 -
4.1.1. Nombre del proyecto:.....	- 19 -
4.1.2. Cobertura y localización:	- 19 -
4.1.3. Sector y Tipo de Proyecto	- 19 -
4.2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA	- 20 -
4.2.1. Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto....	- 20 -
4.2.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema.....	- 25 -
4.2.3. Línea Base del Proyecto	- 26 -
4.2.4. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA	- 46 -
4.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO	- 60 -
4.3.1. Objetivo general	- 60 -
4.3.2. Objetivos específicos	- 60 -
4.3.3. Matriz de Marco Lógico	- 60 -
4.4. VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDA	63
4.4.1. Viabilidad técnica	63
4.4.2. Viabilidad económica	69
4.5. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN	71
4.5.1. Estructura operativa	71
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
5.1. CONCLUSIONES.....	74
5.2. RECOMENDACIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	76
ANEXOS	82

CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS

CUADROS

Cuadro 4.1. Sector y tipo de proyecto.....	19
Cuadro 4.2. Destinos de las exportaciones del puerto de Manta.....	25
Cuadro 4.3. Distribución de la población de Manta por áreas.....	27
Cuadro 4.4. Tenencia de la embarcación pesquera artesanal.....	31
Cuadro 4.5. Categoría de ocupación del cantón Manta.....	34
Cuadro 4.6. Rama de actividad del cantón Manta.....	35
Cuadro 4.7. Tipología turística del cantón Manta	38
Cuadro 4.8. Servicios turísticos.....	39
Cuadro 4.9. Sistemas de Carreteras y sus distancias respecto a Manta.....	42
Cuadro 4.10. Total de encuestados por género.....	49
Cuadro 4.11. Desglose de nacionalidades de personas encuestadas en los cruceiros.....	50
Cuadro 4.12. Estado civil de visitantes encuestados.....	51
Cuadro 4.13. Total de encuestados por rango de edad.....	52
Cuadro 4.14. Ocupación de los encuestados en el muelle de Manta.....	53
Cuadro 4.15. Total de turistas encuestados que ha viajado a Manta.....	54
Cuadro 4.16. Preferencia de acompañante para viajar.....	55
Cuadro 4.17. Promedio de ingresos anuales de los cruceristas encuestados.....	56
Cuadro 4.18. Total de encuestados que les gustaría de los servicios de un centro de información turística integral en el muelle de Manta.....	57
Cuadro 4.19. Preferencia de servicios del centro de información turística.....	58
Cuadro 4.20. Matriz del Marco lógico.....	60
Cuadro 4.21. Inversión del centro de información turística.....	69
Cuadro 4.22. Costo del personal administrativo anual.....	70
Cuadro 4.23. Matriz de financiamiento del centro de información turística.....	73

FIGURAS

Figura 3.1. Fases, actividades y métodos para realizar el centro de información turística.....	16
Figura 4.2. Emplazamiento general del centro de información turística.....	66
Figura 4.3. Plano arquitectónico de la planta baja del centro de información turística.....	67
Figura 4.4. Plano arquitectónico de la planta alta del centro de información turística.....	67
Figura 4.5. Fachada principal del centro de información turística.....	68
Figura 4.6. Fachada lateral derecha del centro de información turística.....	68
Figura 4.7. Organigrama estructural del centro de información turística.....	71

GRÁFICOS

Gráfico 4.1. # buques turísticos que llegaron a Manta desde 1998 - 2012.....	23
Gráfico 4.2. Número de pasajeros que arriban en los buques turísticos en el cantón Manta.....	24
Gráfico 4.3. Población total de Manta con mayores habitantes en área urbana....	27
Gráfico 4.4. Sistema económico productivo.....	29
Gráfico 4.5. Ocupación de la población del Cantón Manta.....	34
Gráfico 4.6. Establecimientos de hospedaje en el cantón Manta.....	37
Gráfico 4.7. Flujo de visitas al cantón Manta.....	40
Gráfico 4.8. Flujo de turistas y excursionistas al cantón Manta.....	40
Gráfico 4.9. Flujo de turistas internos y receptivos al cantón Manta.....	41
Gráfico N° 4.10. Total de encuestados por género.....	49
Gráfico N° 4.11. Nacionalidades de visitantes encuestados en los cruceros.....	50
Gráfico N° 4.12. Estado civil de visitantes encuestados en el muelle de Manta....	51
Gráfico N° 4.13. Total de encuestados por rango de edad.....	52
Gráfico N° 4.14. Profesión u ocupación de los visitantes del muelle de Manta	53

Grafico N° 4.15. Total de turistas encuestados que ha viajado a Manta.....	54
Grafico N° 4.16. Preferencia de acompañante para viajar.....	55
Grafico N° 4.17. Promedio de ingresos anuales de los cruceristas.....	56
Grafico N° 4.18. Total de encuestados que les gustaría de los servicios de un centro de información turística integral en el muelle de Manta.....	57
Grafico N° 4.19. Preferencia de servicios del centro de información turística.....	58

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo el diseño de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta, para este proceso se identifican fases, etapas y métodos que contribuyan a la realización de este trabajo. El desarrollo de la investigación, abarca 4 fases, en la primera se describe la situación actual del puerto de Manta, identificando el problema, en la cual se analizan los aspectos demográficos y de turismo del cantón, en la segunda fase se plantea el objetivo general, los objetivos específicos y se realiza la matriz de marco lógico para poder tener una imagen global del proyecto propuesto, en la tercera fase se elabora la viabilidad técnica detallando las características físicas y técnicas de los materiales, suministros y servicios que conforman los componentes del proyecto mediante un estudio técnico; se ejecuta la viabilidad económica la cual se determina por los gastos que va a generar su construcción y equipamiento y en la cuarta fase se establece la estructura operativa del centro de información turística mediante la selección de actividades internas que se pretenden realizar y cómo van a estar definidas las diferentes áreas en su organización operacional.

PALABRAS CLAVES

Oficina de información turística, cruceros, información turística, atención al turista, servicios turísticos.

ABSTRACT

The present study aimed at implementing a tourist information center in the spring of Manta. For this process are identified phases, stages and methods that contribute to the realization of this work and the development of research covers four phases, the first describes the current status of the port of Manta, identifying the problem, in which analyze the demographic and tourism in the canton, in the second phase raises the overall objective, specific objectives and performs the logical frame work matrix in order to have an overall picture of the proposed project, in the third phase is prepared detailing the technical feasibility physical and technical characteristics of the materials, supplies and services that make up the components of the project through a technical study runs the economic and financial viability which is determined by comparing the benefits to be generated to the project company, with its costs and in the fourth phase establishes the operational structure of the tourist information center by selecting internal and how they will be defined various operational areas in your organization that are to be performed and valued component schedule and activities.

KEY WORDS

Tourist information office, cruises, tourist information, tourist services, tourist services.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día se vive en un mundo globalizado donde la forma de comunicarse a cambiado radicalmente, este fenómeno influye en las actividades turísticas en mayor grado ya que uno de los elementos necesarios para la promoción de productos turísticos es la comunicación, por lo cual se puede decir que estos dos elementos, el turismo y la comunicación están estrechamente relacionados; es así que el turista actual exige información turística detallada y veraz de los destinos que desea visitar, por lo que las administraciones públicas y entidades privadas de muchos países han implementado oficinas de información en los lugares de mayor demanda turística para promocionar la gama de productos turísticos que tienen a disposición de los visitantes.

En el Ecuador el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana quien tiene la atribución de elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional, para lo cual ha implementado estrategias como la creación de centros de información turística conocidos como ITUR (Servicio de información turística) que se encuentran ubicados en lugares estratégicos a nivel nacional, las funciones de estos establecimientos es dar a conocer los destinos turísticos del país, orientar a los turistas en cuanto a vías a seguir para llegar a un determinado destino, sugerir lugares de mayor atractivo y brindar información impresa al visitante; lamentablemente existen falencias en cuanto al servicio que brindan estos sitios de información ya que el sistema que utiliza es tradicional y no favorece a potenciar los atractivos naturales y culturales, además existen grandes falencias en la administración por lo que no existe una relación directa entre los procedimientos de atención al visitante y la práctica del servicio.

La provincia de Manabí cuenta con ocho ITUR (Servicios de información turística) que se encuentran ubicados en los cantones de Portoviejo, Manta, Jipijapa, Puerto Cayo, Puerto López, Pedernales, San Vicente y Sucre, uno de los principales problemas que se presentan en la mayoría de estos centros de información turística que son administrados por los Gobiernos Autónomos Descentralizados y es así que en estos centros labora personal que solo cumple un horario de oficina y no está debidamente capacitado en el ámbito turístico, lo que ocasiona que en feriados no exista ninguna persona que brinde asesoramiento acertado en estos establecimientos, de esta manera no se cumplen los objetivos para lo que fueron creados.

Según entrevistas realizadas al personal del departamento de turismo del GAD de Manta, indicaron que se cuenta con dos centros de información turística perteneciente al departamento de turismo y el otro a la Universidad Laica Eloy Alfaro, ambos ubicados en el malecón escénico; estas oficinas presentan falencias en cuanto a infraestructura, servicios y personal capacitado. La situada en el departamento de turismo es la que más problemas muestra ya que funciona en la misma área y no siempre hay un personal que lo atienda y su espacio es muy reducido.

El puerto de aguas profundas de Manta anualmente recibe miles de turistas cuando empieza la temporada de cruceros que inicia desde octubre y finaliza en mayo de cada año, a pesar de ser el principal puerto marítimo del Ecuador tiene limitaciones en la atención a los visitantes en cuanto a servicios se refiere ya que ciertos de los visitantes no cuentan con un tour contratado y esto hace que requieran de información turísticas sobre los lugares o eventos a visitar; uno de los principales problemas por lo que Autoridad Portuaria de Manta no ha implementado un centro de información turística es por el espacio físico reducido, pero se ha planteado un proyecto denominado “terminal de cruceros”.

En función de lo anteriormente expuesto se plantea la siguiente interrogante:

¿Que alternativa permitirá ofrecer un servicio de atención integral a los visitantes que llegan en los cruceros turísticos al Muelle de Manta?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El proceso para el diseño de un centro de información turística tiene como referencia el modelo del MINTUR (2011), para que a través de su aplicación, permita desarrollar nuevos estudios para la creación de centros de información turística integrados que servirá para orientar a los turistas en su estancia, así mismo hacer más grata su experiencia ya que contará con un personal especializado y tendrá las características físicas para un eficiente servicio.

La presente propuesta de un centro de información turística permitirá crear un modelo a ser implementado en los puertos de arribo de cruceros, además para brindar un servicio de información de calidad promocionando a la ciudad con los recursos, productos y servicios turísticos que posee el cantón Manta, este proyecto beneficiara a las empresas turísticas como: alojamiento, alimentación, operaciones y transporte, profesionales en turismo, sitios de recreación, artesanos, taxistas, centros comerciales y otros servicios, así mismo a los demás cantones vinculados.

La implementación de este centro de información turística también beneficiara en el plano social, directa e indirectamente a los prestadores de servicios turísticos, ya que está enfocado al mercado de turismo receptivo o visitantes de cruceros provenientes de diferentes países y que demandan egresos para los mismos.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta de diseño de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar el marco teórico conceptual acerca de los centros de información turística.
- Determinar el proceso metodológico para elaborar la propuesta de un centro de información turística.
- Elaborar la propuesta de un centro de información en la zona del muelle de Manta.

1.4. IDEA A DEFENDER

La creación de un centro de información turística contribuirá a la difusión de los productos turísticos de la región y permitirá ofrecer una atención más directa a los visitantes que arriban en los cruceros.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. TURISMO

Según Goyes (2008) el Turismo es una actividad cuyo protagonista es el ser humano, por lo que al desarrollarse en el campo personal cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, culturas, idiomas, etc., y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria; Arrillaga (1962) define al turismo diciendo que turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos, las relaciones, hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar.

La Organización Mundial del Turismo (2005) afirma que el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos; mientras que Proaño (2008) complementa que el turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal permanente o temporal. Boullón (1998) define al turismo como una actividad a la que se considera como una forma de recreación, dado que es una manera de usar el tiempo libre, con la diferencia de que se lleva a cabo en un lugar diferente del domicilio habitual, en el que al menos se pernocta una vez.

Un concepto clave para el turismo es el de visitante que según Mantecón (2008) son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual durante un periodo que no excede los doce meses y cuyo propósito principal de visita es

cualquier que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado; todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico corresponden a los recursos turísticos, según Arévalo (2009) estos son capaces de atraer por sí mismo visitantes y hacen posible la actividad turística, satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta.

2.2. DESTINO TURÍSTICOS

Bigne (2001) menciona que los destinos turísticos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas, tradicionalmente se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad, hoy en día es concebido subjetivamente por los consumidores, en función del itinerario del viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa.

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje, Echarri (2006) considera como destino turístico un centro histórico urbano delimitado geográficamente, que se va a constituir en principal motivo de viaje del turista; un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo.

2.3. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Según Rodríguez (2009) la provisión eficiente de los servicios de infraestructura es uno de los aspectos más importantes de las políticas de desarrollo, especialmente en aquellos países que han orientado su crecimiento hacia el exterior. Para la mayoría de los economistas, la ausencia de una infraestructura adecuada, así

como la provisión ineficiente de servicios de infraestructura, constituyen obstáculos de primer orden para la implementación eficaz de políticas de desarrollo y la obtención de tasas de crecimiento económico que superen los promedios internacionales, una infraestructura básica adecuada incluye: servicio de abastecimiento de agua, saneamiento y eliminación de desechos.

Quesada (2009) hace referencia al concepto de infraestructura turística como el conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna, además su nombre denota a través de su preposición infra, el concepto de estructura inferior, es decir aquella que se ubica debajo de otras como son en el caso del turismo, la planta turística que corresponde a la estructura productiva y la superestructura a la organización del que hacer turístico.

2.4. PRODUCTO TURÍSTICO

Según Morales (2010) el producto turístico es tangible o intangible, es cualquier cosa que se pueda vender al turista, está compuesto de paquetes, viajes, servicios e información, o cualquier otro elemento que esté relacionado con el Turismo; el marketing es una actividad que se encuentra en contacto constante con los consumidores como lo menciona Llamas (2009) es así que este busca captar las necesidades y crea un programa de comunicación acorde con los objetivos de la empresa.

López (2004) define que el producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto, compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivo (playas, clima agradable, etc.) y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista disfrutar de los recursos dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados.

Cada día se incorporan al mercado nuevos productos y nuevos destinos que tratan de ganar su cuota de mercado frente a competidores consolidados así se tiene a los “cruceiros como productos turísticos”. En el cruceiro turístico moderno se combinan dos actividades básicas: la de alojamiento y la del transporte, al crecer las instalaciones de ocio a bordo se le define con propiedad como resort marino, más allá que un simple hotel flotante. Es un resort turístico porque incorpora todo tipo de instalaciones propias de un resort como centros de belleza, videoteca, biblioteca, planetario, tiendas, campo de golf, galería de arte, centro de negocios, cine, casino, spa, etc. el itinerario juega un papel esencial, esto es la suma de destinos visitados a lo largo de la travesía convirtiéndose así en una gran gama de productos turísticos integrados.

2.4.1. TURISMO DE CRUCERO

Para Valencia (2009) el turismo de cruceiros ofrece una amplia y variada oferta, adaptada a los diferentes gustos y necesidades del cliente, tanto en destinos como presupuesto o duración del viaje; según González (2004) menciona que el turismo de cruceiros es un producto turístico muy completo, ofrece una amplia variedad de destinos, una buena relación calidad/precio, es recomendable para todas las edades, etc.; mientras que la Organización Mundial del Turismo (2008) plantea que cuando se habla de un cruceiro el cliente lo que compra es algo más complejo que la experiencia en un buque, el itinerario juega un papel esencial, esto es la suma de destinos visitados a lo largo de la travesía. Nuevamente aparece la imbricación entre destinos y buques. El turismo de cruceiros es uno de los aspectos del mercado turístico que ha demostrado mayor dinamismo en las últimas décadas, experimentando altas tasas de crecimiento, plantea la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2005) mientras que en los años setenta apenas medio millón de personas elegían un buque para pasar sus vacaciones, en el 2004 el número de turistas de cruceiros en todo el mundo ya había superado los 13 millones (de los cuales un 77% corresponde al mercado

norteamericano), generando beneficios de unos 18 mil millones de dólares anuales; Salamanca (1998) agrega que es la actividad que se realiza a bordo de un barco o buque, el cual brinda a sus pasajeros todos los servicios y facilidades similares a los de un gran hotel o resort del mundo.

2.5. SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios turísticos corresponden a los elementos que contienen elementos tangibles como menciona Cubillo (2009) siendo las características generales de los servicios la intangibilidad, inseparabilidad entre la producción y el consumo, heterogeneidad y carácter perecedero. Uno de los aspectos relevantes según Kotler (1997) es que un servicio turístico es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad su producción puede o no puede vincularse a un producto físico que es el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores; su valor, depende de la experiencia propia de cada cliente. La experiencia del cliente cuando recibe un servicio, es de su exclusiva propiedad, por lo tanto, no es posible venderla o pasarla a otra persona.

2.6. GESTIÓN TURÍSTICA

Castellucci (2009) los sistemas de gestión turística son documentos de aplicación voluntaria que contienen especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y los avances de la tecnología, deben satisfacer determinados requerimientos, entre otros los descritos en las normas, además constituyen valiosas herramientas para responder a las crecientes exigencias de la demanda y así, lograr un mejor posicionamiento de los destinos turísticos; mientras que Mirabell (2010) menciona que la puesta en marcha de un destino turístico requiere por parte de la

Administración pública a menudo, la creación de un organismo específico encargado del estudio de oportunidades y del potencial del país a partir de sus recursos naturales, culturales, financieros y humanos; las entidades de administración y regulación del turismo según Martín (2008) son aquellas que sin ánimo de lucro, tienen por fin promover de alguna forma el desarrollo del turismo o de actividades turísticas determinadas.

2.7. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Melgosa (2008) menciona que la promoción turística es el conjunto de actividades y medios a través de los cuales se busca la captación de la demanda de servicios turísticos, mediante el apoyo de la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional.

La comunicación comprende un conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir a las personas que integran los mercados objetivos de la empresa, como así también a los canales de comercialización y al público en general según Jiménez (2008), la forma en que se combinarán los distintos instrumentos promocionales dependerá de las características del producto, mercado y competencia y de la estrategia perseguida por la empresa.

Las decisiones sobre promoción incluyen el diseño y puesta en práctica de políticas relativas a la venta personal, marketing directo, publicidad, propaganda, relaciones públicas; promoción de ventas.

2.8. ATENCIÓN AL TURISTA

Paz (2008) la atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes, además la satisfacción o falta de ella es la diferencia entre lo que espera recibir el cliente y

lo que percibe que está recibiendo; mientras que González (2010) menciona que la búsqueda de información es un componente fundamental del comportamiento del consumidor, entre las fuentes de información turísticas más utilizadas y de mayor credibilidad destacan el consejo de familias y amigos, las guías, las oficinas y los folletos de información turística; los centros de información turística son dependencias creadas por una administración pública, o en colaboración con otras entidades menciona Oriol (2008) con el fin de gestionar todos los servicios relacionados con la acogida de los visitantes, organizar los trabajos de coordinación, promoción y comercialización de productos turísticos de su demarcación.

2.9. INFORMACIÓN TURÍSTICA

Según Marcos (2002) es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, a través de guías intérpretes, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemáticas, como Internet o la telefonía móvil; para Centeno (2011) la información hay que considerarla dentro del sistema de actividades turísticas como una actividad de naturaleza turística, ya que, de una manera u otra, es parte imprescindible del proceso productivo turístico; por Bermúdez (2009) la Información se refiere a todo aquello que el turista necesita conocer sobre el lugar que visita, para ello el sistema de información turística debe mantener actualizado el levantamiento del destino, que incluye: informaciones generales, principales atractivos del destino, lugares de interés, agencias de viajes, excursiones, alojamiento, transportación restauración, centros de recreación y ocio, tipo de moneda y tasas de cambio, regulaciones gubernamentales referentes al turismo y compras, etc.

De acuerdo a Hernández (2004), existen dos factores que hacen que la industria turística sea potencialmente atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente y; por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos; en su criterio Cobo (2007) existe una relación indisoluble entre los datos, la información, el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje, por lo que una mejor comprensión de los conceptos sobre información redundará en un aumento del conocimiento, ampliando así las posibilidades del pensamiento humano, que también emplea el lenguaje oral, escrito, gesticular, etc. y un sistema de señales y símbolos interrelacionados.

2.10. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Centeno (2011) concreta que en el ámbito de un destino, un sistema de información turística, se define como un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino; Carnota (1987) define un sistema de información como un conjunto organizado, inter-dependiente de subsistemas, sean personas, información y procesos inter-organizacionales establecidos que, captando datos del entorno y transformándolos en información pertinente, responden a objetivos determinados; Manzanares (2001) manifiesta que el Sistema de Información Turística se define como “un mecanismo permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y divulgación de la información precisa para los objetivos de planificación, acción y evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales del sector”.

Para Cobo (2007) cuando se habla del sistema turístico, se refiere al desarrollo de las facilidades e infraestructuras turísticas indispensable para incrementar las visitas de los turistas al cantón, reforzar la conectividad de los circuitos de visita, promover la configuración de los productos turísticos y elevar la prestación de servicios; Sarabia (1999) define que un sistema de información turística integrado, incorpora al proceso la flexibilidad necesaria para admitir situaciones variables de conocimiento, incluyendo capacidades de aprendizaje y procesos de razonamiento que posibiliten, a partir del conocimiento disponible, dar solución al problema planteado.

2.11. CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

La Organización Mundial del Turismo (2008) señala que los centros de información turística son aquellos espacios físicos que existen para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en la localidad; Parrino (2007) argumenta que los centros de visitantes incluyen a la definición precedente la prestación y venta de servicios al turista y la orientación más precisa de este en el entorno a través de señalamiento interpretativo sobre el destino; mientras que Oliveira (2007) plantea que tienen por objeto asistir a los turistas sobre las diversas actividades que ofrece la ciudad, así como también brindar material promocional como mapas, guías y folletería en general, para poder desplazarse libremente por la ciudad.

Planells (2008) dice que las oficinas que proporcionan información turística se definen como aquellos servicios públicos dependientes y creados en general por una administración pública directamente, o bien en colaboración con otras entidades, que tienen como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordinación, promoción y comercialización de los productos turísticos de su

demarcación territorial; para Bermúdez (2009) los centros de información turística tienen como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes que arriban a un destino turístico, así como organizar la promoción y comercialización de los productos turísticos de su demarcación territorial.

Es por ello que en cualquier sitio, atractivo o recurso que genere visitas o llegadas de turistas se es necesario implementar un centro de información turística este es el caso de los puertos donde arriban cruceros por la gran cantidad de cruceristas ya que en los buques no se los provee de toda la información necesaria. El turismo de crucero es la modalidad turística de más rápido crecimiento en el mercado de viajes de placer y cada vez hay más turistas exigentes, es por ello que en los puertos donde desembarcan cruceros es importante crear nuevas opciones para satisfacer las necesidades de los visitantes, y así facilitar la información que requieran sobre los recursos, atractivos, eventos, ferias, lugares de compra, etc. como los que brindan los centros información integrales en especial para los turistas que no contratan un tour determinado.

2.12. INSTALACIÓN TURÍSTICA

Rodríguez (2006) define que las instalaciones turísticas comprenden los productos que también se denominan como “facilidades” o “equipamiento”. Abarcan un amplio abanico de servicios como: el alojamiento, el servicio de alimentos y bebidas y las diversas formas de transportación. También se incluyen las instalaciones dedicadas a la realización de actividades recreativas o de ocio, incluyendo las facilidades para la potenciación en el uso de ciertos atractivos (por ejemplo, un centro de información turística en un parque natural). Las instalaciones abarcan, entonces, todos los tipos de establecimientos en los que se satisfacen las necesidades básicas o espirituales de los visitantes o donde realizan las actividades para las que hicieron su viaje. Por otra parte Boullón (2000) considera que son todos los servicios relacionados con el turismo, sobre

todo cuando se considera como una industria y su función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

En los cruceros se establecen estándares armonizados para las instalaciones y los equipos técnicos, a fin de garantizar unos servicios de alta calidad; forman parte de las instalaciones turísticas ya que esta industria de cruceros cuenta hoy en día con una serie de novedades que impulsan la decisión de compra de los turistas y que va más allá del hospedaje: trampolines gigantes, pistas de patinaje, muros para escalar y hasta una ola artificial para deslizarse dentro del crucero, son parte de las instalaciones que pueden disfrutar los cruceristas.

2.13. EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

El equipamiento turístico incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos según Torrejón (2004) lo define como el conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico; siendo así que el equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos. Mientras que Melgosa (2008) deduce por equipamiento turístico complementario el conjunto de usos de carácter colectivo o general, de iniciativa y titularidad normalmente privada y con aprovechamiento lucrativo, integrando los dedicados a actividades turísticas complementarias de espectáculo, ocio, esparcimiento, deporte, congresos y otros, así como los dedicados tanto a actividades de restaurantes, cafeterías, bares y similares como actividades comerciales, cuando se realicen en el interior de las zonas turísticas.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Para la presente investigación se utilizó de referencia el Formato general y guía de Proyectos de Inversión y Cooperación SENPLADES (2008).

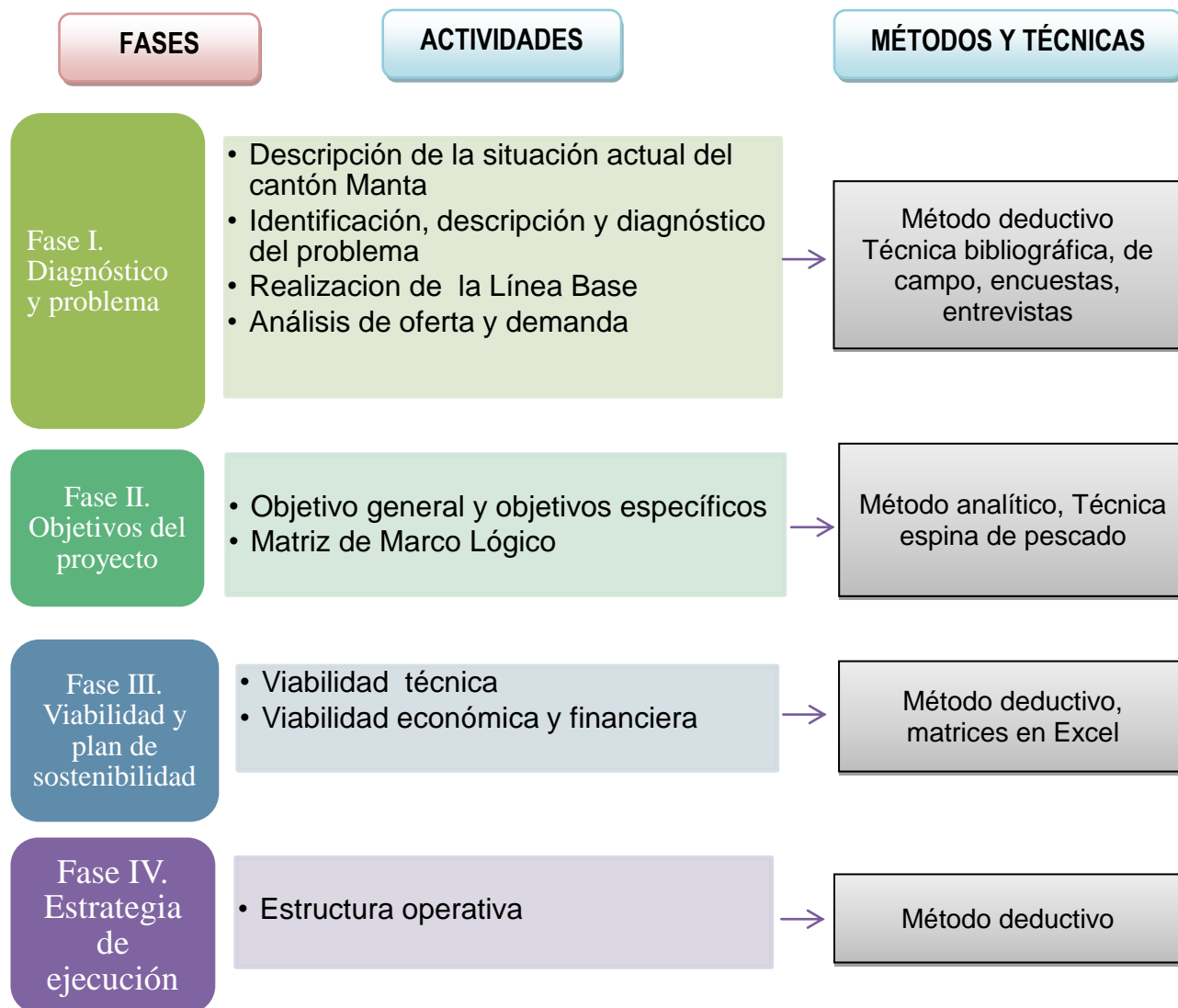


Figura 3.1. Fases, actividades y métodos para realizar el centro de información turística

Elaborado por: Yicela Chabesta, Esther Laaz

FASE I DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

Se describió la situación actual del puerto de Manta, con una investigación de campo identificando el problema, en la cual se analizaron los aspectos demográficos y de turismo del cantón mediante la realización de datos estadísticos que corresponden a la línea base, este proceso se refiere a la recopilación de información, ordenamiento y clasificación de los datos utilizando la técnica de revisión bibliográfica en la cual se analizó la oferta-demanda. Mediante encuestas a los visitantes que arriban en los cruceros se determinaron los resultados, de igual forma se realizaron entrevistas al personal de Autoridad Portuaria de Manta para analizar las necesidades y facilidades que requieren los visitantes de cruceros.

FASE II. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Una vez que se definió el diagnóstico y problema en el que se utilizó la técnica espina de pescado, en base al análisis de las reales capacidades con las que cuenta el área de intervención se planteó el objetivo general y los objetivos específicos utilizando el método analítico. Se realizó la matriz de Marco lógico para poder tener una imagen global del proyecto propuesto, en los objetivos se establecen actividades, indicadores y los medios de verificación.

FASE III VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD

En esta fase se elaboró la viabilidad técnica detallando las características físicas y técnicas de los materiales, suministros y servicios que conforman los componentes del proyecto mediante un estudio técnico. Se ejecutó la viabilidad económica la cual se determinó por la elaboración de los gastos que va a generar la construcción en total del proyecto, utilizando el método deductivo y matrices en Excel.

FASE IV ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

Se estableció la estructura operativa del centro de información turística mediante la selección de actividades internas que se pretenden realizar y cómo van a estar definidas las diferentes áreas en su organización operacional y se elaboró una estrategia de financiamiento de la obra.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

4.1.1. Nombre del proyecto:

Propuesta de diseño de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta.

4.1.2. Cobertura y localización:

La cobertura geográfica del proyecto propuesto serán los cantones de Manta, Montecristi y Portoviejo el cantón donde se realiza el centro de información será en el cantón Manta que se encuentra ubicada en la costa Pacífica central de Manabí, al suroeste de la provincia; sus coordenadas geográficas son 00° 57' de latitud sur y 80° 42' de longitud oeste. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta (2012) posee una altura promedio de 20 msnm; limita al norte y al oeste con el océano pacífico, al sur y este con el cantón Montecristi y Jaramijó; su área geográfica es de 362 km²; constituye en términos costeros la “Bahía de Manta”, puesto que su ubicación es ideal, ya que el mar queda al norte de la ciudad.

El área geográfica donde estará ubicado el proyecto será en la zona del muelle de Manta su posición geográfica es de 00 grados, 55 minutos y 35 segundos de latitud sur (00° 55´ 35” S) y a 80 grados, 43 minutos y 02 segundos de longitud oeste (80° 43´ 02” W), a solo 5 metros sobre el nivel del mar.

4.1.3. Sector y Tipo de Proyecto

Cuadro 4.1. Sector y tipo de proyecto

Sector	Tipo de proyecto
Desarrollo Urbano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puertos y muelles ➤ Promoción turística

4.2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

4.2.1. Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto

➤ Puerto de Manta

Con 12 metros de calado natural, el puerto de Manta, se convierte en el único de aguas profundas, de mar abierto y mejor ubicado en Ecuador y en la costa oeste de Sudamérica, Autoridad Portuaria de Manta (2010) menciona que este puerto es un eje primordial para el desarrollo comercial, productivo y social de la región manabita y del país entero. Su ubicación geo-estratégica y privilegiada, a orillas del océano Pacífico lo convierte en el punto de enlace y de integración del comercio exterior de Sudamérica con el resto del mundo.

Además de ser público es multipropósito ya que no solo se ha especializado en el manejo de contenedores sino que en diferentes tipos de carga como carreros, granelera sólida y líquida, buques turísticos, etc. se encuentra estratégicamente ubicado de acuerdo a las líneas de tráfico marítimo internacional por lo cual se convierte en seguro para el manejo de todo tipo de buques, cuenta con un acceso corto y directo, disponible las 24 horas del día y los 365 días del año, es el único con certificación internacional de seguridad (Business Alliance Security), que significa brindar garantías de seguridad que lo hacen más atractivo para los inversionistas y empresarios.

➤ Servicios que ofrece el puerto

El puerto de Manta, ofrece servicios a buques y contenedores, en las siguientes modalidades:

Al buque: El Puerto de Manta ofrece los servicios a los buques portacontenedores, graneleros, carreros, pesqueros y cruceros, entre los cuales tenemos:

- ✓ Acceso
- ✓ Fondeadero
- ✓ Practicaje
- ✓ Muellaje (Arme–Desarme)
- ✓ Remolcador

Contenedores: Estos servicios a la carga contenerizada:

- ✓ Estiva y desestiba
- ✓ Carga y descarga
- ✓ Movimiento de carga
- ✓ Mano de obra para transferencia de carga
- ✓ Almacenaje
- ✓ Tomas eléctricas

A los pasajeros: Se facilita todo tipo de atención, como seguridad física a los turistas, atención médica inmediata, ferias y eventos a través de las agencias navieras, operadores turísticos, Municipio y Policía Nacional. Entre los servicios complementarios, el puerto de Manta realiza: recolección de basura, aprovisionamiento de víveres, seguridad física, mantenimiento de naves y equipos, inspección a la carga, suministros de energía, salvamento, tarja, aprovisionamiento, bunkero.

Puerto seguro: El puerto cuenta con un alto índice de responsabilidad, pues aplica las normas de seguridad en el manejo operativo: Código internacional PBIP (ISPS), Personal capacitado de seguridad, Equipo de seguridad (CCTV), Unidad canina para el control de antinarcóticos (Policía).

A la carga Gráneles:

- ✓ Carga
- ✓ Descarga
- ✓ Movimiento de carga

Vehículos:

- ✓ Carga y descarga
- ✓ Movimiento de carga
- ✓ Traslado
- ✓ Almacenaje

Pesca:

- ✓ Carga y descarga.
- ✓ Movimiento de carga
- ✓ Traslados

➤ Plataforma logística

El puerto está conectado con las principales vías que lo comunican con el país impulsa una dinamización comercial interna y con diversos países a través de una extensa plataforma logística que comprende: vías de comunicación expeditas a principales centros de consumo y desarrollo nacional, ZAL (zona de actividad logística) portuaria, puerto seco, plataforma intermodales, centros de carga aérea, plataforma de consolidación de carga regional, estación para transferencia de contenedores, agrocentros multipropósito, mercado de distribución, centros de acopio y almacenamiento agrícola y ZAL de apoyo en frontera.

➤ Funciones del personal de APM

El organigrama estructural establece que alrededor de 46 personas desempeñan sus funciones en la institución. La dirección de APM se apoya en las unidades de asesoría jurídica, gestión portuaria, ingeniería de proyectos, atención al usuario y las diferentes áreas como la técnica, operativa, financiera y administrativa. El personal se encuentra organizado en jefes por unidades o departamentales, además de analistas, programadores, técnicos y supervisores que se encargan de dirigir, controlar y orientar las operaciones portuarias.

➤ Cruceros:

A partir del año 1997 se ha levantado estadísticas relacionadas al arribo de buques turísticos al puerto de Manta, lo que permite una eficaz planificación y participación de las instituciones públicas y privadas, tal es el caso del Ministerio de turismo con el Plan Estratégico de “Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador” PLANDETUR 2020 (2008) donde persigue incentivar el turismo de cruceros en el país, como producto de calidad, creando facilidades turísticas acorde al desarrollo turístico mundial.

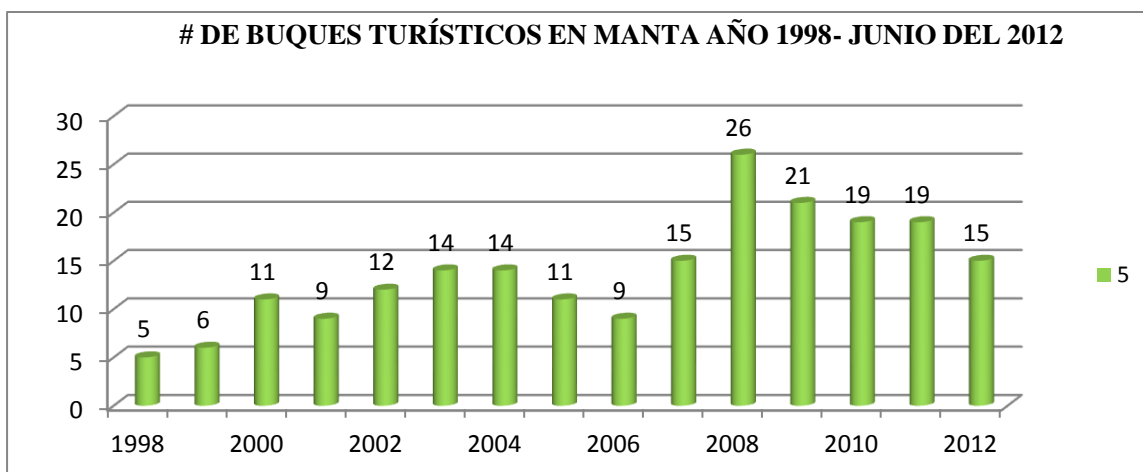


Gráfico 4.1. Número de buques turísticos que arribaron a Manta desde el año 1998 hasta el 2012

Fuente: Autoridad Portuaria de Manta

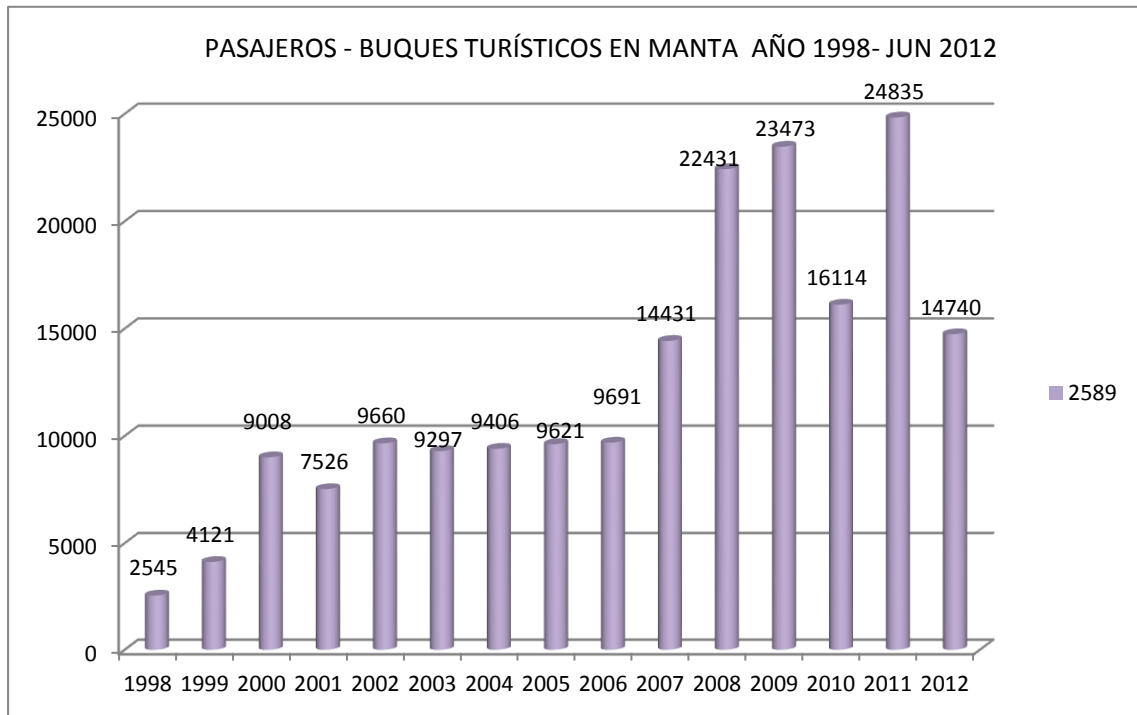


Gráfico 4.2. Número de pasajeros que arriban en los buques turísticos en el cantón Manta

Fuente: Autoridad Portuaria de Manta

Existen en Manta 42 industrias que están afiliadas a la Cámara de industrias de Manta (CIM), de donde realizan actividades de almacenaje, procesamiento y enlatado del pescado (atún), y varios derivados como la harina de pescado, además de fábricas que hacen hielo, industrias químicas, etc.; además de las actividades industriales, comerciales, turísticas y de construcción el cantón, gracias al puerto, realiza actividades de exportación e importación de diferentes productos a varios destinos del mundo, Autoridad Portuaria de Manta (2010).

En la siguiente tabla se observa los principales destinos de exportación del Puerto de Manta.

Cuadro 4.2. Destinos de las exportaciones del puerto de Manta

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DEL PUERTO DE MANTA	
PUERTO	PAÍS
Puerto Cabello	Venezuela
Lisboa	Portugal
Rio Haina	República Dominicana
Rotterdam	Holanda
La Unión, El Salvador	El Salvador
Veracruz	México
Marín-Pontevedra	España
Valencia	España
Bilbao	España
Dunkerque	Francia
Dunkerque	Francia
Hamburgo	Alemania
Livorno	Italia
Amberes	Bélgica
Houston	EE.UU.

Fuente: Autoridad Portuaria De Manta

4.2.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema

Como resultado de una investigación previa, existe la carencia de un espacio público en la zona del muelle de Manta que facilite información especializada de los recursos y destinos turísticos del territorio y que produzca en los demandantes (visitantes) motivos suficientes para conocerlos.

La función de un centro de información turística es el orientar, asesorar, facilitar y dirigir al visitante de manera gratuita, acerca de sus requerimientos de información, en detalle, con responsabilidad y profesionalismo, de los recursos turísticos: culturales, naturales, escénicos e históricos a nivel local, provincial y nacional, de vital importancia para el desarrollo territorial de esta región.

Una de las causas principales por la que Autoridad Portuariano implementa un centro de información turística es por el espacio reducido que existe en la zona del muelle debido al lento proceso de concesión del puerto, ya que aún no se ha concretado el proyecto multipropósito solo para cruceros y no se dispone de personal técnico que se encargue de brindar información a los turistas; por otra parte en Octubre del 2012 se realizaron gestiones con el Ministerio de Turismo, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, correos del Ecuador y CNT para que recibieran a los turistas que arribaron en los cruceros y se les brindara información sobre los atractivos de la ciudad, aunque tienen disponibilidad de talento humano no han realizado un centro de información turística debido al espacio físico.

4.2.3. Línea Base del Proyecto

la línea base del cantón Manta establece la situación actual y características generales de los componentes sociales, demográficos, económicos, ambientales, de turismo con el objetivo de determinar sus indicadores y así poder distinguir la oferta y demanda turística, este proceso de levantamiento de información se lo realizó mediante la recopilación bibliográfica de documentos oficiales gubernamentales y confiables como datos obtenidos por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, Subsecretaria de Recursos Pesqueros, MINTUR, SENPLADES, GAD de Manta. Es así que se determinan los principales factores de la línea base:

Aspectos demográficos:

➤ Población

El cantón Manta ha tenido un rápido crecimiento demográfico en los últimos 30 años, 12 veces más, o sea, de 495 hectáreas (1978) pasó a tener 6.000 hectáreas

en el 2008, especialmente hacia la zona sur oeste y noroeste, esto se demuestra por el hecho de que Manabí tuvo una tasa de crecimiento relativo del 13,8%. Manta es considerada la séptima ciudad más poblada del país, tiene una población de 226.477 habitantes repartidas entre mujeres 115.074 y hombres 111.403 correspondientes al 49.19% de la población total del cantón, de acuerdo a los datos oficiales presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2010).

La población urbana llega a 217.553 habitantes y la rural a 8.924 habitantes, en porcentaje, la población urbana del cantón Manta constituye el 96% y la población rural constituye 4% lo que determina un cantón prominentemente urbano; de acuerdo a los datos de población por edad, se determina que existe una población joven y el porcentaje más alto tanto en hombres como mujeres lo encontramos en edades que van de: 5 a 9 años, de 10 a 14 años y le siguen de 15 hasta 39 años, los adultos mayores llegan casi a un 2% en ambos sexos.

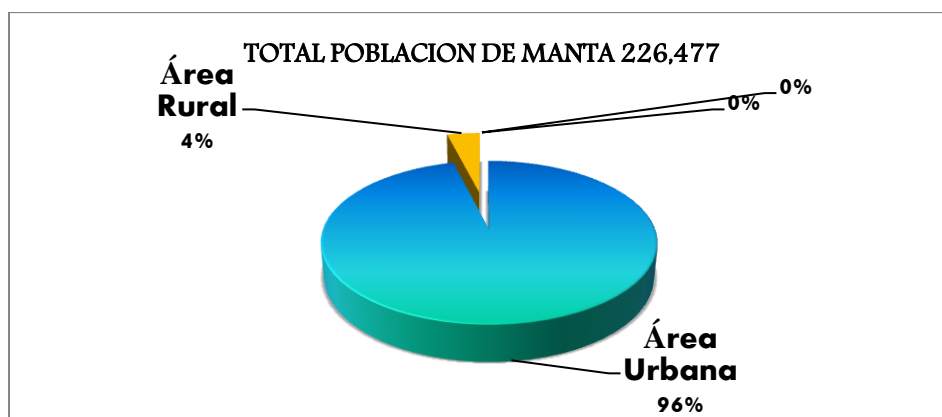


Gráfico 4.3. Población total de Manta con mayores habitantes en el área urbana

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo del año 2010.

Cuadro 4.3. Distribución de la población de Manta por áreas

ÁREAS	POBLACIÓN
URBANA	217.553
RURAL	8.924
TOTAL	226.477

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo del año 2010.

➤ **Distribución de la población**

La población de Manta principalmente ha crecido en base a la migración de habitantes de todos los cantones de la provincia, son varios los factores que influyen a los habitantes de las áreas rurales a migrar hacia Manta; el más importante es la instalación de la base aérea de los Estados Unidos, la misma que ha generado diversidad de empleos obligando así a los habitantes a formar parte de esta ciudad. Por información proporcionada por la Dirección de desarrollo comunitario, área de sistema de Información local, se obtiene que en el año 2010, se presenta una tasa de crecimiento del 1.8%, a diferencia del año 2011, donde la tasa de crecimiento correspondía al 4.5 %.

➤ **Población económicamente activa**

Al efectuar una relación porcentual entre la población urbana de Manta frente a la población total del cantón, se determina que el 96.10% de la población del cantón se encuentra en la zona urbana de Manta por lo que la economía de sus habitantes gira alrededor de los bienes y servicios que se generan en la ciudad, comprende al conjunto e interrelación de factores vinculados con el desarrollo de la economía integral del territorio del cantón Manta y las opciones o potencialidades que pueden aprovecharse para fomentar el logro del buen vivir, debe establecerse la situación general de la economía del cantón: condición económica de la población, opciones de desarrollo endógeno, opciones para el desarrollo de emprendimientos que generen trabajo y empleo, potencialidades, recursos con los que puede contarse, actores de concentración y redistribución de la riqueza. CLIRSEN (2011)

Los principales componentes son: actividades agro-productivas, forestales, pesqueras, extractivas, industriales, manufactureras, servicios, turísticas, entre otras; el sistema económico reconoce las diversas formas de organización de los modos de producción, la disponibilidad de infraestructura de apoyo, los principales

mercados y las situaciones de riesgo presente y futuro determinados por la exposición y vulnerabilidad frente a amenazas identificadas.

De la superficie total del cantón Manta (29.265,96 ha), el 70,60% es cobertura vegetal natural, el 15,44% tiene un uso antrópico, el 3,96% es de uso pecuario, el 5,27% corresponde a un uso agrícola y agropecuario mixto, mientras que el restante 4,73% son tierras improductivas, en descanso o espacios correspondientes a cuerpos de agua.

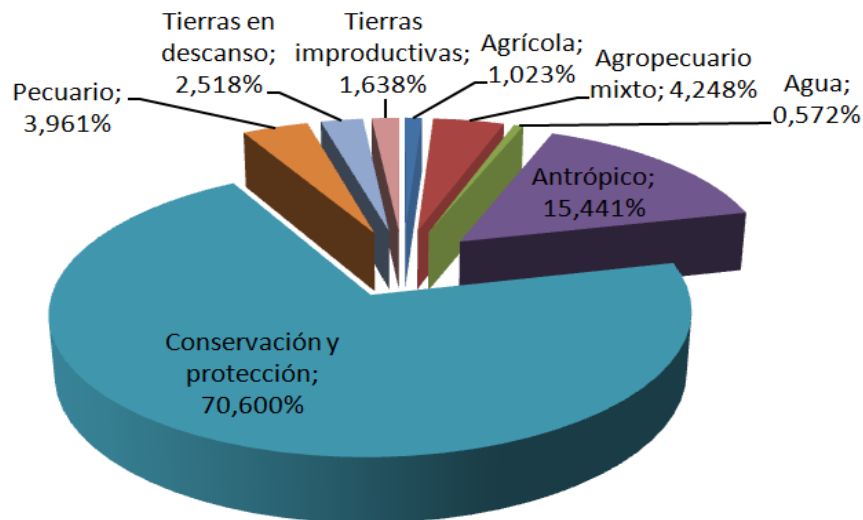


Gráfico 4.4. Sistema económico productivo con mayor cobertura en la conservación y protección

Fuente: CLIRSEN 2011.

Como se puede observar en el gráfico en relación al uso de suelo agrícola, el cultivo predominante es el maíz, que cubre una extensión de 295,40 ha que representan el 1,009%, del cantón. El uso agropecuario mixto en su área intervenida es de 1205,29 ha que equivalen al 4,11% del territorio; el uso de agua tiene una ocupación de 166,43 ha, representando un 0,572%.

Las zonas pobladas o uso antrópico sobresalen el área urbana con 3.055,10 ha, correspondiendo al 10,439% y el área de proceso de urbanización representa un

2,626% y el centro poblado es de 0,985%. Respecto al uso de conservación y protección, la cobertura de uso de suelo de matorral seco de tierras bajas de la costa es de 11.535,51 ha que corresponde al 39,41%; el bosque deciduo de tierras bajas de la costa es de 4.343,05 ha que son 14,84%, el espacio natural ocupa un 10,0%.

El uso pecuario concierne a pasto cultivado, que abarca 1.159,14 ha es decir el 3,96% del territorio cantonal, el uso de tierras en descanso cuya superficie de cobertura es de barbecho que representa un 2,518%. Las tierras improductivas en proceso de erosión tienen una superficie de 239,08 ha que representan el 0,817% del cantón, es importante destacar dentro del uso de la tierra en el cantón Manta los siguientes usos: Sistemas productivos de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca. Conforme al uso del suelo, la mayor parte del territorio cantonal (27 769,63 ha, es decir, el 94,89 %), corresponden a áreas naturales, zonas urbanas, centros poblados, ríos dobles y áreas erosionadas, dejando una superficie muy pequeña para actividades agropecuarias las cuales fueron caracterizadas dentro de un sistema productivo.

El sistema predominante en el cantón Manta es el mercantil con una superficie de 1.204,46 ha, las mismas que representan el 4,12 %, el sistema combinado tiene un área de 277,89 ha con una participación del 0,95 % y el sistema marginal se presenta con 13,97 ha que representa el 0,05% del área total del cantón.

La pesca artesanal: En el cantón Manta, encontramos que existe una flota de 2.639 embarcaciones (entre Manta, San Mateo y Sta. Marianita); ofreciendo oportunidad de trabajo a 3.951 personas que se dedican a esta actividad y que representan el 0.04% de la PEA del cantón; de donde se benefician 9.746 habitantes.

La Subsecretaría de Recursos Pesqueros (2011) informa que el tipo de propulsión de las embarcaciones pesqueras artesanales en las que se realiza la pesca

artesanal es el motor fuera de borda con 2.056 embarcaciones, de donde 1.912 unidades son fabricadas en fibra. El 80,81% realiza la faena de pesca en el mar de donde el 40% se desempeña como tripulante, trabajador o peón dentro de la embarcación; el 21% es dueño del barco y el 26% alquila o presta el barco para salir a faenar, un 13% no da razón de cómo obtiene la pesca.

Cuadro 4.4. Tenencia de la embarcación pesquera artesanal

TENENCIA DE LA EMBARCACION PESQUERA ARTESANAL	MANTA , SAN MATEO Y SAN LORENZO	%
Propia	559	21%
Alquilada	255	10%
Prestada	428	16%
Tripulante/trabajador/peón	1020	40%
No contesta	377	13%
TOTAL	2639	100%

Fuente: Subsecretaria de Recursos Pesqueros

Están registrados en la capitanía del Puerto/DIRNEA el 62,03% como comerciante, armador artesanal y pescador artesanal, el 26,25% no está registrado y el 11,72% no contesta, el 42,3% sale de 1 a 5 veces al mes, a pescar al mar, mientras que el 48,90% sale de 6 a más veces al mes a realizar su faena de pesca y el 8,9% no da razón de sus salidas.

Las especies frecuentemente capturadas son el dorado, la pesca blanca, albacora, el picudo y en menor cantidad el camarón; los productos que se pescan son vendidos principalmente en la playa de Tarqui y distribuidos a los distintos mercados de la ciudad.

La industria: Cada año según las campañas de pesca el mercado internacional se ve afectado por diversos factores tales como: las capturas realizadas por las

grandes flotas pesqueras, las variables climáticas, el tipo de cambio de los países proveedores y compradores, el precio de los carburantes, la cada vez mayor exigencia de calidad de los mercados internacionales y la competencia de empresas informales que no cumplen con los requerimientos establecidos por la OIT, la OMC y por los mercados europeos.

En la última década se ha visto muchos cambios en la forma de hacer negocios en todo el mundo, las empresas atuneras no son una excepción ya que la globalización ha transformado a estos negocios de cara a los mercados mundiales, las personas del mundo se unifican en una sola sociedad que interactúa de manera conjunta, América del sur es un componente clave en este proceso que también se vio afectada en esta combinación de los derechos económicos, tecnológicos, socioculturales y políticos.

De hecho, mirando al pasado y antes de esta nueva tendencia, América del sur fue el blanco de muchos inversionistas de todo el mundo, especialmente de Europa y EE.UU. lo que se reflejó en un extraordinario incremento de la exportación de atún, logrando hacer de esta industria un modelo para muchas otras industrias alimentarias.

En esta región, específicamente Ecuador recibió inversiones internacionales y los productos atuneros fueron los primeros en ser negociados bajo este nuevo escenario para luego dar paso a muchos inversionistas locales que colocaron importantes empresas procesadoras de atún; en definitiva, algunos atributos como la excelente estructura de costes y la cercanía a las áreas de pesca convirtieron a ésta en un sector muy atractivo y competitivo, sin embargo, a partir del año pasado debido a la significativa baja en las capturas y consecuente incremento en el costo de la materia prima y de los insumos en toda la cadena del atún han dado lugar a un aumento del 40% al 60% del precio del producto final, no sólo en América del sur, sino también en el resto del mundo.

Procesadoras de atún del Ecuador concentran, el 70% de la capacidad total de producción del país en el Puerto de Manta y el 30% restante se reparte entre Guayaquil y Posorja en las provincias de Guayas y Santa Elena. Además, la industria atunera ecuatoriana cuenta con capacidad instalada de congeladores para el almacenamiento de 75 mil toneladas de atún pescado sin procesar.

➤ **Educación**

La Constitución del Ecuador establece que todo ciudadana y ciudadano ecuatoriano debe obligatoriamente completar diez años de educación básica; la misma que debe iniciarse a los 5 años de edad cursando el primero de básica. En el cantón Manta el 78% de los niños y niñas de 5 años se encuentran matriculados en el primero de básica, quedando fuera del sistema educativo uno de cada cinco niños y niñas; se muestra importantes calificaciones respecto a las de la provincia y del país. El analfabetismo refleja un 7% de la población, el más bajo con respecto al resto de los cantones de la provincia de Manabí (12.5%) y del país (9.02%). En promedio, la escolaridad en Manta (7.5%) y Portoviejo (7.7%) tienen el porcentaje más alto de la provincia. Manta presenta una tasa alta positivamente sobre la provincia (6.09%) en donde apenas el nivel educativo se termina en 6 años y levemente sobre el país (7.29%) según datos del INEC (2010).

➤ **Empleo**

Manta tiene una población de 226.477 habitantes (entre zonas urbanas y rurales), de donde la población económicamente activa es de 90.627 habitantes que corresponde al 34,01% de la población total del cantón, y corresponde al 0,63% a nivel nacional. INEC (2010).

Cuadro 4.5. Categoría de ocupación del cantón Manta

CATEGORIA DE OCUPACION	CASOS	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	10.206	11,26
Empleado/a u obrero/a privado	37.918	41,84
Jornalero/a o peón	4.120	4,55
Patrono/a	2.758	3,04
Socio/a	1.062	1,17
Cuenta propia	20.272	22,37
Trabajador/a no remunerado	1.338	1,48
Empleado/a doméstico/a	2.963	3,27
Se ignora	9.990	11,02
TOTAL	84.922	93,7
POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA	90.627	100

Fuente: INEC Censo 2010

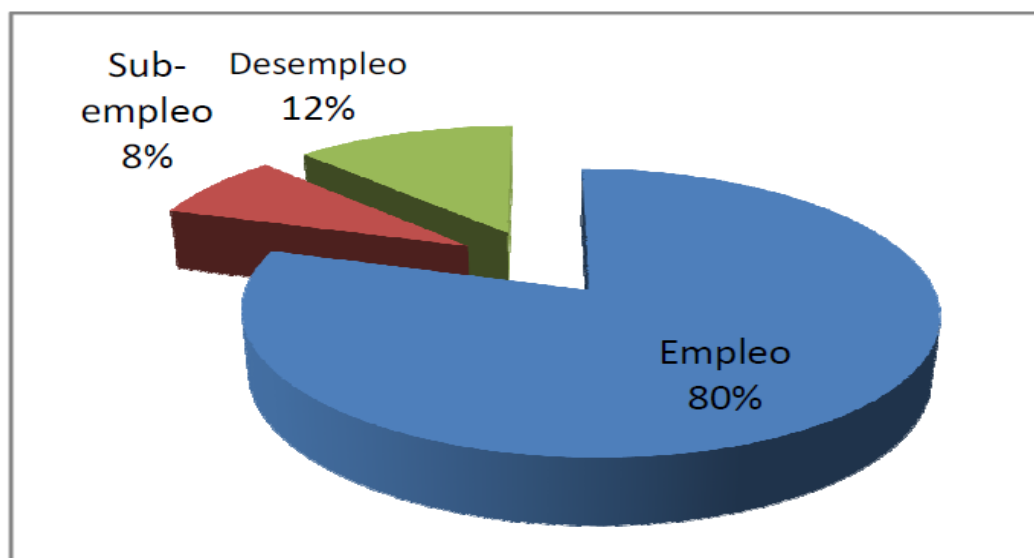


Gráfico 4.5. Ocupación de la población del Cantón Manta

Fuente: INEC Censo 2010

Cuadro 4.6. Rama de actividad del cantón Manta

RAMA DE ACTIVIDAD (PRIMER NIVEL)	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	6.070	6,7
Explotación de minas y canteras	45	0,05
Industrias manufactureras	13.377	14,76
Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	533	0,59
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	554	0,61
Construcción	6.841	7,55
Comercio al por mayor y menor	19.473	21,49
Transporte y almacenamiento	5.554	6,13
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.008	4,42
Información y comunicación	941	1,04
Actividades inmobiliarias	630	0,7
Actividades financieras y de seguros	219	0,24
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.323	1,46
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2.554	2,82
Administración pública y defensa	3.351	3,7
Enseñanza	4.534	5
Actividades de atención de la salud humana	2.345	2,59
Artes, entretenimiento y recreación	765	0,84
Otras actividades de servicios	2.314	2,55
Actividades de los hogares como empleadores	2.773	3,06
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	10	0,01
No declarado	6.708	7,4
Trabajador nuevo	5.817	6,42
Total población económicamente activa	90.739	40,07
total población que realiza alguna actividad productiva	90.627	40,02

Fuente: INEC Censo 2010

➤ **Sistema Económico Productivo**

Datos obtenidos del GAD de Manta (2011) señala que el sistema económico productivo comprende al conjunto e interrelación de factores vinculados con el desarrollo de la economía integral del territorio de Manta y las opciones o potencialidades que pueden aprovecharse para fomentar el logro del buen vivir, debe establecerse la situación general de la economía del cantón: condición económica de la población, opciones de desarrollo endógeno, opciones para el desarrollo de emprendimientos que generen trabajo y empleo, potencialidades y recursos con los que puede contarse, factores de concentración y redistribución de la riqueza. Los principales componentes son: actividades agro-productivas, forestales, pesqueras, extractivas, industriales, manufactureras, servicios, turísticas, entre otras.

El sistema económico reconoce las diversas formas de organización de los modos de producción, la disponibilidad de infraestructura de apoyo, los principales mercados y las situaciones de riesgo presente y futuro determinados por la exposición y vulnerabilidad frente a amenazas identificadas.

➤ **Turismo**

Un total de 1'027.686 turistas arribaron a Ecuador desde inicios de año hasta el 30 de noviembre de 2011, lo que representa un 13,92% de turistas más respecto al mismo periodo del año 2010, informó el Ministerio de turismo. En la ciudad de Manta se recibieron a 130.802 turistas entre nacionales e internacionales que equivalen al 14,79% de los turistas que ingresaron al país en el año 2010, haciendo un cálculo de cuantos turistas arriban en la ciudad puerto en el año 2011 tendríamos un aproximado de 122.970 turistas que llegan a nuestra ciudad, además se recibieron 19 buques - crucero con 24.835 pasajeros (2011) de distintas partes del mundo. La planta hotelera según los registros realizados en la

dirección municipal de turismo del cantón Manta (2011), suman un total de 102 establecimientos hoteleros, con 2.170 habitaciones teniendo una capacidad hotelera de 5.100 plazas. Ministerio de turismo (2012)

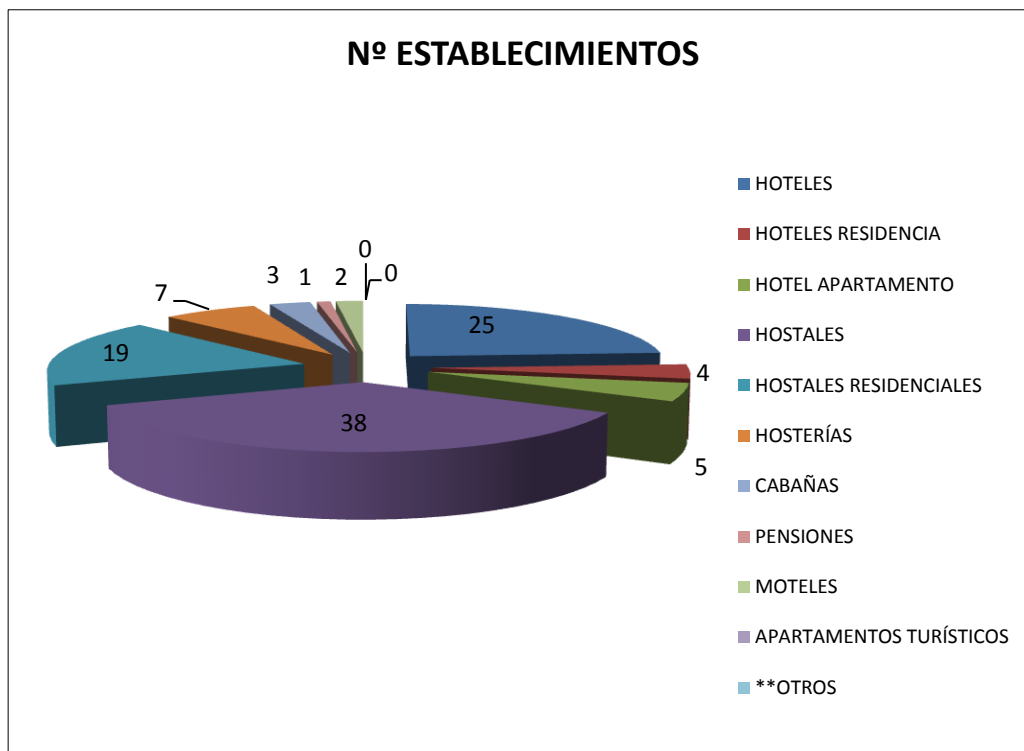


Gráfico 4.6. Establecimientos que prestan servicios de hospedaje en el cantón Manta

Fuente: GAD cantón Manta

El turismo, como fuente generadora de ingresos en Manta, se encuentra en franco crecimiento, siendo una de 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 nuestro país, gracias al desarrollo alcanzado por Manta en los últimos años, la ciudad está consolidándose como una plaza líder de inversión comercial, industrial, turística e inmobiliaria.

Cuadro 4.7. Tipología turística del cantón Manta

Tipos de Turismo en el Cantón Manta	
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Refugio de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche • Mirador Faro en Pacoche
Sol y Playa	<ul style="list-style-type: none"> • Los Esteros y Tarqui • El Murciélago • Barbasquillo • Piedra Larga • San Mateo • La Tiñosa • Santa Marianita • Liguique • San Lorenzo, Las Piñas, Río Cañas, Santa Rosa
Gastronómico	➤ A base de mariscos
Aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Surf • Kite surfing • Pesca deportiva • Camping • Velerismo
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Sector de Edificaciones Antiguas • Astillero de Manta • Museo Arqueológico del Banco Central • Museo Universitario • Museo Arqueológico De Pacoche • Museo Municipal Aragones
Turismo Religioso	<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia La Dolorosa
Turismo de Convenciones	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de hoteles
Turismo Juvenil	<ul style="list-style-type: none"> • Atracciones turísticas
Turismo de Temporadas Festivas	<ul style="list-style-type: none"> • Carnaval 2010 13,14,15,16 de Febrero • Fiestas de San Pedro y San Pablo Junio-Julio • Agosto Mes de las artes • Octubre del 01 al 31 Fiestas del Comercio • 29 de Septiembre Festival Internacional de Teatro • 4 de Noviembre Cantonización

Fuente: MINTUR (inventario turístico). SENPLADES Z 4.

➤ **Servicios turísticos:**

Manta es un polo de desarrollo industrial y comercial, siendo la industria pesquera la más representativa en cuanto a mayor generación económica y de trabajo, y la industria turística en cuanto a imagen y proyección futura, dadas las condiciones actuales, la industria turística es la que cuenta con mejores oportunidades y

posibilidades de desarrollo a corto y mediano plazo; en los últimos tres años Manta ha tenido un gran despliegue turístico, recibiendo a centenares de visitantes nacionales y extranjeros que llegan a disfrutar del sol, mar y de los platos típicos del lugar. MINTUR (2012). SENPLADES Z 4 (2012)

Cuadro 4.8. Servicios turísticos

Servicio Turístico	N°	Detalles	Capacidad
Hoteles	41	1.115 Habitaciones	2.401 Camas
Restaurantes	131	1.500 mesas	5.976 Plazas
Discotecas	14	593 mesas	2.375
Bingos	3		260
Bares, Fuentes de Soda y Cafeterías	22		600
Salas de Fiestas	3		600
Agencias de Viajes	17		
Renta Car	4		20
Yates	2		12
Transporte Turístico	3		

Fuente: MINTUR(catastro turístico). SENPLADES Z 4.

➤ **Mercado:**

El mercado del turismo interno predomina en el cantón Manta superando el 90% según datos proporcionados por los hoteles donde indica la nacionalidad de los huéspedes, es importante basar la publicidad en este importante segmento, así como incrementar la publicidad en el mercado receptivo del país.

➤ **Tipo de turistas:**

El excursionismo sigue siendo el de mayor porcentaje (67,49%) diferenciándolo del turista (32,51%) ya que Manta es considerado como punto de distribución a destinos como Canoa al norte y Puerto López al sur de la provincia por lo que se

propone incrementar las actividades turísticas y culturales como alternativas durante la visita en Manta, ya sea instalando parques temáticos o centros de entretenimiento que permitan incrementar la estadía en el cantón I-TUR Manta. Inventario de visitas al cantón (2012).

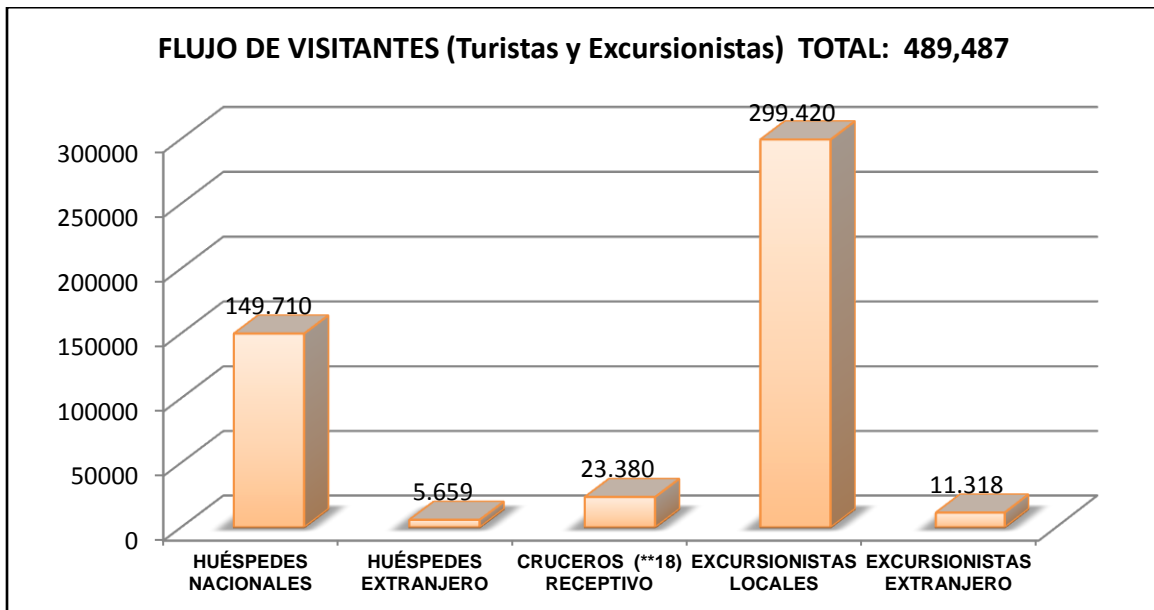


Gráfico 4.7. Flujo de visitas al cantón Manta
Fuente: I- TUR MANTA

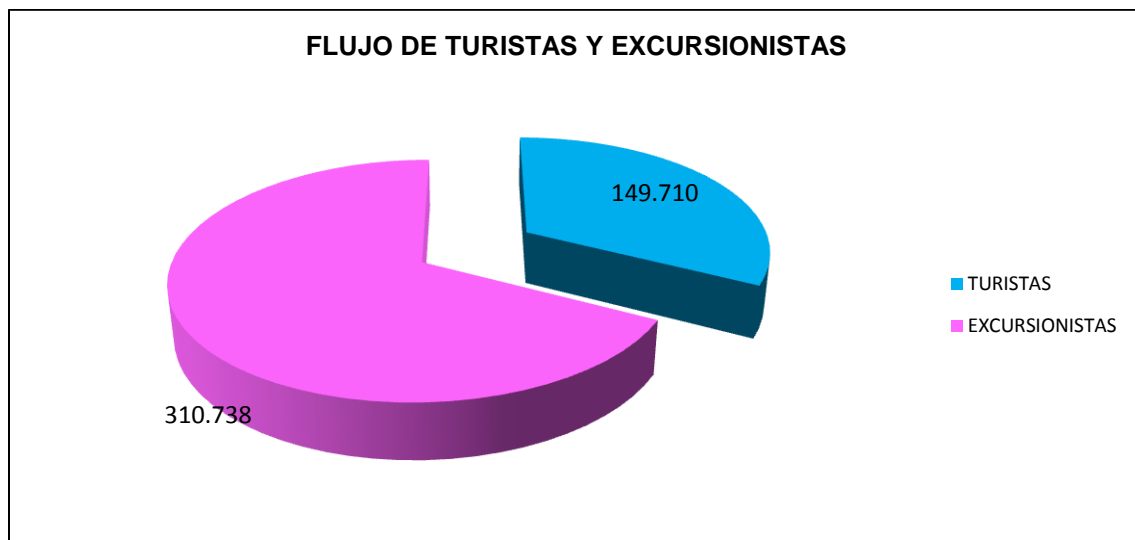


Gráfico 4.8. Flujo de turistas y excursionistas al cantón Manta
Fuente: I – TUR MANTA

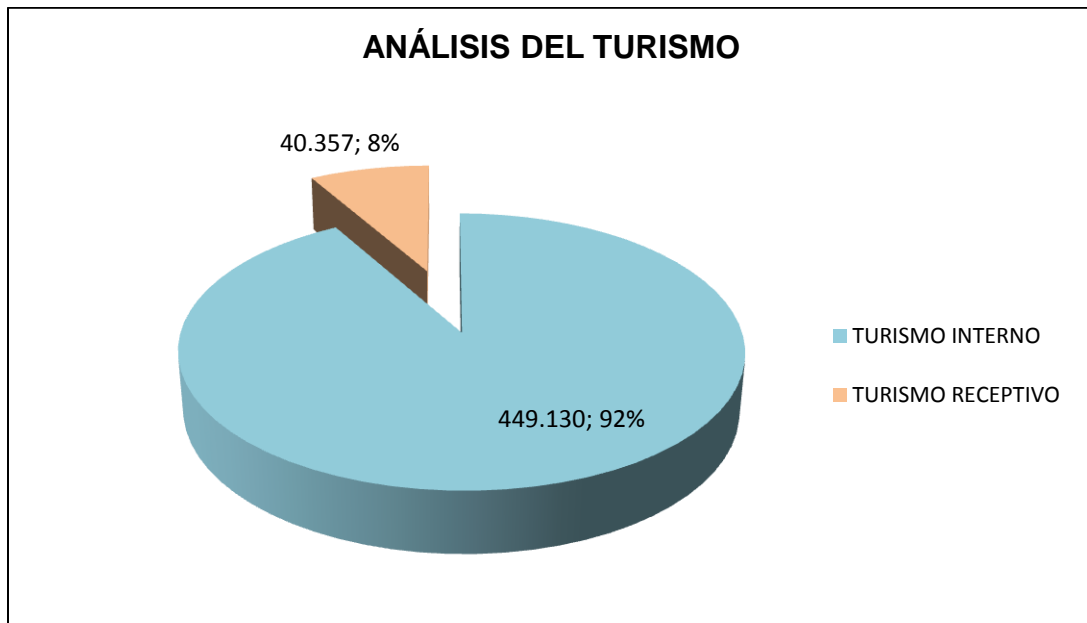


Gráfico 4.9. Flujo de turistas internos y receptivos al cantón Manta
Fuente: I – TUR MANTA

➤ **Vías de Acceso**

Según la comisión de tránsito de Manabí (2012) muestra que la comunicación a Manta se la mantiene a través de los sistemas de carreteras, vías navegables y aeropuerto, a continuación se detallan las vías de acceso y las distancias de Manta hacia las principales ciudades:

a) Comunicación terrestre

El cantón Manta posee diversas vías, la mayoría de ellas de primer orden, las mismas que conectan el centro de la ciudad con el puerto y este a la vez se comunica con el sistema vial nacional a través de un paso lateral o vía expresa de 14 Km. y una vía en construcción puerto-aeropuerto con 8.5 Km. de longitud.

Cuadro 4.9. Sistemas de Carreteras y sus distancias respecto a Manta

Distancia en Kilómetros desde las principales ciudades hacia Manta - Vía Terrestre	
Distancia en Kilómetros hacia	Ambato
	Azoques
	Babahoyo
	Cuenca
	Esmeraldas
	Guayaquil
	Guaranda
	Ibarra
	Latacunga
	Loja
	Macará
	Macas
	Machala
	Portoviejo
	Puyo
	Quito
	Riobamba
	Rumichaca
	Sto. Domingo
	Tena
	Tulcán
	Zamora
Manta	Lago Agrio
	404
	409
	281
	446
	442
	196
	402
	505
	355
	611
	598
	628
	387
	35
	505
	390
	456
	634
	257
	584
	630
	675
	649

Corredores Viales al Oriente

Manta - Quito - Pto. Orellana: 800 km

Manta - Quevedo - Latacunga - Pto. Orellana: 550 km

Manta - Guayaquil - Pto. Zamora: 600 km

Vía Costanera conecta al puerto de Manta con todos los puertos, y sectores de la producción, Ruta del Spondylus, y destinos turísticos del Ecuador.

Vía Puerto Aeropuerto de 8,5 km longitud que cierra el anillo vial que circunda a la ciudad.

b) Comunicación Marítima

El 17 de septiembre de 1977 se promulgó la Ley de desarrollo del puerto de Manta, la cual lo elevó definitivamente a la categoría de Puerto de transferencia internacional de carga, esta ley conlleva la modernización de sus servicios, proceso que ha comenzado en sus fases iniciales. En este momento se cuenta con los estudios de factibilidad para la concesión y modernización del puerto.

La aspiración de que el cantón Manta sea un puerto con las características de transferencia viene desde hace mucho tiempo, cuando empresarios de grandes líneas navieras de los países asiáticos, buscaban hace más de una década, establecer un “Puerto madre” en la costa del Pacífico, que le sirva de apoyo para la redistribución de flujos de carga mediante el trasbordo a flotas navieras de servicios hacia otros puertos internacionales en la costa del Pacífico, hacia el interior del continente a través de la vía interoceánica.

Ventajosamente, por las características, las condiciones geográficas naturales y técnicas, el puerto internacional de Manta es el único puerto ecuatoriano de aguas profundas y geográficamente la ventana natural del país hacia el mundo, pues está solo a 25 millas náuticas de las rutas internacionales de tráfico marítimo; a 24 horas de navegación hasta el canal de Panamá y es el punto más cercano a los países del este de Asia, por lo tanto será a futuro considerado como el punto de conexión con el mundo.

Vías Navegables.- Domésticas: hasta San Lorenzo-Esmeraldas 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.

c) Comunicación Aérea - Comunicación Aérea Nacional

El aeropuerto de Manta tiene características internacionales y es alterno al de Guayaquil, contando con toda la infraestructura para que en algún momento se convierta en aeropuerto de actividad regular, la ventaja del aeropuerto, además de la infraestructura y de la base naval, es que se encuentra en las cercanías del océano lo que le da un mayor margen de operatividad.

Con respecto a vuelos internacionales, existe un promedio de 30 vuelos al mes, los mismos que funcionan desde hace seis meses atrás, algunos de los aviones que hacen estos vuelos llegan en escalas técnicas y otros llevan carga de Manta a Miami (Estados Unidos), a través de una frecuencia establecida por la aerolínea Cubana de aviación. Además, el aeropuerto presenta algunas falencias que aún persisten en las actuales instalaciones; las mismas que son administradas desde diciembre pasado por la Corporación Aeroportuaria de Manta (CORPAM), estas fallas se dan por la falta de equipamiento para la logística del aeropuerto.

Según cifras indicadas por la Corporación Aeroportuaria de Manta (2012) menciona que un promedio de 8.500 pasajeros al mes, utilizan este aeropuerto para movilizarse a Quito o viceversa, ya que esta es la única frecuencia comercial disponible, son tres las compañías aéreas (Tame, Ícaro y Aerogal) que se encargan de ofrecer la ruta Manta-Quito y viceversa a través de 222 vuelos mensuales. También afirma que se está gestionando nuevas rutas desde Manta hacia el sur.

A escasos 5 minutos del centro 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, en la actualidad existen 2 compañías que cubren la ruta Quito / Manta / Quito en cómodos horarios. El tiempo de vuelo, respecto a principales aeropuertos del país:

Quito: 35 minutos **Guayaquil:** 30 minutos **Galápagos:** 90 minutos

➤ **Seguridad**

La inseguridad a nivel nacional es una preocupación de todos los ecuatorianos, en consecuencia el cantón Manta no ha sido una excepción; por lo que ha sido necesario que los organismos de control y en particular la Policía Nacional (2012) direcciona sus estrategias, incorporando innovadores mecanismos de

neutralización delictiva, logrando de esta manera reducir los índices delincuenciales que alteraban el orden y la seguridad ciudadana, en este cantón.

La finalidad es modernizar y fortalecer la capacidad operativa de las unidades policiales para reducir los niveles de inseguridad ciudadana como:

- ✓ Incrementar permanentemente el nivel de satisfacción de la comunidad en los servicios policiales.
- ✓ Institucionalizar un sistema de control para prevenir y eliminar la corrupción.
- ✓ Elevar los niveles de formación humana, cultural y técnica de los miembros de la Institución, para mejorar los servicios.
- ✓ Lograr que la policía nacional reformule su base legal y su estructura orgánica, que guíen a su acción institucional en el marco de las políticas sociales del estado.
- ✓ Incrementar permanentemente el nivel de satisfacción laboral de los miembros de la policía.
- ✓ Asegurar la dotación oportuna de recursos económicos, logísticos y tecnológicos para el cumplimiento de su misión.

➤ **Indicadores:**

- ✓ Manta tiene una población de 226.477 habitantes repartidas entre mujeres 115.074 y hombres 111.403 correspondientes al 49.19% de la población total del cantón.
- ✓ Los principales componentes son: actividades agro-productivas, forestales, pesqueras, extractivas, industriales, manufactureras, servicios, turísticas, entre otras.

- ✓ Existe una flota de 2.639 embarcaciones (entre Manta, San Mateo y Sta. Marianita); ofreciendo oportunidad de trabajo a 3.951 personas que se dedican a esta actividad
- ✓ La escolaridad en Manta es de 7.5%.
- ✓ La población económicamente activa es de 90.627 habitantes que corresponde al 34,01% de la población total del cantón, y corresponde al 0,63% a nivel nacional.
- ✓ En la temporada 2013 han arribado a Manta 21 cruceros con un aproximado de 26.259 turistas y 12.173 tripulantes.
- ✓ La tasa de turista que visita anualmente Manta es de 489.487 entre nacionales, extranjeros.
- ✓ La difusión turística se da por el Ministerio de Turismo, la promoción a nivel cantonal por el GAD de Manta, y la promoción de los hoteles, restaurantes, se da por cada uno de los prestadores de servicios.

4.2.4. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

➤ LA DEMANDA

Sector de mercado-Receptivo: En el puerto de Manta arriban visitantes extranjeros de diversas nacionalidades como: europeos, latinoamericanos, norteamericanos y asiáticos. Lo que conlleva a la ciudad de Manta a cambiar permanentemente de productos y servicios, teniendo así una categoría de alta exigencia.

Población de referencia: Por la investigación realizada se detalla que el número de cruceros que arriban al puerto ha aumentado gradualmente a partir del año 2008 que hubo un número de 26 cruceros al año, con una afluencia de turistas de 24.835 pasajeros aproximados.

Se tomó de referencia encuestas realizadas al crucero Regatta perteneciente a la agencia naviera Oceanía Cruise con 824 tripulantes y 386 pasajeros y la población potencialmente demandante de un 90% del tamaño de la muestra requieren de un centro de información turística.

Permanencia: Los cruceristas permanecen un promedio menor a 48 horas para realizar las visitas y así conocer los atractivos que esta ciudad ofrece.

➤ **LA OFERTA**

Los servicios de la oferta de un centro de información turística están destinados a los visitantes que arriban en los cruceros en la zona del muelle ya que carece del mismo; servirá para promocionar y hacer conocer a la ciudad de Manta y sus alrededores.

Oferta sustitutiva: De la investigación realizada se constató la existencia de 2 centros de información turística ubicados en el malecón escénico - Playa Murciélago, el mismo que cuenta con un espacio destinado a mostrar objetos utilizados en el pasado por las diferentes culturas locales. Otra de las funciones de este lugar es la entrega de material promocional como folletería, trípticos, videos y guías a turistas.

➤ **Determinación de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de muestreo probabilístico:

$$n = \frac{NK^2p * q}{e^2(N - 1) + K^2p * q}$$

Dónde:

- n = el tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población.
- p= probabilidad de éxito
- q= probabilidad de fracaso
- K^2 = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 90% de confianza equivale 1,64, valor que queda a criterio del investigador.
- e^2 = error máximo admisible 10% o 5%, valor que queda a criterio del encuestador.

$$n = \frac{(800) (1,64)^2 (0,5) (0,5)}{(0,10)^2 (800 - 1) + (1,64)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{(800) (2,69) (0,25)}{(0,01) (799) + (2,69) (0,25)}$$

$$n = 538 / 5,37$$

$$n = 100,1$$

➤ Resultados de encuestas

Dentro de la investigación presente se realizó una encuesta a 100 visitantes que arribaron en el crucero Regatta cuyos resultados se muestran a continuación:

1. Género

Cuadro 4.10. Total de encuestados por género

Femenino	42
Masculino	58
Total	100

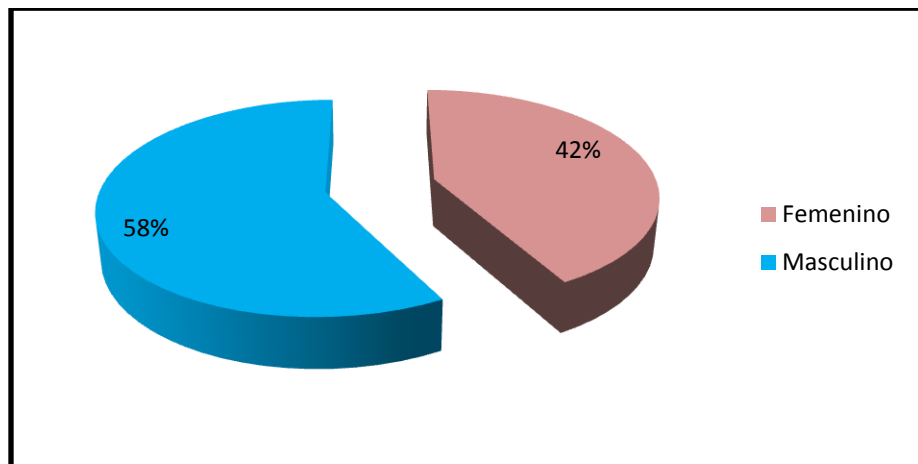


Gráfico N° 4.10. Total de encuestados por género

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según muestra el gráfico N° 4.8 se permite identificar a un número mayor de hombres encuestados con un 58% y del sexo femenino un 42%, siendo los dos grupos de visitantes potenciales para el desarrollo del cantón.

2. Nacionalidad o país

Cuadro 4.11. Desglose de nacionalidades de personas encuestadas en los cruceros

Canadá	16
Serbia	5
Usa	54
Italia	6
Rumania	6
China	10
Japón	3
Total	100

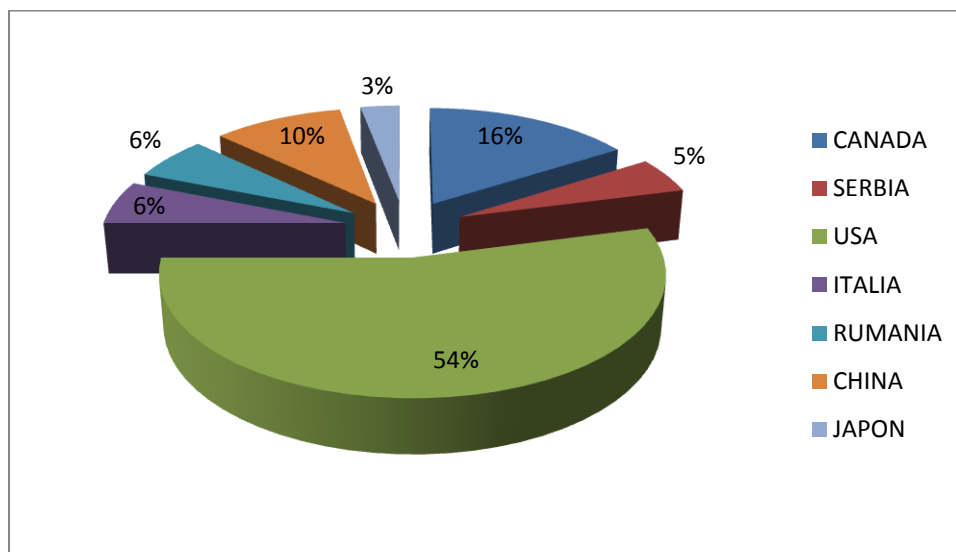


Grafico N° 4.11. Nacionalidades de visitantes encuestados en los cruceros

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de los visitantes que llegaron en el crucero Regatta son de origen norteamericanos con un 54%, el 16% provienen de Canadá, de Serbia un 5% y en menoría procedentes de Europa de los países de Italia y Rumania en un 3%, de China un 10% y Japón 3% lo que indica que el flujo turístico es variado y que se deberá enfocar en las preferencias de mayor demanda.

3. Estado civil

Cuadro 4.12. Estado civil de visitantes encuestados

Casado	75
Soltero	18
No contestaron	7
Total	100

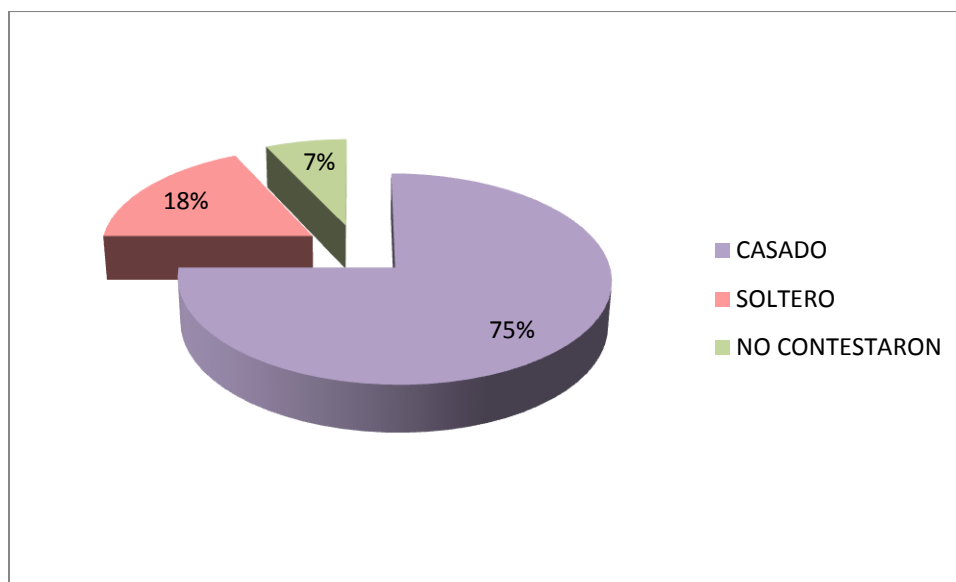


Grafico N° 4.12. Estado civil de visitantes encuestados en el muelle de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según datos obtenidos señala que el 75% de los visitantes de cruceros están casados debido a que en su gran mayoría son adultos mayores, un 7% no contestaron por lo que también se deberán enfocar productos destinados a parejas.

4. Edad

Cuadro 4.13. Total de encuestados por rango de edad

20-30	8
31-40	10
41-50	8
51-60	12
61-70	31
Más de 71	31
Total	100

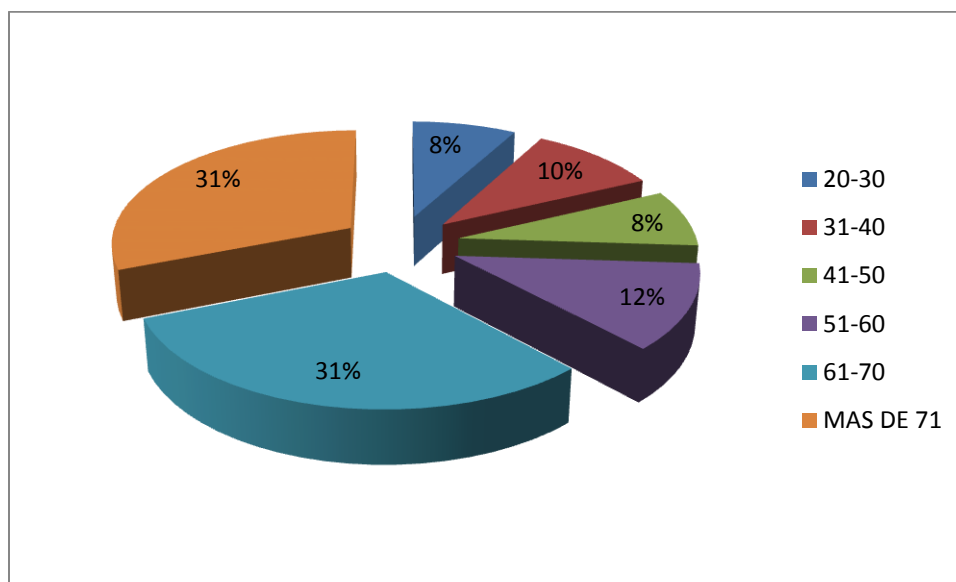


Gráfico N° 4.13. Total de encuestados por rango de edad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de los turistas que visitan Manta, oscilan entre 61 y más de 71 años de edad con un 31% siendo este grupo el de mayor poder adquisitivo y por lo tanto el que mayor remanente económico deja al cantón, se puede constatar que los visitantes de cruceros en su minoría tienen entre 20 y 30 años con un porcentaje del 8% ya que la mayor parte de los visitantes son retirados es por ello que buscan satisfacer sus deseos.

5. Profesión u ocupación:

Cuadro 4.14. Ocupación de los encuestados en el muelle de Manta

Profesor	3
Retirado	55
Terapista	6
Doctor	5
Abogado	4
Corredor de Bienes Raíces	6
Comerciante	8
Ingeniero	7
Asistente administrativo	6
Total	100

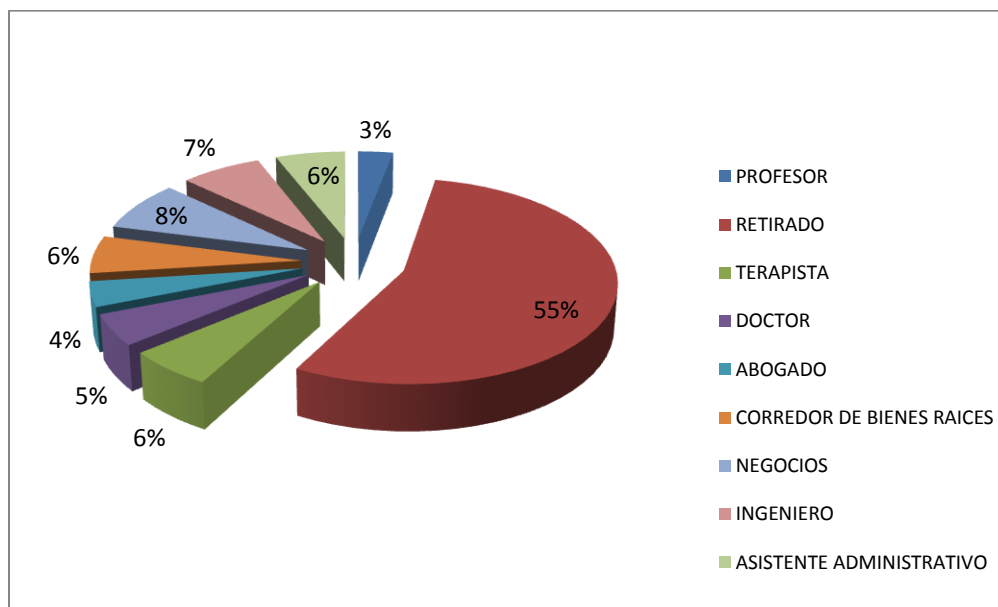


Gráfico N° 4.14. Profesión u ocupación de los visitantes encuestados en el muelle de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los cruceristas que viajaron en el crucero Regatta un 55% son personas retiradas que buscan un tiempo de descanso y diversión, entre otras profesiones en un menor rango del 8 al 3%, dato relevante para el proyecto ya que en su mayoría se deberán hacer ofertas para adultos mayores.

6. Este es su primer viaje a Manta

Cuadro 4.15. Total de turistas encuestados que ha viajado a Manta

Si	95
No	5
Total	100

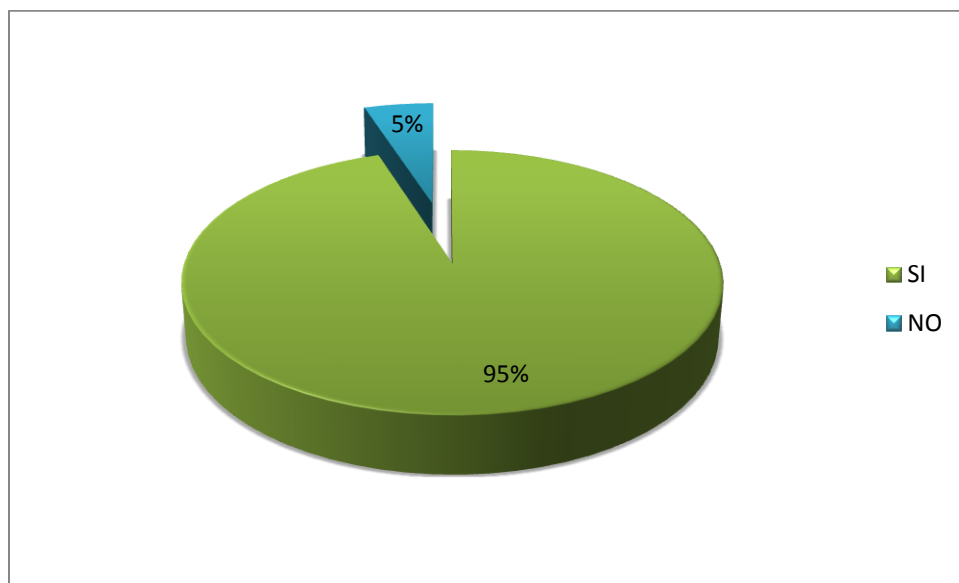


Gráfico N° 4.15. Total de turistas encuestados que ha viajado a Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los cruceristas no habían visitado el cantón Manta, lo que indica que existe un gran interés por parte de los visitantes en conocer el país ya que gradualmente aumentan los turistas por año y solo un 5% lo ha visitado lo que demuestra que hay visitantes interesados por volver a la ciudad.

7. Compañía durante este viaje

Cuadro 4.16. Preferencia de acompañante para viajar

Nadie	13
Familiares	65
Amigos o colegas	12
Grupo turístico	10
Total	100

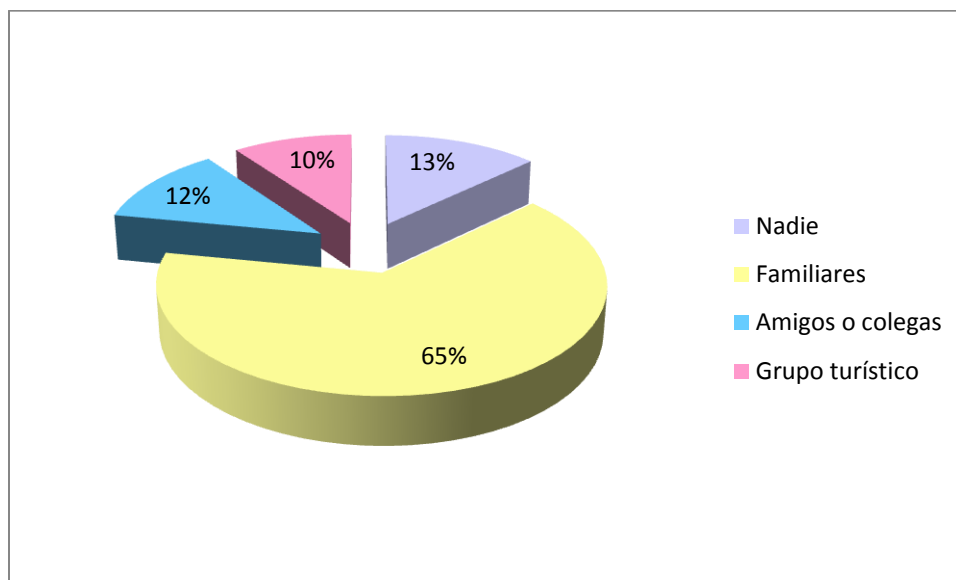


Gráfico N° 4.16. Preferencia de acompañante para viajar

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 65% de los visitantes de cruceros viajan con familiares, un 13% prefieren hacer sus recorridos solos, en un menor número viajan acompañados por amigos o colegas y grupos turísticos; así se constata que se debe facilitar información sobre servicios que haga más grata su estadía no solo individual sino para hacer más grande la experiencia en familia.

8. Nivel de ingresos anuales aproximadamente

Cuadro 4.17. Promedio de ingresos anuales de los cruceristas encuestados

Menos de US 30,000	6
Mas de US 30,000	8
Mas de US 40,000	12
Mas de US 50,000	25
Mas de US 100,000	45
No contestaron	4
Total	100

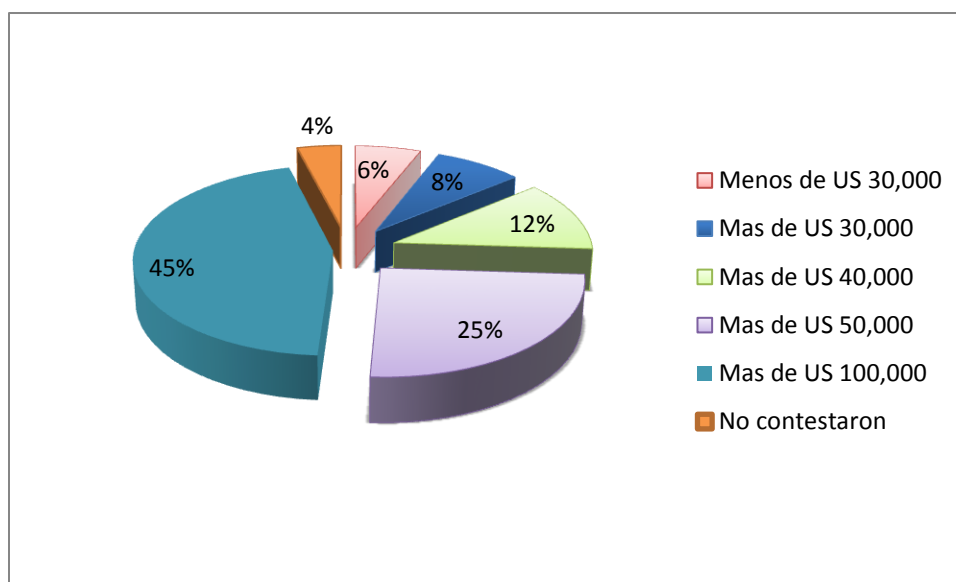


Gráfico N° 4.17. Promedio de ingresos anuales de los cruceristas encuestados

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de visitantes que llegan en cruceros tienen ingresos económicos anuales mayores a 100,000 dólares, siendo un valor representativo para el cantón; puesto que favorece al desarrollo económico de la misma, en un menor rango ganan aproximadamente menos de 30,000 dólares anuales y un 4% no contestaron.

9. Le gustaría que hubiera un centro de información turística en el muelle de Manta

Cuadro 4.18. Total de encuestados que les gustaría de los servicios de un centro de información turística integral en el muelle de Manta

Si	92
No	8
Total	100

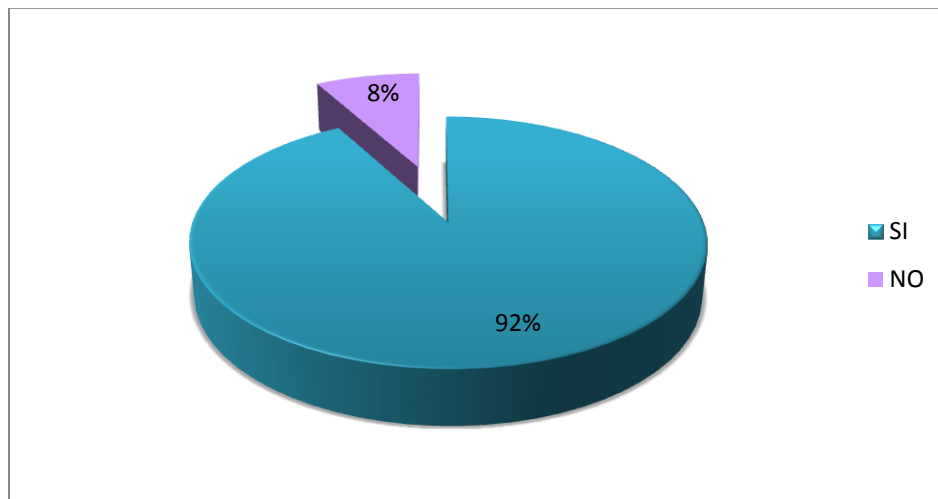


Gráfico N° 4.18. Total de encuestados que les gustaría de los servicios de un centro de información turística integral en el muelle de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 92% les gustaría la creación de un centro de información turística en el muelle de Manta por conveniencia y porque obtendrían más información útil de los atractivos turísticos, de los lugares donde pueden realizar turismo de compras y sería más fácil para ellos en el poco tiempo de estadía que tienen, muy útil para visitantes que no contrataron un tour; un 8% de la muestra de la población consideran que no sería conveniente la creación del mismo ya que opinan que el barco les provee la información y ciertos de ellos estipulan o contratan tour con operadoras turísticas o agencias de viajes.

10. Servicios que le gustaría recibir en el centro de información turística

Cuadro 4.19. Preferencia de servicios dentro del centro de información turística

Información turística	96	18%
Venta de artesanías y recuerdos	23	4%
Internet y llamadas internacionales	80	15%
Folletería, trípticos, mapas	86	16%
Librería	12	2%
Correos y postales	65	12%
Cafetería	65	12%
Tienda duty free	56	10%
Bar de bebidas nacionales y extranjeras	24	4%
Cambio de monedas	35	6%
Otros	6	1%
Total	548	100

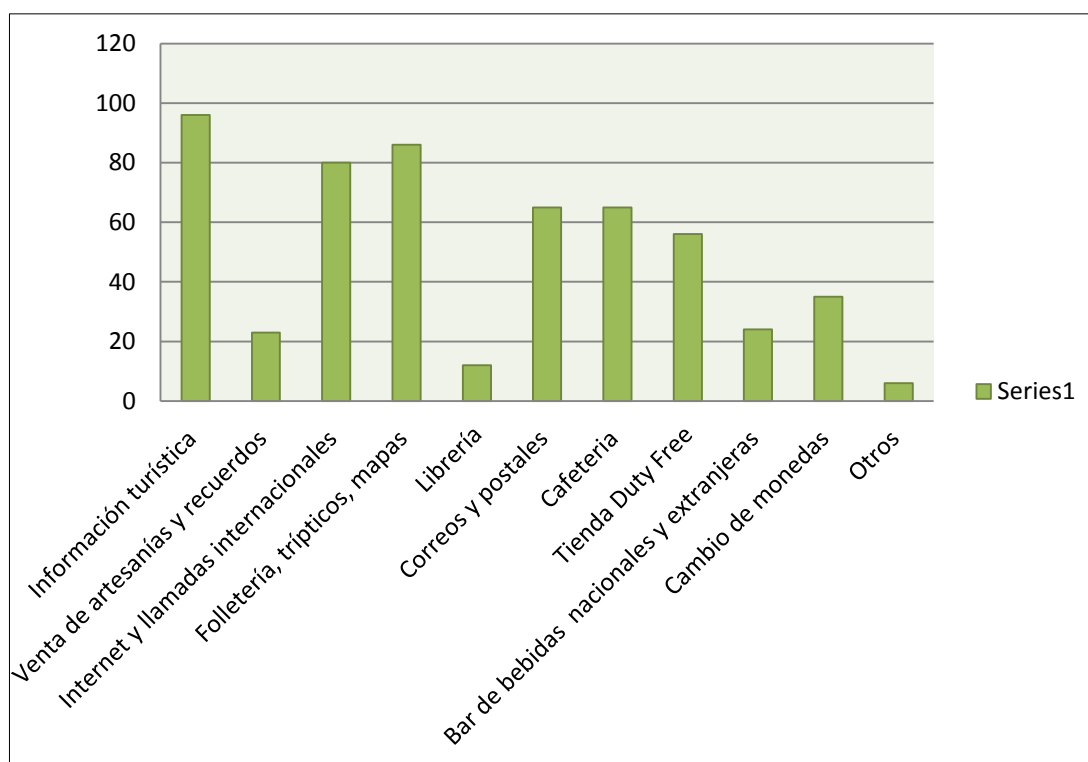


Gráfico N° 4.19. Preferencia de servicios dentro del centro de información turística

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 18% de los cruceristas opinan que el centro de información deberá constar con información turística sobre los atractivos, eventos o servicios; el 16% les gustaría que haya folletería, trípticos y mapas, el 15% internet y llamadas internacionales, en menores porcentajes tienda duty free, cambios de moneda, correos y postales, librería, bar de bebidas nacionales y extranjeras, otros consideran que debería haber wifi, demostrando así que los visitantes requieren de estos servicios para hacer más ameno su viaje.

ANÁLISIS GENERAL DE ENCUESTAS

Se realizó una encuesta al crucero Regatta con una muestra de 100 visitantes y mediante los resultados obtenidos se pudo determinar que el mayor porcentaje de cruceristas encuestados tienen una edad comprendida entre los 61 y más de 71 años de los cuales en su gran mayoría son personas retiradas que buscan un tiempo de descanso por un periodo representativo recorriendo varios países del mundo y provenientes principalmente de América del Norte, en menor porcentaje de Europa y Asia acompañados preferentemente por familiares ya que un 75% de ellos son casados. Un 92% les gustaría que el muelle de manta cuente con un centro de información turística con todos los servicios necesarios para hacer más cómodo su viaje así poder contar información útil para los que no contratan un tour, entre los servicios que contara el CIT serán: Información turística, venta de artesanías y recuerdos, internet con wifi y llamadas internacionales, folletería, trípticos, mapas, librería, correos y postales, tienda duty free, cambio de monedas. Pero un 8% de los encuestados consideran que no será útil la creación del mismo ya que el barco les provee la información y ciertos de ellos contratan un tour con operadoras turísticas o agencias de viajes.

La temporada de cruceros empieza en octubre y termina en mayo, el mes que más arribo de cruceros tiene es enero, con un total de siete que han traído al país 4.923 turistas y 2.770 tripulantes. Cuando termine la presente temporada, habrán arribado a Manta 21 cruceros con un aproximado de 26.259 turistas y 12.173 tripulantes, siendo relevante para la propuesta ya que por la gran afluencia de visitantes se deberá contar con un centro de información turística integral.

4.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

4.3.1. Objetivo general

Diseñar un centro de información turística en la zona del muelle de Manta para visitantes que arriban en cruceros.

4.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta.
- Realizar un estudio técnico que permita definir la ubicación e infraestructura requerida e identificar los procesos y requerimientos a implementarse.
- Desarrollar el estudio financiero que determine la factibilidad del proyecto.

4.3.3. Matriz de Marco Lógico

Cuadro 4.20. Matriz del Marco lógico

Resumen Narrativo de objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
FIN: Realizar un diagnóstico que permita mejorar la afluencia turística en la región a través de un ITUR en el puerto de Manta.	Para finales de julio de 2013 el 100% del diseño del centro de información turística se ha terminado.	Documento técnico planos	Apoyo de Autoridad Portuaria de Manta
PROPÓSITO: Brindar información de servicios, productos y facilidades a los turistas que arriban en los cruceros.	80% de turistas encuestados lo requieren	Encuestas a los turistas, entrevistas	Apoyo de instituciones como Agencia naviera, MINTUR, Capitanía del Puerto
COMPONENTES: 1. Proyectar el diseño de un centro de información turística en el puerto de Manta.	A finales de julio del 2013 estará la propuesta del diseño del CIT.	Documento técnico planos	Apoyo de la APM y de un experto
2. Realizar un estudio técnico que permita identificar los procesos y requerimientos a implementarse.	Para el mes de junio del 2013 se tendrá el diseño técnico del centro de información	Estudio de factibilidad técnico del proyecto	Sustento de un arquitecto
3. Desarrollar el estudio financiero que determine la factibilidad del proyecto.	Para el mes de junio 2013 se tendrá el estudio de factibilidad económica del proyecto	Estudio de factibilidad económica	Financiamiento de entidades públicas.

<p>ACTIVIDADES:</p> <p>1.1. Definir el espacio físico 1.2. Diseñar el centro de información turística</p>	<p>\$300 para el diseño del plano</p>	<p>Documento técnico planos</p>	<p>Soporte de la APM y de un arquitecto</p>
<p>2.1. Modelo del centro de información 2.2. Determinar los servicios 2.3. Detallar los materiales, suministros y servicios que conforman los componentes del proyecto.</p>	<p>\$ 300 diseño de plano \$50 estudio.</p>	<p>Elaboración de una planos</p>	<p>Financiamiento de entidades públicas y apoyo de un experto</p>
<p>3.1. Determinar los diferentes gastos de operación y valoración de los ingresos que pueda 3.2. generar el proyecto durante su vida útil 3.3. Efectuar un cuadro de inversión 3.4. Estimar un balance general proyectado</p>	<p>\$ 150 para el estudio</p>	<p>Plantilla financiera Estudio de factibilidad económica</p>	<p>Apoyo de expertos</p>

4.4. VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD

4.4.1. VIABILIDAD TÉCNICA

➤ Localización

El Centro de Información Turística estará ubicado en el Puerto de Manta en el muelle destinado para arribos de cruceros o terminal de cruceros

➤ Características físicas

El terminal de cruceros en el puerto es el atracadero N° 2 del muelle internacional N° 1. Autoridad Portuaria con el propósito de aumentar la demanda y calidad de servicio, está por construirse la terminal destinada solo para cruceros y la distribución o construcción de las instalaciones del centro se realizará de manera estratégica, considerando el espacio de edificación, la topografía del suelo y añadiéndolo al modelo de la terminal.

➤ Diseño o instalaciones

El Centro de Información Turística, constará de varias áreas como las que se detalla a continuación:

- **Área informativa**

El área informativa será el principal y primordial producto de este proyecto, pues brindará a los turistas toda clase de información requerida, con el apoyo de folletería, videos, guías, manuales, mapas, etc.

- **Área interpretativa**

Esta área estará destinada a los visitantes quienes serán los actores principales, pues en base a paneles interpretativos conocerán sobre los atractivos que ofrece el cantón Manta.

- **Área de servicios**

En esta área estará todo lo relacionado en cuanto a servicios se refiere como internet con wifi y llamadas internacionales, cambio de moneda, tienda duty free y en un área del centro, se dará espacio a locales de artesanías los mismos que podrán ser visitados por los turistas para adquirir un recuerdo del país.

- **Facilidades para personas con discapacidad**

Se implementará un ascensor para que las personas con discapacidad y tercera edad puedan movilizarse dentro del sitio, para una mejor y cómoda visita al centro de información ya que el mismo contara con dos plantas.

- **Funcionalidad**

El centro de información turística le otorgara confianza, seguridad y ante todo calidez con una atención personalizada e integral y se encargara de:

- ✓ Promocionar la imagen del cantón Manta y su provincia como destino turístico competitivo.
- ✓ Brindar información y orientación sobre aspectos relacionados con el destino, atractivos turísticos, servicios, planta turística y eventos.

- ✓ Asistir gratuitamente al viajero respecto de trámites y procedimientos, ante instituciones públicas y/o privadas y empresas proveedoras de servicios turísticos, en función de una grata estadía.
- ✓ Generar confianza acerca de la calidad de los servicios turísticos, contribuir a solucionar eficazmente los reclamos presentados por los turistas con proveedores de los servicios turísticos.
- ✓ Generar información respecto de los principales problemas del turismo y aportar estrategias de solución.

➤ **Diseño arquitectónico del centro de información**

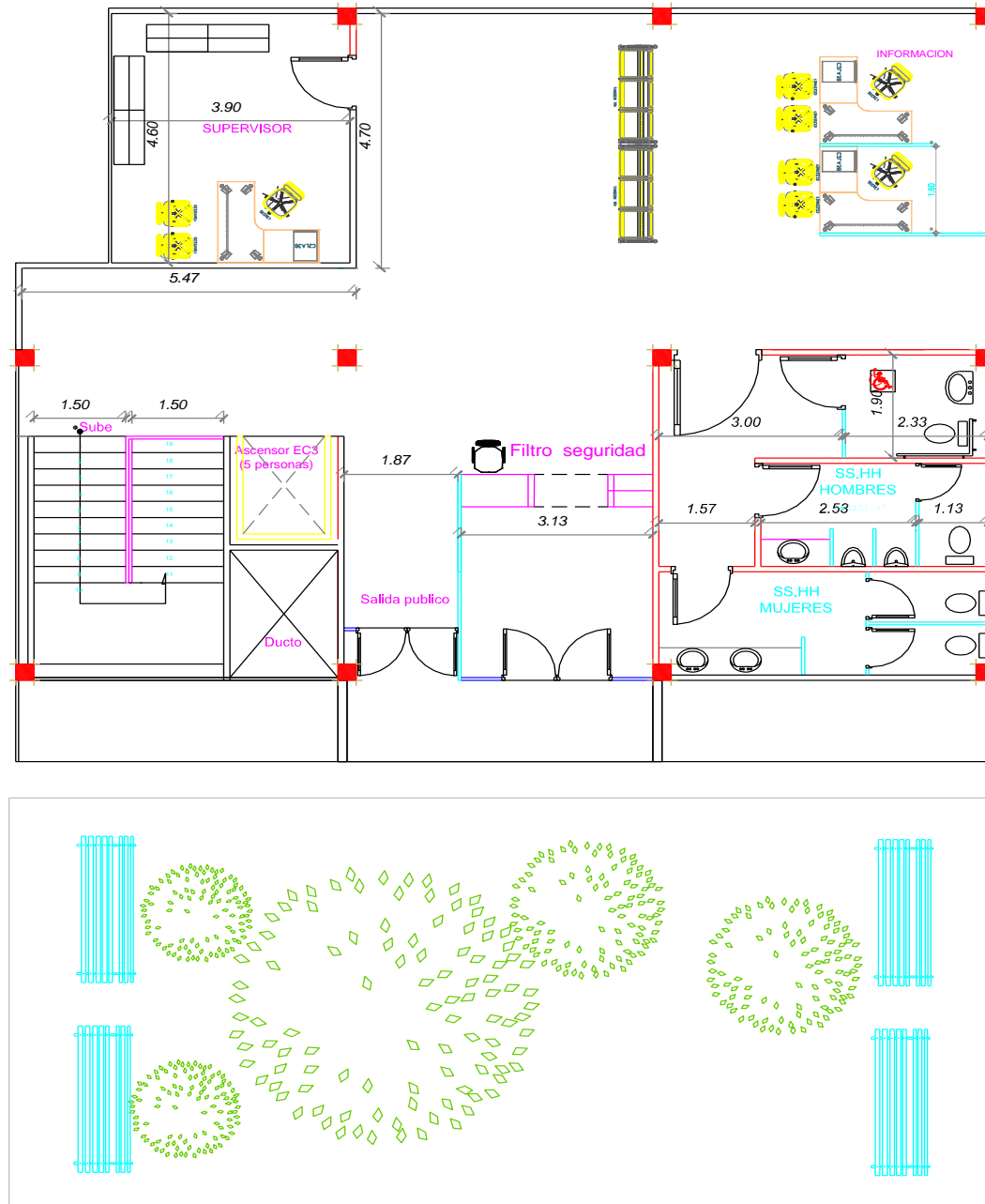
El diseño arquitectónico del Centro de Información Turística, se propone implementarlo al proyecto “terminal de cruceros” basado en torno al diseño arquitectónico del proyecto multipropósito. El plano propuesto constará de dos niveles, una parte superior y otra inferior.

En la parte inferior se implementará al área interpretativa e informativa del centro, donde se dará toda clase de información requerida, con el apoyo de folletería, videos, guías, manuales, mapas, paneles interpretativos, etc.

En la parte superior se instalará todo lo relacionado en cuanto a servicios se refiere como internet con wifi y llamadas internacionales, cambio de moneda, tienda duty free y en un área del centro, se dará espacio a locales de artesanías los mismos que podrán ser visitados por los turistas para adquirir un recuerdo del país.

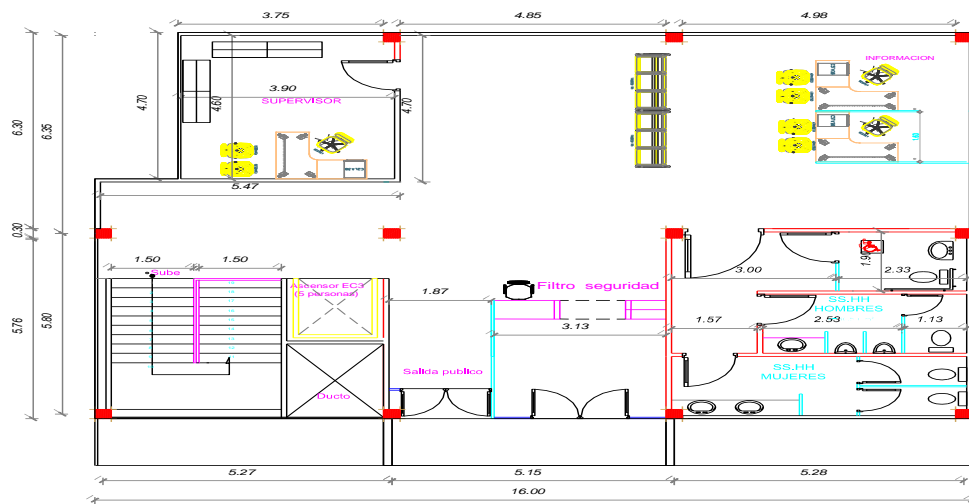
El diseño de este Centro de información se realizó respetando el criterio de diseño que el Ministerio de Turismo propone mediante un manual técnico de oficinas turísticas y sus especificaciones tanto técnicas como mobiliarias, con estilo y tendencia actual para así poder brindar un eficiente servicio. A continuación se

muestran en las figuras No. 4.2 – 4.3 - 4.4 - 4.5 – 4.6 los planos arquitectónicos del centro de información con sus diferentes áreas.



EMPLAZAMIENTO GENERAL

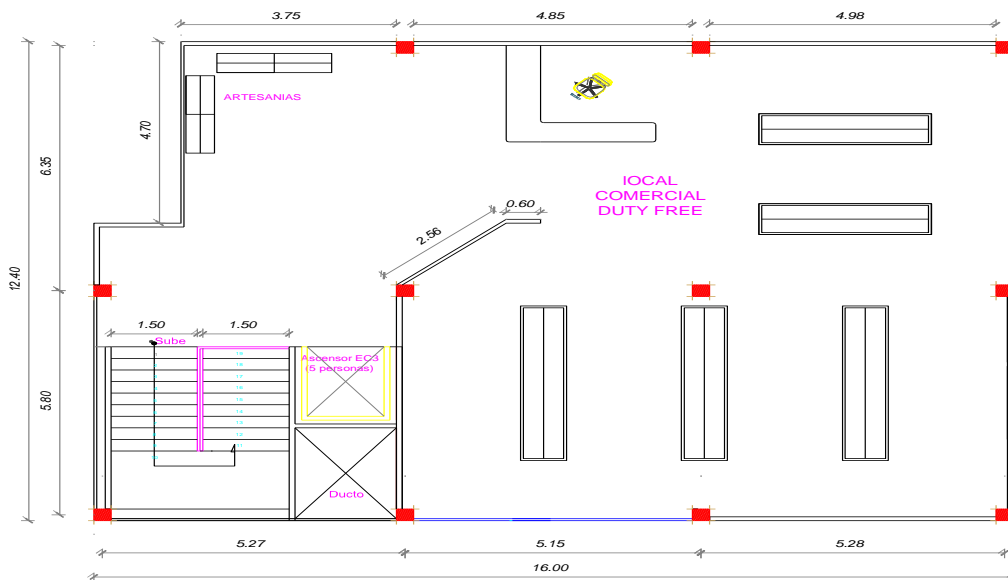
Figura 4.2. Emplazamiento general del centro de información turística
Elaborado por: Ingeniero Fernando Chabesta



PLANO ARQUITECTÓNICO PLANTA BAJA

Escala 1:100

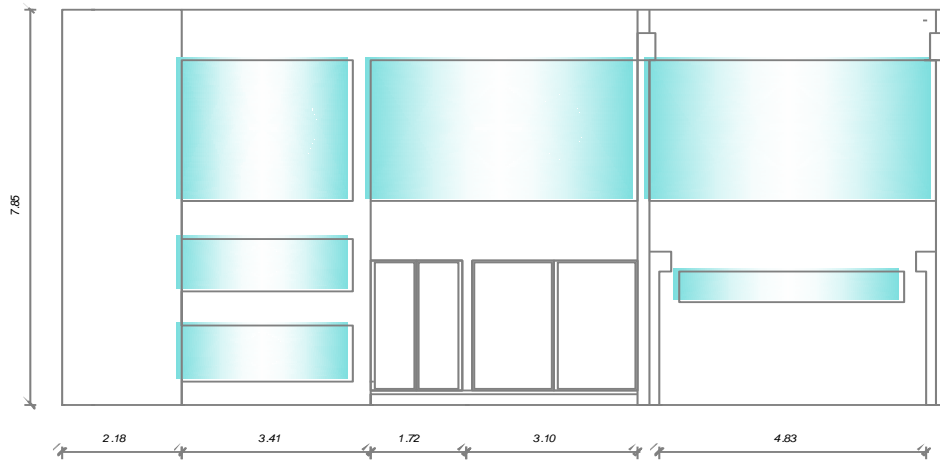
Figura 4.3. Plano arquitectónico de la planta baja del centro de información turística
Elaborado por: Ingeniero Fernando Chabesta



PLANO ARQUITECTÓNICO PLANTA ALTA

Escala 1:100

Figura 4.4. Plano arquitectónico de la planta alta del centro de información turística
Elaborado por: Ingeniero Fernando Chabesta



FACHADA PRINCIPAL


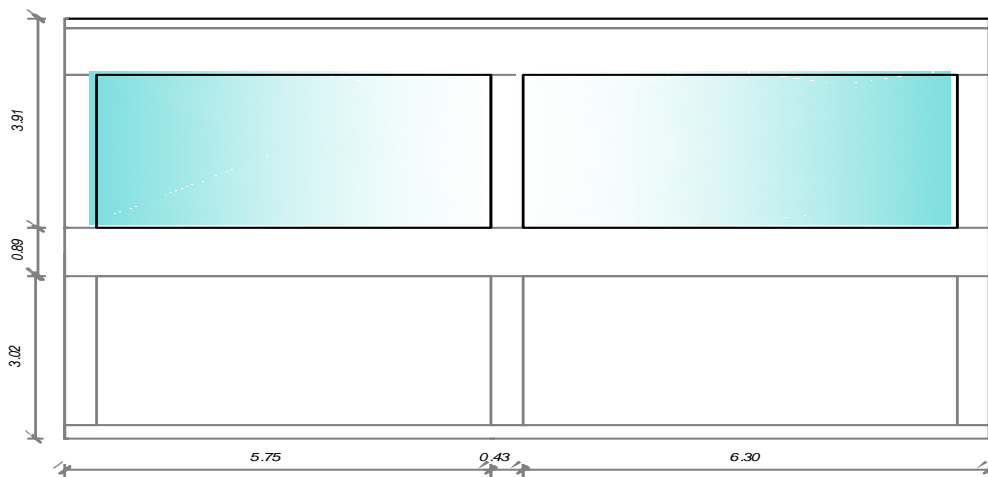
Escala  1:100

Figura 4.5. Fachada principal del centro de información turística
Elaborado por: Ingeniero Fernando Chabesta



FACHADA LATERAL DERECHA

Escala  1:100

Figura 4.6. Fachada lateral derecha del centro de información turística
Elaborado por: Ingeniero Fernando Chabesta

4.4.2. VIABILIDAD ECONÓMICA

Para la implementación del centro de información turística es necesario detallar y conocer los gastos de infraestructura, equipamiento y personal administrativo como se muestra en el cuadro N° 4.21 en donde se define la inversión total.

Cuadro 4.21. Inversión del centro de información turística

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
INFRAESTRUCTURA (\$400 * m2)				\$ 217.816,00
Materiales de construcción y mano de obra			157.816,00	
Ascensor	1	60.000,00	60.000,00	
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA				\$ 6.197,00
Equipamiento mobiliario		3000	3000	
Equipo de computación			2800	
Maqueta, planos (Arquitecto)	1	200	200	
Rótulos informativos	2	120	122	
Materiales de oficina		75	75	
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO				21.159,20
TOTAL				\$ 245.172,20

Cuadro 4.22. Costo del personal administrativo anual

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Director	1	450	54,68	504,68	6.056,10	318	450	6.824,10	6.824,10
Técnico	1	350	42,53	392,53	4.710,30	350	350	5.060,30	5.060,30
Recepcionista	2	300	36,45	336,45	4.037,40	300	300	4.637,40	9.274,80
SUMA	2	800	97,2	897,2	10.766,40	318	800	11.884,40	21.159,20

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

En este tipo de proyecto cuyo rol es social no se pueden establecer valoración por ingreso ni tampoco es autofinanciable, por lo tanto depende de ingresos directos para que el mismo se pueda mantener.

El valor invertido en este proyecto se estima recuperar en un período de 5 añosplazo, por medio de ingresos varios que tendrá el centro de información turística como:

- ✓ venta de artesanías
- ✓ llamadas telefónicas
- ✓ envío de postales y correos
- ✓ tienda duty free

4.5. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

4.5.1. ESTRUCTURA OPERATIVA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

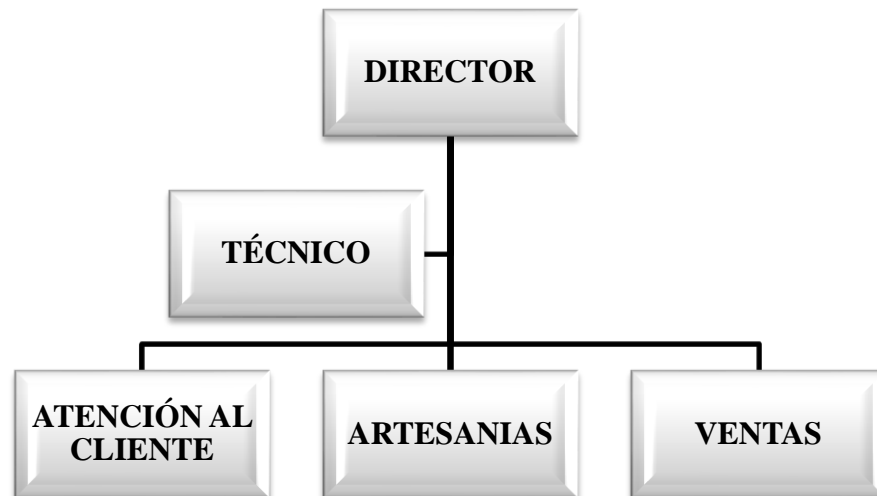


Figura 4.7. Organigrama estructural del centro de información turística

➤ **Director:**

Tiene por objetivo impulsar, en coordinación con el sector público y privado, las actividades turísticas de la comunidad, mediante planes, programas y proyectos, enmarcados en el Plan de Desarrollo Turístico y el Plan Estratégico comunal; deberá ser un promotor turístico y cultural, ya que es esencial para el logro de los objetivos y cumplimiento de las metas planificadas; planificar, organizar, dirigir y controlar las tareas y actividades de interés.

➤ **Atención y servicio al Cliente:**

Este departamento se especializa en proveerle información sobre programas y servicios turísticos accesibles y adaptados (individuales o grupales) tanto a personas con movilidad o comunicación reducidas como así también a sus amigos

y familiares. El informador turístico es el profesional en el campo turístico o una carrera a fin, conocedor de la realidad económica, política, geográfica y social del Ecuador, que presta atención personalizada al visitante en la oficina de turismo, atención telefónica, suministro de información vía fax, correo electrónico, distribución de materiales informativos y promocionales con la finalidad de lograr mayor difusión.

➤ **Artesanías:**

En esta sección habrá un encargado no solo de vender y promocionar las diferentes artesanías típicas del Ecuador, sino también se encargara de brindar información sobre la cultura, costumbres y proceso de elaboración de las mismas

➤ **Ventas:**

Será el encargado de todo lo relacionado a ventas como la tienda duty free, llamadas internacionales, envío de postales, etc.

➤ **Personal especializado:**

Con el fin de garantizar la calidad de los servicios prestados en el Centro de Información Turística, el personal idóneo deberá considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Contar con estudios superiores en turismo.
- ✓ Tener conocimiento de sistemas de información o software (procesador de textos, hojas de cálculo) a nivel del usuario.
- ✓ Tener conocimiento de idiomas, de preferencia el inglés.
- ✓ Poseer un alto grado de organización y capacidad para la priorización de las actividades correspondientes.
- ✓ Ser creativo, perseverante e innovador, con vocación de servicio y ética profesional, buen trato y habilidad para comunicarse a nivel oral y escrito.

4.6. ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

Se presenta la actual propuesta para planear la responsabilidad de financiamiento de la creación de un centro de información turística en el muelle de Manta al Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta la cual le corresponde los materiales de construcción, mano de obra y personal administrativo con un 72,9% de gastos; Autoridad Portuaria de Manta el Ascensor con un 33,5% de aporte y al Ministerio de Turismo el equipamiento del centro de información con el 10,3% de egresos. A continuación se detallan los gastos de financiamiento:

Cuadro 4.23. Matriz de financiamiento del centro de información turística

DETALLE	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		GAD MANTA	APM	MINTUR
INFRAESTRUCTURA (\$400 * m2)	\$ 217.816,00			
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN Y MANO DE OBRA		157.816,00		
ASCENSOR			60.000,00	
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA	\$ 6.197,00			6.197,00
PERSONAL ADMINISTRATIVO	21.159,20	21.159,20		
TOTAL	\$ 245.172,20	178.975,20	60.000,00	6.197,00
%	100%	72,9%	33,5%	10,3%

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El marco teórico conceptual se estableció mediante una investigación de recopilación de datos bibliográficos sobre los diferentes términos acerca de los centros de información turística.
- El proceso metodológico aplicado durante la investigación, permitió estructurar de forma ordenada y secuencial el informe final de la propuesta para la creación de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta.
- La propuesta para la creación de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta, beneficiará principalmente a los turistas que llegaran a dicha ciudad, ayudará al turista a tener más opciones de viaje, así como también, a la promoción y difusión de sus atractivos y recursos.
- Mediante la realización de la viabilidad técnica y económica se detallaron las características físicas y técnicas de los materiales, suministros y servicios que conforman los componentes del proyecto.

5.2. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones expuestas se indican las siguientes recomendaciones:

- Emplear el proceso metodológico en futuros trabajos de investigación, teniendo en cuenta que los resultados que se obtendrán, garantizaran la investigación de los estudiantes.
- Aplicar la propuesta presentada ya que beneficiará a gran parte de los visitantes que arriban en cruceros a la ciudad de Manta, brindándoles orientación sobre los lugares que deseen escoger para realizar su visita.
- Presentar la propuesta al Ministerio de Turismo que es el organismo rector de la actividad turística.

BIBLIOGRAFÍA

- APM (Autoridad Portuaria de Manta). 2013. Disponible en <http://www.puertodemanta.gob.ec/>
- Arévalo, R. 2009. Hostelería y turismo, Material didáctico, Modulo: Recursos turísticos Bloque I. Madrid Editorial Liber Factory. Primera Edición. Página 12.
- Arrillaga, J. 1962. Ensayos sobre turismo. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en:http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8441/1/35723_1.pdf
- Bermúdez, I. 2009. Sistema de Información Turística. Revista Tur y Des. Vol. 2. N°5. Pág. 50. Junio-Julio del 2009. Cuba.
- Bigne, E. 2008. Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo. Madrid. Editorial ESIC. Primera edición. Página 30.
- Boullón, R. 1998. Las actividades turísticas y recreacionales “El hombre como protagonista”. . Consultado 13 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en:http://nulan.mdp.edu.ar/1388/1/fuentes_p.pdf.
- Boullón, R. 2000. Planificación del espacio turístico. Trillas–México. Capítulo 2.
- Carnota, L. 1987. Información Turística. Revista Tur y Des. Vol. 2. N°5. Pág. 58. Junio-Julio del 2009. Cuba.
- Castellucci, D. 2009. La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. Revista Aportes y transferencias. Universidad Nacional del Mar del Plata. Argentina. Vol. 13. No. 2. Página 29-44.

- Centeno, H. 2011. Sistemas de información turísticos. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacionturisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2005. Los cruceros turísticos y el comercio de servicios: tendencias recientes en los países de la cuenca del Caribe. Boletín FAL Facilitación del Comercio y el Transporte en América Latina-. N°223. Página 25. Chile.
- Cobo, P. 2007. Oficinas de información turística y su importancia en la dinamización de la actividad en el cantón descentralizado de Cotacachi. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8359/1/33437_1.pdf
- Cubillo, J. 2009. Influencia de posicionamiento competitivo de las empresas en el efecto “Made in Spain” y éxito empresarial. Información comercial española (ICE), (827), pág. 261-276.
- Echarri, M. 2006. Análisis geográfico del turismo en la Ciudades Patrimoniales Cubanas. Tesis Doctoral. Facultad de Geografía. Universidad de La Habana-Cuba.
- Fernández, L. 2008. La Modalidad de turismo de cruceros. . Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: http://www.monografias.com/trabajos-pdf/turismo-cruceros-evolucion_perspectivas/turismo-cruceros-evolucion-perspectivas.pdf.
- GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta). 2013. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Manta.

- González, A. 2004. Turismo de Cruceros. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.ual.es/congresos/Turismo-Mediterraneo/cruzero.pdf>.
- González, J. 2010. Tendencias en la estrategia de búsqueda de información para la compra del producto turístico de sol y playa en el oriente cubano. Cuba. Revista Retos turísticos. Vol. 9. No. 1. Página 20-24.
- Goyes, E. 2008. Estudio de Factibilidad para la creación de un call center para promocionar información turística del Ecuador, ubicada en la ciudad de Quito. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8441/1/35723_1.pdf.
- Hernández, B. 2004. La tecnología de la información en la industria turística. Revista Gestio polis. Vol. 06. Página 37. España.
- INEC (Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos). 2010. Consultado el 26 de Marzo del 2013. Formato (HTML) Disponible en: http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/index.html
- Jiménez, S. 2008. Plan de marketing para el “Hotel Bacastell” ubicado en la ciudad de Quito. Tesis. Ing. Empresas hoteleras. UTE. Quito-Ecuador. P 173.
- Kotler, P. 1997. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, México. Página 276-283.
- Llamas, C. 2009. Marketing y Gestión de la Calidad turística. Editorial Liber Factory. Primera edición. Página 3.

- López, D. 2004. Propuesta de desarrollo turístico integrado par un destino maduro de turismo de salud: Benassal. Cuadernos de turismo, (13), 27-50. Revista de investigación en turismo y desarrollo local "TUR y DES" vol. 3. N° 8.
- Losano, M. 2006. Turismo de Cruceros. Primera edición. Universidad de Quintana Conzumel. Página 78. México.
- Mantecón, A. 2008. La experiencia del turismo un estudio sociológico sobre el proceso turístico residencial. España. Primera Edición. Editorial Icaria S.A. Página 49.
- Manzanares, J. 2001. Sistemas de información turística. Revista Could tourism. Vol. 06. N°20. Página 47. España.
- Marcos, J, 2002. Concepto de Información turística. Diccionario Poraqui. Editorial Agencia Española ISBN. Vol. 1. Página 235. España.
- Martin, A. 2008. Especialidad Administración General. Editorial Madrid S. L. Tercera Edición. Página 96.
- Melgosa, J. 2008. Colección de Códigos La ley Fondo editorial Código de Turismo. España. Editorial La ley. Primera edición. Página 27.
- Mirabell, O. 2010. Gestión Pública del turismo. Madrid. Editorial UOC. Primera Edición. Página 20-21.
- Morales, A. 2010. Como desarrollar productos turísticos competitivos. Primera edición. Editorial Unidad Académica Hermosillo. Página 70. México.

- Oliveira, G. 2007. Modelo Turístico de la Ciudad de Buenos Aires. Revistas Estudios y Perspectiva del turismo. Vol. 16. N°1. Página 35. Argentina.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2005. Concepto de Turismo. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4355/1/T-ESPEL-0583.pdf>.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2008. Turismo de Cruceros. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4860/F69B/DDF8/6297/2C04/C0A8/0164/E2F3/080625_turismo_cruceros_ok_excerpt.pdf.
- Oriol, M. 2008. Gestión Pública del turismo. Madrid. Editorial UOC. Primera Edición. Página 19.
- Parrino, 2007. Centros de Visitantes. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (DOC). Disponible en: <http://www.profenturismo.org.ar//PARRINO%2>
- Paz, R. 2008. Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias. España. Primera Edición. Editorial Vigo. Página 20.
- Planells, M. 2008. Información turística en destino. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8441/1/35723_1.pdf.
- Proaño, J. 2008. Proyecto de factibilidad para la creación del centro turístico laguna verde, provincia de Cotopaxi. Consultado el 12 de Junio del 2012. Formato (PDF). Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4355/1/T-ESPEL-0583.pdf>.

- Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Costa Rica. Primera Edición. Editorial EUNED. Página 190.
- Rodríguez, R. 2006. Desarrollo de productos turísticos. La Habana-Cuba. Centro de estudios turísticos de la universidad de La Habana. p 122.
- Rodríguez, G. 2009. Análisis del gasto público en infraestructura básica. Consultado el 6 de diciembre del 2012.
- Salamanca 1998. Turismo de Cruceros. Consultado el 12 de Junio del 2012.
- Sarabia, J. 1999. Sistemas avanzados de información turística. Revista Alta Dirección. Universidad de Cantabria. Vol.1. Página 85. España.
- Torrejón, A. 2004. Definición de Equipamiento turístico. Universidad Nacional de Patagonia. Argentina.
- Valencia, 2009. El turismo de cruceros. Revista de la Cámara de Comercio y Navegación de Valencia. Vol. 1. N° 1. Página 10. España.
- GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta). 2013. Información general del cantón Manta.

ANEXOS

ANEXO N° 1

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABI
“MANUEL FELIX LOPEZ”**

**POLYTECHNIC AGRICULTURE SUPERIOR SCHOOL OF MANABI
CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO
TOURISM SCHOOL**

La presente investigación tiene como objetivo recopilar información sobre el diseño de un centro de información en la zona del muelle de Manta. Esta información es confidencial de uso exclusivo para la investigación.

(The current research has the objective to gather information for the design of an Information Center in the pier area of Manta. This information is confidential and for research purpose only)

1. GÉNERO: (GENDER)

Femenino ()Female
Masculino ()Male

2. NACIONALIDAD O PAÍS (NATIONALITY OR COUNTRY):

3. ESTADO CIVIL (CIVIL STATUS – MARRIED OR SINGLE)

: _____

4. EDAD (AGE):

20-30	31-40	41-50	51-60	61-70	Más de 71 More than 71

5. PROFESIÓN U OCUPACIÓN: (PROFESSION OR OCCUPATION)

6. ¿Eséste su primer viaje a Manta? (Is this your first trip to Manta?)

Si () Yes
No () No

7. ¿Quién le acompaña durante este viaje? (Who is joining you in this trip?)

() Nadie No one
() Familiares family
() Amigos o colegas Friends or Colleagues
() Grupo turístico Tourist group

8. ¿Cuál es su nivel de ingresos anuales aproximadamente? (What is your annual income approximately?)

- Menos de US 30,000(less than US 30,000)
- Mas de US 30,000 (more than US 30,000)
- Mas de US 40,000(more than US 40,000)
- Mas de US 50,000 (more than US 50,000)
- Mas de US 100,000(more than US 100,000)

9. ¿Le gustaría que hubiera un centro de información turística en el muelle de Manta? (Would you like to have a Tourist Information Center in the pier of Manta?)

Si Yes

No No

¿Por qué? (Why) _____

10. ¿Qué servicios le gustaría recibir en el centro de información turística? (What services would you like to receive in the Tourist Information Center?)

- Información turística (Tourist information)
- Venta de artesanías y recuerdos (Handy craft or Souvenir sales)
- Internet y llamadas internacionales (Internet and International phone service)
- Folletería, trípticos, mapas (Handouts, Brochures, maps)
- Librería (bookstore)
- Correos y postales (Postal Service)
- Cafetería (Coffee Bar)
- Tienda duty free (Duty free)
- Bar de bebidas nacionales y extranjeras (National and International Beverages Bar)
- Cambio de monedas (Money Exchange)
- Otros (Other) _____

**“Viajar es despegarte de tu mundo por un tiempo”
Muchas gracias por su colaboración**

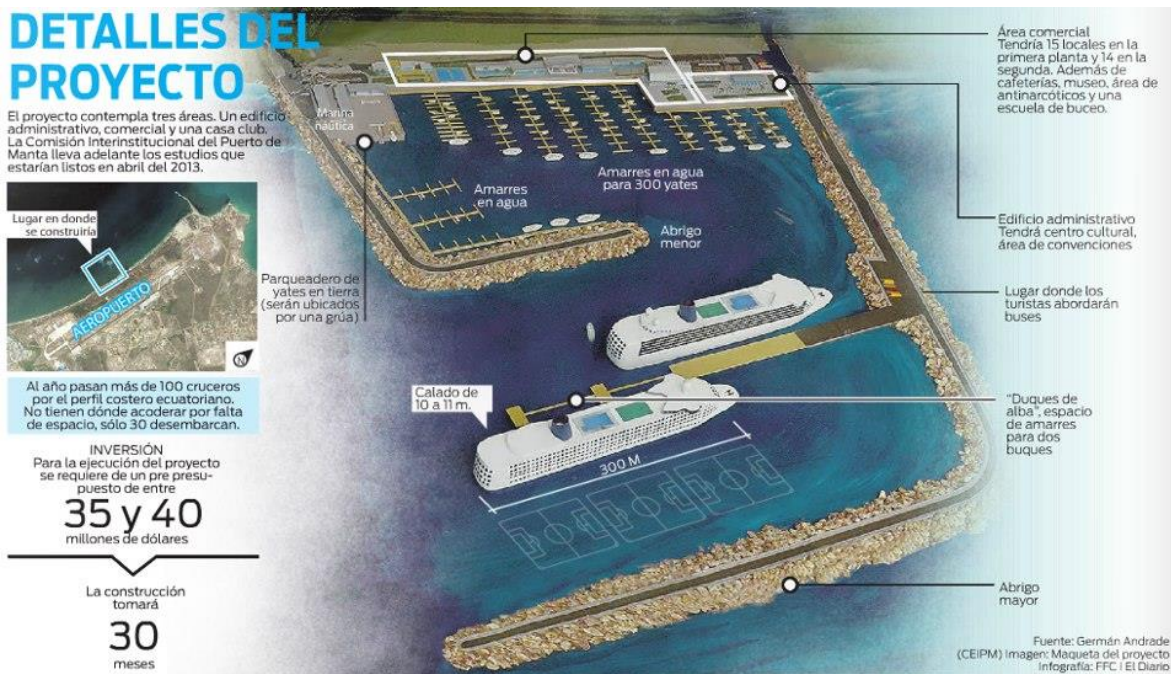
**(“Traveling is taking off from your world for a while”
Thank you for your collaboration)**

ANEXO N° 2



Vista panorámica del Puerto de Manta

ANEXO N° 3



Maqueta del Proyecto terminal de cruceros

ANEXO N° 4



Encuesta realizada a los visitantes que arribaron en el crucero Regatta

ANEXO N° 4



Encuesta en el puerto de Manta a los visitantes que arribaron en el crucero Regatta

ANEXO N° 5

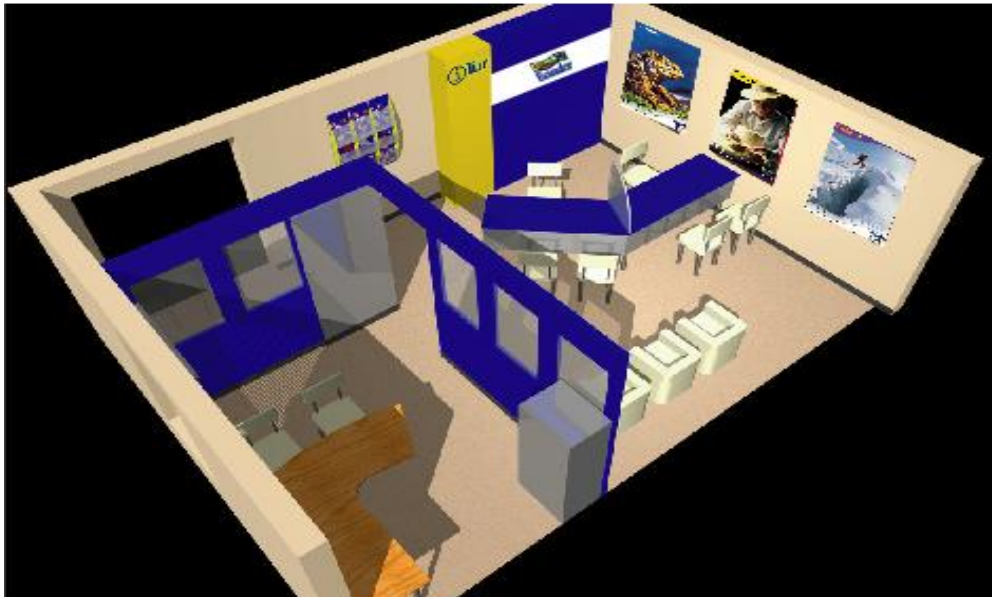


Arribo del crucero Regatta al puerto de Manta

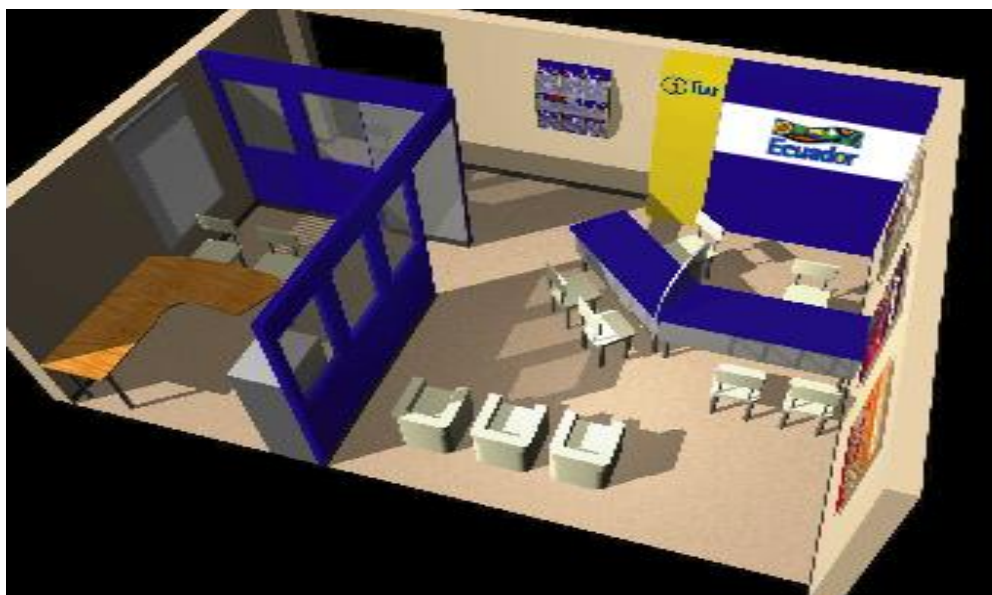
ANEXO N° 6



Entrega de información por el Ministerio de Turismo a los visitantes que arribaron en el crucero

ANEXO N° 7

Maqueta de los ITUR diseñada por el Ministerio de Turismo

ANEXO N° 8

Maqueta diseñada por el Ministerio de Turismo