



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
TURISMO**

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA
SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COSTA NORTE
DE MANABÍ POST TERREMOTO.**

AUTOR:

HENRY ADRIAN URETA VILLAVICENCIO

TUTORA:

ING. BLANCA ENITH MENDOZA MENDOZA MG.

CALCETA, FEBRERO 2021

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo **HENRY ADRIAN URETA VILLAVICENCIO**, con cédula de ciudadanía 1315120368, declaro bajo juramento que el Trabajo de Titulación titulado: **EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COSTA NORTE DE MANABÍ POST TERREMOTO** es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



HENRY A. URETA VILLAVICENCIO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ING. BLANCA ENITH MENDOZA MG. certifica haber tutelado el Trabajo de Titulación titulado: **EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COSTA NORTE DE MANABÍ POST TERREMOTO**, que ha sido desarrollada por Henry Adrian Ureta Villavicencio, previo a la obtención del título de Ingeniero en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

A handwritten signature in blue ink, reading "Blanca Enith Mendoza MG.", is centered on a yellow rectangular background.

ING. BLANCA ENITH MENDOZA MENDOZA MG.

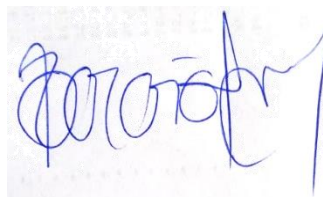
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El suscrito integrante del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** el Trabajo de Titulación titulado: **EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COSTA NORTE DE MANABÍ POST TERREMOTO** que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Henry Adrian Ureta Villavicencio, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Lcdo. Fernando Veloz Camejo, Mg.

MIEMBRO



Lcdo. Jhonny Bayas Escudero, Ph.D.

MIEMBRO



Lcdo. Iván Mendoza Montesdeoca, Mg.

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

En primera instancia a Dios, por derramar sus bendiciones en mí y mi familia para llegar a este peldaño.

A mis padres, por el apoyo incondicional y sabios consejos, ya que gracias a ellos no me dejaron desmayar a lo largo de esta travesía, guiándome por el camino correcto y superando todas las adversidades existentes.

A mi tutora de tesis, Ing. Blanca Enith Mendoza, por su esfuerzo, dedicación y apoyo se pudo concluir de manera exitosa el objetivo propuesto desde el inicio de mi vida universitaria.

A mi amada esposa, quien se ha convertido en mi amiga, mi compañera, en mi pilar fundamental, quien ha sabido apoyarme cuando he empezado tambalear.

A mi tío, el señor Yimmy Ureta Mendoza, quien creyó en mí y me proporcionó un voto de confianza en su empresa, brindándome trabajo y la oportunidad de trabajar y estudiar al mismo tiempo, y por lo cual le estaré agradecido por el resto de mi vida.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me brindó la oportunidad de formarme como persona y ahora como profesional, a través de todas sus enseñanzas lograron enriquecer todo mi ser, tanto intelectual como profesionalmente.

A todas las personas que de una u otra manera han formado parte de mi vida universitaria, a los que agradezco sus consejos, apoyo y amistad en los momentos duros y felices.

HENRY ADRIAN URETA VILLAVICENCIO

DEDICATORIA

A mis padres, quienes fueron, son y serán la luz que guía mi camino, quienes me inspiran a ser mejor todos los días, brindando apoyo moral en todo momento, mismo que es el combustible que me impulsa a hacerlos felices.

A Romina Elizabeth, mi hija, quien me inspira todas las mañanas con su peculiar sonrisa a levantarme con pie derecho cada día, y dar lo mejor de mí.

A mis suegros, quienes me han tratado con mucho cariño y me han abierto las puertas de su hogar, sin pedir nada a cambio, enseñándome la grandeza que existe en su corazón.

HENRY ADRIAN URETA VILLAVICENCIO

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
PALABRAS CLAVES	xi
ABSTRACT	xii
KEY WORDS	xii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	8
1.2.1. TEÓRICA	8
1.2.2. METODOLÓGICA	8
1.2.3. PRÁCTICA	9
1.3. OBJETIVOS	10
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	10
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.4. IDEA A DEFENDER	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
2.1. EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL	11
2.1.1. MODALIDADES Y TIPOLOGÍAS DE TURISMO EN EL TERRITORIO	14
2.1.2. VARIABLES MOTIVACIONALES DE LA DEMANDA PARA EL CONSUMO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	17
2.1.3. COMPONENTES DEL MERCADO TURÍSTICO	18
2.1.4. MERCADO TURÍSTICO EN EL ECUADOR	22
2.1.5. MERCADO TURÍSTICO DE MANABÍ	28
2.2. EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	34
2.2.1. ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS MANABÍ	40
2.2.2. MODELOS DE EVALUACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS	42
2.2.3. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA	44
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	47
3.1. METODOLOGÍAS REFERENCIALES	47
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO	52
3.2.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.	52
3.2.2. FASE II. EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.	53
3.2.3. FASE III. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	54
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	55
4.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL	55

4.1.1. DELIMITACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	55
□ CANTÓN JAMA	55
□ ÁMBITOS AMBIENTALES Y GEOGRÁFICOS	56
□ ÁMBITO SOCIO CULTURAL	58
□ ÁMBITO ECONÓMICO	60
□ RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JAMA	61
□ CANTÓN PEDERNALES	63
□ ÁMBITOS AMBIENTALES Y GEOGRÁFICOS	64
□ ÁMBITO SOCIOCULTURAL	66
□ ÁMBITO ECONÓMICO	67
□ RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PEDERNALES	69
4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS POTENCIALES DE LOS CANTONES JAMA Y PEDERNALES	71
4.1.3 ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS ZONA JAMA-PEDERNALES.	76
□ EMPRENDIMIENTOS ALOJAMIENTO DE JAMA	77
□ ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE PEDERNALES	80
□ ANÁLISIS ESTRATÉGICO	84
□ PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL	86
□ SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL	86
□ POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	87
4.2. FASE II: EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.	88
4.3. FASE III. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.	98
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
5.1. CONCLUSIONES	103
5.2. RECOMENDACIONES	105
REFERENCIAS	107
ANEXOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Modalidades de desarrollo turístico	15
Tabla 2.2. Movimientos o llegadas a Ecuador	25
Tabla 2.3. Capacidad hotelera de la provincia de Manabí	30
Tabla 2.4. Reservas naturales de la provincia de Manabí	31
Tabla 2.5. Playas de la provincia de Manabí	32
Tabla 2.6. Museos y zonas arqueológicas de la provincia de Manabí	32
Tabla 2.7. Tipos de emprendimientos turísticos	36
Tabla 3.8. Metodologías analizadas para la evaluación de los emprendimientos turísticos	50
Tabla 3.9. Leyenda de criterios	50
Tabla 3.10. Matriz de integración de criterios	51
Tabla 3.11. Metodología	51
Tabla 4.12. Datos generales del cantón Jama	56
Tabla 4.13. Atractivos turísticos potenciales del cantón Jama	61
Tabla 4.14. Línea de productos turísticos del cantón Jama	62
Tabla 4.15. Datos generales del cantón Pedernales	64
Tabla 4.16. Atractivos turísticos potenciales del cantón Pedernales	69
Tabla 4.17. Líneas de productos turísticos del cantón Pedernales	70
Tabla 4.18. Categoría y clasificación de los emprendimientos turísticos de los cantones Jama y Pedernales	72
Tabla 4.19. Matriz de Indicadores	74
Tabla 4.20. Aplicación escala de Likert	75
Tabla 4.21. Alojamientos seleccionados	76
Tabla 4.22. Hostería Punta Prieta Guest House	77
Tabla 4.23. Hostería Camare	78
Tabla 4.24. Hostería Onamar	78
Tabla 4.25. Lodge Samvara	79
Tabla 4.26. Hotel Bocana de Quiximies	80
Tabla 4.27. Hostería La Finquita Cojimíes	81
Tabla 4.28. Hotel Samay	81
Tabla 4.29. Hostería Cocosolo	82
Tabla 4.30. Hostal Vacaciones Helenos	82
Tabla 4.31. Hotel Rossy House	83
Tabla 4.32. Hotel La Floriana Cojimíes	83
Tabla 4.33. Hostal Luigi	84
Tabla 4.34. Matriz FODA de los emprendimientos turísticos	85
Tabla 4.35. Factores más representativos de la matriz FODA	85
Tabla 4.36. Posicionamiento estratégico	87
Tabla 4.37. Indicadores a evaluar	88
Tabla 4.38. Desarrollo de estrategias	99
Tabla 4.39. Matriz de acciones estratégicas	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Hilo conductor	11
Figura 2.2. Elementos de la oferta turística	19
Figura 2.4. Clasificación de los visitantes	22
Figura 2.5. Productos turísticos específicos de Ecuador	27
Figura 2.6. Pirámide de Maslow	45
Figura 4.7. Mapa político del cantón Jama	55
Figura 4.8. Autoidentificación de los pobladores del cantón Jama	58
Figura 4.9. Datos económicos del cantón Jama	60
Figura 4.10. Mapa político del cantón Pedernales	63
Figura 4.11. Actividades económicas del cantón Pedernales	68
Figura 4.12. Número de establecimientos registrados	72
Figura 4.13. Datos de la dimensión personal	89
Figura 4.14. Datos de la dimensión organización	90
Figura 4.15. Datos de la dimensión instalación	91
Figura 4.16. Establecimientos de alojamientos mayormente calificados	92
Figura 4.17. Establecimientos de alojamiento de calificación media	95
Figura 4.18. Establecimientos de alojamiento de calificación baja	97

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo evaluar la satisfacción de la demanda turística de los emprendimientos de la costa norte de Manabí post terremoto, específicamente en los cantones Jama y Pedernales. Esta es una investigación de carácter cualitativa con enfoque exploratorio descriptivo. El diseño metodológico está comprendido por 3 fases. Primero se basó en la caracterización del área de estudio, se utilizó una ficha de observación y salidas de campo para analizar el territorio y sus emprendimientos, luego se realizó una revisión bibliográfica de documentos oficiales, catastros e inventarios turísticos, para finalizar se efectuó un análisis estratégico usando una matriz FODA. En la segunda fase se evalúan los emprendimientos, fue realizada una ficha de registro usando el catastro oficial, luego se analizaron considerando indicadores de calidad del MINTUR (2016). Para concluir se utiliza la matriz HOTELQUAL que evaluó la percepción de la demanda, se aplicaron 196 encuestas a los clientes. Se observó similitud en recursos naturales y culturales, mientras que en planta y en facilidades turísticas Pedernales está más desarrollado. Para este trabajo se consideran 4 hoteles en Jama y en Pedernales 9. Donde se determinó que el Hotel Bocana de Quiximies, es uno de los establecimientos que brindó mayores satisfacciones a los turistas, con una puntuación de 4,77/5, el cual posee instalaciones confortables y personal adecuado para brindar un servicio de calidad. Se plantearon 6 estrategias y 19 acciones tratando de solucionar aspectos que no dejan que el turismo se desarrolle con calidad en la zona norte de Manabí.

PALABRAS CLAVES

Emprendimiento turístico, satisfacción de la demanda, gestión turística.

ABSTRACT

The objective of this work was to evaluate the satisfaction of the tourist demand of the enterprises of the north coast of Manabí after the earthquake, specifically in the cantons Jama and Pedernales. This is a qualitative research with a descriptive exploratory approach. The methodological design is comprised of 3 phases. First, it was based on the characterization of the study area, an observation file and field trips were used to analyze the territory and its undertakings, then a bibliographic review of official documents, cadastres and tourist inventories was carried out, to finish an analysis was carried out. strategic using a SWOT matrix. In the second phase, the undertakings are evaluated, a registration form was made using the official cadastre, then they were analyzed considering quality indicators from MINTUR (2016). To conclude, the HOTELQUAL matrix is used, which evaluated the perception of the demand, 196 questionnaires were applied to the clients. Similarity was observed in natural and cultural resources, while in plant and tourist facilities Pedernales is more developed. For this work, 4 hotels are considered in Jama and in Pedernales 9. Where it was determined that the Hotel Bocana de Quiximies is one of the establishments that provided the greatest satisfaction to tourists, with a score of 4.77 / 5, which has comfortable facilities and adequate staff to provide a quality service. 6 strategies and 19 actions were proposed trying to solve aspects that do not allow tourism to develop with quality in the north of Manabí.

KEY WORDS

Tourism entrepreneurship, demand satisfaction, tourism management.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad la industria del turismo ha tenido mayor aumento debido a la aparición de nuevas formas de actividades de ocio y recreación. Rodríguez y Perelló lo conceptualizan como el “desplazamiento del lugar de residencia, la pernoctación por al menos 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Así, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento, entre otros” (Rodríguez y Perelló, 2013, p.9). Contribuyendo así a la creación de emprendimientos turísticos que permiten el aprovechamiento del patrimonio existente en comunidades. Además, se desarrollan productos turísticos que se constituyen por el conjunto de bienes y servicios que buscan satisfacer una demanda nacional e internacional.

Este sector está en constante crecimiento, la Organización Mundial del Turismo en su Barómetro anual expresó que el número de visitantes mundiales reflejó fuerte evolución. “A escala mundial, las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 6% en comparación con el mismo semestre del año anterior, superando con excesos la tendencia sostenida y constante de crecimiento de al menos 4% observada desde 2010” (Organización Mundial del Turismo, 2017). En base al continuo crecimiento de la demanda turística global los países tienen que estandarizar sus servicios e infraestructuras estos deben adaptarse a las nuevas exigencias y protocolos de bioseguridad, fomentar la confianza y motivación para los visitantes y emprendedores.

A pesar de datos alentadores especialmente hasta el 2019, la mayoría de países tienen dificultades en el desarrollo de emprendimientos turísticos debido a la escasa planificación interna, deficiencia en la gestión, carencia de estructuras físicas y políticas de manejo eficiente. Por ello, Pasquotto *et al.*, (2014) menciona que los elementos que definen la satisfacción de los consumidores son esenciales para la supervivencia en los destinos y las empresas. Se sugiere fortalecer la competitividad y crear estrategias de promoción e incentivos para

atraer a los turistas y emprendedores. Por otro lado, Oyardive (2016) menciona que la poca accesibilidad a créditos de desarrollo productivo es una dificultad que constantemente se presenta. Por lo general los bancos no evidencian garantías que cubran los montos solicitados, lo que provoca que el emprendedor tenga que desarrollarse con sus limitados recursos económicos. Además, una vez asignado un crédito, el emprendedor debe asumir los altos niveles de intereses por el crédito otorgado y en su mayoría quiebran con sus negocios.

En Ecuador los emprendimientos turísticos adquieren cada vez más relevancia debido a que son considerados como una estrategia para que las poblaciones locales conserven sus recursos naturales y culturales, además permiten desarrollar actividades económicas; es importante enfatizar que estos deben estar estructurados de acuerdo a las necesidades del turista. Por ello, Góngora señala que es “necesario el concepto de calidad en empresas de servicios turísticos, y responder a la satisfacción de los usuarios en atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad e imagen y afianzamiento empresarial. Para lograrlo, deben buscar el cambio con trabajo de calidad” (Góngora, 2016, p.2).

Los emprendimientos son la alternativa para hacer que las economías locales evolucionen y se diversifiquen. En el territorio ecuatoriano uno de cada tres ciudadanos realiza algún tipo de emprendimiento, “el 20,8% de la población adulta afirmó que emprendió aprovechando una oportunidad y el 8,9% por necesidad. El impacto que generan los negocios ecuatorianos en creación de empleo es bajo, tanto así que el 72,8% de los emprendimientos son unipersonales” (Diario La Hora, 2017, p.5). Sin embargo, de acuerdo con la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (2014) algo que preocupa a la mayoría de los actores inmersos en los emprendimientos es la baja sofisticación de la demanda en general, argumentándose que ésta se basa más en precio que en calidad, lo cual suele ser una consecuencia de una falta de información sobre el valor agregado del producto nacional o una necesidad de impulsar la marca país. Esto se refleja en la baja participación de emprendimientos en mercados internacionales y el limitado nivel de satisfacción del turista extranjero con los productos nacionales ofrecidos. A todo esto, se le suman deficientes políticas

locales para el desarrollo turístico, desorden territorial, falta de mano de obra calificada e informalidad.

En la industria turística, la demanda está formada tanto por los turistas nacionales como los extranjeros que visitan el país. Aquí, en vez de exportar productos, son los consumidores los que se movilizan hacia los diversos atractivos turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de forma individual o colectiva. Para manejar con eficiencia la oferta y la demanda turística se debe seguir cinco pilares: Seguridad para generar confianza; Calidad para generar satisfacción de excelencia; Conectividad para generar eficiencia; Destinos y productos para generar diferenciación y, Promoción para generar demanda, es por ello que se debe analizar el volumen y tendencia de crecimiento de la demanda, su origen y grado de segmentación, pero fundamentalmente los gustos, exigencias y grado de sofisticación de los turistas que visitan un destino para que la atención brindada sea de calidad y por ende la demanda y la satisfacción aumente.

Por otro lado, Diario La Hora menciona que quienes decidan iniciar “el mundo empresarial les espera un largo camino con obstáculos que afrontar, la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo indica que los escollos más difíciles es encontrar fuentes de financiamiento, el 92% de los emprendedores no tienen acceso a créditos” (Diario La Hora, 2017, p.9). Una de las problemáticas, son las deficientes facilidades rurales como las vías de acceso que no permiten que los turistas ingresen con facilidad a los recursos y emprendimientos existentes, éste provoca que ciertos lugares sean desconocidos por turistas nacionales o extranjeros.

Además, Chávez y Salvatierra (2018) señalan que la limitada organización de gobiernos autónomos genera un deficiente interés para invertir en emprendimientos especialmente turísticos, aún esta actividad no es prioritaria para ciertas zonas geográficas. También la escasa capacitación técnica no permite que se generen planes de negocios adecuados que permitan la satisfacción de la demanda, donde se puede evidenciar que los establecimientos

son administrados de forma empírica con poca especialización del servicio en función a la demanda sin reconocer los segmentos.

Los fenómenos naturales son otros de los factores que pueden afectar al sector turístico. De acuerdo con la Secretaría Nacional de Riesgos (2016) la provincia de Manabí fue la zona más afectada por el terremoto de magnitud 7,8 en la escala de Richter el 16 de abril del 2016, lo que dejó un sin número de daños en cuanto a entidades públicas, viviendas, infraestructura de salud y turística en las localidades de las costas norte. Esto causó que los emprendimientos turísticos decayeran de manera acelerada generando crisis económica en las zonas afectadas. Al término de este catastrófico suceso, se creó la Ley Orgánica de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana (2016) la cual tuvo como objetivo la recaudación de contribuciones solidarias con el propósito de permitir la construcción de infraestructura, así como la reactivación productiva que comprenderá la implementación de planes, programas y políticas públicas, no obstante, cabe mencionar que dicho objetivo no se ha visto cumplido en su totalidad.

Luego de lo acontecido, las comunidades manabitas han buscado estrategias para poder reactivar el desarrollo turístico de la zona, sin embargo, esta difícil tarea no se ha podido concretar netamente, debido a problemáticas nacientes de aquel fatídico suceso; estas secuelas tienen énfasis en la infraestructura turística, pues algunos emprendimientos ya desarrollados desaparecieron a causa del terremoto sin la posibilidad de seguir ejerciendo nuevamente sus labores, provocando la disminución de la demanda turística debido a la deficiente planificación y gestión que se desarrolla en el lugar.

En la provincia de Manabí, el área de la investigación está orientada en dos cantones de la zona norte: Jama y Pedernales, estos poseen variedades de recursos turísticos que han permitido el desarrollo de emprendimientos, pese a esto existen una serie de limitaciones que impiden la completa satisfacción de la demanda, tales como: el deficiente profesionalismo de los prestadores de servicios; escasas actividades de reorganización turística post terremoto;

añadiendo que las personas que poseen algún tipo de emprendimientos turísticos se encuentran inconformes por la poca ayuda que han recibido por parte del departamento de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Se observa complejidad a la hora de realizar proyectos o emprendimientos de turismo sostenible que garanticen el adecuado uso de los recursos naturales y culturales. Otro problema es la escasa innovación de emprendimientos turísticos y de oferta por parte de las comunidades y sus juntas comunales o parroquiales. García (2017) menciona que la provincia de Manabí muestra un estancamiento de la gestión turística más aún después del terremoto, no se proyectan avances en la planificación estratégica e infraestructura, no existen planes de acción o modelos de desarrollo específicos en ejecución que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas. Además, existen falencias como la insuficiente promoción que provoca la escasa demanda turística, por otra parte, la falta de la diversificación de productos y servicios tiene como efecto la insatisfacción de los consumidores. Los emprendimientos poseen déficit con respecto a la innovación tecnológica, así Ivars *et al.*, mencionan que “la evolución tecnológica constituye un factor de cambio que ha modificado el comportamiento del consumidor y que obliga a realizar una adaptación de las empresas y de los destinos turísticos, los cuales difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución” (Ivars et al., 2016, p. 12). Esta es otra de las limitaciones, donde es necesario mencionar que la demanda es cambiante y más exigente, buscan satisfacer sus necesidades y mejorar sus experiencias.

Para Nevárez (2018) la comunicación entre los actores y gestores turísticos de la zona de estudio es limitada, esto es un problema ya que debilita las acciones para la implementación de proyectos de desarrollo. En consecuencia, se presentan una serie de problemáticas como: personal no capacitado, servicios deficientes, instalaciones incómodas, deficientes estrategias de calidad de servicio al cliente provocando que los propietarios y el personal no tengan una orientación permanente, escasa organización en el personal lo que hace que el trabajo en equipo sea ineficiente. Además, el GAD municipal Pedernales (2018) afirma que esta zona, aunque forma parte de un distrito priorizado, posee débil

presupuesto direccionado al desarrollo turístico, inestabilidad de los cargos en la dirección de turismo, deficiente control en las operaciones de actividades turísticas especialmente con puestos informales e improvisados. Hay que destacar también deficientes ordenanzas direccionadas a la actividad turística y carencias en la gestión, capacitación e implementación de facilidades para el turismo local.

La satisfacción en la demanda turística en los cantones Jama – Pedernales de la provincia de Manabí se ve afectada por que no se cuenta con programas de promoción efectivo que permitan hacer conocer de manera efectiva a los atractivos turísticos, tampoco se cuenta con planes de desarrollo turístico, por eso el cantón no tiene un desarrollo favorable en el ámbito turístico, otro problema es el limitado presupuesto en turismo y la falta de talento humano capacitados en tema de promoción, inexistencias de puntos de información turística en lugares claves, es decir, son varias las razones problemáticas que se producen por no tener una planificación conllevando a la insatisfacción del turista. “La gestión de la demanda turística es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; que consiste en planear, organizar, liderar y controlar las acciones, permita optimizar el flujo de turistas actuales y potenciales que desean desarrollar diversas actividades turísticas” (Rigol et al., 2011, p86). De acuerdo a la investigación actual, la demanda que llega constantemente a los cantones de estudio, permite de gran manera poder fomentar del desarrollo comercial y turístico de la zona ya que la misma si cuenta con recursos y atractivos turísticos, ya que para el turista es novedoso conocer y aprender algo nuevo, y más aún aportar al crecimiento sostenible de los lugares que se vieron perjudicados por el terremoto del 16 A del 2016, el mismo que perjudicó gran parte de los servicios y que hoy en día intentan reactivarse su actividad turística. (GAD Pedernales, 2018)

Según lo expuesto anteriormente, se considera importante replanificar la actividad turística en la zona Jama-Pedernales de la provincia de Manabí, poniendo énfasis en la reconstrucción de los emprendimientos, debido a que la actividad turística al ser un eje transversal dejaría sin fuentes de trabajo a

distintas familias que ven su sustento en dicha actividad, directa o indirectamente.

De la problemática expuesta se formula la siguiente interrogante: ¿De qué forma conocer el nivel de satisfacción de la demanda turística fomentaría el desarrollo de los emprendimientos turísticos en la costa norte de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

La presente propuesta se basa en establecer las definiciones fundamentales mediante documentos oficiales y referencias bibliográficas, que permitan estructurar una sistematización teórica a partir de varios autores, contribuyendo de esta manera con un documento actualizado que sirva de referente en futuras investigaciones basadas en la evaluación de los emprendimientos turísticos en la satisfacción de la demanda. De acuerdo con el MINTUR (2018) para que los emprendimientos turísticos cuenten con un elemento diferenciador, es necesaria la adopción de estándares de calidad, con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes y alcanzar una mayor rentabilidad. Por ende, la evaluación permitirá identificar cuáles son las causas fundamentales que provocan las diferentes problemáticas en los emprendimientos turísticos, los cuales no permiten que la demanda se sienta satisfecha, de esta manera se propondrán lineamientos estratégicos que minimicen los mismos y permitan mejorar la calidad del servicio turístico.

1.2.2. METODOLÓGICA

En la presente propuesta se aplicaron métodos, técnicas y herramientas que fundamente la evaluación de los emprendimientos tomando como base a investigaciones destacadas, se procedió a realizar el análisis de metodologías referenciales para establecer un diseño metodológico que permita la valoración de los emprendimientos basados en la satisfacción de la demanda turística para contribuir con el desarrollo turístico de la Zona norte de Manabí. Se consideraron como base para la construcción de la metodología en el presente trabajo la de Franco (2016) "Investigación de mercados turísticos" y Salazar (2018) "Evaluación de los emprendimientos turísticos en la parroquia rural de La Esperanza", las cuales ayudaron alcanzar los objetivos planteados de la

presente investigación donde se aplicaron 3 fases que permitieron cumplir con los objetivos planteados.

1.2.3. PRÁCTICA

Esta investigación permite contribuir al fortalecimiento de los emprendimientos basado en la satisfacción de la demanda turística, en primera instancia se conoció las principales problemáticas que poseen los establecimientos, motivo por el cual se establecieron estrategias encaminadas en la mejora de la calidad del servicio. Además, se pretende fortalecer los emprendimientos turísticos para que se incremente la producción de servicios, donde se contribuirá al desarrollo de la actividad turística, puesto que la costa norte de Manabí cuenta con variedades de recursos que no están siendo aprovechados, por lo cual necesitan que sea utilizados adecuadamente para garantizar la afluencia constante de turistas y lograr satisfacer sus necesidades, logrando dinamizar el desarrollo económico de esta zona. Se debe considerar que el trabajo va a servir como fundamento para tomar decisiones en diferentes proyectos por parte de los organismos encargados de la gestión: GADs provincial, cantonales y parroquiales. Se presentan lineamientos y datos importantes para los emprendedores y futuros empresarios del turismo regional y local destacando que la investigación considera una zona de gestión prioritaria. Se recuerda que los Gobiernos Autónomos Descentralizados involucrados en el estudio tienen convenios con la ESPAM MFL en donde se podrán socializar y compartir las informaciones y resultados de este trabajo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la satisfacción de la demanda turística de los emprendimientos de la costa norte de Manabí post terremoto.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico turístico de la costa norte de Manabí como línea base para la identificación de la situación actual de los emprendimientos turísticos post terremoto.
- Desarrollar la evaluación de los emprendimientos turísticos para conocer la satisfacción de la demanda.
- Identificar estrategias para la mejora del servicio de los emprendimientos de la costa norte de Manabí post terremoto.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se evalúa la satisfacción de la demanda turística se podría mejorar el servicio de los emprendimientos de la costa norte de Manabí post terremoto.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se muestran las conceptualizaciones relacionadas con el tema de investigación: Evaluación de los emprendimientos en la satisfacción de la demanda turística Costa norte de Manabí post terremoto, donde se mostrará una variedad de definiciones en torno a las variables previamente establecidas, como variable dependiente “satisfacción de la demanda turística” y como variable independiente “emprendimientos turísticos”. A continuación, se presenta el hilo conductor en la figura 2.1.

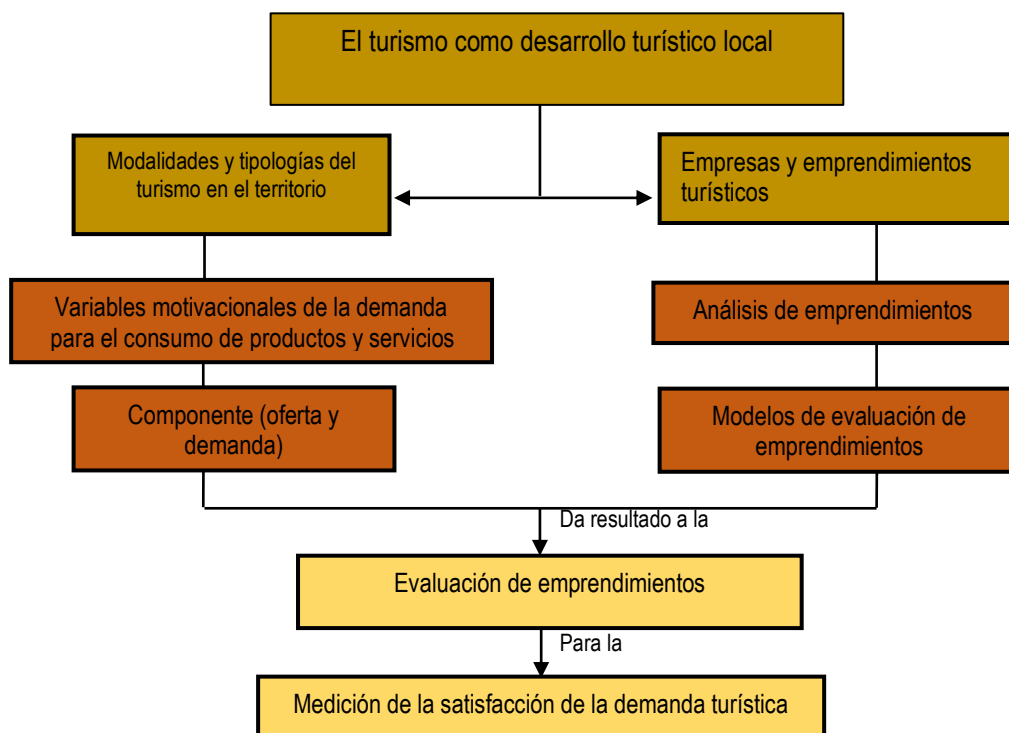


Figura 2.1. Hilo conductor

Elaboración propia

2.1. EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL

Las personas a lo largo de los años han tenido la necesidad de viajar y conocer los distintos lugares turísticos del mundo, gracias a este desplazamiento se han generado una serie de beneficios a las localidades, motivo por el cual la actividad turística permite el desarrollo socioeconómico de un destino. El turismo comprende todas las actividades que realizan los visitantes durante sus viajes,

desplazamientos y estancias en lugares de su entorno habitual, por un periodo consecutivo que puede ser inferior o mayor a un día, los motivos dependen de las necesidades de cada quien, las más comunes son de ocio o negocios.

Ibáñez y Cabrera lo definen como “el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a diferentes sitios de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor a 180 días, sin participar en los mercados de trabajo” (Ibáñez y Cabrera, 2016, p.25). Este es considerado como un fenómeno social porque se genera en grupos humanos, gracias al desplazamiento de los turistas se genera el desarrollo de comunidades, regiones y países.

Por otro parte, Linares y Morales (2014) manifiestan que “el turismo se ha transformado en una de las principales actividades económicas de muchos países y en las de más rápido crecimiento en ingreso de divisas y creación de empleo”. (p. 7). De acuerdo con este autor, la actividad turística debe involucrar una serie de sectores entre este el económico que de forma indirecta o directa deben participar en él, el turismo es una de las principales fuentes de empleo y además estimula inversiones en infraestructuras. De igual manera, este es considerado un punto de encuentro, dándole origen a nuevas relaciones internacionales, de conocimiento mutuo entre culturas y creencias aparentemente antagónicas.

La Fundación Suiza para la Cooperación Técnica (2015) argumenta que el sector turismo está íntimamente relacionado a las empresas industriales, a la actividad agrícola y al sector de servicios, por lo que todos ellos juegan un rol esencial dentro del desarrollo turístico como en la economía local. Además, el turismo genera plazas de trabajo directo como fuente creadora de beneficios indirectos. Esto sucede por medio de los bienes y servicios adquiridos por el sector turístico y a través de la inversión y el gasto público que el turismo genera.

Además, de esto el turismo ha sido erigido como una herramienta de reducción de la pobreza, al servicio de la realización de la búsqueda de la mejora en la calidad de vida. Gargasson y Pirela (2014) señalan que es una de las palancas

claves en la reducción de la pobreza, la cual favorece la emergencia de iniciativas individuales o comunitarias locales, en el nivel empresarial y de gobernanza de proyectos, con tal de incorporar y profesionalizar las capacidades laborales y para fijar actividades económicas y empleos estables.

Por lo tanto, el turismo es de gran importancia por sus múltiples beneficios, el desarrollo del sector turístico en las localidades genera una demanda de bienes y servicios, lo que crea estímulos para el debido crecimiento contribuyendo indirectamente o directamente al desarrollo económico, generación de empleos, mejoramiento de infraestructuras, aprovechamiento de recursos naturales y culturales. Además, la actividad turística siempre se ha considerado como un factor para el crecimiento económico y el desarrollo de comunidades, regiones y países.

De acuerdo con Moreno *et al.*, (2018) “el desarrollo económico no constituye por sí mismo desarrollo, esto es algo más complejo que incluye mejoras institucionales de la población local además de crecimiento económico”. (p.10). Por lo tanto, este debe abarcar características sociales ya sea educación, salud, vivienda, tecnología, etc., y solo ser considerado como crecimiento económico.

De igual manera, hablando del desarrollo turístico este necesita que se involucren otros aspectos socioculturales y ambientales en cada uno de los proyectos que se ejecuten y para lograr un verdadero desarrollo se requiere la colaboración constructiva entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil con la finalidad de maximizar el potencial turístico de manera generalizada.

“El desarrollo turístico se define como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y de una manera más general, la creación de empleos o la generación de ingresos” (Sánchez, 2017, p. 39).

De acuerdo a Ramírez (2014) el desarrollo de la actividad turística ha generado el incremento de las llegadas, los viajes y los flujos económicos por concepción

de servicios turísticos, lo que ha facilitado que diversas regiones puedan promover sus destinos turísticos con mayor facilidad en los últimos años. Por ende, si la actividad turística se diseña una propuesta que permita el desarrollo local territorial esta debe abarcar las aspiraciones de las comunidades y las expectativas de los turistas de los espacios turísticos.

Sánchez (2017) manifiesta que el destino turístico ya sea de un país, de región o de estado, de ciudad, es un espacio con rasgos propios en clima, infraestructura y servicios y por ende dotada con cierta capacidad administrativa para poder planificar y desarrollar acciones que contribuyan a atraer más turistas mediante productos bien estructurados y adaptados para satisfacer las necesidades de los visitantes. “En esencia, un destino turístico es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes, de esta manera abordar el estudio de los destinos turísticos permite identificarlos no como una preexistente, sino como elementos relacionados percibidos por los visitantes” (Fariñas, 2011, p.23). Además, un destino debe tener conexiones de telecomunicación e infraestructura, facilitando de esta manera la inclusión de nuevas tendencias turísticas como es el caso de los millennials.

Un aspecto muy importante que vale indicar es que si un destino turístico cuenta con todo lo mencionado anteriormente está en la capacidad de causar un desarrollo local en todos sus aspectos, puesto que la actividad turística genera un efecto multiplicador el cual hace que todos sus actores ya sean estos directos o indirectos, se vean beneficiados, generando una mejor calidad de vida para todos.

2.1.1. MODALIDADES Y TIPOLOGÍAS DE TURISMO EN EL TERRITORIO

Según Fuentes *et al.*, (2019) la modalidad turística busca “ser la diferenciación que define una forma específica de hacer turismo con relación a otra, puntualiza un aspecto singular que motive la práctica del turismo y guíe la organización de gestión de un destino a su planificación y gobernanza”. (p.90). De acuerdo con

este autor cada visitante tiende a practicar diferentes actividades y no tienen las mismas motivaciones, porque lo que es necesario establecer modalidades para proponer productos que satisfagan la demanda, además ayuda a organizar la planificación de destinos turísticos.

Por lo concerniente, las modalidades deben generar el aprovechamiento y desarrollo de los componentes del ámbito del turismo, estos se presentan como una alternativa que permite el crecimiento en cada destino. Siendo necesario que en cada lugar se desarrolle el más adecuado favoreciendo a los habitantes por sus múltiples beneficios. Existen diferentes tipologías de turismo, las cuales se deben conocer para de esta manera predecir que ofrecer a los turistas o qué tipo de turismo desean realizar. A continuación, en la tabla 2.1 se presentan algunas de las modalidades que permiten el desarrollo turístico comprendidas por: turismo tradicional, turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo alternativo.

Tabla 2.1. Modalidades de desarrollo turístico

Modelo de turismo tradicional	Gutiérrez et al (2014)	Se caracteriza por tener una alta participación en el mercado, teniendo una temporalidad muy definida, favorece los servicios de alojamiento en altos niveles y la concentración en zonas turísticas específicas.
Modelo de turismo playa y sol	Barros (2013)	Constituyen como una práctica que atribuye el uso de balnearios y playas y se desarrolló por lo general en costas que poseen playas y climas soleadas, con temperaturas agradables.
Modelo de turismo De naturaleza	Castro y Marcano (2016)	Este modelo engloba el turismo rural, agroturismo, Ornitológico, Ecológico o ecoturismo y se caracterizan por utilizar la naturaleza para su promoción ofertando atractivos naturales, integrando a las comunidades y empresas ecoturísticas, además, fomenta la conservación de recursos naturales.
Modelo de turismo de aventura	Castro y Marcano (2016)	Hace énfasis en el contacto del turista con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos (Rafting, Senderismo, Ciclismo de montaña, Espeleología deportiva, Montañismo, Buceo deportivo, Parapente, Vuelo en ala delta, entre otros)
Modelo de turismo alternativo	Gutiérrez et al (2014)	Se basa fundamentalmente en la participación local de la comunidad en los proyectos, en pro de la estabilidad y el bienestar; no cuenta con una época o temporada fija o estable y se basa en pequeños establecimientos dispersos en la zona.

Elaboración propia

Existen un sin número de modalidades turísticas pero las más reconocidas son el convencional también llamado tradicional en el que están inmerso comúnmente el turismo cultural y el de sol y playa. A pesar que esta modalidad es muy común y genera fuentes de ingresos a los países, al llevarse a cabo de forma masiva, está destruyendo los recursos naturales y culturales, construcciones e infraestructuras turísticas. Motivo por el cual en la actualidad los destinos se han enfocado en desarrollar actividades relacionadas con la conservación de la naturaleza destacándose el turismo alternativo dejando a un lado el de masas, este está conformado por: agroturismo, turismo rural, aventura, ecológico, deportivo, ecoturismo entre otros. Estas modalidades permiten el desarrollo turístico, debido a que sustentan la divulgación de las costumbres locales, gastronomía, artesanías, aprovechan sitios arqueológicos, paisajes y ecosistemas diversos, permitiendo ser una fuente de ingresos a los pobladores.

El turismo que se realiza en espacios rurales tiene la finalidad de proponer actividades que permitan la convivencia o interacción con comunidades donde los turistas puedan conocer las identidades culturales, costumbres y tradiciones. Oyarvide *et al.*, (2016) mencionan que este permite “el desarrollo integral para las comunidades y mitiga la pobreza, las desigualdades, evita la migración de los pobladores, fomenta la distribución justa de los ingresos y contribuye a la conservación del medio ambiente”. (p.73). De acuerdo con este autor las actividades turísticas son de gran importancia para conservar la naturaleza y los recursos naturales y culturales de cada región, además les dan un valor agregado a los productos de las comunidades.

Wallingre (2013) considera que en el desarrollo turístico existen distintas tipologías, la primera relacionada con el desarrollo de la actividad que integra y beneficia, a todos los miembros de la comunidad, dicha integración se puede dar en mayor o menor medida, aspirando a una mayor equidad social y la segunda hace referencia a un desarrollo más local. “Es un proceso complejo entre agentes que interactúan en los límites de un territorio con la finalidad de estimular proyectos en común buscando el crecimiento económico, cambio social y cultural e incrementar el nivel de calidad de vida y bienestar” (Wallingre, 2013, p.23).

2.1.2. VARIABLES MOTIVACIONALES DE LA DEMANDA PARA EL CONSUMO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

De acuerdo a Socatelli (2013) el mercado turístico “es el lugar donde se ejecuta la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos para su disfrute y relajación”. (p,1). Este abarca elementos, medios y actividades que incluyen los flujos de interacción, delineados para dar paso al intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Por ello es considerado como el sector económico que embarca a todas las entidades que se dedican a la producción y comercialización de productos y servicios vinculados a viajes, sean estos con fines de recreación, salud, negociación, disfrute, visitas a familiares entre otros.

Gargasson y Pírela (2014) manifiestan que el mercado turístico es la interacción entre la oferta y demanda turística, donde la oferta está dada por todos los establecimientos que producen y comercializan productos o servicios que satisfacen las necesidades de los turistas. Esto permite implicar a las comunidades locales en la concepción y la gestión de las actividades turísticas es otro punto central.

El mercado está conformado por la oferta y la demanda, estos elementos deben interactuar entre sí para un desarrollo turístico adecuado, Orgaz (2016) lo define como: “La confluencia de la oferta de los productos turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Actualmente, la demanda turística ha cambiado la motivación de sus viajes, debido a que buscan nuevas experiencias que satisfagan sus necesidades”. (p2).

El desarrollo, crecimiento o evolución de las localidades o sectores en gran parte se da por la actividad turística, ya que en el mercado turístico interactúan todos los indicadores que intervienen en el turismo como son las empresas o entidades que producen, comercializan alguna clase de producto o servicio turístico, y son

los turistas que tienen a su disposición una gran variedad de servicios que pueden ser seleccionados de acuerdo a sus gustos o preferencias. Al implementarse empresas sin importar su actividad económica (restauración, infraestructura, viabilidad) genera desarrollo local por medio de fuentes de trabajo, mejores ingresos, mejor calidad de vida para los habitantes.

2.1.3. COMPONENTES DEL MERCADO TURÍSTICO

En el turismo, como en cualquier otro bien, está estructurado en un mercado donde participan las variables de oferta y demanda. Siendo un escenario grande, donde estos elementos deben interactuar para que ambos funcionen correctamente. La oferta turística la conforman una serie de recursos, bienes y servicios que se encuentran en el mercado a disposición de los turistas. La organización Mundial del Turismo (OMT) citada por Gutiérrez (2016) la define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (p5). En efecto está constituida por todos los recursos existentes de un lugar o región lo cuales deben presentar características que lo hagan atractivos para los visitantes, turistas nacionales o extranjeros que vienen de cualquier espacio del mundo.

De acuerdo a Rodríguez (2013) la oferta turística “es la agrupación de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico que contiene un concluyente valor turístico que es expuesto a disposición del público en general dentro de un mercado competitivo que son turistas nacionales y extranjeros”. (p2). Tomando en consideración a este autor la oferta debe poseer características que permitan que el turista tenga una experiencia única y agradable, satisfaciendo así sus necesidades. A continuación, en la figura 2.2 se muestran algunos elementos que conforman la oferta turística.

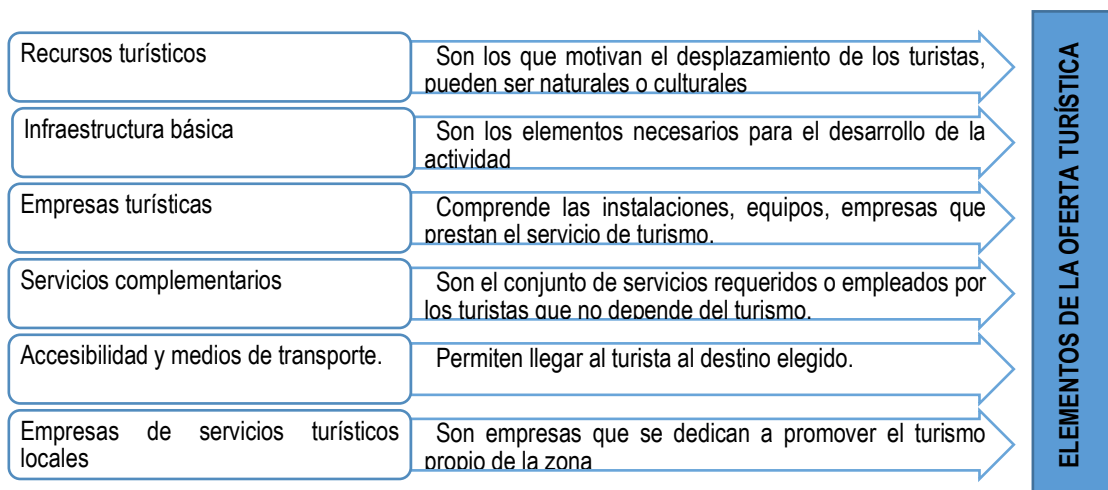


Figura 2.2. Elementos de la oferta turística
Fuente: Elaboración propia a partir de Varisco 2016.

De acuerdo con Varisco (2016) es el conjunto de bienes y servicios, que se clasifican en primordial y complementaria, la primera integrada por los recursos turísticos y la segunda, por las empresas turísticas, y todos los servicios que permiten el desarrollo de la actividad turística. La oferta cuenta con una serie de elementos que permiten la permanencia del turista en un destino, esta debe poseer recursos naturales y culturales, a su vez está conformado por empresas como: hoteles, agencias de viajes, restaurantes, parques, museos, complejos turísticos. También se encuentra la infraestructura básica del lugar: agua, energía, electricidad, internet, bancos, telecomunicaciones, seguridad, etc. La accesibilidad comprendida por carreteras, aeropuertos, terminales. Asimismo, se incluyen aquí algunas infraestructuras que prestan servicios que complementan la estadía a los turistas, aunque no sean netamente turística como por ejemplo las infraestructuras sanitarias.

Las empresas turísticas más comunes son establecimientos de alojamiento que ofrecen hospedaje a los visitantes, establecimientos de restauración que proveen de comida y bebida a los clientes, en la oferta también están presente la accesibilidad y los medios de transporte que facilitan que los turistas se desplacen o transporten a los destinos turísticos, pero también constituyen una modalidad específica de turismo. Por último, se encuentran las empresas de

servicios turísticos locales conformadas por las Agencias de viajes receptoras y Empresas de excursiones.

El componente principal del mercado es la demanda turística, la cual está comprendida por los visitantes que se desplazan a los destinos y que hacen posible que se genere la actividad turística, dinamizando de esta manera la economía de los pueblos o comunidades que se ven inmersa en la actividad turística, plasmando en sí el efecto multiplicador que genera el ejercicio del turismo. De acuerdo a Serrano (2017) “la demanda turística comprende el movimiento de individuos hacia su destino y estancia; así como, los bienes y servicios requeridos durante el desplazamiento. Además, es la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en algún momento” (p.3).

Balderas (2014) en términos turísticos considera que la demanda se connota en un sentido diverso a su versión económica donde se muestran las distintas cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir. De acuerdo con este autor, se puede describir como demanda al conjunto de posibles consumidores que tengan ganas de conocer nuevos lugares distintos a los de su origen. Según Macintosh (como se citó en Balderas, 2014) “la demanda turística se encuentra fuertemente ligada, por un lado, con la propensión y, por otro, con la resistencia. También existe la demanda real, que es la persona que venció las resistencias y que se encuentran en un destino” (Balderas, 2014, p.18).

Existen una serie de conceptos de la demanda turística, de acuerdo con Ayaviri *et al.*, (2017) es definida como “la cantidad de producto turístico que los potenciales consumidores del mismo están dispuestos adquirir a un precio en un momento determinado” (p.3). En la demanda se incluyen factores psicológicos, físicos, económicos y éticos, puesto a que también se relaciona con el proceso en la toma de decisiones de los turistas al momento de la planificación de su viaje.

Es necesario que el destino posea características relevantes que permitan la visita de los turistas. Jiménez y Jiménez (2013) sostienen que la demanda es “el conjunto de bienes económicos, en su mayor parte servicios, que los consumidores están dispuestos a adquirir para la satisfacción de necesidades inherentes al disfrute de atracciones turísticas tales como: recreación, alojamiento, transporte y alimentación”. (p.72). Por ende, está comprendida por los consumidores o posibles consumidores de estos bienes y servicios que lo único que buscan es cubrir o satisfacer las necesidades de los turistas. A continuación, en la figura 2.3 se muestra la clasificación de la demanda turística.

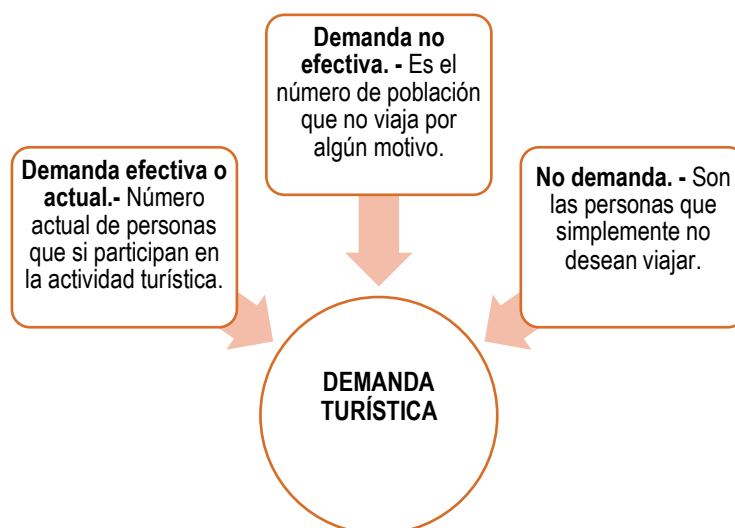


Figura 2.3. Clasificación de la demanda turística
Elaboración propia

De acuerdo con Hernández (2018) esta se clasifica en tres grandes grupos: demanda efectiva o actual que es el número actual de personas que participan en la actividad turística, la demanda no efectiva que es el sector de población que no viaja por algún motivo, y la no demanda caracterizada por un grupo de gente adverso de viajes o aquellos que simplemente no desean viajar. El primer grupo se puede medir más fácil debido a que se encuentra en las estadísticas de las cifras mundiales y son las personas que realmente viajan, en la segunda descripción se puede entender también como una demanda potencial refiriéndose aquellos que viajaría en el futuro o desean viajar, pero que no lo hacen en la actualidad por motivos personales y finalmente se tienen a la población caricaturizada por personas que simplemente no quieren viajar.

Por ende, la demanda turística está comprendida por los visitantes donde están incluidos excursionistas y turistas que funcionan de acuerdo a un conjunto de factores ya sean económicos, aleatorios, relativo a los sistemas comerciales o relativo a la producción de servicios, un ejemplo de esto es la disponibilidad de dinero que cuenten los clientes, los intereses que presenten, conocimiento de los productos turísticos, también depende de las catástrofes naturales y conflictos sociales entre otros. A continuación, en la figura 2.4 se muestra la clasificación de los visitantes.

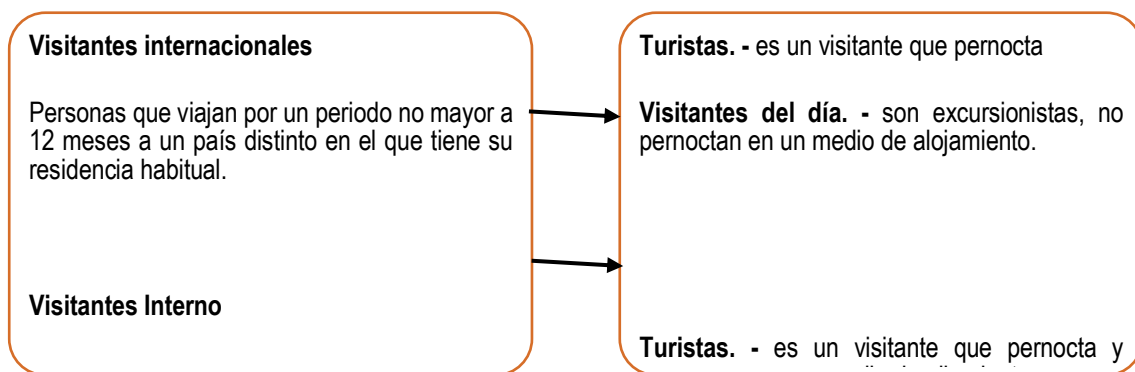


Figura 2.4. Clasificación de los visitantes

Fuente: Elaboración propia a partir de la Organización Mundial del Turismo (2019)

Como se pudo observar en la figura anterior existen dos grandes grupos de consumidores: los visitantes internacionales que viajan hacia otro destino distinto al de su residencia, y los visitantes internos que viajan en su propio país. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2019) un visitante es una persona que viaja a un destino principal al de su entorno habitual, con cualquier finalidad ocio, negocios o motivo personal, este visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista si pernocta, mientras que es excursionista si permanece menos de un día y no pernocta.

2.1.4. MERCADO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

La demanda turística del Ecuador está conformada por todos los visitantes tanto extranjeros como nacionales que realizan turismo de cualquier clase, estas

visitas pueden estar promovidas por recreación, vacaciones, asuntos de negocios, visitas amigos o familiares, motivos religiosos entre otros. Sin la demanda turística no es posible que exista la oferta debido a que los dos están vinculados para que puedan funcionar y desarrollarse.

De acuerdo con la información del Ministerio de Turismo (2015) “fue un año de crecimiento para el turismo en Ecuador, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país. El trabajo conjunto con sectores públicos, privados, académicos y comunitarios, han permitido posicionar al sector turístico como la tercera fuente de ingresos del país” (MINTUR, 2015).

“Ecuador mostró un crecimiento en las llegadas de extranjeros en el 2015, para los primeros días de diciembre se superó el 1´500.000 viajeros, marcando así un hito histórico en la cifra de visitantes que han arribado al país” (MINTUR, 2015). Este número significa un incremento sostenido del 14% con respecto al año anterior en el que arribaron 1`364.000.057 turistas. “En el periodo enero-noviembre se registra Colombia con 333.197 (23,80%), Estados Unidos con 232.868 (16,6%), y Perú con 161.370 (11,5%), cabe mencionar que el 73% es por vía aérea, mientras que el 27% de llegadas son por vía terrestre” (MINTUR, 2015)

Es notorio que la actividad turística en Ecuador se encuentra en constante ascenso, recibiendo una gran afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales, mismas que generan un aumento en la economía de los ecuatorianos, generando así una mejor calidad de vida en los mismos, beneficiando de todos sus actores ya sean estos actores directos o indirectos de la actividad turística, puesto que el efecto multiplicador de esta actividad hace que todos sean favorecidos. Además, es preciso acotar que Ecuador obtuvo 14 premios turísticos otorgados por World Travel Awards 2014, catalogados por el diario estadounidense The Wall Street Journal como “los Oscar de la industria de viajes”, misma que hace que se genere prestigio a nivel internacional, captando así a nuevos turistas potenciales.

De acuerdo al MINTUR (2018) la actividad turística internacional ha ido en aumento a medida que transcurre el tiempo en los últimos años. Según cifras de la OMT en el 2017 se registraron 1.323 millones de visitantes internacionales en todo el mundo. En el Ecuador la llegada de visitantes ha crecido el 7% entre el 2013 y 2017. De esta manera, al año 2017 el turismo se ubica en el tercer lugar de ingreso de divisas entre los bienes y servicios no petroleros.

Según el MINTUR (2018) el turista extranjero que llega al Ecuador está en una edad promedio de 36 años, que en cuanto a género sobresa le el masculino con un 58% al femenino con un 42% por lo general son solteros con un nivel de instrucción del tercer nivel, y la principal motivación para viajar es la recreación y el ocio se caracterizan por realizar un turismo cultural, de naturaleza, los turistas acostumbran a obtener el alojamiento por cuenta propia a diferencia de los boletos de viajes que son por medio agencias de viajes, el 76% de ellos para planificar su viaje lo hacen con un mes de anticipación y mediante el uso del internet y con consejos de amigos y familiares, suelen visitar en grupos de tres personas, el 75,1% se aloja en hoteles de 4 a 5 estrellas hablando de personas de 36 años en adelante ya que los de 15- 34 prefieren hoteles de 1 o 2 estrellas.

El MINTUR (2018) manifiesta que los turistas que arriban a Ecuador el 56,9% lo hacen por el interés de recrearse, de vacaciones, mientras que un 18% lo realiza con la finalidad de visitar a familiares y amigos y con un porcentaje casi igual el 17,1% lo hace por asuntos de negocios es decir por motivos laborales, con un 3% están los que se trasladan al Ecuador con el fin de educarse o tomar alguna capacitación o curso con un 2.8% se encuentran aquellos turistas que lo hacen por religión. Vale indicar que la gran mayoría de turistas que visitan a Ecuador están interesados en conocer sobre su cultura.

Según el MINTUR (2019) “el promedio anual de extranjeros en Ecuador creció un 4% en lo que va del 2019. Entre enero y noviembre de este año se registró un ingreso de 1.381.726 personas proveniente de Estados Unidos (15,1%); España (15,8%), Alemania (4,5%)” (MINTUR, 2019). Los datos del Banco Central del Ecuador (citado por el Ministerio de Turismo 2020) “durante el primer

semestre de 2019 ingresaron \$965 millones de dólares al turismo, lo que representó el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB). En el mismo período de 2018 ingresó \$888 millones de dólares, es decir 1,7% del PIB". (MINTUR, 2020)

A continuación, en la tabla 2.2 se muestran los movimientos internacionales del año 2019, en el cual si están reflejadas las llegadas de los venezolanos encontrándose en primer y no necesariamente viajan por realizar actividades turísticas si no por la crisis económica que este país presenta, en segundo lugar, se encuentra Estados Unidos manteniéndose la demanda de este país como en los años anteriores. Seguido de esto están los colombianos con 588.071 llegadas y los peruanos con 288.324 llegadas, cabe mencionar que uno de los factores que motivan la visita es que son países fronterizos.

Tabla 2.2. Movimientos o llegadas a Ecuador

TOTAL ANUAL 2019		2.427.660			
Ranking Llegadas					
País de nacionalidad	Llegadas	% viajes	País de nacionalidad	Llegadas	% viajes
Venezuela	1.001.285	24,12%	Chile	96.207	2,32%
Estados Unidos de América	891.589	21,48%	Canadá	77.605	1,87%
Colombia	588.071	14,16%	Alemania	73.708	1,78%
Perú	288.324	6,94%	Argentina	71.947	1,73%
España	265.571	6,40%	México	66.283	1,60%

Fuente: Ministerio de Turismo 2019

Seguidamente están presentes consumidores de España, Chile, Canadá, Alemania, Argentina y México. Estos datos estadísticos reflejan que Ecuador no está creciendo en el sector turístico netamente, a pesar de todos los premios recibidos durante algunos años, este país no aumenta el número de llegadas turistas. Carvache *et al.*, (2017) manifiestan que ciertos estudios realizados en la temática de la motivación en el turismo poseen una amplia influencia de variedad de factores subjetivos en la configuración del comportamiento turístico, que al interrelacionarse con factores objetivos (demográficos y socioeconómicos), delinear la evaluación y las preferencias por las distintas alternativas de consumo turístico. Sin embargo, “un estudio sobre el análisis del comportamiento

del consumidor, establece que es necesario distinguir entre los factores externos (cultura y estilos de vida del lugar turístico) de los internos (personalidad, actitudes, creencias)” (Carvache *et al.*, 2017, p.35).

En cuanto a la oferta turística, según la Corporación Financiera Nacional (2017) a nivel nacional existen 5,177 establecimientos destinados a ofrecer alojamientos para turistas extranjeros y nacionales de los cuales 40 son considerados de lujo ya que tienen la máxima categoría en estrellas estos cuentan con comodidad y decoración sobresaliente, además el personal es capacitado permanentemente y por ende competente y tienen el servicio de alimentos y bebidas. De éstos, 500 establecimientos son de primera categoría ofreciendo un servicio de calidad, 1.571 establecimientos son de segunda categoría caracterizándose porque estos pueden tener o no un centro de negocios o acceso a internet y ofrecen el servicio de desayuno, 2.985 establecimientos son de tercera categoría los cuales ofrecen servicios básicos cuentan con alberca, gimnasio, una tienda de conveniencia y botones, 56 establecimientos son de cuarta categoría considerados en otro nivel ya que cuentan con servicios de alta calidad y por último 25 establecimientos son de categoría única.

Vale indicar que en la actualidad a nivel nacional el sector hotelero está invirtiendo en infraestructuras modernas. Así mismo, también existen 17.325 establecimientos destinados a la alimentación y bebidas, de éstos 63 son de lujo, 1.424 son de primera categoría, 3.939 son de segunda categoría, 8.153 son de tercera categoría y 3,746 son de cuarta categoría (Corporación Financiera Nacional, 2017).

El Ecuador es privilegiado por tener una mega diversidad en animales, plantas, paisajes, espacios en sus cuatro regiones: Costa, sierra, Oriente e Insular, esta diversidad es reflejada en sus recursos naturales y culturales. De acuerdo con el plan integral de Marketing Turístico de Ecuador (citado por Nasimba y Cejas, 2015) se consideran 11 líneas de productos y variantes respectivamente: Circuitos generales, Sol y playa, Turismo comunitarios, Parques temáticos, Ecoturismo y turismo de naturaleza, Turismo de deportes y aventura, Turismo de

salud, Agroturismo, MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencia, Exposiciones) y Cruceros.

A partir de esto, El Ministerio de Turismo en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador (2020) establece las líneas de productos específicas que ofrece el Ecuador, estas se han determinado a partir de las motivaciones de los turistas y los criterios de valoración fueron unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta. Ver Figura 2.5.



Figura 2.5. Productos turísticos específicos de Ecuador

Fuente: elaboración propia a partir de la Organización Mundial del Turismo (2019)

De acuerdo con la figura anterior, Ecuador cuenta con tres líneas o productos claves: Ecoturismo, Turismo Cultural y Turismo de Deportes y Aventura, los cuales consideran mayor volumen a la oferta. Las áreas protegidas y las áreas de conservación están vinculadas a la modalidad de ecoturismo y turismo de naturaleza algunas de estos son: Parque Nacional Cajas, Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Galápagos, Parque Nacional Podocarpus, Lodges amazónicos, Reserva Ecológica El Ángel, Reserva Ecológica Antisana, Puerto El morro. En el turismo cultural están inmersas las ciudades de Ambato, Cotacachi, Cuenca Patrimonio de la humanidad, Guaranda, Montecristi la tierra del sombrero de la paja toquilla, Quito patrimonio de la humanidad, entre otros.

En cuanto al Turismo de deporte y aventuras están: Baños de Tungurahua donde se puede realizar cabalgatas, rafting, trekking, Isla de la Plata, la avenida de los volcanes, salinas, laguna de Quilotoa, Islas Galápagos, la avenida de las

cascadas. Las ciudades de Cuenca, Guayaquil, Manta y Quito son los lugares estratégicos donde se desarrollan mayormente convenciones y congresos. En cuanto al Turismo de Salud esta Papallacta, Santo Domingo, Vilcabamba y Baños de agua Santa. En el Turismo de Sol y playa está considerada la ruta del sol en la cual se incluyen los principales destinos de Ecuador.

Es importante mencionar que Ecuador tiene un producto estrella que son Las Islas Galápagos, denominadas “Patrimonio Natural de La Humanidad”, es un lugar con características únicas y diversas donde se han desarrollado una serie de actividades turísticas. Además, posee rutas turísticas que son recorridos que el turista realiza por diferentes atractivos, donde se puede incluir una serie de servicios como alojamiento y restauración, las más conocidas son: Ruta el Libertador, Ruta de Los Volcanes, Ruta Spondylus, Ruta Ñamby, Ruta del Azúcar, Ruta del Arroz, Ruta de la Aventura, Ruta del Cacao, Ruta de la Fe.

Según el MINTUR (2017) “la Ruta del chocolate, es otra alternativa turística que impulsa el Ministerio de Turismo para compartir con los turistas nacionales y extranjeros donde trata de promover la comercialización de productos de agroindustria, artesanías, café y chocolate de diversas marcas ecuatorianas” (MINTUR, 2017).

Por ende, los recursos y atractivos turísticos toman diversas formas, “el turismo no solo son sitios naturales, también es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que forman parte de los distintos destinos turísticos y que brinda confort al turista durante su estadía y lo motiva a volver” (Arroyo, 2018, p. 3). Los recursos turísticos son todos aquellos que tienen la capacidad para atraer turistas y generar ingresos y desarrollo.

MERCADO TURÍSTICO DE MANABÍ

De acuerdo con Menéndez (2013) el destino turístico actual “sol y playa”, es el de mayor acogida en la provincia Manabí por turistas locales, nacionales y extranjeros. Manabí es una provincia localizada en el centro, noreste del Ecuador

Continental. Su capital es Portoviejo. En la costa se encuentra la ciudad y puerto de Manta, el cual es un importante centro pesquero y de transferencia de carga del Ecuador y turístico también. Además, es la tercera provincia más poblada del Ecuador con un total de 1.369.780 habitantes, cuenta con un clima cálido agradable entre subtropical seco y subtropical- tropical húmedo, con 23 grados centígrados promedio por año.

Otro de los atractivos es la gastronomía manabita, de acuerdo con Menéndez “es reconocida a nivel nacional e internacional por su originalidad y exquisitez, sus platos típicos constituyen un verdadero atractivo turístico, así como sus expresiones culturales y tradicionales que se reflejan en las festividades que tradicionalmente, como San Pedro y Pablo” (Menéndez, 2013, p. 32). Manabí tiene mucho potencial en su deliciosa comida y es muy apetecida por turistas, además algunas comunidades locales mantienen vivas sus tradiciones que son de gran importancia para la identidad cultural de esta provincia.

““La provincia de Manabí cuenta con diversos sitios llenos de belleza natural; especialmente en la zona rural. Las haciendas en general poseen diversos atractivos turísticos con presencias de vegetación, diversidad de flora y fauna salvaje además de actividades de recreación”” (Bravo y Zambrano, 2017, p.150). En Manabí hay diversas rutas turísticas que contribuye al turismo comunitarios, unas de las principales es la Ruta del Cacao que brinda turismo rural y de naturaleza en los cantones Junín, Bolívar, Chone y Flavio Alfaro.

Según registros del Ministerio de Turismo de Manabí “después del 16A, están operativos 117 establecimientos de alojamiento, en Manta 12 (10,25%), Pedernales 12 (10,25%), San Vicente 7 (5,98%); Sucre 10 (8,55%), Chone 3 (2,56%) y Portoviejo 22 (18,80%), El Carmen 1 (0,85%), Puerto López 47 (40,17%), Jipijapa 2 (1,71%), Jama 3 (2,56%), y Bolívar 3 (2,56%)” (Álava, 2017, p.44). A continuación, se muestra la distribución de estos en la tabla 2.3.

Tabla 2.3. Capacidad hotelera de la provincia de Manabí

Cantón	Tipo de Establecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Manta	Hotel	7	10.25%
	Hostal	5	
	Subtotal	12	
Pedernales	Hotel	5	10.25%
	Hostal	6	
	Hostería	1	
	Subtotal	12	
San Vicente	Hotel	2	5.98%
	Hostal	3	
	Hostería	1	
	Casa de Huéspedes	1	
	Subtotal	7	
Sucre	Hotel	2	8.55%
	Hostal	8	
	Subtotal	10	
Chone	Hotel 1	1	2.66%
	Hostal	2	
	Subtotal	3	
Portoviejo	Hotel	11	18.08%
	Hostal	10	
	Hostería	1	
	Subtotal	22	
El Carmen	Hotel	1	0.85%
Puerto López	Hotel	4	40.17%
	Hostal	30	
	Hostería	5	
	Casa de Huéspedes	8	
	Subtotal	47	
Jipijapa	Hotel	1	1.71%
	Campamento turístico	1	
	Subtotal	2	
Portoviejo	Hotel	1	2.56%
	Hostal	1	
	Campamento turístico	1	
	Subtotal	3	
Bolívar	Hotel	3	2.56%

Fuente: Ministerio de Turismo (citado por Álava, 2017)

De acuerdo con Álava (2017) “este servicio está centralizado en Manta y Portoviejo, en Portoviejo hay 19 agencias de viajes, una operadora de turismo y 2 agencias de viaje/operadora, a diferencia de Manta que tiene una agencia de viajes y 3 agencias de viaje/operadora” (Álava, 2017, p.47). Quizás esto se deba a que son las dos más grandes ciudades de la provincia.

“Por otra parte, en Manabí la gran variedad de la oferta turística, ha hecho que muchas agencias y operadoras se especialicen en determinados productos (turismo de aventura, turismo profesional, turismo cultural) y también en determinados segmentos de mercado” (Álava, 2017, p.47). Manabí es una provincia rica en recursos y atractivos turísticos único en el país, lo que la distingue del resto del país, a continuación, se hace una descripción de cada uno de ellos por cantones y por su tipo de recurso. Ver tabla 2.4.

Tabla 2.4. Reservas naturales de la provincia de Manabí

Cantón	Reservas Naturales (Áreas Protegidas, Bosques Protectores, Senderos, Áreas de Importancia), Cerros/Colinas
Bolívar	"Cerro Mil Pesos".
El Carmen	"Bosque Húmedo Tropical Occidental Granja Experimental".
Chone	"Humedales La Segua, Bosque Transicional (húmedo) San Ignacio, Mirador Guayas(colina)".
Jama	Bosque Seco tropical Lalo Loor, Reserva Ecológica Don Juan (bosque seco tropical transición), Bosque Húmedo Tropical Occidental Cerro Nuevo, Bosque Seco tropical Paraíso, Bosque Húmedo Tropical Occidental El Venado.
Jaramijó	Bosque Seco Tropical de Jaramijó
Jipijapa	Bosque Transicional Cantagallo, Bosque Nublado Julcuy, Bosque Nublado Olinas, Bosque Transicional Santos.
Junín	Bosque Seco húmedo La Majagua, Reserva de Conservación Provincial (ecológica) Los Camarones.
Manta	Bosque Montaña Bajo Occidental de Pacoche (Refugio de Vida Silvestre Pacoche).
Montecristi	Cerro Montecristi (Bosque Montaña Bajo Occidental).
Paján	Bosque Protector Húmedo Tropical Misbaque, Mirador de la ciudad de Paján (colina).
Pedernales	Bosque Protector Húmedo Tropical Occidental Cerro Pata de Pájaros, Bosque Rancho Pablito Húmedo Tropical Occidental, Cerro Cojimies (colina).
Pichincha	Mirador de Pichincha (colina).
Portoviejo	Cerro de Hojas y Jaboncillo.
Puerto López	Parque Nacional Machalilla, Bosque Tropical Occidental San Sebastián, Bosque Húmedo Tropical Occidental san Sebastián, Bosque Montaña Bajo Occidental Las Goteras, Bosque Seco Tropical El Roció, Bosque Húmedo Occidental de Guale, Sendero Bola de Oro (Bosque Húmedo Tropical Occidental), Sendero Río Blanco-EI Pital (Bosque Húmedo Tropical Occidental), Sendero ecológico La Josefina(colina), Sendero El sombrero(punta), Sendero ecológico El colibrí (Bosque Húmedo Tropical Occidental), Mirador de los Frailes (Bosque Seco tropical Punta).
San Vicente	Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón, Bosque Húmedo Tropical Occidental de Canoa, Bosque Húmedo Tropical Occidental Cabo Pasado, Bosque Seco Húmedo San Ignacio.
Sucre	Reserva Ecológica Cerro Seco (Bosque Seco Tropical), Bosque Seco tropical de Chirije, Bosque Seco Tropical La Gorda, Red Bosque Privado de la Cordillera del Bálsamo (Bosque Seco Tropical), Montaña don Duglas (Bosque Tropical Occidental), Bosque Seco, Protector San José (Bosque Seco Tropical), Mirador de Bellavista (colina).

Fuente: Ministerio de Turismo, Gobiernos Provincial, Cantonal y Parroquial de Manabí, Ministerio de Ambiente (citado por Álava, 2017).

Manabí es una provincia que posee 350 km de playa aproximadamente, este perfil costanero además de poseer gran biodiversidad, oferta hotelera, gastronómica y de diversión, cuenta con hermosos paisajes que hacen agradables las visitas de los turistas. En algunas se pueden practicar deportes náuticos como: kayak, surfing, snorkeling, bodyboard, Ver tabla 2.5.

Tabla 2.5. Playas de la provincia de Manabí

Cantón	Playas
Jama	Tabunga, Tasaste (arco del amor), El Matal, La División, Punta Prieta Don Juan, Boca del Río Jama, Punta Ballena, Camarones, Punta Blanca.
Jaramijó	Jaramijó, Punta Blanca.
Jipijapa	Boca del Cayo, Puerto Cayo.
Manta	Basbarquillo, La Tiñosa, El Murciélago, Piedra Larga, San Mateo, Santa Marianita, Tarqui, Los Esteros, Liliqué, San Lorenzo, Las Piñas, Río Caña, Santa Rosa.
Montecristi	San José.
Portoviejo	Crucita, La Boca, Las Gilces, Los Ranchos, Los Arenales.
Puerto López	Los Frailes, Machalilla, Puerto López, Salaité, Salango, La Playita-Punta Piqueros, Río Chico, La Tortuguita, Bálsamo 1 y 2, Dorada.
San Vicente	Los Perales, San Vicente, Punta Napo, Briceño, Canoa, Cabo Pasado, Charco.
Sucre	Chirije, Pajonal, La Gorda, La Mesita, La Gringa, Bejuco, Punta Bellaca, Bellavista, Bahía, San Clemente, San Jacinto

Fuente: Ministerio de Turismo, Gobiernos Provincial, Cantonal y Parroquial de Manabí, Ministerio de Ambiente (citado por Álava, 2017).

Esta provincia además cuenta con importantes vestigios arqueológicos siendo una zona privilegiada, porque en ella se han efectuado distintos acontecimientos que han determinado las primeras culturas del Ecuador. A continuación, en la tabla 2.6 se presentan los recursos culturales de diferentes cantones en la provincia de Manabí, comprendidos por museos, iglesias, zonas arqueológicas, sitios arqueológicos y lugares históricos.

Tabla 2.6. Museos y zonas arqueológicas de la provincia de Manabí

Cantón	Museos, Lugares, Zonas Arqueológicas, Zonas Históricas, Arquitectura Civil Religiosa
Bolívar	Museo Arqueológico y Lugares Históricos Dr. Luis Félix López, Parque Ferroviario, Zona Histórica Paraje Natural y Cultural Quinta del Sol.
El Carmen	Iglesia Nuestra Señora del Carmen.
Chone	Zona Arqueológica Grabados Rupestres La Dibujada, Lugar Histórico Casa La Providencia
Jama	Museo-Colección Arqueológica Colegio Nacional Jama, Museo- Colección Arqueológica Municipio del cantón Jama, Museo-Colección Arqueológica Ordoñez, Galería y Museo Cultural Jama-Coaque, Iglesia Nuestra Señora del Carmen.
Jipijapa	Museo de Jipijapa, Zona Arqueológica del Julcuy, Zona Arqueológica del Río Ayampe, Petroglifos Santos Sin Cabeza, Iglesia Central de San Lorenzo.
Junín	Iglesia Central Nuestra Señora de Lourdes.
Manta	Museo de Pacoche, Infotur Museo Etnográfico, Zona Arqueológica Leguique, Museo del Banco Central, Museo etnográfico Cancebí, Iglesia La Dolorosa.

Montecristi	Museo Eloy Alfaro, Santuario de la Virgen de Monserrate.
Paján	Colección de Restos Arqueológicos de Paján, Santuario de la Virgen Narcisca de Jesús Martillo Morán.
Pedernales	Zona Arqueológica de Santa Teresita y Atahualpa, Zona Arqueológica Beche Abajo
Pichincha	Iglesia San Andrés, Iglesia de Piedra natural.
Portoviejo	Zona Arqueológica Jaboncillo, Centro Arqueológico Cerro de Hoja de Jaboncillo, Iglesia La Merced, Iglesia La Catedral Jesús del Buen Pastor
Puerto López	Museo de Salango, Museo y sitio Arqueológico de Agua Blanca, Museo y Zona Arqueológica Piqueros de Patas Azules, Iglesia de Caña de Bambú.
San Vicente	Zona Arqueológica Tabuchila, Zona Arqueológica Rosa Blanca de Briceño, Zona Arqueológica El Recreo.
Santa Ana	Museo Etnográfico de La Cultura Montubia.
Sucre	Museo Arqueológico Banco Central de Bahía, Museo y Sitio Arqueológico Chirije, Zona Arqueológica de San Isidro, La Casa Americana (lugar histórico), Casas Antiguas de Charapotó (lugar histórico), Sitio Arqueológico de Japota, Sitio Arqueológico La Tolita, Sitio Arqueológico Ollas de Tutumbe, Museo de Arqueología y Etno Historia José García.

Fuente: Ministerio de Turismo, Gobiernos Provincial, Cantonal y Parroquial de Manabí, Ministerio de Ambiente (citado por Álava, 2017).

En las revisiones bibliográficas no existen datos exactos en temáticas de estadísticas turísticas dentro de Manabí, pero Félix et al., (2017) manifiestan que esta provincia es considerada el principal destino de playas ya que son las más visitadas tanto por extranjeros, locales y nacionales; “encontramos a Pedernales, ciudad que está atravesada por la línea Ecuatorial, Jama con una riqueza arqueológica impresionante, Canoa un lugar para practicar el surf, Manta conocida por tener el puerto pesquero más grande del país y arribo de cruceros” (Félix et al., 2017, p. 29).

En cuanto, Manabí noticias (2018) señala que “en esta provincia, los cantones Manta, Pedernales, Puerto López y Crucita acogen a más turistas, la Cámara Provincial de Turismo estimó que en agosto se concentraron el 75% de los viajes y que a toda la provincia viajaron 250.000 personas” (Manabí Noticias, 2018). Esta cantidad de turistas se registran mayormente en los meses de verano: agosto, septiembre y octubre, debido a que los habitantes de la sierra arriban para el disfrute de sus vacaciones. Con respecto a la demanda internacional según Proaño y Ramírez (2017) mencionan que estos son provenientes de países como España, Alemania, Canadá, Estados Unidos, Argentina y Chile, los cuales se concentran en cantones como Manta, Montecristi, Rocafuerte,

Portoviejo, Puerto López, generando flujos comerciales y turísticos en la provincia de Manabí.

2.2. EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

Actualmente una de las actividades claves que permite el desarrollo social y económico de un país o región, son los emprendimientos o empresas turísticas. Lalangui *et al.*, (2017) argumentan que las empresas turísticas contribuyen de forma activa al crecimiento y desarrollo de algún determinado lugar o espacio, pero así mismo también son consideradas como unos de los sectores que más contribuyen a la contaminación del ambiente, es por ello que en la actualidad gran parte de los entes turísticos manifiestan su preocupación por practicar un desarrollo amigable con el ambiente aplicando técnicas que ayuden a minimizar su impacto al entorno.

Una de las industrias más contaminadora es la hotelera ya que debido a su construcción se ve en la obligación de talar y destruir zonas para levantar las grandes infraestructuras, a ello se suma que ofrecen servicios de lavanderías haciendo un alto consumo de agua, seguido del sector de alimentos y bebidas por los desperdicios, pero estos son tratados para ser utilizados como abono además aplican tecnologías para el desagüe de agua de tal forma que sea menos contaminante, ya que estos puede ser fuente de creación de enfermedades para los habitantes cercanos al establecimiento.

Por otro lado, todas las empresas turísticas están en la obligación de desarrollar sus actividades de acuerdo a las normativas establecidas por la ley de turismo de las ISO 9001 y acatando aquellas creadas de manera local para prevenir la contaminación del ambiente con la finalidad de contribuir al desarrollo de manera positiva y activa a la comunidad. De acuerdo con Pérez *et al.*, (2016) el desarrollo sostenible consiste en ejecutar las actividades económicas sin comprometer el desarrollo de las futuras generaciones, está tomando gran importancia dentro del campo empresarial ya que los grandes cambios tecnológicos, las exigencias de los clientes, la competencia y la escasez de las materias primas en el mercado

hacen que las entidades tengan la debida capacidad de adaptación y flexibilidad impresionante al propiciar nuevas estrategias comerciales y de producción.

Reynoso (2014) manifiesta que la palabra empresa, es de origen italiano y hace referencia a la idea de emprender una actividad económica con ciertos objetivos que se busca alcanzar con esfuerzo y dedicación. Las empresas pueden ser de tipo comercial y de servicio, siendo la primera aquella que se dedica a la compra y venta de bienes y la de servicio a la producción y comercialización de un bien intangible todas encaminadas a satisfacer alguna necesidad de la colectividad a cambio de un costo o valor monetario, uno de los objetivos en comunes de las empresas es la obtención de rentabilidad o utilidad.

En lo que respecta a los sectores económicos estos pueden ser de servicios, consideradas aquellas que producen y venden un bien intangible, la comercial que se caracteriza por enfocarse a ejecutar la compra de un bien tangible a un costo menor para luego venderla a un precio mayor que es lo que se conoce como margen de utilidad de ganancia, la Industrial que se dedica exclusivamente a la transformar materia prima en producto terminado o semielaborado dando valor agregado, la Financiera que hace referencia a la captación de recursos para otorgarlos mediante préstamos a los ciudadanos.

De acuerdo con Ramírez (2014) en cuanto al tamaño estas pueden ser: grandes las cuales manejan un alto nivel de capital sus ventas son en volúmenes elevados y sus empleados exceden de 100; Medianas, que son aquellas que sus ingresos y ventas son limitadas y el número de empleados es superior a 20 e inferior a 100 y, por último; Pequeñas, que son aquellas donde existen menos de 20 trabajadores.

Según Guananga (2018) el emprendimiento está asociado con términos de iniciar, crear, innovar, la finalidad de éste es satisfacer las necesidades sociales lo cual se concebiría como la generación de beneficios individuales y colectivos. De acuerdo con este autor los emprendimientos deben cumplir con actividades, bienes o servicios que satisfagan una demanda, donde es necesario tener en

cuenta que existen nuevos escenarios de alta competitividad y son más difíciles de cumplir sus necesidades donde se debe actuar de forma estratégica.

De acuerdo con García (2015) los emprendimientos turísticos tratan de “una determinada forma de organización empresarial al destino turístico, basada en pautas de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar” (García, 2015, p.600). Estos permiten a las comunidades recibir beneficios económicos, en la actualidad los emprendimientos son de mucha relevancia, porque son considerados como estrategias para que las localidades conserven sus recursos. A continuación, en la tabla 2.7 se manifiestan los tipos empresas o emprendimientos turísticos existentes en el Ecuador.

Tabla 2.7. Tipos de emprendimientos turísticos

Tipo de empresa	Tamaño de la empresa			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Alojamiento	4,647	473	47	10
Comidas y bebidas	16,990	1,380	25	
Intermediación	2,130	108	8	
Recreación	276	25	2	
Transporte Turístico	448	56	6	

Fuente: Ministerio de Turismo (2017) citado por Suárez y Guzmán (2018)

Para Conde y Amaya (2007) “el servicio de alojamiento es considerado como uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración”. Siendo un factor relevante porque es una de las actividades con mayor representatividad económica dentro del turismo además atrae mucho a los inversionistas, es importante mencionar que la duración de la estadía depende de la cantidad y tipo de servicios turísticos ofertados, además de la cantidad de visitantes dispuestos a quedarse por más de un día en la ciudad. Es decir, de la duración de la estadía depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística, a su vez, que se reporte un ingreso a la economía anfitriona con los correspondientes niveles de empleo y de calidad de vida de la comunidad receptora.

En la función hotelera la importancia no solo está en ofrecer el servicio de alojamiento es decir en convertirse en simples sitios para dormir o detenerse, sino que son considerados como atractivos turísticos, por su alto contribución a esta actividad ofertando gran variedad de servicios como “restauración, comercio, recreación (discotecas, piscinas, saunas, y otros), comunicación y transporte”, más en la actualidad donde hay una gran iniciativa de invertir en infraestructura hotelera moderna.

Es importante destacar la investigación de Toro (2011) quien menciona que “el verdadero propósito de los alojamientos turísticos consiste en dedicarse principalmente a ofrecer estancias para el descanso y el reposo, teniendo en cuenta diversas condiciones, la estrategia de la entidad, las demandas del entorno y los precios del mercado” (Toro, 2011, p.7). Este sector debe ofrecer al usuario la hospitalidad de amabilidad y confort acogiéndoles con la más rápida prontitud demostrando ese interés de brindar un servicio de calidad para que el cliente se sienta a gusto y seguro resguardando siempre el bienestar de este. Si el cliente recibe un buen servicio y trato existe la posibilidad del 99% que este retorne al mismo centro de hospedaje en su próximo viaje a más de recomendarlo personalmente a amigos, familiares entre otros.

De acuerdo a Castillo *et al.*, (2014) “la industria restaurantera, se integra de establecimientos que suministran algún tipo de servicio la elaboración de alimentos en una sola ubicación física delimitada por instalaciones ya sea fijas o semifijas o bien realizan su actividad dentro de una vivienda”. (p. 6). Dichos establecimientos son conocidos como sitios formales debido a que cuenta con un proceso para su respectivo funcionamiento como un registro ante la autoridad, obligándoles a cumplir con todas las normas de higiene y de preparación, conservación y consumo de alimentos.

Por otro lado, González (2013) dice que una empresa de restauración es el establecimiento o empresa donde se preparan alimentos destinados a la alimentación de las personas que lo solicitan, para ser considerado como un

centro de alimentación este no debe superar la venta de bebidas sino sobresalir en la preparación de alimentos ya sea en platos de comida normales o a la carta. Entre los servicios de alimentación están: “restaurante, cafetería, bar, cantina, fonda, servicio institucional, expendios y afines de alimentos servidos en el local”.

Los servicios de alimentación son todos los ofertados por restaurantes y bares ya que los consumos de alimentos satisfacen una serie de necesidades acorde a los gustos y preferencias del cliente. Existen diferentes clases de servicios de alimentación o restaurantes, están los platos a la carta que son aquellos escogidos entre una lista de diferentes opciones y son preparados al momento, los de comida rápida que involucra la comida chatarra con alto contenido de grasas saturadas, los que venden desayunos y almuerzos normales.

De acuerdo a la Ley de Turismo (2008) para la operación del transporte turístico dentro del país, “la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías llamados conductores deben portar la licencia de conducir vigente y autorizada, y la orden de servicio sellada y fechada por la operadora.” (Ley de Turismo, 2008, p.12)

Las compañías de transporte facilitan que los turistas se desplacen o transporten a los destinos turísticos, pero también constituyen una modalidad específica de turismo:

- Transporte aéreo (compañías aéreas regulares y chárter)
- Transporte marítimo (cruceos, ferry, hidrófila, catamaranes)

De acuerdo al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2015) la actividad de recreación está dada más por el sector público y es aquella que incluye atracciones, espacios de ocio, entretenimientos, educación y cultura. (p. 120). Un ejemplo claro de esto son los parques que son un área generalmente amplia, dotada de un sin número de actividades y diversos ambientes que son representaciones gráficas de la gran riqueza natural de un lugar en específico.

Según Guananga (2018) un emprendimiento consiste en un proyecto innovador basado en la búsqueda de una solución racional a un problema identificado con el propósito de cubrir una necesidad de la sociedad. Todo emprendimiento está frecuentemente encaminado a satisfacer necesidades humanas sin importar su naturaleza, convirtiéndose en una herramienta o instrumento que hace posible lograr una serie de objetivos y metas propuestas, orientados a cubrir necesidades, en un tiempo y un lugar determinado y a obtener un fin económico, político o social.

De acuerdo con Villacrés (2017) el “término emprendimiento ha permitido incorporar herramientas que facilitan la creación de ideas que dinamizan de una u otra forma la oferta de bienes y servicios que existen dentro de los mercados, incentivando a un incremento de la demanda” (Villacrés, 2017, p.232). En la realización de todo proyecto involucra ciertos requerimientos como son el capital humano que son los encargados de indagar, recopilar y procesar información del objeto en estudio, así mismo, con ello también es necesario los recursos materiales y económicos que estarán a disposición del ejecutor del proyecto para que pueda cumplir con el desarrollo de las actividades que involucra el proyecto como tal (Crespo, 2015).

Existen diferentes tipos de emprendimientos entre los más destacados se citan los siguientes:

- **Emprendimientos Sociales**, que según Andrade (2013) son aquellos que están orientados en el beneficio de la comunidad, por lo general el apoyo económico es mínimo, pero este proviene de los mismos ejecutores del proyecto, suelen recibir ayuda de los funcionarios para su adecuado desarrollo. Estos como su nombre lo indica buscan obtener beneficios sociales ayudando a los que más lo necesite y si ánimos de lucro.
- **Emprendimientos de Inversión**, de acuerdo con Andrade (2013) son aquellos relacionados a generar e implementar una idea de negocio innovadora por lo general corresponden a la Inversión privada que busca

crear un plan que permita obtener una rentabilidad económica a partir de la inversión de un capital por terceros también existen los financiados por el sector público que es donde hay una intervención directa del estado de financiamiento para lograr el bienestar social de una comunidad a la vez que de beneficio económico. También están presentes los de Inversión social los cuales buscan invertir bienes en el desarrollo exclusivamente social sin esperar remuneración económica, sino que los beneficios permanezcan después de acabado el proyecto.

- **Emprendimiento por Necesidad**, que según Vélez y Ortiz (2016) están orientados en generar los ingresos diarios que satisfagan el vivir diario, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro es decir que solo se emprende y se trabaja sin ganas de crecer, por esta razón no se tiene un valor agregado o perspectiva de mercados nacionales o internacionales.
- **Emprendimiento Tradicional**, de acuerdo con Vélez y Ortiz (2016) son los “que tienen un crecimiento por su estructura competitiva, pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta, se caracteriza porque sus productos y/o servicios no están diferenciados, usan pocas tecnologías, generalmente están formalizadas” (Vélez *et al.*, 2016, p.85).
- **Emprendimiento Dinámico**, según Vélez y Ortiz (2016) son los que poseen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después del transcurso por lo menos de una década de tiempo. Estos son proyectos innovadores y tiene la capacidad de crecer rápidamente esto se debe a la calidad que ofrecen estos tipos de emprendimientos.

2.2.1 ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS MANABÍ

De acuerdo con Araque (2015) la actividad del emprendimiento abarca una serie de requisitos como creatividad para que este sea algo innovador en el mercado

y tenga acogida por parte del público, perseverancia ya que las cosas no van hacer fáciles se requiere ser permanente en las decisiones, capacidad para asumir riesgo ya que todo negocio involucra riesgo pero hay que diseñar estrategias y tener un plan b bajo la manga para aplicarlo ante una situación de inseguridad, actitud mental positiva debido que trabajar siempre de manera positiva trae sus ventajas conocida la ley de atracción lo que piensas y deseas eso se cumplirá, con todo esto es posible fundamentar los campos que sobrepasan los límites de la creación de empresas. Los manabitas se caracterizan por ser personas emprendedoras e innovadoras que a más de ejecutar proyectos para su ayuda personal lo hacen en beneficio de la sociedad aportando muy buenas ideas para su ejecución, además les gusta trabajar y ganarse el pan de cada día.

Tomando información actualizada del Censo Nacional Económico del 2010, se puede evidenciar que “el 99% de los locales empresariales nacieron bajo la categoría de actividad microempresarial, registrándose un número promedio de dos trabajadores contratados y una inversión financiera media de USD 7.289 incluye capital fijo y capital de trabajo que inició en 2010” (CENEC, 2010). En lo que respecta a la provincia de Manabí existen 5.488 emprendimientos destacando que los emprendedores manabitas se inclinan más por el desarrollo de actividades comerciales es decir a la compra y venta de productos terminados y a la producción de servicios para satisfacer aquellas necesidades que han sido identificadas en el mercado, el servicio de comida y bebida es el que más destaca entre estos (Araque, 2015).

La prefectura de Manabí (2013) manifiesta que en la provincia se están ejecutando varias ideas de emprendimientos entre ellas está la reactivación de cacao de toda la provincia, impulsar la creación de macro viveros en varias parroquias, realizar emprendimientos regionales también con la caña de azúcar.

El diario El Comercio (2018) señala que 300 nuevos productos se crearon en un total de 12 cantones, estos fueron elaborados a base de recetas tradicionales y materia prima que se encuentra en la provincia. Se elaboran desde ‘snacks’ de

chifles con sal prieta, sal marina con sabor a cacao, hasta rompope de frutas cítricas.

2.2.2. MODELOS DE EVALUACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

Según Meza (2019) los instrumentos de evaluación de los emprendimientos por lo general están conformados por cuestionarios estructurados en función a los parámetros (variables) e indicadores con la finalidad de recoger información de interés relacionado con el emprendimiento empresarial. “Los instrumentos de medición y evaluación del emprendimiento recogen información relacionada con diversos aspectos del emprendimiento; luego, estos aspectos son sistematizados de tal manera que puedan evaluar el emprendimiento desde una perspectiva más general” (Meza, 2019, p.22).

De acuerdo con Gonzales y Rivas (como se citó en García 2017) definen que “un modelo es una herramienta que puede ayudar a la coordinación de los actores del turismo en el territorio y su población requiere tener como base, un profundo y acabado conocimiento de las variables que son estratégicas para su sustentabilidad” (García, 2017, p.86). Por esa razón deben ser identificadas, analizadas y seguidas con una frecuencia y técnicas adecuadas

Según los Visores de Turismo (2019) existen un sinnúmero de modelos de evaluación, mismo que sirven para identificar posibles falencias para luego lograr mejorar; por ejemplo, existe el modelo EFQM, el cual “es un marco de referencia que ofrece un ideal de la excelencia en gestión y cuyas herramientas de aplicación permiten desencadenar un proceso de autoevaluación que tiene como objetivo alcanzar la eficacia y la eficiencia en las organizaciones” (Visores de Turismo, 2019). Es preciso mencionar que se rige bajo la filosofía de lo que no se mide, no se puede mejorar.

La estructura del Modelo EFQM rige un total de dos tipos de criterios, los criterios AGENTES y los criterios RESULTADOS. Por un lado, los criterios AGENTES son cinco, y hacen referencia a que hace y cómo lo hace la organización:

- **Criterio 1.** Liderazgo
- **Criterio 2.** Estrategia
- **Criterio 3.** Personas
- **Criterio 4.** Alianzas y Recursos
- **Criterio 5.** Procesos, productos y Servicios

Por otro lado, los criterios son cuatro y se definirían como “lo que la organización logra” y se estructuran en torno a los principales grupos de interés de cualquier organización:

- **Criterio 6.** Resultados en Clientes
- **Criterio 7.** Resultados en Personas
- **Criterio 8.** Resultados en Sociedad
- **Criterio 9.** Resultados Clave (de la propia organización)

De acuerdo con Torres y Vásquez (2015) el modelo de evaluación de la calidad del Servicio Quality (SERVQUAL) la escasa literatura en los 80 sobre calidad del servicio y la necesidad de contar con instrumentos para medirla impulsan el desarrollo de uno de los primeros y más reconocido trabajo en el área, denominado Modelo SERVQUAL. Esta propuesta de la escuela americana de marketing, fue desarrollada en varias etapas por un equipo de investigadores conformado por Parasuraman, Berry y Zeithaml. Inicialmente en 1985 con un estudio de tipo cualitativo, con entrevistas a usuarios y directivos de cuatro reconocidas empresas de servicios de los Estados Unidos: banca minorista, tarjetas de crédito, corredores de valores y reparación y mantenimiento de equipos.

Como resultado principal, estos autores obtuvieron un modelo conceptual de calidad del servicio fundamentado en la teoría de las brechas o Gaps (The Gaps Models of Service Quality), este explica las brechas entre las expectativas de los usuarios y su percepción sobre el servicio recibido. El modelo vincula cuatro elementos formadores de expectativas: la comunicación boca-oído, las necesidades personales de los usuarios, sus experiencias previas y las

comunicaciones externas de la firma, y está conformado por diez dimensiones para valorar la calidad del servicio.

Torres y Vásquez (2015) exponen “el modelo Service Performance SERVPERF surge a raíz de las críticas del modelo SERVQUAL, por este motivo Cronin y Taylor en 1992 lo proponen como modelo alternativo para evaluar la calidad del servicio basado en las percepciones de los usuarios” (Torres y Vásquez, 2015, p.62).

“Este utiliza una escala similar a la del SERVQUAL por lo que emplea sus 22 ítems para evaluar sólo las percepciones. Estos autores desarrollan su escala con un considerable apoyo teórico, además de su superioridad psicométrica frente al modelo SERVQUAL” (Torres y Vásquez, 2015, p.62).

2.2.3. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Pasquotto, Monfort y Oliveira (2014) indican que “los elementos que definen la satisfacción de los consumidores son esenciales para la supervivencia, en un ambiente competitivo donde las estrategias de marketing basadas en los atributos valorizados por los consumidores pueden resultar en estrategia básica para las organizaciones” (Pasquotto *et al.*, 2014, p.56).

Toniut (2013) manifiesta que “tener satisfecho a los clientes es la mejor estrategia para lograr un crecimiento permanente en el mercado. Existe una diferencia entre competencia y organización ya que no se basa la misma en factores eminentemente comparativos sino en una ventaja competitiva” (Toniut, 2013, p.13).

- Los determina el cliente, no la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Se sustenta en las percepciones del cliente, y no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

De acuerdo con Maslow (citado por Guananga, 2018) establece una jerarquía de necesidades humanas explicando que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados. Ver figura 2.6.



Figura 2.6. Pirámide de Maslow
Fuente: Elaboración propia a partir de la Guananga (2018)

Según Michael (citado por Guananga, 2018) esta teoría defiende la idea de que las necesidades más altas, como las de autorrealización y reconocimiento, serán atendidas sólo cuando se hayan satisfecho las necesidades inferiores. Las condiciones o situaciones de crecimiento dan lugar a un movimiento ascendente en la jerarquía, mientras que las situaciones regresivas empujan las necesidades prepotentes hacia abajo en la jerarquía. Sin embargo, no necesariamente se deben cubrir el 100% de las necesidades básicas. Por esto es necesario que se cubran las necesidades superiores para permitir generar mejores resultados. A pesar de condiciones adversas, es necesario mencionar esta teoría porque todos los emprendimientos turísticos deberían enfocarse en satisfacer las necesidades básicas mencionadas en la pirámide: fisiológicas, de seguridad y afiliación. Por ende, la armonización de la satisfacción de las necesidades

individuales y colectivas comprende la consecución del éxito individual y el bienestar colectivo donde esto se traduce como felicidad.

Por lo que es importante mantener o formalizar una cultura donde el servicio turístico pueda atender las necesidades ajenas y propias para de esta manera obtener un loable reconocimiento, muy valioso para la sociedad ganando confianza, y teniendo éxito. Es necesario que los emprendimientos estén revisando constantemente los deseos de entender cómo se está tratando y atendiendo a los clientes, buscando así la mejorar de satisfacer las necesidades.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

El trabajo tuvo como propósito medir la satisfacción por parte de la demanda turística sobre los emprendimientos de la costa norte de Manabí post terremoto 16 A, específicamente como área de estudio los cantones Jama y Pedernales. Esta investigación es de carácter exploratorio/descriptivo, tiene un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo. Se aplicaron técnicas y herramientas fundamentales como, revisión bibliográfica, salidas de campo. Se debe destacar que se utilizó el modelo HOTELQUAL, Falces *et al*, (1999) cuya herramienta utiliza 20 indicadores para medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento. Adaptando los criterios establecidos por dicho modelo (Parasuraman, Zcithaml y Berry, 1988; 1991, 1994). Se realizó un análisis del sector y una evaluación a los emprendimientos turísticos (alojamiento). Se tomó como objeto de estudio en la aplicación de esta herramienta a los establecimientos de hospedaje ya que el distrito Jama /Pedernales tiene como principal recurso su planta de servicios hoteleros conocidos a nivel nacional e internacional, de la misma manera se buscó determinar el grado de satisfacción de los turistas. Para llegar a establecer y aplicar la metodología propuesta se realizó una revisión de investigaciones que sirvieron como fundamento de este estudio. Se presenta a continuación el análisis de las metodologías referenciales.

3.1. METODOLOGÍAS REFERENCIALES

Para la estructuración del diseño metodológico se tomaron como referencia a cuatro autores, los cuales presentan metodologías similares al tema central de la presente investigación, mismas que se describen a continuación:

I: Procedimiento para medir la demanda turística en un destino (Chávez y Salvatierra, 2018)

Desarrolla una metodología basada en un modelo de gestión de emprendimiento en la zona centro de Manabí, direccionado al diagnóstico de la gestión de los

emprendimientos rurales, mediante fichas de caracterización para conocer las condiciones del área de estudio en ámbitos demográficos como infraestructura servicios básicos, aparte de analizar los recursos naturales y culturales que van ligados al emprendimiento.

II: Metodología para elaborar un estudio por encuestas de la satisfacción turística, aplicación Quito, Ecuador (Cabanilla, 2011).

En esta propuesta se muestra una metodología práctica para estudios de investigación de mercados turísticos, donde se plantea generar la oportunidad de ofrecer al sector académico a generar conceptos de utilidad para su propio desarrollo y generar impactos positivos. En primera instancia realizaron la toma de decisiones, donde se debe reconocer el problema, recopilar información y justificar el tema; luego realizaron el estudio de la satisfacción del turística a través de encuestas, determinaron un número de encuestas específicos aplicar a través de la fórmula de poblaciones infinitas; finalmente establecieron estrategias que contribuyan al desarrollo turístico de la ciudad de Quito.

IV: “Investigación de mercados turísticos” (Franco, 2016)

Para el proceso de investigación de mercados según este autor se deben realizar los siguientes pasos: en primer lugar, se realiza la definición del problema, donde se debe considerar el propósito del estudio, la información que se necesita y la forma en que se utilizara para la toma decisiones; el paso incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, este proceso está guiado por conversaciones con los administradores y los expertos del área, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas; luego se formula el diseño de investigación, el cual corresponde en realizar un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados: el cuarto paso es el trabajo de campo o recolección de datos que implica realizar encuestas: luego se realiza la preparación y análisis de datos que contiene servicios, codificación, transcripción y verificación y finalmente se

realiza la elaboración final del informe donde se incluyan los resultados principales que permitan la toma de decisiones.

IV: “Emprendimientos turísticos: desde una perspectiva demográfica en la provincia de Tungurahua” (Neto y Chayanee, 2017)

Muestra una metodología muy amplia la cual consta de un total de 6 fases divididas en 2 etapas, abarcando desde una caracterización profunda de los emprendimientos turísticos de Tungurahua, pasando por una recolección de información (de campo) de relevancia, misma que permitió establecer de manera clara cuáles son los factores demográficos que afectan los emprendimientos turísticos, llegando de esta manera a la etapa evaluadora misma que permite hacer un contraste en base a la información recopilada de distintas fuentes con la realidad de los emprendimientos.

V: Evaluación de los emprendimientos turísticos en la parroquia rural de La Esperanza, para crear una red de turismo comunitario sostenible orientada al buen vivir (Salazar, 2018).

Esta propuesta se basó en la generación de una red cooperativa de turismo comunitario sostenible orientada al buen vivir con énfasis en los emprendimientos operativos pertenecientes a la parroquia rural La Esperanza. En primer lugar, se conoció la situación actual como: infraestructura, operación y el servicio de sus instalaciones, luego se procedió a la aplicación de una encuesta social que refleja el nivel de satisfacción del turista, considerando aspectos en base de la organización, limpieza, accesibilidad, seguridad entre otros. Seguidamente, considerando la importancia local y resaltando las bondades de esta localidad se decidió generar un proceso investigativo mediante la identificación de los principales emprendimientos, ubicados en el entorno de estudio con el fin de evaluar su realidad y conocer las condiciones de calidad y de servicio.

A continuación, en la tabla 3.8. Se presentan de una manera sintetizada las metodologías analizadas:

Tabla 3.8. Metodologías analizadas para la evaluación de los emprendimientos turísticos

Chávez y Salvatierra (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnóstico situacional. 2. Potencialidad turística rural. 3. Modelo de gestión de emprendimientos turísticos
Cabanilla (2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recopilación de información en general. 2. Determinación de la satisfacción de la demanda turística 3. Establecimiento de estrategias
Neto y Chayanee, 2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fase preparatoria. 2. Fase exploratoria. 3. Fase evaluadora. 4. Fase de desarrollo. 5. Fase de análisis. 6. Fase aplicativa
Franco (2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición del problema 2. Desarrollo del enfoque del problema 3. Formulación del diseño de la investigación 4. Recolección de datos 5. Análisis de datos 6. Elaboración y presentación de propuestas
Salazar (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caracterización de los emprendimientos de turismo 2. Análisis de la situación actual de los emprendimientos turísticos. 3. Estructura de la organizativa interna de los emprendimientos de Turismo. 4. Identificar los mecanismos utilizados en la gestión del mercado turístico nacional e internacional 5. Elaboración de la una red de Turismo Comunitario

Elaboración propia

Luego del análisis de varios autores se procedió a realizar la matriz de leyenda de criterios, donde se comparan las fases más relevantes de cada autor. Considerando que se han identificado los de índole común, debido a que cada autor le asignado un nombre específico en cada fase, sin embargo, estos buscan el mismo objetivo. Ver tabla 3.9.

Tabla 3.9. Leyenda de criterios

A	Diagnóstico situacional.	D	Determinación de la satisfacción de la demanda a través de los servicios turísticos.
B	Potencialidad turística rural.	E	Elaboración de propuestas.
C	Modelo de gestión de emprendimientos turísticos.	F	Identificación de mecanismos

Elaboración propia

A continuación, en la tabla 3.10 se presenta el análisis realizado de la matriz de integración de criterios donde se concluye que, para la evaluación de los

emprendimientos en la satisfacción de la demanda turística, es necesario realizar la fase preparativa, exploratoria, evaluadora.

Tabla 3.10. Matriz de integración de criterios

AÑO	AUTOR	FASES						TOTAL
		A	B	C	D	E	F	
2018	Chávez y Salvatierra	X	x	X				3
2011	Cabanilla	X			X	X		3
2017	Neto y Chayanee				X		x	2
2016	Franco	X	x		X	X		4
2018	Salazar	X	x			X	x	4

Elaboración propia

Para la presente investigación es fundamental considerar criterios de Franco (2016) y Salazar (2018) las cuales poseen las fases más relevantes aplicables para cumplir con los objetivos de la presente investigación, misma que lleva como tema: evaluación del emprendimiento en la satisfacción de la demanda turística costa norte de Manabí post terremoto. A continuación, en la tabla 3.11 se especifican las fases, actividades, métodos, técnicas y herramientas que se utilizaron en el desarrollo de la investigación.

Tabla 3.11. Metodología

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS	
		TÉCNICAS	
		HERRAMIENTAS	
FASE I DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL	Delimitar y caracterizar el área de estudio de manera ambiental-geográfico, socio cultural, económico (distrito Jama-Pedernales) Identificar los emprendimientos turísticos con potencialidad. Realizar un análisis estratégico	– Analítico-descriptivo – Analítico - sintético – Revisión bibliográfica. – Fichas de inventarios turísticos. – Visita de campo – Observación directa – Matriz de indicadores – Escala de liker – Matriz FODA	
FASE II DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN DE LOS EMPRESARIOS TURÍSTICOS	Evaluar a los emprendimientos turísticos en base a la satisfacción de la demanda.	– Analítico- sintético – Visita de campo – Ficha de catastro. – Cuestionario de encuesta del modelo HOTELQUAL. – Matriz de evaluación de emprendimientos.	
FASE III ESTRATEGIAS QUE FOMENTEN EL DESARROLLO TURÍSTICO.	Determinar estrategias para mejorar el desarrollo turístico.	– Matriz de estrategias – Matriz de plan de acción	

Elaboración propia

En la investigación actual se proponen tres fases comprendidas por la caracterización del área de estudio, seguido del desarrollo de la evaluación que determine la satisfacción de la demanda de los emprendimientos turísticos, donde se consideran aspectos importantes que sirvan para la propuesta de estrategias que contribuyan al aprovechamiento del desarrollo del turismo en este caso a través del mejoramiento de la calidad del servicio en establecimientos turísticos.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO

3.2.1 FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.

En esta fase se delimitó el área de estudio comprendida por los cantones Jama y Pedernales, mediante la revisión bibliográfica se recopiló información de las características generales, descripción de los servicios básicos e infraestructura turística y las particularidades más relevantes que ayudaron en el desarrollo de la propuesta de investigación, se tomaron como base los documentos del Plan de Ordenamiento Territorial y datos proporcionados por el INEC, a su vez se aplicó el método analítico descriptivo. Para las siguientes actividades se realizaron visitas de campo para la obtención de información, se utilizaron las fichas de inventario para realizar un análisis de los recursos naturales y culturales, para de esta manera hacer una valorización turística tanto de recursos e infraestructura turística.

Finalmente, se procedió a realizar una matriz FODA, donde se analizaron y valoraron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades dando como resultado un problema y la solución estratégica obteniendo una orientación para las respectivas estrategias.

3.2.2. FASE II. EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.

En esta fase, se realizó la evaluación de los emprendimientos de servicios con base a la satisfacción de la demanda, se procedió a evaluar los emprendimientos turísticos basándose en la satisfacción de los turistas, donde se aplicó el modelo HOTELQUAL de Falces *et al.*, (1999) considerándolo como el más pertinente porque contiene los aspectos necesarios como: la valoración de su personal, instalaciones y organización, esta propuesta tiene una escala numérica de 1 a 5 dependiendo del servicio percibido por parte de los establecimientos. Dicha evaluación se realizó a través de la aplicación de técnicas y herramientas como la encuesta (**ver anexo 16**) tomando como base a una población desconocida y de proporción poblacional cualitativa, se aplicaron encuestas a un total de 196 turistas que utilizaron los establecimientos de la Zona norte. Para conocer el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula de acuerdo a lo planteado por Valderrama (2017) que siguiendo un criterio estadístico se tiene la siguiente ecuación: para obtener dichos resultados de la encuesta aplicada se utilizó el método analítico- sintético.

$$N = \frac{Z^2 p(1 - P)}{e^2}$$

Donde:

N= universo

Z= nivel de confianza 95%

p= proporción

e= error estándar

Para la determinación de la presente muestra, se estableció un nivel de confianza del 95% equivalente a (1,96), una proporción estimada de la población del 50% (p=0,50) y su complemento en igual proporción (q=0,5) y se estimó un margen de error (d=0,07).

Reemplazando datos:

$$N = \frac{1,96^2 * 0,50(1 - 0,50)}{0,07^2}$$

$$N = \frac{3,8416 * 0,50(0,50)}{0,0049}$$

$$N = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0049}$$

$$N = \frac{0,96}{0,0049}$$

$$N = 196 \text{ encuestas}$$

3.2.3. FASE III. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

En la última fase se elaboraron estrategias con la finalidad de que los establecimientos ofrezcan un servicio de calidad, permitiendo así satisfacer a la demanda turística, para esto se realizó una revisión de los datos obtenidos en las actividades anteriores, donde se tomó como base los resultados que se obtuvieron en la presente investigación, visitas de campo, catastro, fichas de inventario y análisis FODA.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

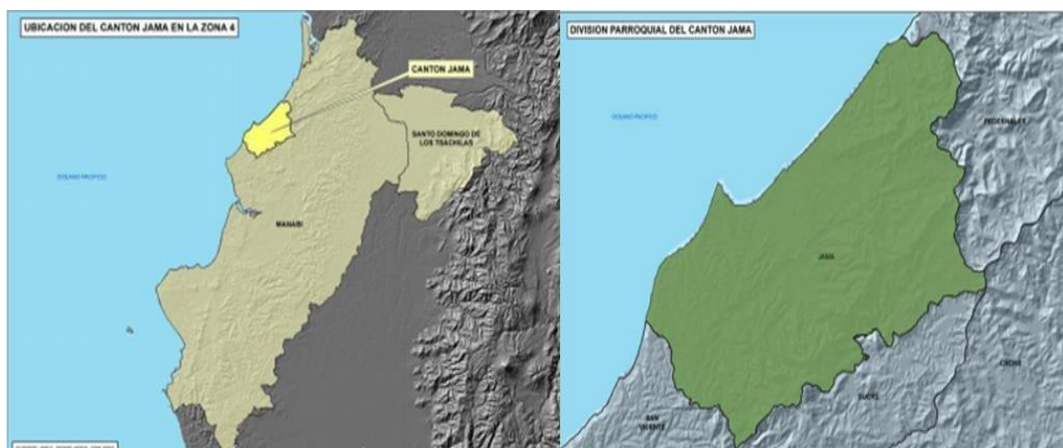
4.1. FASE 1: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL

En esta fase se realizó una caracterización integral para identificar los problemas y potencialidades del territorio de estudio. Se analizan los factores ambientales, sociales, culturales, económicos y turísticos de los cantones del distrito turístico Jama y Pedernales mediante fichas de diagnóstico y visitas de campo.

4.1.1. DELIMITACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

- **CANTÓN JAMA**

De acuerdo con el GAD de Jama (2015) este cantón tiene una superficie de 575km², limita al norte con el cantón Pedernales, al sur con San Vicente, al este con el cantón Sucre, Chone y Pedernales y al oeste con el Océano Pacífico. Jama, está situado en la zona 4 de planificación perteneciente a la provincia de Manabí, se encierra al noroccidente de la misma, bajo la línea ecuatorial. Ver figura 4.7.



Fuente: PDOT Jama, 2015

Figura 4.7 Mapa político del cantón Jama

Este cantón es considerado como uno de los pueblos más antiguos de Manabí debido a su cultura milenaria que cautiva a historiadores y arqueólogos, los primeros asentamientos fueron la cultura Jama-Coaque en los años 1.500 antes de Cristo hasta la llegada de los españoles (GAD Jama, 2015). Sin embargo, es un cantón joven de la provincia de Manabí, el cual fue publicado el 20 de marzo de 1998 en el Registro Oficial la ley de cantonización de Jama. Ver tabla 4.12.

Tabla 4.12. Datos generales del cantón Jama

Datos generales del cantón Jama	
Ubicación	Se encuentra situado en el centro Oeste de la Provincia de Manabí y sus límites son al Norte con el cantón Pedernales, al Sur con San Vicente, al Este con el cantón Sucre, Chone y Pedernales y al Oeste con el Océano Pacífico.
Fecha de cantonización	20 de marzo de 1998
Superficie	575 km ²
Población	25.047 habitantes
Economía	Agrícolas, pecuarios, forestales, pesqueros, mineros, industriales manufacturas, turismo.
Hidrografía	Río Jama, con una extensión de 75 km y cuya cuenca hidrológica cubre un área de 1.308 km ²
Precipitación	1500 – 4000 mm anuales
Humedad	El rango de la humedad relativa fluctúa entre el 70 y 90 %
Temperatura	La temperatura oscila entre 23-26°C
Altitud	El cantón Jama se encuentra entre los 0 hasta los 900 msnm

Fuente: PDOT Jama, 2015

Este cantón cuenta con una sola parroquia, siendo su cabecera cantonal y parroquia urbana (Jama), tiene un aproximado de 100 comunidades rurales. En cuanto a la gobernanza y administración política está conformada por el GAD municipal, encabezada por el alcalde y concejales.

- **ÁMBITOS AMBIENTALES Y GEOGRÁFICOS**

De acuerdo con el GAD de Jama (2015) el cantón presenta un relieve desigual y llamativo para propios y extraños, sus maravillosas playas, entre grandes acantilados y sus bosques primarios tropicales albergan una variada flora y fauna la cual es muy representativa del lugar. En cuanto a la contextura de geomorfológica, Jama posee unidades cuya característica primordial es la presencia de distintas superficies, tanto como elevadas, con pendiente media y

alta, estando constituida por un total de 29 tipos de relieve, mencionando los 5 principales: vertientes mesa, montañoso, colinado alto, medio, relieve y muy alto.

Jama se encuentra enmarcado por parte de las colinas de la provincia de Manabí, siendo estas rocas sedimentarias terciarias y depósitos Cuaternarios, que descansan sobre un basamento cretácico de rocas ígneas básicas y sedimentarias. En resumen, el 73,40 % de la superficie cantonal está formada por tres formaciones: Piñón, Borbón y Cayo, el 50,54 % de los suelos del cantón Jama presentan una textura franca arcillosa. Además, es importante mencionar que en el 34,03 % del territorio del cantón existen suelos francos es decir de textura media, que son de buena fertilidad con excelentes características físicas que permiten ser aprovechados de una manera óptima para la agricultura.

De acuerdo con el GAD de Jama (2015) “la temperatura promedio es de 25,6°C, los meses de febrero, marzo y abril se presentan mayor grado de temperatura, mientras que en los meses de agosto y septiembre se presentan valores ligeramente más bajos con respecto a la media anual” (GAD de Jama, 2015). “La precipitación anual es de 1500 a 4000 mm en época invernal, la temperatura está distribuida en 3 rangos: 25 – 26°C en la zona Norte a Sur, 24 – 25°C en la zona media, 23 – 24°C al Noreste, Este y Sureste” (INAMHI, 2017).

En lo ambiental este cantón posee una amplia diversidad de flora: guayacán, lengua de vaca, amarillo, cascol y fauna: venado pequeño, guanta, halcón, águila, mono, culebras; las cuales están integradas por especies endémicas e introducidas, su exuberante vegetación y sus relajantes playas hacen que sea el punto de encuentro de turistas nacionales e internacionales. Según el Gobierno Provincial de Manabí (2014) Jama posee una gran variedad de bosques como El Lalo Loor, El Dorado, Purichime, La Laguna, Camarones, Venado, El Tigre, entre otros. Además, este cantón cuenta con un Bosque Protector (1.844,5 ha) y una Reserva Ecológica legalmente reconocidos por el Ministerio del Ambiente.

- **ÁMBITO SOCIO CULTURAL**

Según los datos del Censo de Población y Vivienda del INEC en el 2010 “el cantón Jama constaba con una población de 23.253 habitantes a esa fecha, con una proyección de 25.047 habitantes para el 2014. Esto representó en el 2010 el 6,50% del total de la población de la provincia de Manabí y estableció una densidad poblacional de 40,13% en el cantón” (Gobierno Provincial Manabí, 2014).

Con respecto a la raza, los pobladores de Jama se auto identifican principalmente como mestizos en un 72,5%, seguidos de montubios 21,03%, negro afro-americano 3,35%, afrodescendiente en un 2,3%, blanco 1,7% y finalmente indígenas en un 0,4% (INEC, 2010). Por ende, en este cantón existe el predominio de los mestizos, donde es importante mencionar que existen diferentes variaciones en cuanto a clasificaciones, los habitantes de Jama están interesados en rescatar la identidad de Cholos Pescadores que son personas originales de zona costera y que se dedican mayormente a la pesca artesanal. Ver figura 4.8

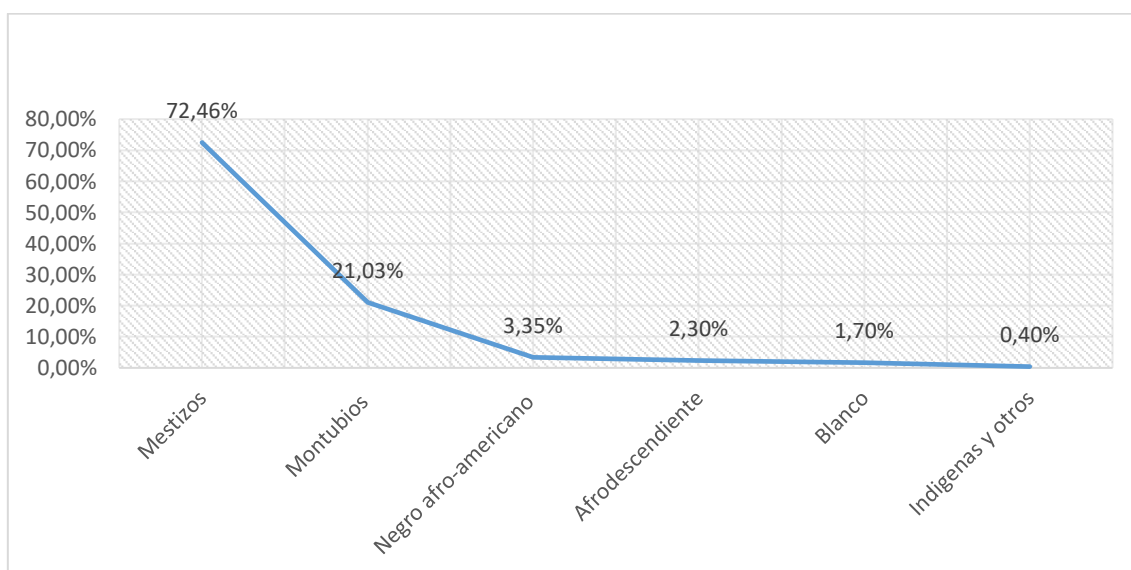


Figura 4.8. Autoidentificación de los pobladores del cantón Jama
Fuente: Elaboración propia a partir del INEC 2010

En cuanto a la educación, en el año 2010 Jama muestra una escolaridad de 7,4 años, pero estos niveles siguen siendo inferior al nivel provincial y nacional y en lo referente al analfabetismo cabe destacar que se ha reducido en 3.3%, actualmente las mujeres del cantón Jama simbolizan el 10.7% y en cuanto a los hombres es del 11.1% de analfabetismo.

Con respecto a la disponibilidad de servicios básicos, según el Ministerio de Defensa Nacional (2012) el abastecimiento del agua es a través de red pública en un 23,47%, seguido de pozo en un 42,8%, con respecto a la eliminación de aguas servidas el 40,88% lo realizan mediante pozos sépticos y solo el 6,2% posee alcantarillado, mientras que la eliminación de basura es a través del carro recolector en un 71,03%. Por otro lado, los pobladores de Jama cuentan con un 86,70% de acceso a luz eléctrica, servicio que ha incrementado en los últimos años.

“Aquí se asentó una de las culturas milenarias más importantes de la costa de América Latina; la cultura Jama-Coaque que se caracterizó por trabajar el oro, la plata e inclusive diamantes, además de cultivar la yuca y el maíz” (PDOT Jama, 2015). Este cantón es conocido como un importante centro turístico reconocido por su cultura ancestral la misma que se puede interpretar a través de sus esculturas ceramistas elaboradas de hermosas figuras humanas.

Jama es considerada por muchos arqueólogos como la Cuna de la civilización más avanzada de América Latina, es por ello que los habitantes de este cantón aún mantienen las tradiciones ancestrales, posee una exquisita gastronomía elaborada con productos de la zona en el cual su principal ingrediente son los mariscos. Asimismo, se encuentran personas que elaboran artesanías elaboradas en Tagua y poseen algunos patrimonios culturales inmateriales como; cura para el mal de ojo, preparación de comidas a base de carne de Guanta. Además, los habitantes de este cantón son personas amables, son muy devotos de la Virgen de El Carmen, la cual realizan una fiesta el 16 de julio de cada año y también celebran la Fiestas en Honor a San Pedro y San Pablo.

• ÁMBITO ECONÓMICO

De acuerdo a la información expuesta por la SENPLADES (2014) los pobladores de Jama desempeñan las siguientes actividades: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en un 62.2%; “comercio al por mayor y menor en un 9.8%; enseñanza 5.9%; industrias manufactureras 5.9%; construcción 3.0%; administración pública y defensa 2.7%; actividades de los hogares como empleadores 2.5%; transporte y almacenamiento 2.5%; actividades de alojamiento y servicio de comidas 1.7%” (SENPLADES, 2014, p.2). Se presenta la figura 4.9 que muestra de forma detallada los datos de productividad.

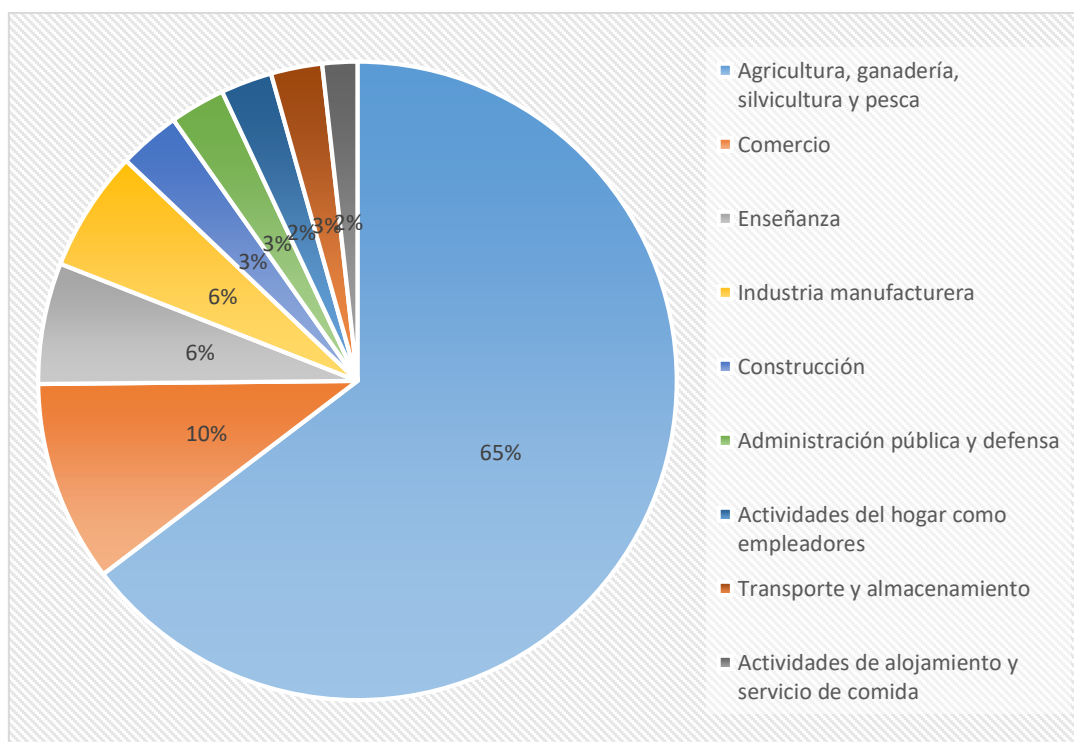


Figura 4.9. Datos económicos del cantón Jama
Fuente: PDOT Jama, 2015.

Por tal razón, las actividades económicas de Jama corresponden a la agricultura, pesca, ganadería, y la acuicultura, los cuales son las principales generadoras de economía del cantón. Este cantón forja distintas fuentes de trabajo e ingresos de divisas, mediante la producción de camarón y pescado de exportación y de su gran potencial agrícola, ganadero. A esto se le suma las actividades denominadas secundarias, tales como comercio al por mayor y menor, enseñanza, industrias manufactureras, construcción, administración pública y

defensa, actividades de los hogares como empleadores, transporte y almacenamiento.

Por otro lado, se menciona la excepcional riqueza turística de Jama el cual es uno de los cantones que forma parte de la Ruta Spondylus, este posee encantadoras playas con grandes acantilados y paisajes hermosos lo que ha permitido que se instalen hoteles, restaurantes, servicios de recreación, su gastronomía es variada, los platos son a bases de mariscos, peces, caldo de gallina, productos lácteos. Se puede observar la diversidad de recursos naturales y culturales que posee este cantón, a continuación, se muestra de manera detallada la ficha de registro de los recursos turísticos.

• RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JAMA

Para esta sección se identificaron y catalogaron los atractivos turísticos principales que posee Jama, para lo cual se utilizaron las fichas de inventarios de atractivos turísticos registradas por el MINTUR, correspondiente al año 2018. Ver tabla 4.13.

Tabla 4.13. Atractivos turísticos potenciales del cantón Jama

NOMBRE	TIPO	SUBTIPO	CATEGORÍA	JERARQUÍA A
Playa Tazaste	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	I
Arco del Amor	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa El Matal	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa La División	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Camarones	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa Punta Ballena	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Punta Prieta	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Punta Blanca	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Don Juan	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Boca de Jama	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa Paraíso	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Tabuga	Costas o litorales	Playa	Sitio natural	II
Reserva Bosque seco Lalo Loor	Bosque	Seco Tropical	Sitio natural	II
Cascada de Simón	Río	Cascada	Sitio natural	II
Cascada siete saltos del río Jama	Río	Cascada	Sitio natural	II
Cascada de Biguá	Río	Cascada	Sitio natural	II

Museo Jama-Coaque	Histórico	Zona Cultural	Manifestación Cultural	I
Zona Arqueológica Hacienda Providencia	Histórico	Zona Arqueológica	Manifestación Cultural	I
Tabuga zona arqueológica	Histórico	Zona Arqueológica	Manifestación Cultural	II
Comida típica "la tonga"	Grupos étnicos	Bebidas tradicionales	Manifestación Cultural	II
Bebida típica "chicha de maíz"	Grupos étnicos	Bebidas tradicionales	Manifestación Cultural	II
Fiestas San Pedro y San Pablo	Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	Manifestación Cultural	II

Fuente: Elaboración propia en basa a datos del MINTUR (2018)

Los recursos turísticos de este cantón en su mayoría se encuentran en el área rural, se puede constatar que existen 16 recursos con jerarquía nivel II los cuales poseen rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes, mientras que 6 recursos poseen jerarquía nivel I identificándose como los lugares que reciben visitantes, pero carecen de infraestructuras o facilidades. Además, más del 50% de los atractivos son sitios naturales en su mayoría playas, donde se hace énfasis que Jama forma parte de la Ruta Spondylus.

Jama cuenta con una diversidad de recursos naturales y culturales entre los más importantes: Arco del Amor, Cascada de Simón, Bosque Seco Lalo Loor, Punta Ballena, Playa El Matal, Playa Camarones, Museo Jama-Coaque, Tabuga, entre otros, todos estos han permitido el desarrollo de diferentes modalidades como las de ecoturismo, aventura y Sol y Playa. Con respecto a la gastronomía los platos son variados en su mayoría son a base mariscos o peces de agua dulce y también elaborar el caldo de gallina y productos lácteos.

A continuación, en la tabla 4.14 se muestran las líneas de productos turísticos más relevantes que posee el cantón Jama.

Tabla 4.14. Línea de productos turísticos del cantón Jama

MODALIDAD	DETALLE
Turismo de Playa	Los turistas pueden disfrutar de hermosos paisajes, este es una actividad realizada en zonas costeras, las más visitadas son: Playa don Juan, Playa División, Playa Tasaste y Punta Ballena.
Turismo de Deporte y Aventura	Esta modalidad está dirigida a los visitantes que les guste realizar actividades que requieren la práctica de ejercicio físico y la adrenalina, en Jama es posible realizar, ciclismo, buceo deportivos y cabalgatas.

Turismo y Cultura	Esta modalidad involucra actividades que permiten al visitante interactuar con la población local y compartir costumbres y tradiciones. En Jama celebran las fiestas en Honor de San Pedro y San Pablo el cual es considerado como el patrono de los pescadores, además pueden visitar la exposición arqueológica de la cultura Jama Coaque, artesanías o <u>disgustar la gastronomía típica</u>
Ecoturismo y turismo de naturaleza	De acuerdo a esta modalidad se puede realizar caminatas ecológicas, observación de flora y fauna en los bosques y el avistamiento de ballenas jorobadas en la línea costera.

Fuente: Elaboración propia a partir de Vera (2017)

En resumen, Jama posee una gran diversidad cultural y natural permitiendo el desarrollo de modalidades como: Sol y playa, deporte y aventura, turismo cultural y ecoturismo. Uno de los lugares más visitados y requeridos por los turistas es el Arco del amor en la playa Tasaste, es una formación rocosa donde las parejas de enamorados o esposos se comprometen, se pueden identificar otros recursos naturales como balnearios de agua dulce, y cascadas que vinculados a la producción local se obtiene un producto de turismo rural.

• CANTÓN PEDERNALES

De acuerdo con GAD de Pedernales (2015) este cantón está localizado en la zona noroccidental de la región costa ecuatoriana en el noroeste de la provincia de Manabí, atravesado por la línea equinoccial en la República del Ecuador en Sudamérica, es decir en la latitud 0°0'0", su territorio por tanto se encuentra dividido por los hemisferios Norte y Sur, configurando un subsuelo productivo, húmedo y tórrido. Ver figura 4.10

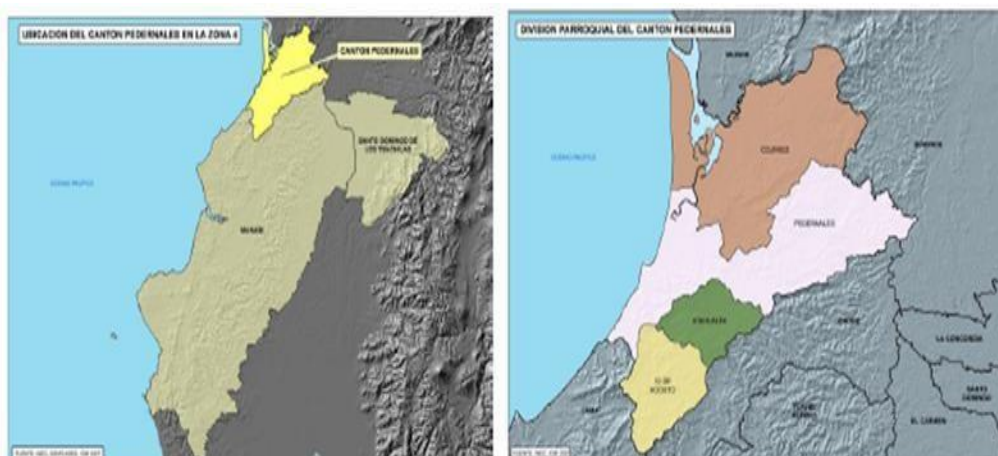


Figura 4.10. Mapa político del cantón Pedernales

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial 2015

Pedernales, está conformado por tres parroquias rurales: Cojimíes, 10 de agosto y Atahualpa y la cabecera cantonal tiene un área urbana, un área rural y un área periférica. Sus límites son: al norte con el cantón Muisne (Provincia de Esmeraldas), al sur con el cantón Jama (Provincia de Manabí), al este con los cantones Quinindé (provincia de Esmeraldas) y Chone (Provincia de Manabí) y al oeste con el Océano Pacífico. Ver cuadro 4.15.

Tabla 4.15. Datos generales del cantón Pedernales

Datos generales del cantón Pedernales	
Ubicación	Se encuentra a 0 grados 4 minutos 14 segundos de latitud norte y 80 grados 3 minutos 1 segundo de longitud occidental. Limita al norte con el cantón Muisne, al sur con el cantón Jama, al este con los cantones Quinindé y Chone y al oeste con el océano pacífico.
Año de creación	31 de marzo de 1992
Superficie	1.932.20 km ²
Población	55.128 habitantes
Hidrografía	Cojimíes y Coaque
Temperatura	La temperatura promedio es de 24.5-32°C,
Humedad	88 y 90%
Precipitación Anual	2.000-4.000 mm
Altitud	0 hasta los 864 msnm
Economía	Pesca, Agricultura, Ganadería, Camaroneras, Industrias Manufactureras y Turismo.

Fuente: PDOT Pedernales, 2015

Pedernales perteneció a Rocafuerte como parroquia en el año 1868, luego en 1878 pasa a ser parroquia del cantón Sucre, finalmente fue elevada a cantón el 30 de marzo de 1992. Tiene una extensión de 1.907.25 km² ubicándose en segundo lugar de los cantones más grandes de la provincia de Manabí, además se extiende a lo largo del borde costero teniendo 54km de playas ocupando la mayor extensión de la costa en dicha Provincia (PDOT Pedernales, 2015).

- **ÁMBITOS AMBIENTALES Y GEOGRÁFICOS**

De acuerdo con el GAD Pedernales (2015) “el relieve de este cantón está determinado primordialmente por la Reserva Ecológica Mache Chindul, el punto de mayor altitud con 864 m.s.n.m. es el Cerro Pata de Pájaro y el relieve más bajo se encuentra en la zona sur-oeste” (GAD de Pedernales,

2015, p.1). La variación de las costas del cantón está entre los 0 y 864 msnm, predominan las altitudes comprendidas entre los 50 msnm y 250 msnm. La parroquia Cojimíes, tiene una altitud entre 2 y 71 msnm, las parroquias 10 de Agosto y Atahualpa, ubicadas al este, presentan cambios en su orografía, la cual fluctúa entre los 20 y 360 msnm.

La red hidrográfica está conformada por el Río Tachina y el Río Coaque, además dicho sistema está compuesta por cinco hoyas primarias que son: Hoya del Río Coaque, Hoya del Río Tachina, Hoya del Estero Chiquimble, Hoya del Estero Agua Amargo. Con respecto a la temperatura. Según el GAD Pedernales (2015) “el cantón posee un clima tropical Semiárido, cálido seco en verano, y cálido lluvioso de diciembre a mayo. Por ende, la temperatura presenta variaciones entre 20 y 33,7°C, esto se debe a la geografía y ubicación del cantón” (GAD de Pedernales, 2015, p.1).

“En cuanto a la precipitación media anual es de 1113 mm/año, con excepción de periodos anormales como el fenómeno de El Niño, existe una división marcada de estaciones, en la zona llueve solo los primeros cuatro meses del año” (GAD de Pedernales, 2015, p.1).

Por sus condiciones climáticas, Pedernales reúne vegetación cuyas características van desde el bosque tropical seco hasta el bosque tropical húmedo, en el Cerro Pata de Pájaro (12.000ha) se salvaguarda la vida de animales y plantas, en cuanto a la fauna se encuentran loros, guantas, saínos, venados, tigrillos, gavilanes, especies acuáticas de mar y agua dulce, entre otras. Pedernales posee una gran variedad de flora la cual, por sus condiciones climáticas, reúne vegetación cuyas características van desde las del bosque tropical seco hasta las del bosque tropical húmedo. En esta reserva se encuentra el bosque más grande de Tangaré con la particularidad que en una zona del bosque, sólo existe este tipo de árbol, lo que causa gran admiración a los estudiosos puesto que en una hectárea de bosque tropical existe de 1.000 hasta 25.000 variedades de maderas.

Entre las especies de flora se encuentra la famosa *Bauhinea roja*, planta única en su especie y que no está clasificada en la nomenclatura lineana, y la fauna especies endémicas de la región del Chocó biogeográfico son los murciélagos y una subespecie de primate *Cebus albifrons aequatorialis*, endémica del país. Dentro de las especies claves, predadores, se incluyen a la mayoría de carnívoros, en particular, *Leopardus pardalis* y *Vampyrum spectrum*. Además, se incluyen las especies de mamíferos acuáticos, tales como *Chironectes minimus* y *Lontra longicaudis*.

Además, Pedernales cuenta con la Reserva Ecológica Mache Chindul con 57.500 ha en su jurisdicción, que representa un 23% de área total de la reserva, compartida con los cantones de Esmeraldas, Atacames, Muisne y Quinindé. De acuerdo con el MAE (2015) en esta área protegida puedes encontrar especies de flora como: el canalón, el anime, la caoba, el cuángare, pambil, tagua, Fernán Sánchez, amarillo, piñón, muyuyo, palos santos y ceibos, en cuanto a la fauna existen especies de: monos, tigrillos, perros de agua, nutria, mapache, carpintero pardo, el tucán paletón, rana mona, tortuga mordedora, iguanas.

- **ÁMBITO SOCIOCULTURAL**

La población de Pedernales es de 55.128 habitantes teniendo en cuenta a los datos del INEC 2010, desde el censo realizado en el 2001 hasta el de 2010, el cantón Pedernales ha experimentado un crecimiento del 17.60% de su población, a un promedio de 917 habitantes, lo que representa un incremento muy positivo (PDOT Pedernales, 2015). Existe una población de 33.218 habitantes en el área rural y 21.910 en el área urbana de estos la mayoría son hombres.

En este cantón según datos del INEC (2010) el nivel de analfabetismo es del 17.1%, el nivel de instrucción que predomina es la primaria con un 48.36%, solo el 1.51 cursa una educación superior y el 0.04% posgrado, por lo que

se deduce que existe un déficit en la tasa de asistencia en la educación secundaria y en la preparación profesional.

El Ministerio de Defensa Nacional (2012) manifiesta la disponibilidad de los servicios básicos; la cobertura de agua abarca un 53% de la población, la red pública de eliminación de aguas servidas cubre un 11,3·% el resto lo hace mediante pozos ciegos o sépticos, la eliminación de la basura se realiza en un 32,19% a través del carro recolector y un 32,19% la quema, el servicio de energía eléctrica cubre a más del 50% de habitantes y es proporcionado por la empresa eléctrica CNEL.

El cantón fue asentamiento de la cultura Jama-Coaque, que fue encontrada por los españoles a orillas del río del mismo nombre, y de la cual se conservan algunos vestigios cerámicos. Entre sus festividades más importantes está el mes del turismo y el rescate de la cultura ancestral que se celebra del 1 al 31 de agosto, las fiestas tradicionales de Pedernales celebradas el 24 de octubre, en Cojimíes se realiza el Festival Internacional de la Corvina en el mes de agosto y el Festival del Coco en semana santa.

- **ÁMBITO ECONÓMICO**

De acuerdo con Bravo (2018) “la población económicamente activa del cantón Pedernales se centra en la agricultura, la ganadería y el comercio, la intensa actividad de intercambio comercial responde a que este cantón se localiza en un punto de conexión entre la costa y sierra” (Bravo, 2018, p.24). Por ende, las actividades en las que trabajan los pobladores son labores relacionadas al sector terciario en el área urbana y al sector primario en el área rural.

En base a los datos del INEC (2010) la población ocupada por rama de actividad en un 45,14% se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 15,40% al comercio, el 8,30% a las industrias manufactureras, el 5,20% realizan actividades de transporte, el 4,80 % realizan actividades de enseñanza. Según los datos reflejados, Pedernales es un cantón

eminentemente rural y agropecuario, pesquero, acuícola, y con un turismo en crecimiento. El sistema económico incluye los siguientes subsistemas: Pesca; Agricultura; Ganadería; Camaroneras; Industrias Manufactureras y Turismo. Para mayor información de las actividades económicas ver la figura 4.11.

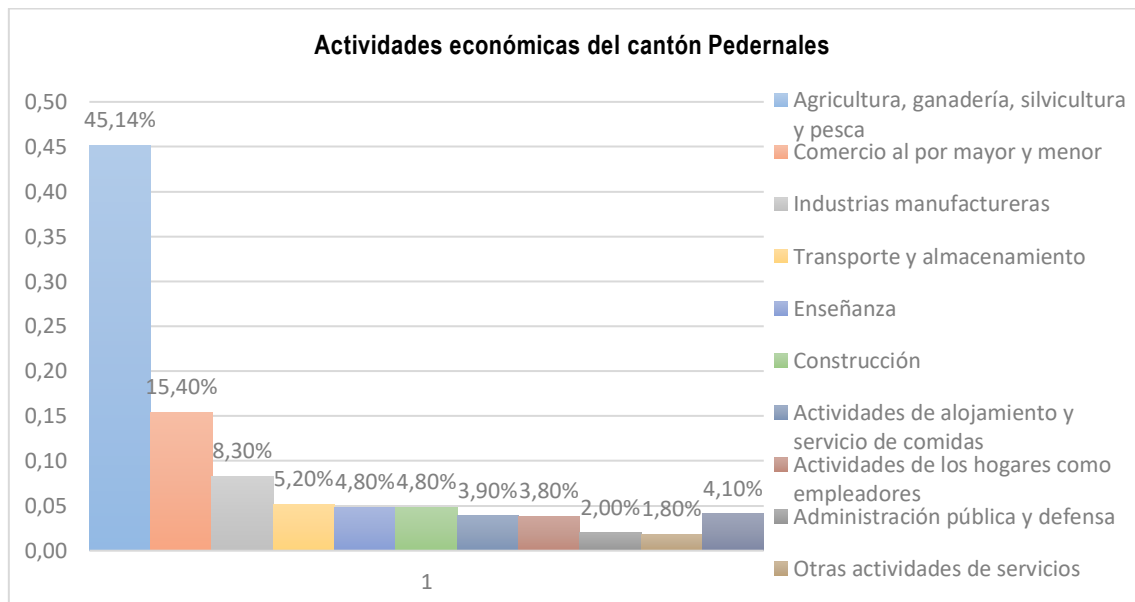


Figura 4.11. Actividades económicas del cantón Pedernales
Fuente: Elaboración propia a partir del INEC (2010)

El 3,90% corresponde a actividades de alojamiento y servicios de comidas, aquí se incluye la actividad turística que se ha venido desarrollando a lo largo de los años gracias a su diversidad que ha permitido la existencia de recursos naturales y culturales debido, su gastronomía es rica en mariscos, por tener alta producción de camarón, concha, cangrejo y guariche.

Por consiguiente, Bravo (2018) menciona el interés en el turismo relacionado con la agricultura, el cual “ha proporcionado un rico patrimonio etnológico: herramientas y maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, utilizados para evitar los riesgos de una inundación, pero que pueden tener uso turístico” (Bravo, 2018, p.23).

Pedernales constituye un importante destino turístico regional y nacional, gracias a su ubicación estratégica en la del sol es conocido como “Un paraíso en la mitad

del mundo”, el mayor atractivo son las playas son amplias y extensas, adornadas de palmeras.

- **RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PEDERNALES**

Todos conocen la importancia de la diversidad de recursos turísticos del cantón pedernales, la oferta es variada involucra recursos de sol y playa y de naturaleza. A continuación, en la tabla 4.16 se muestran los recursos turísticos ubicados en el cantón Pedernales.

Tabla 4.16. Atractivos turísticos potenciales del cantón Pedernales

NOMBRE	TIPO	SUBTIPO	CATEGORÍA	JERARQUÍA
Playa la Chorrera	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa la Cabuya	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa Punta Palmar	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	I
Playa Coaque	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Pedernales	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	I
Punta Los Frailes	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	I
Punta Carrizal	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	II
Playa Cojimíes	Costas o Litorales	Playa	Sitio natural	II
Estuario del Río Cojimíes	Costas o Litorales	Estuario	Sitio natural	II
Bosque protector Pata de Pájaro	Bosque	Húmedo tropical occidental	Sitio natural	II
Cascada de Tigua	Río	Cascada	Sitio natural	II
Cascada de Chindul	Río	Cascada	Sitio natural	II
Río Coaque	Río	Río	Sitio natural	II
Reserva ecológica Mache Chindul	Sistema de áreas protegidas	Reserva ecológica	Sitio natural	II
Feria del queso, la cuajada y el suero blanco de Atahualpa	Evento programado	Feria	Manifestación Cultural	II
Zona arqueológica Beche Abajo	Históricas	Zonas arqueológica	Manifestación Cultural	I
Festival de la corvina de Cojimíes	Eventos programados	Festival	Manifestación Cultural	III
Escultura “El Corcobado” de Cojimíes	Manifestaciones artísticas	Esculturas	Manifestación Cultural	II
Zona arqueológica Coaque	Históricas	Zonas arqueológicas	Manifestación Cultural	II
Grupo étnico “Los Chachis”	Grupos étnicos		Manifestación Cultural	III

Fuente: elaboración propia a partir del Mintur (2018)

Pedernales también es poseedora de una gran biodiversidad natural y cultural, como se pudo observar en el cuadro anterior este cantón posee 20 recursos turísticos registrados en el MINTUR, 2 se encuentran en jerarquía nivel III (Grupo étnico Los Chachis y el Festival de La Corvina), 12 en jerarquía nivel II,

finalmente existen 6 en jerarquía nivel I. El Bosque protector pata de pájaro es un lugar concurrido por los amantes de la naturaleza y acoge a varias especies vegetales y animales, sin olvidar mencionar la Reserva ecológica mache Chindul que posee zonas bioclimáticas y hermosos lugares.

Con respecto a los recursos culturales están presentes en las zonas, se observan muestras de los asentamientos arqueológicos de culturas pre-incas. La gastronomía también juega un papel de gran importancia, ellos poseen el ceviche transoceánico el cual contiene 7 mariscos, además en este cantón se desarrollan una serie de festivales gastronómicos realizados en las comunidades permitiendo el desarrollo del turismo comunitario.

A continuación, en la tabla 4.17 se muestran las líneas de productos turísticos con las que dispone este Pedernales.

Tabla 4.17. Líneas de productos turísticos del cantón Pedernales

MODALIDAD	DETALLE
Agroturismo	Esta modalidad implica la realización de actividades agrícolas y turísticas, se pueden desarrollar en las siguientes haciendas: Casa Blanca, Juana Luz, Coaque, Inés María, El cielo y La Gloria, Puerto escondido.
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Esta modalidad del turismo tradicional tiene como finalidad la preservación y apreciación del medio natural y cultural, se desarrolla en la Reserva Ecológica Mache Chindul donde se pueden realizar actividades como: fotografías, excursiones, paseos a caballo, paseo en bicicleta, natación, paseo en canoa.
Gastronómica	A través de este tipo de turismo se pretende conservar y recuperar la alimentación tradicional del cantón Pedernales, aquí se desarrollan varios eventos en el sector del malecón y comunidades donde expones a los turistas los diferentes platos. Los principales eventos que se realizan son: Festival gastronómico del coco, en la parroquia Cojimies; Festival Gastronómico, en el malecón: Festival Gastronómico del Maricos, en la comunidad de Prto; Festival Gastronómico de la Corvina, entre otros.
Aventura	Esta modalidad requiere la práctica de algún deporte o actividades de mayor esfuerzo físico, en pedernales se realizan: excursionismo o trekking, montañismo, descenso en balsa o rafting entre otros.
Turismo de Sol y Playa	El cantón Pedernales es conocido como "Un paraíso en la Mitad del Mundo" uno de sus mayores atractivos son las playas entre las principales están: La Cabuya, Punta Palmar, Coaque, La Chorrera, Pedernales y Cojimies.

Fuente: Elaboración propia a partir de Bravo (2018)

En resumen, la variedad de los recursos naturales y culturales de este cantón ha permitido que se establezcan varias modalidades como el agroturismo, ecoturismo, gastronómica, aventura y el turismo de sol y playa. En Pedernales se encuentra la Reserva Ecológica Mache Chindul, que posee una gran

diversidad de paisajes, también está el Bosque Protector Cerro Pata de Pájaro, Isla del Amor y Cojimíes como los principales lugares turísticos.

4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS POTENCIALES DE LOS CANTONES JAMA Y PEDERNALES

El MINTUR (2018) a través de su proyecto titulado Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana) manifiesta que; dentro de los indicadores de las actividades turísticas, respecto al número de establecimientos de servicios turísticos registrados a nivel nacional, se puede apreciar que en el año 2016 se presenta un leve incremento de 259 establecimientos turísticos en todas sus actividades.

La zona Jama-Pedernales posee un total de 120 establecimientos turísticos (ver anexo 1 y 2), habiendo un total de 12 establecimientos en Jama y 108 en Pedernales, categorizados desde cuarta categoría hasta un máximo de 4 estrellas; cabe mencionar que el mayor número de establecimientos con categorización más alta se encuentran en la parroquia Cojimíes, destacando una gran variedad de restaurantes donde se puede degustar diferentes platos típicos a base de mariscos con precios accesibles al turista, sitios de diversión nocturna, lugares donde se pueden adquirir artesanías fabricadas con coco, tagua, conchas, madera, tejido de hilo y en el malecón se realizan festivales gastronómicos y musicales.

“Respecto a la evolución del catastro, se puede observar un incremento en el número de establecimientos de alimentos y bebidas, operación e intermediación, un leve incremento en recreación y transporte turístico y un decrecimiento en la actividad de alojamiento” (MINTUR, 2018, p.13). Ver figura 4.12.

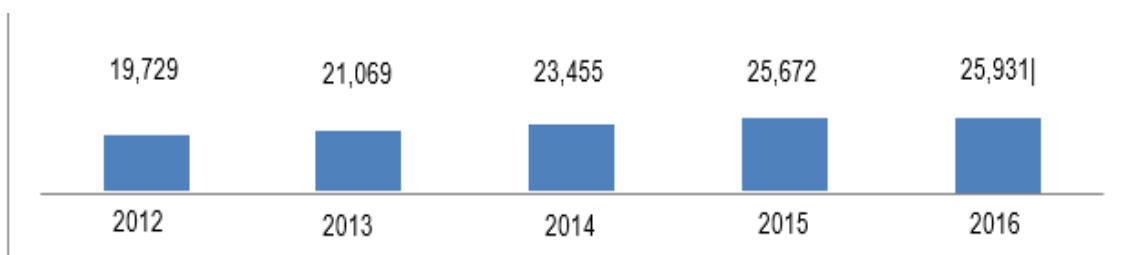


Figura 4.12. Número de establecimientos registrados
Fuente: MINTUR coordinación general de estadística 2017

El mismo estudio manifiesta que un 54% de los establecimientos de alojamientos corresponde a 1 y 2 estrellas, lo que denota la baja competitividad y/o calidad de los servicios turísticos del país, de “igual forma, en la distribución nacional del catastro, los establecimientos del servicio de alimentos y bebidas están conformados el 67.74% por establecimientos de tercera y cuarta categoría, el 24.8% a segunda categoría y únicamente el 7.73% corresponde a primera categoría” (MINTUR, 2018, p.15). A continuación, en la tabla 4.18 se muestran la categorización y clasificación de los emprendimientos turísticos de la zona de estudio comprendida por Jama y Pedernales.

Tabla 4.18. Categoría y clasificación de los emprendimientos turísticos de los cantones Jama y Pedernales

Can tón	Tipo	1	2DA	3ERA	4TA	1	2 Estrellas	3	4
		ERA				Estrella		Estrella s	Estrella s
Jama	Alojamiento	0	1	1	0	1	1	4	0
	Alimentos y bebidas	0	0	0	3	0	0	0	0
	Recreación y diversión	0	0	1	0	0	0	0	0
	TOTAL	0	1	2	3	1	1	4	0
Pedernales	Alojamiento	1	8	6	0	10	8	7	1
	Alimentos y bebidas	0	0	46	22	0	0	0	0
	Recreación y diversión	1	1	1	0	0	0	0	0
	TOTAL	2	9	53	22	10	8	7	1

Fuente: elaboración propia a partir del Mintur, 2018

En la presente investigación se tomaron en cuenta los emprendimientos turísticos de Jama-Pedernales (ver anexo 1 y 2) que tienen como categoría una

calificación de 3 y 4 estrellas (ver tabla 4.18), ya que son éstos los que cumplen con los estándares adecuados para hacer que los turistas satisfagan todas sus necesidades, de esta manera se logró hacer un filtro a las informalidades existente en la zona norte de Manabí ya que se trabajó con los establecimientos que cuentan con registro por el MINTUR. Este proceso se lo realizó a través de la aplicación de un total de 10 indicadores tomados del MINTUR, a un total de 92 establecimientos turísticos, dicha muestra se obtuvo a través de la aplicación de la fórmula de población conocida tal como se muestra a continuación:

$$n = \frac{NZ^2p(1 - P)}{(N - 1)e^2 + Z^2p(1 - p)}$$

Donde:

n= Muestra

N= Tamaño de la población (120)

Z= Nivel de confianza 95% (1,96)

p= Proporción (0,5)

e= Error estándar (0,05)

Para la determinación de la presente muestra, se conoce el número de establecimientos (120), se estableció un nivel de confianza del 95% equivalente a (1,96), una proporción estimada de la población del 50% (p=0,50) y su complemento en igual proporción (q=0,5) y se estimó un margen de error (d=0,05).

Reemplazando datos:

$$n = \frac{120(196)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(120 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{120(3,8416)(0,5)(0,5)}{(120 - 1)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{115,248}{(0,2975) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{115,248}{1.2579}$$

$$n = 92 \text{ establecimientos}$$

Se realizó la valorización de los 92 establecimientos turísticos que se encuentran registrado por el MINTUR; aplicando un total de 25 indicadores, divididos en 10 indicadores establecimientos de alojamiento, 10 indicadores para los establecimientos de alimentos y bebidas y 5 indicadores para los establecimientos de transporte; seguidamente se tomaron los resultados y se los plasmó a través de la escala de Likert, logrando de esta manera constatar si cumplen satisfactoria, medianamente o simplemente no cumplen con los indicadores aplicados en la presente investigación. A continuación, se muestran los distintos indicadores que se aplicaron a los distintos establecimientos turísticos. Ver tabla 4.19.

Tabla 4.19. Matriz de indicadores

INDICADORES PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO
I.1. Contar con sistema de iluminación de emergencia.
I.2. Contar con zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, identificadas y señalizadas.
I.3. Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación.
I.4. Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal
I.5. Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.
I.6. Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.
I.7. Contar con servicio de internet en áreas de uso común.
I.8. Contar con servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.
I.9. Contar con restaurante que incluya servicio de cafetería dentro del establecimiento
I.10. Contar con una página web que permita una mejor interacción.
INDICADORES PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
I.1. Cuidan del aspecto interno y externo del establecimiento
I.2. Existe facilidades y alternativas de pago sea en efectivo, tarjeta, etc.
I.3. El personal atiende con rapidez las demandas del cliente
I.4. Cuida de la higiene, limpieza de las instalaciones, vajilla y utensilios
I.5. Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad.
I.6. El restaurante cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna
I.7. El establecimiento brinda las facilidades para acomodar el vehículo de forma segura
I.8. El restaurante ofrece el servicio en horarios convenientes a las necesidades del cliente
I.9. El personal se muestra perceptivo ante inquietudes y sugerencias del cliente y tiene el conocimiento para responder preguntas.
I.10. El cliente recibe la misma calidad del servicio de comida bajo cualquier tipo de circunstancia
INDICADORES PARA ESTABLECIMIENTOS DE TRANSPORTE
I.1. Los equipos que emplea el servicio tienen apariencia moderna
I.2. El servicio se preocupa por los intereses y por lo que el cliente pueda desear
I.3. Brinda una atención personalizada
I.4. Los empleados cuentan con los conocimientos para responder a todas las inquietudes
I.5. Los empleados tienen dominios en otros idiomas

Fuente: Elaboración propia a partir de MINTUR (2016)

Tabla 4.20. Aplicación escala de Likert

Establecimientos de alojamiento				
Tipo	Número de establecimientos evaluados	Cumple satisfactoriamente	Cumple medianamente	No cumple
Lodge	1	X		
Campamento turístico	1		X	
Hostal	24	X		
Hotel	13	X		
Hostería	8	X		
Total	47	97,87%	2,13%	
Establecimientos de alimentos y bebidas				
Cafetería	5		X	
Restaurante	30	X		
Fuentes de soda	6		X	
Total	41	73,17%	26,83%	
Servicio de transporte y otros				
Transporte terrestre	1		X	
Centro de recreación	1		X	
Sala de recepción	2		X	
Total	92		100%	

Fuente: Elaboración propia.

Se evidencia que se evaluaron un total de 92 establecimientos turísticos en la zona Jama-Pedernales, dando como resultado que los establecimientos de alojamiento cumplen satisfactoriamente con un 97,87%, en los cuales se ven inmersos hoteles hosterías hostales y Lodge y, que tan solo un 2,13% cumple medianamente con estos requerimientos demandados por los indicadores aplicados; a su vez los establecimientos de alimentos y bebidas cumplen satisfactoriamente con un 73,17%, inmerso en éste caso a los restaurantes, mientras que un 26,83% cumple medianamente, en los cuales se reflejan las cafeterías y fuentes de soda; finalmente se encuentran los servicios de transporte terrestre, centro de recreación y sala de recepción que cumplen medianamente.

Tomando como referencia los resultados obtenidos a través de la escala de Likert, se consideró pertinente trabajar con los establecimientos de alojamiento, puesto que son éstos los que cumplen satisfactoriamente con los indicadores aplicados a los establecimientos turísticos de Jama-Pedernales, dicho esto se procedió a filtrar entre los establecimientos de alojamiento, optando por

seleccionar a los establecimientos ubicados en una mayor categoría. Y es así que se obtiene como resultado los emprendimientos mostrados en la tabla 4.21

Tabla 4.21. Alojamientos seleccionados

Alojamientos seleccionados		
Emprendimientos	Categorías	Ubicación
Hostería Punta Prieta Guest House	3estrellas	Jama
Hostería Camare	3 estrellas	Jama
Hostería Onamar	3 estrellas	Jama
Lodge Samvara	3estrellas	Jama
Hotel Bocana de Quiximies	4 estrellas	Pedernales
Hostería La Finquita Cojimies	3 estrellas	Pedernales
Hotel Samay	3 estrellas	Pedernales
Hostería Cocosolo	3 estrellas	Pedernales
Hostal Vacaciones Helenos	3 estrellas	Pedernales
Hotel Rossy House	3 estrellas	Pedernales
Hotel La Floriania Cojimies	3 estrellas	Pedernales
Hostal Luigi	3 estrellas	Pedernales

Fuente: Elaboración propia

4.1.3 ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SELECCIONADOS DE LA ZONA JAMA-PEDERNALES.


El distrito Jama/Pedernales es un destino con altos niveles de potencialidad turística, reconocido a nivel nacional e internacional por sus eventos gastronómicos y culturales, además de su atractividad y diversidad paisajística y su amplia oferta de playas y servicios turísticos. Para el Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva (2017) el turismo se ha convertido en los últimos años el pilar fundamental de la economía del distrito Jama/Pedernales, la industria hotelera resalta mucho en cuanto al desarrollo y fortalecimiento del sector. Es necesario incentivar la inversión turística para el mejoramiento de la planta especialmente a la recuperación del sector de alojamiento, este es un pilar fundamental y uno de los principales elementos de motivación por parte de los visitantes nacionales e internacionales. El MINTUR (2014) destaca que en la región existen diferentes empresas especializadas de alojamiento que ofrecen servicios de calidad, que van desde la hospitalidad, gastronomía y la operación turística; estos detalles direccionaron a la investigación en enfocarse de forma específica en el servicio del alojamiento,

conociendo sus potencialidades y debilidades. Además, el trabajo es integral y considera el análisis de forma general de los otros servicios.

- **EMPRENDIMIENTOS ALOJAMIENTO DE JAMA**

La hostería Punta Prieta Guest House se encuentra en Jama y ofrece piscina exterior, vistas al mar, restaurante y sala de juegos. Hay aparcamiento privado gratuito. Algunos alojamientos disponen de aire acondicionado y zona de estar y/o de comedor. Algunos también tienen cocina con lavavajillas. Todos incluyen baño privado con ducha o bañera. Se proporcionan toallas y ropa de cama. Punta Prieta Guest House cuenta con bañera de hidromasaje, barbacoa y bar. Cuenta además con sala de juegos, biblioteca, servicios de lavandería entre otros, destaca además que conservar el ambiente natural, se encuentra rodeada de vegetación endémica del lugar, como los guayacanes, brinda un ambiente cálido, hogareño y privado, dando confort y una vista única al mar. Uno de los aspectos negativos es que este se encuentra alejado de la zona céntrica del cantón lo cual genera ciertas incomodidades a algunos turistas.

Tabla 4.22. Hostería Punta Prieta Guest House

Nombre del comercial: Hostería Punta Prieta Guest House		
Ubicación: Jama		
Dirección: KM. 36 VIA PEDERNALES – JAMA		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 13		
Camas: 30		
Total de RR HH: 4		
Servicios:		
Aire acondicionado	Zona de estar	Piscina
Restaurante	Sala de juegos	Servicio de lavandería
Internet		
Elaboración propia		

Hostería Camare ofrece un hospedaje cómodo y muy tranquilo frente al mar, excelente comida manaba y amable atención. Podrás relajarte y disfrutar de las mejores vacaciones con tu familia, tus amigos o en pareja. Cuenta con 5 cabañas, parqueadero, restaurante, área de camping y un amplio espacio de

hermosos jardines donde podrás apreciar las aves de la zona. La playa de Bellavista es muy amplia, en ella podrás caminar, hacer ejercicio o disfrutar del sol y del mar. Una desventaja del lugar es que no hay señal por lo que su conexión wifi es deficiente.

Tabla 4.23. Hostería Camare

Nombre del comercial: Hostería Camare		
Ubicación: Jama		
Dirección: VÍA DEL PACÍFICO KM. 381 – Bellavista		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 7		
Camas: 21		
Total de RR HH: 7		
Servicios:		
Restaurante	Estacionamiento	Playa
Actividades infantiles	Se admiten mascotas	Servicio a la habitación
Internet	Tv cable	



Elaboración propia

Hostería Onamar cuenta con amplias cabañas, cada una con su baño privado, se puede realizar paseos a caballo, tiene variedades gastronómicas; contando con una peculiaridad muy especial, la cual es hacer jugos con frutas cosechadas en su propio huerto, la cual genera un turismo responsable y sostenible.

Tabla 4.24. Hostería Onamar

Nombre del comercial: Hostería Onamar		
Ubicación: Jama		
Dirección: KM. 71 VIA JAMA – PEDERNALES. SECTOR BELLAVISTA		
Categoría: 3 estrella		
Número de habitaciones: 6		
Camas: 18		
Total de RR HH: 6		
Servicios:		
Ventilación natural	Internet	Estacionamiento
Paseo a caballo	Restaurante	Abierto las 24 horas



Elaboración propia

Lodge Samvara es un lugar ideal para los amantes de la naturaleza que les gusta una experiencia vivencial, cuentan con actividades familiares que lo hace muy atractivo para los turistas, en este establecimiento se permiten mascotas y cuenta con piscina. Su ubicación geográfica se convierte en su principal

debilidad, puesto que genera molestias en la recepción de señal telefónica y movilización.

Tabla 4.25. Lodge Samvara

Nombre del comercial: Lodge Samvara		
Ubicación: Jama		
Dirección: JAMA A PEDERNALES KM 10 - SECTOR BELLA VISTA		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 13		
Cama: 50		
Total de RR HH: 2		
Servicios:		
piscina	Gimnasia/Sala de entretenimiento	Desayuno gratis
Servicio a la habitación	Mini bar	Actividades infantiles
Internet		
Elaboración propia		



Se pudo evidenciar que el cantón Jama a pesar de poseer una serie de recursos turísticos todavía tiene una planta limitada, la mayoría de los servicios se direcciona a desarrollar condominios y casas vacacionales privadas. Esto es un problema ya que la mayoría de los visitantes sólo realizan visitas (excursiones) y pasan a usar la oferta turística de cantones vecinos (Pedernales). En cuanto a los servicios básicos existen limitaciones, en la planta turística la mayoría de los medios de hospedaje como lugares de alimentos y bebidas son construidas con materiales de la zona, y también se pueden encontrar establecimientos con servicios diversos y de categorías entre 3 a 4 estrellas. Dependiendo de la temporada esta oferta no es suficiente para cubrir la demanda. Jama forma parte de la Ruta del Spondylus lo que ha fortalecido la actividad turística, actualmente en una importante fuente de ingresos económicos especialmente en alta temporada entre los meses de junio a septiembre, diciembre a marzo, también los feriados de carnaval y Semana Santa. Es eminente que se fortalezcan proyectos para estimular los emprendimientos turísticos fortaleciendo el hospedaje y otros servicios.

• ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE PEDERNALES

La Bocana de Quiximies Hotel que cuenta con una privilegiada situación geográfica frente a la playa de Cojimíes y ofrece piscina al aire libre y jardín. El establecimiento cuenta con restaurante, recepción 24 horas, mostrador de información turística y WiFi gratuita. El establecimiento alberga un bar. El hotel cuenta con bañera de hidromasaje. Pedernales se encuentra a 35 km de La Bocana de Quiximies Hotel. Destaca entre todos sus atributos poseer una planta potabilizadora de agua propia,

Tabla 4.26. Hotel Bocana de Quiximies

Nombre del comercial: El Hotel Bocana de Quiximies		
Ubicación: Cojimies		
Dirección: AV. PRINCIPAL		
Categoría: 4 estrellas		
Número de habitaciones: 30		
Camas: 69		
Total de RR HH: 10		
Servicios:		
Estacionamiento	Aire acondicionado	Bar/Salón
Internet	Restaurante	Recepción disponible las 24 horas
Piscina	Bañera de hidromasaje/Jacuzzi	Sala de juegos
Frente a la playa	Terraza	Jardín



Elaboración propia

Ofreciendo una biblioteca y una pista de tenis, la vivienda La Finquita Villa se encuentra a 30 km de Reserva Bosque Seco Lalo Loor. Incluye una cocina pequeña y 2 habitaciones. Los huéspedes también pueden utilizar aparcamiento gratuito, cambio de divisas y un centro de negocios que ofrecen en el lugar. La propiedad se ubica en una zona de playa de Cojimíes. El centro de Cojimíes está a 2 km de la sede. Se ofrecen TV de pago, TV con canales por satélite y plancha para pantalones para la comodidad de los huéspedes. Con vistas al río y un baño privado, estas habitaciones tienen suelo de azulejos. Se proporcionan camas con un edredón, almohadas de espuma y almohadas de plumas. Hay un cuarto de baño de mármol con una ducha, un bidé y un lavabo.

Un lavavajillas, una nevera y utensilios de cocina están a disposición de los huéspedes en la cocina. La villa tiene una piscina exterior y un patio soleado con una zona de estar para mayor comodidad. Ciclismo y pesca están disponibles en el sitio. Las facilidades para niños incluyen un cuarto de juegos y juegos de mesa.

Tabla 4.27. Hostería La Finquita Cojimíes

Nombre del comercial: Hostería La Finquita Cojimíes		
Ubicación: Cojimíes		
Dirección: CARRETERA KM30 A LADO DE LA ENTRADA A LA PENKA		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 6		
Cama: 20		
Total de RR HH: 3		
Servicios:		
Piscina	Internet	Estacionamiento
Cancha de futbol	Parque infantil	Cancha de tenis
Tv cable	Alquiler de bicicletas	Asistencia en excursiones
Zona de cocina	Traslado aeropuerto	



Elaboración propia

El Hotel Samay cuenta con habitaciones confortables, precio accesible en relación costo beneficios, las habitaciones son muy acogedoras y destaca su intachable limpieza en todas sus instalaciones, su ubicación cerca la unidad de policía comunitaria, la vuelve un sitio muy seguro para sus visitantes.

Tabla 4.28. Hotel Samay


Nombre del comercial: Hotel Samay		
Ubicación: Cojimíes		
Dirección: Ruperto Delgado a dos cuadras de la unidad de policía comunitaria		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 7		
Cama: 35		
Total de RR HH: 2		
Servicios:		
Internet	Estacionamiento	Piscina
Tv cable	Aire acondicionado	Agua caliente
Habitaciones confortables		



Elaboración propia

La Hostería Cocosolo es un lugar acogedor, se permite la vivencia familiar con su mascota, es un lugar tranquilo con playa privada, cuenta con un bar donde se puede degustar de una gran variedad de bebidas, particularmente cuentan con un gran perchero para guardar pertenencias de valor, sin embargo, la principal desventaja le hace falta mantenimiento al lugar y al sendero hacia la playa.

Tabla 4.29. Hostería Cocosolo

Nombre del comercial: Hostería Cocosolo		
Ubicación: Cojimies		
Dirección: VIA COJIMIES KM 20 ½		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 27		
Cama: 80		
Total de RR HH: 14		
Servicios:		
Internet	Piscina	Restaurante
Pesca/senderismo	Estacionamiento	Tv cable
Bar /salón	Admiten mascotas	Instalaciones para conferencia
Elaboración propia		

El hotel Helenos Vacacional está muy bien ubicado cerca de la playa, su personal es muy amable y brinda un ambiente acogedor, de tal manera que es sentirse en casa, las habitaciones son impecables, y por las noches no existe ningún ruido, se puede descansar plácidamente. Un punto negativo es que no incluyen el desayuno en el costo de la habitación.

Tabla 4.30. Hostal Vacaciones Helenos

Nombre del comercial: Hostal Vacaciones Helenos		
Ubicación: Cojimies		
Dirección: CALLEJON CAIDA DE SOL		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 7		
Camas: 36		
Total de RR HH: 2		
Servicios:		
Ventilador o aire acondicionado	Internet	Parqueadero
Área verde	Agua caliente	Restaurante bajo pedido
Piscina		
Elaboración propia		


El Hotel Rossy House cuenta con habitaciones confortables, jardín y estacionamiento que hace que el mismo sea seguro, a pesar de su calificación de 3 estrellas, no cuenta con los atributos necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas, haciendo un total énfasis en el personal, ya que no muestra disposición a la hora de cumplir con ciertos requerimientos.

Tabla 4.31. Hotel Rossy House

Nombre del comercial: Hotel Rossy House		
Ubicación: Pedernales		
Dirección: Oro - TULCAN Y RIOBAMBA		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 13		
Camas: 27		
Total de RR HH: 2		
Servicios:		
Aire acondicionado	Jardín y estacionamiento	Tv cable
Zona de estar	Juegos de mesa / puzzles	
Elaboración propia		

El Hotel La Floriana Cojimíes tiene acceso y recepción las 24 horas siendo una gran ventaja para todos los turistas, además el hotel cuenta con gimnasio, estacionamiento gratuito, entre otros, la desventaja es que sus habitaciones son de espacio reducido de tal manera que genera gran inconformidad.

Tabla 4.32. Hotel La Floriana Cojimíes

Nombre del comercial: Hotel Floriana Cojimies		
Ubicación: Cojimíes		
Dirección: RUPERTO DELGADO A DOS CUADRAS DEL PARQUE CENTRAL		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 29		
Camas: 102		
Total de RR HH: 3		
Servicios:		
Aire acondicionado	Baño privado	Tv cable
Piscina	Garaje privado	Salón de evento
Paseo en caballo	Cancha de boley y futbol	Parque con recreación infantil
Paseo agroturismo		
Elaboración propia		

El Hostal Luigi cuenta con actividades recreativas para niños, tiene guardería, cuenta con servicio de lavandería, piscina, entre otras recreaciones que hacen

del hostel un lugar ideal para descansar, sin embargo, carece de mucha información turística, ya que su personal no está capacitado para desenvolverse en la actividad turística.

Tabla 4.33. Hostel Luigi

Nombre del comercial: Hostel Luigi		
Ubicación: Cojimies		
Dirección: Calle principal diagonal a la iglesia central		
Categoría: 3 estrellas		
Número de habitaciones: 19		
Camas: 46		
Total de RR HH: 2		
Servicios:		
Internet	Bar/salón	Restaurante
Guardería	Actividades infantiles	Servicio de lavandería
Aire acondicionado		
Elaboración propia		

Se pudo evidenciar que la oferta de hospedaje es más amplia en el cantón Pedernales, recalcando la afectación causada por el sismo 16^a; actualmente diversos empresarios se encuentran invirtiendo especialmente en la región de Cojimíes. Aún cuenta con una importante planta turística desde hoteles, hostales, cabañas, revisando la planta existente se observaron 27 establecimientos con 401 habitaciones y 1342 plazas. Sin embargo, cabe recalcar que existen otros establecimientos que están en proceso de registro y licenciamiento y otros que trabajan de manera informal y sin registro.

• ANÁLISIS ESTRATÉGICO

A continuación, se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de la matriz FODA donde se determinaron los principales factores, externos e internos que influyen en el desarrollo de la actividad turística de la Zona norte Jama-Pedernales. En donde se identificaron las principales amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas del área de estudio. Dicha investigación fue recopilada gracias a los métodos de observación, analítico sintético que permitieron verificar la información recopilada. Ver tabla 4.33.

Tabla 4.34. Matriz FODA de los emprendimientos turísticos

DIAGNÓSTICO INTERNO Y EXTERNO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	
Fortalezas	Oportunidades
F1 Uso de TICs en los hoteles (software, app)	O1 Existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades
F2 Presencia de recursos turísticos cercanos a los emprendimientos	O2 Excelente ubicación geográfica de las ciudades para la operación hotelera
F3 Características especiales acordes a las nuevas modalidades de turismo	O3 Infraestructura adecuada de los servicios de apoyo para el desarrollo de emprendimientos
F4 Importante concentración de ofertas en los emprendimientos de mayor categoría	O4 Incremento de la actividad turística y nuevas tipologías de clientes
F5 Servicios con nuevas y modernas instalaciones en los emprendimientos	O5 Potencial mercado para el aprovechamiento de los servicios complementarios para la actividad turística
F6 Plantilla administrativa preparada y profesional para la gestión	O6 Mejoramiento la accesibilidad vial que conectan al territorio
Debilidades	Amenazas
D1 Elevados costos de los servicios para el territorio.	A1 Inestabilidad en los precios del mercado turístico del territorio.
D2 Inadecuada categorización de establecimientos turísticos.	A2 Migración post terremoto
D3 Falta de actividades conjuntas con asociaciones, instituciones.	A3 Nuevos competidores informales que generan competencia desleal.
D4 Escasa profesionalización de los empleados operativos.	A4 Desastres naturales.
D5 Insuficientes herramientas de gestión para manejar ciertas áreas.	A5 Descoordinación entre el sector público y privado para la correcta gestión del territorio.
D6 Individualismo en las actuaciones de gestión por parte de emprendimientos.	A6 Marcada estacionalidad de la demanda en los diferentes emprendimientos turísticos

Elaboración propia

En la tabla 4.37 se presenta las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas de la evaluación de la matriz FODA.

Tabla 4.35. Factores más representativos de la matriz FODA

Fortaleza principal	F5. Servicios con nuevas y modernas instalaciones
Oportunidad principal	O1. Existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades
Debilidad principal	D4. Escasa profesionalización de los empleados operativos
Amenaza principal	A5. Descoordinación entre el sector público y privado

Elaboración propia.

Mediante la matriz FODA se pudo determinar que la fortaleza principal de los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí (Jama-Pedernales), son los servicios con nuevas y modernas instalaciones en los emprendimientos, capaz de albergar a una gran cantidad de turistas nacionales permitiéndole a los mismos disfrutar de una estadía llena de un sinnúmero de comodidades, de igual manera se pudo establecer mediante la misma, que la principal debilidad es la escasa profesionalización de los empleados operativos lo cual afecta al prestigio

de los emprendimientos y a su vez no permite el crecimiento de los mismos, así mismo al no contar con personal especializado aleja a la empresa como tal a cumplir los objetivos planteados.

Por otra parte se determinó que la principal amenaza es la descoordinación entre el sector público y privado para la correcta gestión del territorio lo cual genera la inexistencia de desarrollo sostenible de las actividades productivas, industriales y del sector de servicios, finalizando con la detección de la principal oportunidad que es la existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades, mismo que está muy ligado con la amenaza antes mencionada, ya que ambos entes deben de trabajar para preservar las condiciones naturales de los suelos y proteger los ecosistemas, a su vez preservar el patrimonio natural, cultural, arquitectónico y demás, ya que la actividad turística necesita de estos escenarios para que la infraestructura turística en general construida sea justificada con la visita de excursionistas y turistas.

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL

Si los emprendimientos de la zona norte de Manabí no establecen una medida para superar la descoordinación entre el sector público y privado para la correcta gestión del territorio y la escasa profesionalización de los empleados operativos, ni potenciando los servicios con nuevas y modernas instalaciones podrá aprovechar la existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades.

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL

Si los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí solucionan su la escasa profesionalización de los empleados operativos y potencian los servicios con nuevas y modernas instalaciones, podrán aprovechar la existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades, disminuyendo de esta manera los efectos que provoca la

descoordinación entre el sector público y privado para la correcta gestión del territorio.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

A continuación, se muestra la matriz de posicionamiento estratégico que se diseñó con el propósito de establecer el cuadrante en el que se encuentra la zona norte de Manabí y que tipo de estrategias se deben desarrollar. Ver tabla 4.38.

Tabla 4.36. Posicionamiento estratégico

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	93	76
	MAXI- MINI	MAXI-MINI
	ESTRATEGIAS OFENSIVAS	ESTRAEGIAS DEFENSIVAS
	¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?	¿Cómo aprovecho las fortalezas para contrarrestar las amenazas?
Debilidades	51	92
	MINI-MAXI	MINI-MINI
	ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA
	¿Cómo minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades?	¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?

Elaboración propia.

De acuerdo a la información obtenida en la matriz anterior se concluyó que la zona de estudio se encuentra en el cuadrante MAXI-MINI, por lo tanto, se deben desarrollar estrategias ofensivas que permitan a las fortalezas aprovechar las oportunidades. De esta manera se plantea el objetivo estratégico de evaluar los emprendimientos turísticos para garantizar un servicio de calidad que permita mejorar el grado de la satisfacción de la demanda.

4.2. FASE II: EVALUACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.

Para la evaluación de los emprendimientos basados en la satisfacción de los turistas, se aplicó el modelo HOTELQUAL, utilizando el análisis de la metodología de Falces *et al.*, (1999) esta propuesta plantea la valoración de su personal, instalaciones y organización. Basándose en la escala numérica de 1 a 5 dependiendo del servicio percibido por parte del establecimiento. A continuación, en la tabla 4.39 se presentan los indicadores a evaluar en cada establecimiento turístico.

Tabla 4.37. Indicadores a evaluar

PERSONAL	ORGANIZACIÓN	INSTALACIONES
El personal está dispuesto a ayudarlo las 24 horas.	Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables.
El personal se preocupa de resolver los problemas de los clientes.	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	Las dependencias y el equipamiento del edificio están bien conservadas.
El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente.	Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	Las instalaciones son confortables y acogedoras.
El personal es competente y profesional.	Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	Las instalaciones son seguras
Hay personal disponible las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesite.	Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.	
El personal es confiable.	Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	Las instalaciones están limpias
El personal tiene aspecto limpio y aseado.	Siente que el cliente es lo más importante. Se presta el servicio según lo que se ha encontrado.	

Fuente: Elaboración propia a partir de Falces *et al.*, (1999)

Por consiguiente, para la ejecución de la presente evaluación se desarrollaron una serie de actividades, donde se utilizaron herramientas de recolección de información direccionadas a una muestra significativa de visitantes, esta fue seleccionada a través del método estadístico de población infinita siendo la más pertinente ya que se desconoce el número de turistas que visitan la zona de

estudio, la cual dio como resultado que se apliquen 196 encuestas a los huéspedes de los 12 emprendimientos turísticos de alojamiento del Cantón Jama y Pedernales, mismos que se habrían categorizado anteriormente, mismas que se aplicaron en el año 2018 y 2019.

A continuación, se muestran los resultados que hacen referencia al resultado calculado de los valores de satisfacciones en cuanto a instalaciones, personal y organización evaluados por parte de los huéspedes de los establecimientos en la zona de norte Jama-Pedernales. Por ende, la primera dimensión es la del personal, donde el turista evaluó el nivel de satisfacción recibido por parte del personal de los 12 emprendimientos turísticos, las interrogantes fueron aspectos relacionados con la disponibilidad, resolución de problemas, esfuerzo, competencia y personalidad, confiabilidad, información, limpieza y aseo. Ver figura 4.13.

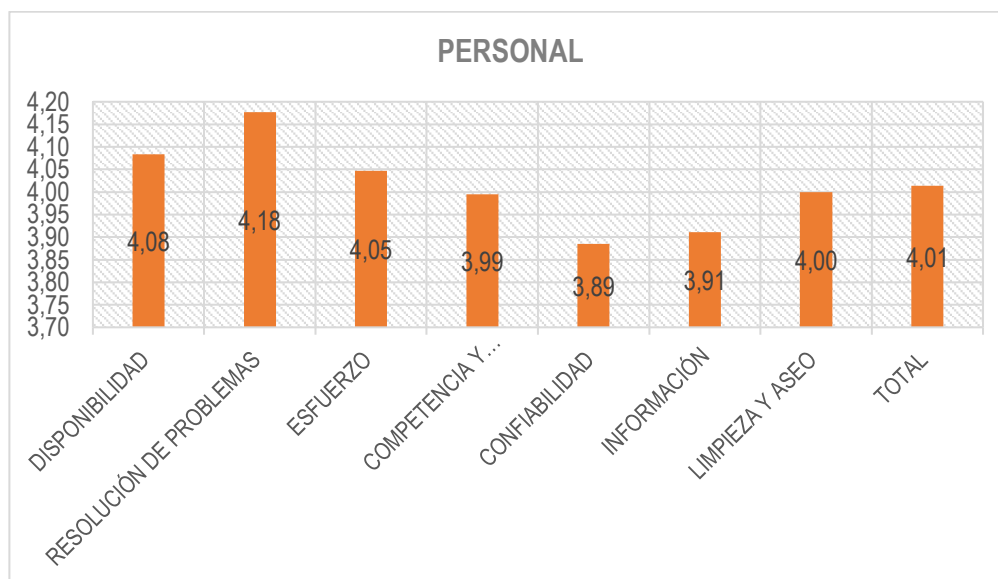


Figura 4.13. Datos de la dimensión personal
Elaboración propia

Donde se determina que la mayoría de los emprendimientos poseen un **personal** capacitado y eficiente, puesto que en la valoración global esta dimensión obtuvo el mayor porcentaje con 4,01/5. Las mayores puntuaciones están comprendidas por: el personal siempre está dispuesto ayudarle, se preocupa por conocer y

resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades. Uno de los aspectos con menor nivel de inconformidad fue la confiabilidad, donde se enfatiza que el personal debe ser honesto y comprometidos con su trabajo, además es importante mencionar que los trabajadores de los establecimientos turísticos siempre deben tener un aspecto limpio puesto que esta refleja la imagen, motivo por el cual deben vestirse apropiadamente la demanda le otorgo una calificación de 4,00. Se puede percibir que el talento humano es importante en el servicio de estos cantones, existe disponibilidad, amabilidad y atención siendo un aspecto cultural importante, a su vez hace falta fortalecer aspectos técnicos de profesionalización para ofrecer un servicio de alta calidad.

La siguiente dimensión fue la **organización del servicio**, donde el consumidor o turista pudo evaluar la organización del personal en su rapidez y gestión de datos comprendidos por aspectos como la información, discreción, solución de problemas, servicios rápidos, eficacia, confortabilidad y veracidad. Ver figura 4.14.

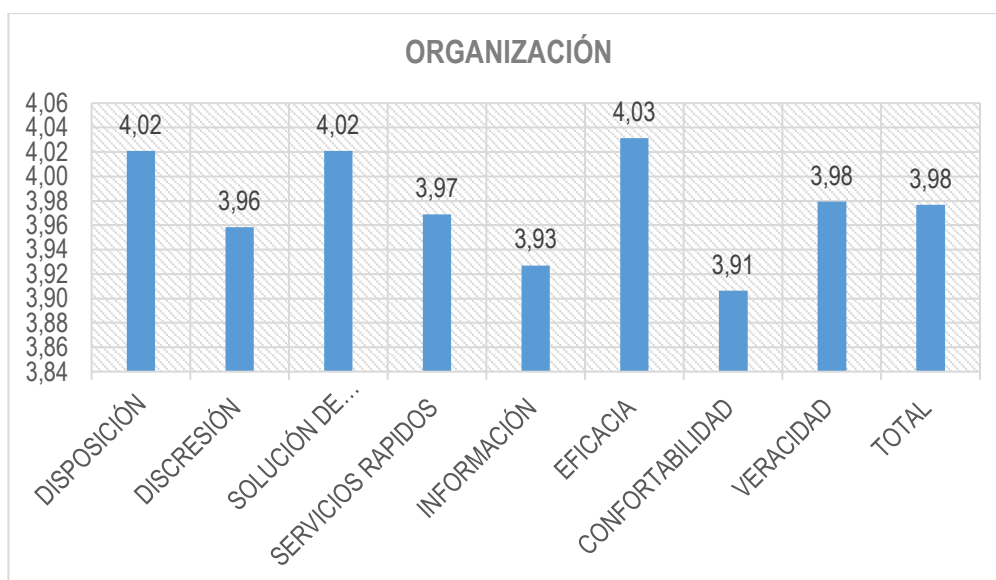


Figura 4.14. Datos de la dimensión organización
Elaboración propia

Esta dimensión obtuvo un resultado total de 3,98 ubicándose en el segundo lugar, el ámbito de información obtuvo una puntuación buena de 4,02 indicando

que los establecimientos turísticos si brindan la información necesaria a los consumidores a través de sus páginas web o redes sociales, entre otras, los encuestados manifestaron que, si disponía del personal en la dirección a disposición para resolver cualquier problema y eran eficaces dando a los clientes una buena impresión y asegurando de esta manera la satisfacción. Sin embargo, es necesario que mejoren en aspectos como la confortabilidad puesto que es necesario que el personal y el turista se sientan familiarizados, además que la información brindada por los hoteles sea real donde es necesario que se venda o se muestra lo que realmente se posee. Una vez más los aspectos de capacitación y profesionalización podrán fortalecer y mejorar el servicio.

Al analizar la dimensión instalaciones, los encuestados evaluaron aspectos presentes en el estado de las dependencias, conservación, confortabilidad, seguridad y limpieza. A continuación, en la figura 4.15 se muestra los resultados obtenidos de esta categoría.

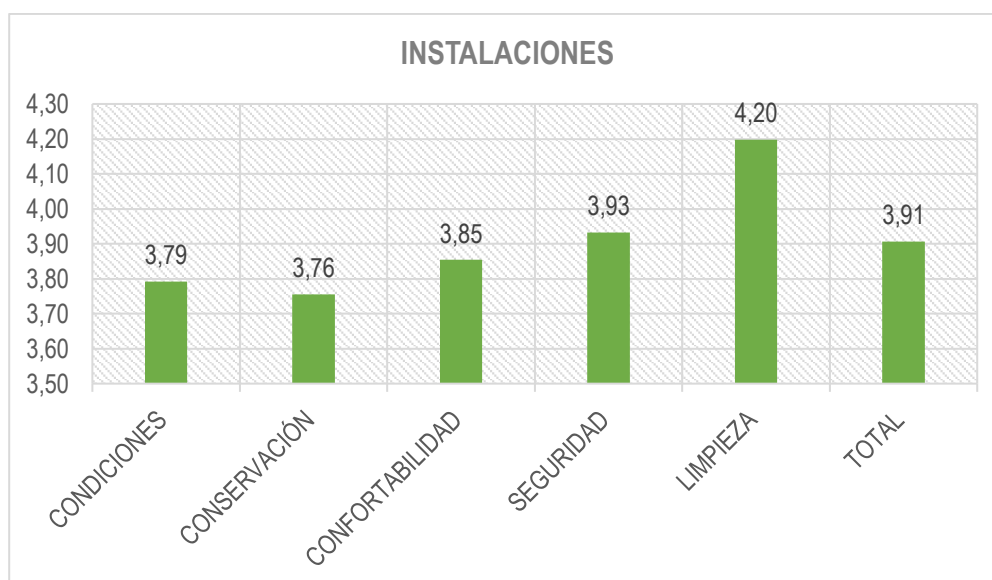


Figura 4.15. Datos de la dimensión instalación
Elaboración propia

Como se pudo evidenciar esta dimensión (**instalaciones**) obtuvo una calificación total de 3,91 siendo el de menor puntuación, este se debe a que la mayoría de emprendimientos no cuentan con una infraestructura acogedora y renovada que

haga sentir al cliente satisfecho. Realizando un análisis de cada indicador el valor más alto es de 4,20 el cual está comprendido por la limpieza o que las instalaciones se encuentren limpias, donde se evidencia un valor positivo. Por otro lado, el valor más bajo (3,76) es de la conservación de las dependencias o equipamientos donde las personas encuestadas no muestran satisfacción, puesto que estas no se encuentran en su mayoría con las condiciones óptimas para brindar un buen servicio. En la mayoría de establecimientos de sitios turísticos de la costa ecuatoriana se pueden observar emprendimientos en donde el empirismo y la falta de criterios técnicos son un problema, se han creado muchos medios de hospedaje de manera informal, muchas veces las autoridades no han realizado las debidas fiscalizaciones para mitigar el problema.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos por cada emprendimiento turístico de manera general, comenzando desde la calificación alta, luego la media y finalmente los establecimientos con las puntuaciones más bajas. En el siguiente gráfico 4.16 se muestran los establecimientos que obtuvieron las puntuaciones más altas.

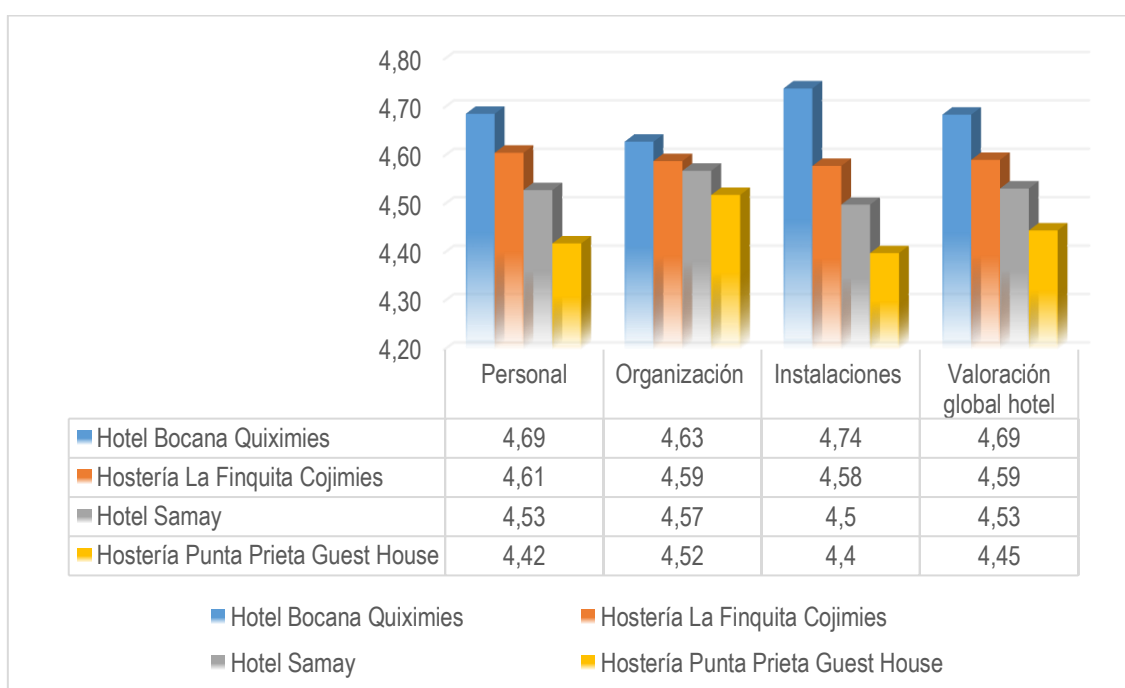


Figura 4.16. Establecimientos de alojamientos mayormente calificados
Elaboración propia

Hotel Bocana de Quiximies: Es uno de los establecimientos que brinda mayores satisfacciones a los turistas logrando obtener la puntuación global más alta 4,69/5 entre los demás competidores, esto se debe a que cuenta con buen personal, que brinda confiabilidad y son muy competentes a la hora de ofrecer un servicio, además están dispuestos a dar lo mejor de sí para establecer un ambiente favorable con el huésped. En cuanto a organización se puede constatar que está en el menor rango con 4,63 sin embargo los encuestados manifiestan que están bien organizados en cuanto a la gestión de datos y son muy atentos siempre al momento de resolver los problemas de los clientes. La siguiente dimensión que son las instalaciones obtuvo una calificación de 4,74 siendo un valor positivo, estas son confortables, acogedoras las cuales se encuentran en buen estado y muy limpias.

Hostería La Finquita Cojimíes: Obtuvo una valoración global de 4,59/5, misma que es muy cercana al anterior establecimiento mencionado. La dimensión del personal obtuvo la calificación más alta con 4,61, debido a que tienen aspecto limpio, aseado, siendo competentes y profesionales, sin embargo, es necesario que la información que se brinda del establecimiento sea más confiable (ver anexo 17). Con respecto a la organización es necesario que el personal actúe con discreción ya que esta es considerada de gran importancia para los turistas al momento de consumir un servicio, además carecen de información al momento de brindarle un servicio al cliente (ver anexo 17). En cuanto a las instalaciones obtuvieron una calificación de 4,58/5 de manera general estas son consideradas un poco modernas pese a esto se deben mejorar proporcionando mayor confortabilidad y seguridad a los turistas.

Hotel Samay: Como se puede observar en el gráfico 4.16 este posee una valoración global de 4,53/5, siendo estos uno de los establecimientos de alojamiento que se encuentran entre los 4 mejores puntuados, la primera dimensión obtuvo una calificación de 4,53/3, la segunda de 4,57/5 comprendida por la organización, y finalmente las instalaciones con 4,5/5. En este caso, es necesario que el personal tenga una buena comunicación con el cliente lo que

crea un ambiente de confianza, las instalaciones de estos establecimientos se encuentran medianamente conservadas, y mantienen una buena limpieza, en cuanto a la organización los clientes si reciben un servicio con rapidez, pero es necesario que el personal actúe con mayor discreción y respeto puesto que este indicador obtuvo la puntuación más baja de 4,13 (ver anexo 18), por otro en los resultados obtenidos de la dimensión instalaciones se hace énfasis en que se debe mejorar en la seguridad puesto que deben otorgar tranquilidad a los consumidores para que se sientan satisfechos.

Hostería Punta Prieta Guest House: Con una valoración global de 4,45/5, la dimensión personal 4,42, organización 4,52 e instalaciones 4,4. Este establecimiento tiene resultados positivos en cuanto a la disponibilidad, la resolución de problemas, la competencia y personalidad, sin embargo, es necesario que la información brinda a través de sus redes sociales sea de gran relevancia y confiable (ver anexo 17). En cuanto a la organización se pudo constatar que los servicios se ofrecen con rapidez, resalta que ofrecen servicios con rapidez y el personal es capaz de resolver los inconvenientes que se presente en el menor tiempo posible. Finalmente, en las instalaciones se debe mejorar en la conservación de su infraestructura y que éstas sean seguras para que los consumidores se sientan satisfechos al momento de hospedarse en los hoteles.

Seguidamente, se muestran los resultados obtenidos de los establecimientos con calificación media comprendida por: Hostería Camare, Hostería Onamar, Hostería Cocosolo y Lodge Samvara. Ver figura 4.17.

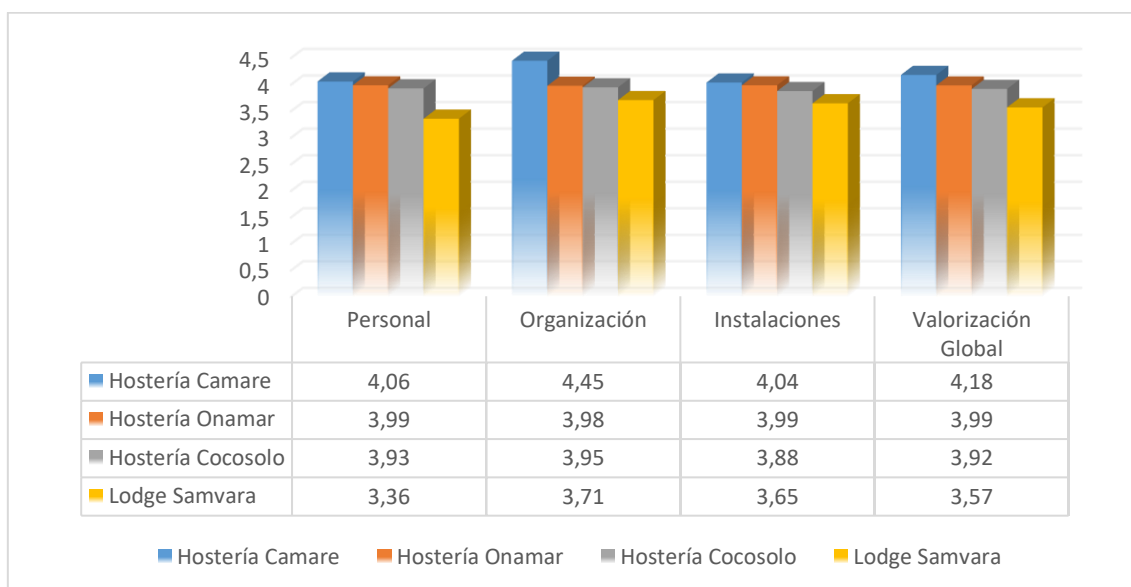


Figura 4.17. Establecimientos de alojamiento de calificación media
Elaboración propia

Hostería Camare: Obtuvo una valoración global de 4,16/5 por parte de las familias que se estaban haciendo de sus servicios, se encuentra ubicado en el cantón Jama y cuenta con una categoría de 3 estrellas según el MINTUR. Como se puede observar en el gráfico anterior la puntuación del personal es de 4,06/5, los encuestados mencionaron que se sienten mayormente satisfechos en ciertos indicadores como la competencia y personalidad del personal, sin embargo, es necesario que sean más confiables puesto que algunos no se sentían seguros al momento de recibir los servicios turísticos. La organización obtuvo la mayor calificación 4,45/5, en los indicadores de eficacia y rapidez al momento de solicitar un servicio, pero en este establecimiento es necesario que se otorgue mayor información en páginas web y redes sociales puesto que están desactualizadas y provocan confusión en los consumidores. Finalmente, los encuestados mencionaron que las instalaciones no se encuentran confortables, no poseen una buena organización, motivo por el cual no permite la satisfacción de los visitantes.

Hostería Onamar: Este establecimiento se encuentra situado en el cantón Jama posee una categorización de 3 estrellas según datos del MINTUR, este obtuvo una valoración global es de 3,99/5 en la figura 4.17 se puede evidenciar que las

tres dimensiones tienen valores iguales y similares 3,98/5 y 3,99/5 debido a que los turistas no se sienten satisfechos en sus instalaciones, motivo por el cual es necesario el mantenimiento respectivo de sus áreas y equipamientos, de igual manera el personal debe estar mayormente capacitado para un servicio de calidad y hacer que el cliente se sienta a gusto.

Hostería Cocosolo: Está localizada en la parroquia Cojimíes a exactamente 2 km del sitio Cañaverál, obtuvo una valoración global de 3,92/5, en cuanto a sus dimensiones la que obtuve mayor porcentaje fue la organización donde los encuestados manifestaron su satisfacción en aspectos relacionas con la solución de problemas y la discreción y respeto puesto que es considera de gran importancia para los turistas al momento de consumir un servicio. Por otro lado, en la dimensión del personal es necesario que el personal este mayormente disponible durante la estancia de los consumidores y muestra mayor confiabilidad puesto que algunos de los trabajadores que laboran en las instalaciones inspiran confianza y no son amigables con los clientes. Con respeto a las instalaciones se evidencia que denotan aspectos como la confortabilidad y seguridad (ver anexo 19) pese a esto se puede resumir según los resultados reflejados que los huéspedes están divididos al dar su criterio y que no están en su totalidad conforme con la infraestructura del establecimiento.

Lodge Samvara: Se encuentran situada en la vía Jama-Pedernales, este establecimiento logro obtener una valoración de global de 3,67/5, en el grafico 4.17 se evidencia los principales resultados de manera general, donde se observa que la dimensión menos calificado por los encuestados fue la del personal por esto se es necesario que el establecimiento se enfatice en resolver los problemas de los clientes y que el personal brinde una asistencia personalizada, ofreciendo un servicio con mayor rapidez, minimizando además los errores que se presenten referente a los datos e información sobre la estancia del huésped.

Finalmente, en la figura 4.18 se evidencian los establecimientos de alojamiento que ocupan los últimos lugares de la lista comprendida por: el Hostal Vacaciones

Helen, Hotel Rossu House, Hotel Floriana Cojimíes y Hostal Luigi, puesto que para las turistas que hicieron uso de sus instalaciones no supieron complacer del todo sus expectativas y satisfacciones.

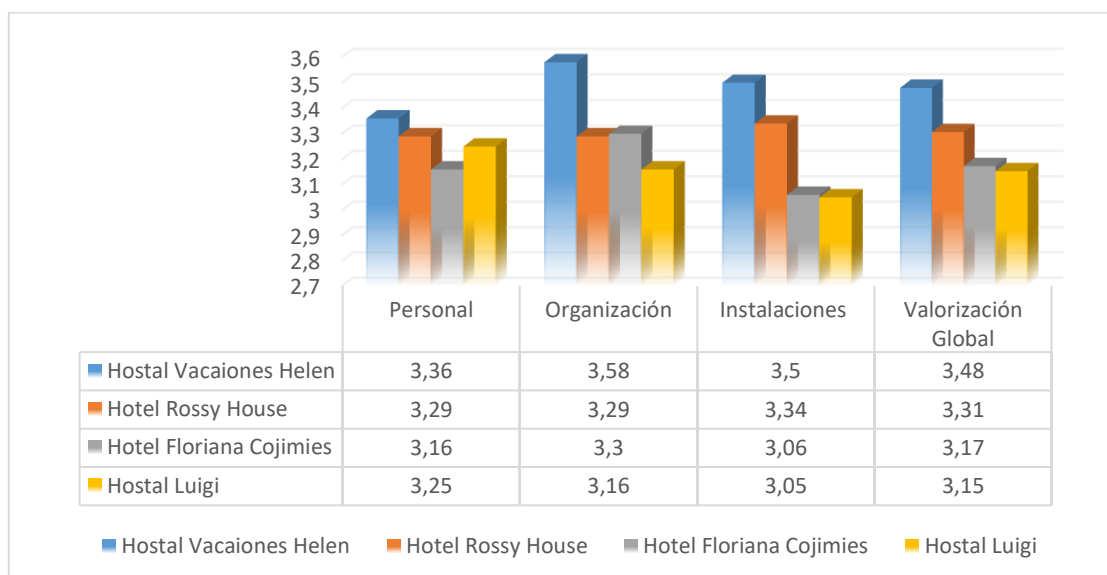


Figura 4.18. Establecimientos de alojamiento de calificación baja
Elaboración propia

Hostal Vacaciones Helen: Este establecimiento obtuvo una valoración global de 3,48/4, encontrándose dentro de los más bajos calificados, en la dimensión del personal los aspectos que se deben mejorar son la profesionalidad puesto que se puede evidenciar que los encuestados se sentían insatisfechos por este servicio, donde el personal no posee los conocimientos adecuados, además de la poca información brindada, algunos clientes no cuentan con la atención requerida en ciertas ocasiones necesitan ser guiados por el personal que labora en el establecimiento y este no está disponible.

Hotel Rossy House: Los encuestados le dieron una valoración global de 3,31/5, en sus dimensiones la que obtuvo mayor porcentaje fue la percepción de clientes hacia las instalaciones con un total de 3,34/5 ellos mencionan que se presta la seguridad apropiada para pernoctar en el lugar, sin embargo, se muestra un grado de inconformidad en si las instalaciones son confortables y acogedoras. En cuanto al personal y organización se puede evidenciar que los consumidores

se sienten inconformes con la ayuda que este le brinda, puesto que no están disponibles en su mayoría en el momento de resolver los problemas que se les presentare donde no se evidencia el compromiso del personal y no hace sentir satisfechos a los huéspedes.

Hotel Floriana Cojimíes: Este establecimiento posee una valoración de 3,17/5, según los resultados obtenidos se evidencia que dispone de un personal con un aspecto limpio y aseado puesto que se preocupan por esta impecables al momento de atender a los turistas, peso a esto es necesario que el personal esté disponible para ayudar en cualquier inquietud que se pueda presentar, y que de las soluciones pertinentes, además que los servicios ofrecidos por el hotel funcionen con rapidez para asegura de esta manera la satisfacción. En cuanto a las instalaciones se evidencia que los resultados no fueron favorables debido a que se sienten inconformes con el equipamiento y su conservación (3,00/5).

Hostal Luigi: Con una valoración de 3,15/5, se evidencia que los valores más bajos se encuentran en su mayoría en las instalaciones (3,05) y la organización (3,16), debido a que no cumplen con las expectativas de los visitantes, algunos de los servicios ofrecidos por el establecimiento no funcionan con rapidez, por lo que los clientes deben esperar esto se debe a que el personal no se encuentra preparado profesionalmente cometiendo errores. La dimensión del personal obtuvo una calificación de 3,25, siendo necesario que resalten y mejoren capacitando al personal, estos deben esforzarse por conocer todas las necesidades que tienen los clientes y ser competentes al momento de proporcionar información cuando el huésped lo necesite.

4.3. FASE III. ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.

Conociendo el gran potencial que posee la zona Jama-Pedernales fue necesario la determinación de estrategias que buscan mejorar la oferta de productos y servicios ofrecidos por los establecimientos turísticos, en esta sección se

consideró los resultados obtenidos del diagnóstico en el que se utilizaron algunos instrumentos como: el catastro de servicios y fichas de inventarios, sumándole la valoración de los hoteles y el objetivo estratégico planteado en el análisis FODA, el cual es: evaluar los emprendimientos turísticos para garantizar un servicio de calidad que permita el mejoramiento del grado de la satisfacción de la demanda.

Las estrategias fueron organizadas mediante los ejes de sostenibilidad: ambiental, social y económico, además se consideró como fundamento principal el fortalecimiento de la infraestructura hotelera y de servicio para promover el turismo, también con la finalidad de permitir tener una gestión dirigida hacia la sostenibilidad para la conservación de los recursos naturales y culturales. En la tabla 4.40, se exponen las estrategias los ejes, pilares y acciones estratégicas para desarrollar los emprendimientos en el distrito Jama-Pedernales.

Tabla 4.38. Desarrollo de estrategias

Eje	Pilar Estratégico	Acciones
		Generación de valor agregado a los emprendimientos turísticos
Ambiental	Innovación y desarrollo	Aprovechamiento de los recursos turísticos potenciales a través de los emprendimientos para el desarrollo de actividades que contribuyan a la conservación de estos espacios y la concientización ambiental.
		Implementación de procesos de eliminación de desechos sólidos a través de técnicas de operación sostenibles.
	Formación personal	Desarrollo de mecanismos de formación y capacitación especializada del talento humano
		Capacitación de los prestadores de servicios turísticos en conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales,
		Implementación de herramientas que permitan conocer los requerimientos de la demanda.
Social		Desarrollo de productos y servicios en función de las necesidades de la demanda.
	Calidad	Mejoramiento de la calidad del servicio turístico en los establecimientos hoteleros
		Promover en coordinación con el Ministerio de Turismo procesos de certificación en competencias laborales del talento humano vinculados al sector hotelero.
Económica	Gestión	Generación de mecanismos de atracción de inversiones turísticas.

	Fortalecimiento de la articulación interinstitucional con actores públicos y privados.
	Incentivar el trabajo coordinado entre la gerencia y todos los departamentos que conforman los emprendimientos.
Infraestructura	Adecuación y mejoramiento de las instalaciones de los establecimientos turísticos.

Elaboración propia

La calidad del servicio, es esencial para la satisfacción de la demanda turística, es necesario que los establecimientos desarrollen mecanismos que permitan mejorar sus procesos externos e internos. Los emprendimientos turísticos cuentan con una serie de problemáticas que no permiten la satisfacción de los visitantes, a partir de las estrategias planteadas guiándose del objetivo estratégico del FODA se procedió a diseñar una matriz con acciones estratégicas. El fin es implementar las estrategias de desarrollo en los 12 establecimientos turísticos, permitiendo tener una mejor gestión del servicio en cada uno de los emprendimientos buscando el aumento de la rentabilidad y sostenibilidad. Ver tabla 4.41.

Tabla 4.39. Matriz de acciones estratégicas

ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESULTADOS ESPERADOS
Generar valor agregado en los emprendimientos turísticos	Gestión para la diversificación e innovación de la oferta en los establecimientos. Inversión en modernización de la infraestructura y facilidades hoteleras.	Un plan de acción afectivo que satisfaga las necesidades de turistas exigentes.
Aprovechar los recursos turísticos potenciales a través de los emprendimientos para el desarrollo de actividades que contribuyan a la conservación de estos espacios y la concientización ambiental.	Crear alianzas estratégicas con tour operadoras. Desarrollo de productos y servicios en función de las necesidades de la demanda.	Aumento de visitas por los productos comercializados. Convenios estratégicos y campañas de promoción en agencias y operadoras.
Fortalecer la formación y capacitación especializada al talento humano.	Capacitación continua del talento humano en los diferentes departamentos. Dictar cursos y talleres especializados en gestión ambiental. Desarrollo de la Comunicación y motivación interpersonal cliente interno y externo.	Fortalecer las capacidades del personal. -Profesionalizar a los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a las exigencias del mercado. Mejorar la comunicación Maximizar el nivel de trabajadores en un 75%
Mejorar la calidad del servicio turístico en los establecimientos hoteleros.	Implementar nuevas tecnologías en el departamento de check in y check out para brindar un servicio adecuado.	Obtener un mayor porcentaje de clientes satisfechos.

	Promover en coordinación con el Ministerio de Turismo procesos de certificación en competencias laborales.	Empleados con certificado que demuestre sus competencias laborales.
Fortalecer la articulación interinstitucional con actores públicos y privados	Integración de los actores a través de la prestación de servicios turísticos. -Establecer reuniones permanentes entre los empresarios hoteleros para definir acciones en conjunto. Buscar apoyo en el MINTUR para conseguir alianzas estratégicas e inversiones.	Mayor involucramiento de actores para el desarrollo de un servicio de calidad. Vincular los establecimientos con el sector público.
Adecuar y mejorar las instalaciones de los establecimientos turísticos.	Mantener en buen estado las áreas e instalaciones de los establecimientos. -Llevar un control del funcionamiento de los equipos. -Organizar un grupo de trabajo para la adecuación de la infraestructura. -Mejorar las condiciones de aseo y limpieza en los establecimientos turísticos. Implementar procesos de eliminación de desechos sólidos a través de técnicas de operación sostenibles Uso de materiales reutilizables. -Almacenamiento selectivo de los desechos.	El 70% de renovación del aspecto visual y físico de las áreas e instalaciones. -Generar mayor satisfacción a la demanda garantizando mayor estadia y disfrute de servicios.

Elaboración propia

Con esta matriz se busca dar soluciones a los problemas observados, las estrategias se basan en fundamentos científicos y reales. Se trata de impulsar a la cooperación y participación entre emprendimientos turísticos para el desarrollo de la zona de estudio a través del uso adecuado de los recursos potenciales. Se busca la generación de valor agregado a los emprendimientos turísticos y generar el desarrollo de actividades que contribuyan a la conservación y la concientización ambiental.

Las acciones se proyectan al desarrollo de mecanismos de formación y capacitación especializada fortaleciendo conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales. Se Implementan herramientas que permitan conocer los requerimientos de la demanda y el mejoramiento de la calidad del servicio turístico en los establecimientos hoteleros. Otro aspecto importante es Impulsar la cooperación de organización pública y privada y empresas hoteleras relacionadas con la actividad turística para el desarrollo del sector.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El diagnóstico turístico efectuado en el área de estudio, permitió identificar la situación turística actual de los cantones Jama – Pedernales, en donde se destacó que los emprendimientos evaluados cuentan con nuevas y modernas instalaciones listas para albergar a turistas nacionales e internacionales. Se observó similitud en recursos naturales y culturales entre los dos cantones, mientras que en planta y facilidades turísticas Pedernales está más desarrollado en comparación al cantón Jama.

- Se realizó la evaluación a 12 emprendimientos turísticos de la zona norte (Jama y Pedernales) donde se determinó que cuentan con diversas potencialidades para ofrecer a sus turistas, entre los que tienen puntuación más alta son: Hotel Bocana Quiximies, Hostería La Finquita Cojimies, Hotel Samay y Hostería Punta Preita Guest House. Además, se pudo determinar que en un 40% la demanda se encuentra insatisfecha por los servicios recibidos en cada uno de los establecimientos, haciendo hincapié en el ámbito humano, debido a la falta de capacitación del personal de servicios, lo cual se convierte en puntos negativos para los establecimientos.

- En la evaluación usando el HOTELQUAL uno de los aspectos con menor nivel de inconformidad fue la confiabilidad, donde se enfatiza que el personal debe ser honesto y comprometidos con su trabajo, además es importante mencionar que los trabajadores de los establecimientos turísticos siempre deben tener un aspecto limpio puesto que esta refleja la imagen, motivo por el cual deben vestirse apropiadamente, la demanda le otorgó una calificación de 4,00/5. A su vez en la dimensión instalaciones se obtuvo una calificación total de 3,91 siendo el de menor puntuación, esto se debe a que la mayoría de emprendimientos no cuentan con una infraestructura acogedora y renovada que haga sentir al cliente satisfecho.

➤ Con las acciones estratégicas se busca dar soluciones a los problemas observados, se trata de impulsar a la cooperación y participación entre emprendimientos turísticos para el desarrollo del sector, a través del uso adecuado de los recursos potenciales. Teniendo en cuenta el diagnóstico turístico y la evaluación de emprendimientos se diseñaron 6 estrategias y 19 acciones que buscan el desarrollo del turismo de calidad en la zona norte de Manabí.

5.2. RECOMENDACIONES

- A los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Jama y Pedernales, a crear alianzas estratégicas con los establecimientos turísticos de la zona con el fin de fortalecer la actividad turística, elaborando y ejecutando estrategias que contribuyan al uso de sus potencialidades, además de crear alianzas estratégicas con empresas privadas, brindando asesorías y capacitaciones continuas a sus actores y gestores locales, de tal manera que ambos sectores, tanto públicos como privados sean beneficiados causando impacto positivo en la imagen del destino, a su vez trabajando de manera armoniosa con el medio ambiente, prolongando la existencia de los recursos naturales y culturales de ambos cantones.
- A los propietarios de los emprendimientos turísticos evaluados, que brinden capacitaciones a su talento humano de manera más continua, haciendo un énfasis en dominio de idioma, y acceso a la información, buscando de esta manera la excelencia en el servicio brindado, existiendo armonía entre el servicio ofrecido por el personal y la infraestructura moderna con la que cuentan los establecimientos; repercutiendo ahora sí en la excelencia del servicio y difusión boca oído, pudiendo atraer a nuevos turistas.
- A los emprendedores se recomienda aplicar las estrategias y actividades planteadas para mejorar la oferta de productos y servicios ofrecidos por los establecimientos para el desarrollo del potencial turístico de la zona norte de Manabí Jama y Pedernales, mismos que permitan garantizar un servicio de calidad y de la satisfacción de la demanda. Además que los departamentos de turismo de ambos cantones contribuyan gestionando facilidades de campañas de marketing para la promoción y potencialización turística.
- Se recomienda que los establecimientos turísticos creen alianzas con la Escuela Superior Politécnica de Manabí “Manuel Félix López”, vinculando al futuro profesional con la realidad de la actividad turística y estos a su vez como profesionales en el área de turismo guíen y asesoren a los establecimientos y

también realicen capacitaciones al personal con el fin de mejorar la calidad de servicios ofrecidos.

REFERENCIAS

- Álava, M. (2017). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (2014). Estrategia para desarrollar un Ecosistema de Emprendimiento e Innovación. Recuperado de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf
- Andrade, C. (2013). Proyectos y sus tipos. Recuperado de <http://zonaefectiva4.blogspot.com/?m=1>
- Araque, W. (2015). Emprendimiento en Ecuador. *Revista. Ekos.* (1), 4. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>
- Arroyo, V. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista. Electrónica Cooperación Universidad y Sociedad.* 3 (1), 3. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>
- Ayaviri, V., Quispe, G., y Sánchez, P. (2017). Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones. *Revista Espacios,* 38(31). Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p24.pdf>
- Balderas, C. (2014). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. *Revista. Teoría y Praxis.* 12-13. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101002.pdf>
- Barros, L. (2013). Impactos del turismo de sol y playa en el litoral sur de Sergipe, Brasil. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo.* 22 (3), 3. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180726463008.pdf>
- Bravo, M. (2018). Plan de desarrollo turístico del cantón Pedernales. Recuperado de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PD-TURISMO-GAD-PEDERNALES-2018-final-ilovepdf-compressed.pdf>
- Bermejo, J. (2013). Introducción el Ecuador al ser un país con una riqueza natural. (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Imbabura.
- Bravo, R., y Zambrano, B. (2017). Producto turístico basado en el potencial agroproductivo de la provincia de Manabí. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta.
- Cabanilla, E. (2011). Metodología para elaborar un estudio por encuestas de la satisfacción del turista: aplicación Quito, Ecuador. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir,* (2), 8-26. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3769604>

- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., y Orden, M. (2017). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(13), 2. Recuperado de revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf
- Castillo, V., Cordero, I., Ayala, S., y Vargas, J. (2014). Mejora de la calidad en el servicio en establecimientos de alimentos y bebidas a través de estímulos reforzadores. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 22, 2. Recuperado de <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-V%C3%ADctor-Manuel-Castillo-mejora-de-la-calidad.pdf>
- Chávez, F., y Salvatierra, M. (2018). Modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta.
- Comité de reconstrucción y reactivación productiva. (2017). Plan de Reconstrucción y reactivación productiva. Recuperado de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%C3%B3n-y-Reactivaci%C3%B3n-Productiva-post-terremoto.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). Guía Metodológica para proyectos y productos de turismo. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- CFN (Corporación Financiera Nacional). (2017). *Alojamiento y servicios de comida*. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/J./10/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
- Crespo, M. (2015). *Guía de diseños de proyectos sociales comunitarios bajo el enfoque del Marco Lógico*. 2da ed. Caracas, Venezuela. Recuperado en www.eumed.net/libros/2009/575
- Diario La Hora. (2017). 92% de los emprendedores no tienen acceso a créditos. En línea. Formato HTML. Recuperado de https://lahora.com.ec/losrios/noticia/1102103766/92_-de-los-emprendedores-no-tienen-acceso-a-credito
- El Comercio. (2018). 300 nuevos negocios nacieron en Manabí luego del terremoto. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios-manabi-terremoto-emprendimientos-ecuador.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. ElComercio.com

- Escudero, J. (2017). Cómo se elabora un modelo Canvas. Recuperado de <https://www.emprendedores.es/gestion/a27644/modelo-3/>
- Félix, A., Campos, S., Martí, J., y Mejía, M. (2017). Recuperación de destinos turísticos posterremoto: revisión caso Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 5. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055967006/html/index.html>
- Fuentes, A., Rivas, K., Arcentales., y Salazar, J. (2019). Modalidades y destinos turísticos del cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha. *Revista Científica UISRAEL*, 6(3), 85-100. Recuperado de <https://revista.uisrael.edu.ec/test/index.php/rcui/article/view/138>
- Fundación Suiza para la Cooperación Técnica. (2015). *Desarrollo Turístico para el crecimiento económico sostenible*. Recuperado de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/HEAD_OFFICE/Documents/Topics_Brochures/Folleto_Desarrollo_Turistico.pdf
- Franco, J. (2016). Investigación de mercados turísticos. Recuperado de https://issuu.com/alan574/docs/investigaci_n_de_mercados_2016_new
- GAD Jama (Gobierno Autónomo Descentralizado). (2014) Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Jama. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360020740001_PDyOT%20Jama%20integral_19-04-2015_14-44-50.pdf
- GAD Pedernales (Gobierno Autónomo Descentralizado). (2014). Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Pedernales. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/DIAGNOSTICO%20ESTRATEGICO%20PEDERNALES%202014_14-11-2014.pdf
- García, C. (2015). Nuevos emprendimientos turísticos en el ámbito de las comunidades indígenas latinoamericanas. *Turydes* (19). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/indigenas.html>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2014). Diagnostico turístico de Jama. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360020740001_PDyOT%20Jama%20integral_19-04-2015_14-44-50.pdf
- Gómez, M., y Botero, J. (2015). Startup y spinoff: una comparación desde las etapas para la creación de proyectos empresariales. *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(36), 5. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151352656007.pdf>
- Gutiérrez, A., Marceleño, S., Bojórquez, J., Soto, E., y Meza, E. (2014). *Análisis de los modelos de desarrollo turístico y sus impactos*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1361/#indice>

- Gutiérrez, J. (2016). *Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos*. Ed. Nobel S.A. p 4-5. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=WIPVDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Guananga, L. (2018). Situación y gestión del emprendimiento. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15558/3/Situaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20del%20emprendimiento.pdf>
- Hernández, M. (2018). Microeconomía y Desarrollo. Recuperado de http://www.elmerhernandez.com/uploads/1/1/6/6/116654263/unidad_ii.pdf
- INAMHI (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología). (2017). Anuario meteorológico. Recuperado de http://www.serviciometeorologico.gob.ec/docum_institucion/anuarios/meteorologicos/Am_2013.pdf
- Ibáñez, M., y Cabrera, M. (2016). Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional. Recuperado de http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf
- INEC (Instituto Nacional de Censo). (2010). Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1317_PEDERNALES_MANAABI.pdf
- INEC. (2010). Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/13jama.pdf
- Ivars, J., Solsona, J., Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. Recuperado de <https://doi.org/10.5565/rev/dag.285>
- Jiménez, L y Jiménez, W. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gargasson, C., y Pírela, A. (2014). Turismo y Desarrollo Sustentable: fortaleciendo la comunidad, la innovación y el poder local de negociación. *Revista. Espacios*, 35(1), 6. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a14v35n01/14350102.html>
- Lalangui, J., Espinoza, C., y Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad*. 9(1), 1. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100021

- Ley Orgánica de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana. (2016). Datos de la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana ciudad Manta. Recuperado de <http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/1-LEY-ORGANICA-DE-SOLIDARIDAD-Y-DE-CORRESPONSABILIDAD-CIUDADANA.pdf>.
- Linares, H., y Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 7. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- Manabí noticias (2018). Manabí entre las provincias más visitas por los turistas de la sierra. Recuperado de <https://manabinoticias.com/manabi-entre-las-provincias-mas-visitadas-por-los-turistas-de-la-sierra/>
- Moreno, A., Sariago, I., y Ávila, R. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Turydes: Revista de Turismo y Desarrollo local y sostenible*, 11(10). Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html>
- Ministerio de Ambiente (MAE). (2015). Biodiversidad en la Reserva Ecológica Mache Chindul. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-ecol%C3%B3gica-mache-chindul>
- Ministerio de Defensa Nacional. (2012). “Generación de geo información para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000”. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA4/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/MANABI/JAMA/MEMORIAS_TECNICAS/mt_jama_socioeconomico.pdf
- _____. (2013). “Generación de geo información para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000”. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA4/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/MANABI/PEDERNALES/IEE/MEMORIA_TECNICA/mt_pedernales_socioeconomico.pdf
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2014). Proyecto Ecuador potencia turística. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- _____. (2017). Perfil de Turismo Internacional 2017. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- _____. (2017). Producto turístico del Ecuador “Tierra de Chocolate”. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/producto-turistico-ecuador-tierra-del-chocolate-amplia-su-oferta/>

- _____. (2018). Guía del emprendedor turístico. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>
- _____. (2019). Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- _____. (2019). Movimientos internacionales. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- Nasimba, C., y Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39. Recuperado de https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf
- Neto, E., y Chayanee, N. (2017). *Emprendimientos turísticos: Desde una perspectiva demográfica en la provincia de Tungurahua*. (Tesis de pregrado). Universidad técnica de Ambato, Ambato.
- Nevárez, M. (2018). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post terremoto en la región costa norte de Manabí*. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Manabí “Manuel Félix López”, Calceta.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2017). Turismo internacional – 2017 presenta los mejores resultados semestrales de los últimos siete años. En Línea. Formato HTML. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-09-08/turismo-internacional-2017-presenta-los-mejores-resultados-semestrales-de-l>
- _____. (2019). Glosario de Términos de turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., y Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006
- Pasquotto, M., Monfort, M., y Oliveira, D. (2014). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios Turísticos. *Revista. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3-4. Recuperado de www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851.
- Pérez, M., Espinoza, C., y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista*.

Universalidad y Sociedad, 8(3), 2. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023

Poveda, G., Rendón, J., y Castro, D. (2018). Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión y desarrollo sostenible-sustentable. *Eumednet*, 4, 3. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html>

Proaño, W., Ramírez, J. (2017). Modelo de Desarrollo turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. Recuperado de [DialnetModeloDeDesarrolloTuristicoSostenibleParaCantonesC-6228717%20\(1\).pdf](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6228717%20(1).pdf)

Ramírez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Revista Le Bret*, (6), 2. Recuperado de <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/1457/1155>

Ramírez, M. (2014). ¿Cómo se clasifican las empresas según su actividad económica en Colombia?. Recuperado de <https://www.google.com.ec/amp/s/colombialegalcorp.com/como-clasifican-las-empresas-segun-actividad-economica-en-colombia/amp>

Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81-108. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570>

Rodríguez, M. (2013). Características de la oferta y la demanda turísticas. Recuperado de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>

Rodríguez y Perelló. (2013). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local para la etnia aborigen Warao en el estado Delta Amaruco, Venezuela. (Tesis de maestría en gestión turística). Venezuela

Sacón J., y Vera, G. (2018). Identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimiento del cantón Bolívar provincia de Manabí (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta.

Sánchez, D. (2017). La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.

- Secretaría Nacional de Riesgos. (2016). Situación general desde crisis sísmica 16 de abril. Formato HTML. Recuperado de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/05/INFORME-n71-SISMO-78-%2020302.pdf>
- Serrano, A., (2017). Indicadores turísticos: oferta y demanda en la ciudad patrimonial de Cuenca-Ecuador. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 3(1), 3. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/334651056_Indicadores_Turisticos_oferta_y_demanda_de_la_ciudad_patrimonial_de_Cuenca_-_Ecuador
- Socatelli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Editorial. Intermark, S.A. Costa Rica. p,1.
- Suárez, A., y Guzmán, J. (2018). Productividad en el sector turístico de las Pymes. Tesis (Pregrado). Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Guayas.
- Toro, M. (2011). Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>.
- Torres, M., y Velásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 18(35),57-76 Recuperado de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=88043199005>
- Toniut, H. (2013). *La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar del Plata*. Recuperado de nulan.mdp.edu.ar/1773/
- Varisco, M. (2016). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/108-sistema-turistico.pdf>
- Vélez, X., y Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Revista Ciencias Económicas y Empresariales*, 2(4), 6-7. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>
- Vera, L. (2017). Programa de promoción para fomentar el desarrollo turístico en el distrito Jama- Pedernales, Manabí- Ecuador. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta
- Villacrés, R. (2017). Situación del Emprendimiento y sus alcances en el Ecuador. *European Scientific Journal*, 13(13), 229-239. Recuperado de <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/9331>
- Visores de Turismo. (2019). El modelo EFQM como herramienta hacia la excelencia turística. Recuperado de <https://www.visionesdelturismo.es/modelo-efqm-excelencia-turistica/>

Wallingre, N. (2013). Análisis del desarrollo de un destino turístico emergente: el caso de la ciudad de Paso de la Patria, provincia de Corrientes, Argentina. *Revista Dialnet, Tiempo de Gestión*, (16), 6. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4751077.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.- Establecimientos turísticos del cantón Jama

Establecimientos turísticos del cantón Jama						
NOMBRE	PARROQUIA	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CAPACIDAD PLAZAS	CATEGORÍA
Colonial Casa Blanca	Jama, Cab. Cantonal	Av. 20 de marzo y Ciro Cobeña	Alojamiento	Hostal	65	Tercera
Sol de Oro Jama	Jama, Cab. Cantonal	Vía Jama-San Vicente a 300 mts del puente del Río Jama	Alojamiento	Hotel	48	2 estrellas
Río Market	Jama, Cab. Cantonal	Carretero Jama-Canoa	Alimentos y Bebidas	Cafetería	8	Cuarta
La esquina de Cheo	Jama, Cab. Cantonal	Malecón calle principal	Alimentos y Bebidas	Restaurante	32	Cuarta
Ciragan	Jama, Cab. Cantonal	Calle Bernardo Espinar	Alojamiento	Hostal	54	1 estrella
Punta Ballena	Jama, Cab. Cantonal	Calle principal al matal	Alojamiento y Bebidas	Restaurante	40	Cuarta
La posada del Chileno	Jama, Cab. Cantonal	A cien metros del puente	Alojamiento	Campamento turístico	10	Categoría única
Onamar	Jama, Cab. Cantonal	A cien metros del hosteria sanvara	Alojamiento	Hostería	24	3 estrellas
Camare	Jama, Cab. Cantonal	Antes de punta don juan	Alojamiento	Hostería	21	3 estrellas
Punta Prieta Guest House	Jama, Cab. Cantonal	A un Km de Cabañas Punta Blanca	Alojamiento	Hostería	31	3 estrellas
Punta Blanca	Jama, Cab. Cantonal	Km. 36 via Pedernales - Jama	Alojamiento	Hostería	14	Segunda
Samvara	Jama, Cab. Cantonal	Km 10 jama peddermales	Alojamiento	Lodge	50	3 estrellas
Toquilla Tours	Jama, Cab. Cantonal	Av. Jama n°1106 y Marco Cevallos	Transporte Turístico	Transporte terrestre	2 vehículos	Servicio de transporte terrestre turístico

Fuente: Elaboración propia, en base a datos facilitados por el MINTUR (Ministerio de Turismo) 2018.

Anexo 2.- Establecimientos turísticos del cantón Pedernales

Establecimientos turísticos del cantón Pedernales						
NOMBRE	PARROQUIA	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD T.	SUBACTIVIDAD T.	CAPACIDAD DE PLAZAS	CATEGORÍA
Parrillas Che Luis	Pedernales Cab cantonal	Av. Garcia moreno y efrain robles	Alimentos y bebidas	Restaurante	40	Tercera
Isla Bonita de Cojimies	Cojimies	A cien metros del hotel Cojimies	Alojamiento	Hotel	64	2 estrellas
Dr. Clavijo	Pedernales Cab cantonal	Via esmeraldas km. 18 san pedro de capera recinto chebe	Casinos, sala de juego	Centro de recreación	80	Tercera
Bocana	Pedernales Cab cantonal	Calle Garcia Moreno y calle G	Alojamiento	Hostal	33	2 estrellas
Market Pedernales	Pedernales Cab cantonal	Av principal junto al taller de mecanica ercotire	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	8	Tercera
Agua Marina	Pedernales Cab cantonal	Diagonal al estadio municipal Pedernales	Alojamiento	Hostal	57	2 estrellas
Smay	Pedernales Cab cantonal	A dos cuadras de estadio Maximino Puertas	Alojamiento	Hotel	31	2 estrellas
Arrecife del mar	Pedernales Cab cantonal	García Moreno y Plaza Acosta	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
Estuario	Cojimies	Malecón al lado del coliseo Fabio Cedeño	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Cuarta
Bryjamar	Pedernales Cab cantonal	A una cuadra del hostel la Ola	Alojamiento	Hostal	18	1 estrella
D'priss	Pedernales Cab cantonal	Gonzáles Zuaires y Juan Pereira	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Tercera
Mavier	Pedernales Cab cantonal	Frente a ITM	Alojamiento	Hostal	38	1 estrella
Cielo y Mar	Pedernales Cab cantonal	Juan Pereira y malecón 2da etapa	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Tercera
Vainilla y Chocolate	Pedernales Cab cantonal	Velasco Ibarra entre Eloy Alfaro	Alimentos y bebidas	Cafetería	16	Tercera
Brisas Solmilu	Pedernales Cab cantonal	Av. Eloy Alfaro y malecón esquina	Alimentos y	Restaurante	44	Tercera

			bebidas			
Sabor de la Casa	Pedernales Cab cantonal	Calle Manabí entre Juan Pereira	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Cuarta
Las Delicias	Pedernales Cab cantonal	Malecón Calle García Moreno	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Cuarta
D'Yeye	Pedernales Cab cantonal	Av. Plaza Acosta y Pedernales	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Tercera
Chifa Chang	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro entre Manabí	Alimentos y bebidas	Restaurante	32	Tercera
Paraíso del Atardecer	Cojimies	Ruperto Delgado frente al mar	Alojamiento	Hostal	24	Tercera
Playas	Pedernales Cab cantonal	Diagonal al estadio Pedernales	Alojamiento	Hostal	35	1 estrella
El Colorado 2	Pedernales Cab cantonal	García Moreno y Velasco Ibarra	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Cuarta
Métete	Cojimies	Calle principal Ruperto Delgado	Alojamiento	Hostal	30	Tercera
Vacaciona I Helenos	Cojimies	Junto a villa Lucita	Alojamiento	Hostal	36	3 estrellas
Viviana	Pedernales Cab cantonal	Velasco Ibarra y Juan Pereira	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Cuarta
Son Esmerald eño	Pedernales Cab cantonal	Av. Malecón y plaza Acosta	Alimentos y bebidas	Restaurante	52	Tercera
Zambrano	Pedernales Cab cantonal	Plaza Acosta y Manabí	Alimentos y bebidas	Restaurante	20	Tercera
Cuasa	Pedernales Cab cantonal	Km 34.5 vía Esmeralda	Alojamiento	Hostería	28	Tercera
M Y M	Pedernales Cab cantonal	Av. Maximiliano puerta y vía Cojimies	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Cuarta
Santorini	Cojimies	Diagonal a la escuela fiscal Cojimies	Alojamiento	Hostal	61	1 estrella
Mr. Robeth	Pedernales Cab cantonal	Ciudadela torres Molina	Alojamiento	Hostal	50	Segunda
Cojimiese	Pedernales Cab cantonal	Calle Eloy Alfaro y Velasco Ibarra	Alimentos y	Restaurante	60	Tercera

			bebidas			
Mirador Cónдор	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro y Efraín Robles	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
El Suavecito	Pedernales Cab cantonal	Av. Eloy Alfaro y Velasco Ibarra	Alimentos y bebidas	Cafetería	20	Tercera
Viña del Mar	Pedernales Cab cantonal	Malecón sector la chorrera	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
Jonica	Pedernales Cab cantonal	Vía a Cojimies km 1	Alimentos y bebidas	Cafetería	24	Tercera
Asado el Rocío	Pedernales Cab cantonal	Av. Eloy Alfaro y Velasco Ibarra	Alimentos y bebidas	Restaurante	32	Tercera
Los Frailes	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro y malecón	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
Ebenezer	Pedernales Cab cantonal	Diagonal al recinto feria a la Geronima	Alojamiento	Hostal	35	1 estrella
Del mar a la mesa	Pedernales Cab cantonal	Sitio la chorrera	Alimentos y bebidas	Restaurante	48	Tercera
La esquina del Floro	Cojimies	Av. Ruperto Delgado y Manuel	Alimentos y bebidas	Restaurante	52	Cuarta
El pelícano	Pedernales Cab cantonal	Malecón y García Moreno	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
D'Ángelo	Pedernales Cab cantonal	Plaza Acosta y malecón segunda transversal	Alimentos y bebidas	Restaurante	40	Tercera
Don Tobí's	Pedernales Cab cantonal	Av. Eloy Alfaro y 27 de noviembre	Alimentos y bebidas	Restaurante	40	Tercera
Don Tobí's	Pedernales Cab cantonal	Av. Eloy Alfaro y 27 de noviembre	Alimentos y bebidas	Restaurante	32	Tercera
El Maderón	Cojimies	Malecón frente al parque	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Cuarta

El sabrosón de Baldarache	Pedernales Cab cantonal	Malecón s/n García Moreno	Alimentos y bebidas	Restaurante	20	Cuarta
Galiana	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro y 27 de Noviembre	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Tercera
La Caracola	Cojimies	A 400 mts del hotel cocosolo	Alojamiento	Hotel	38	2 estrellas
Cevichería 2 Hermanos	Pedernales Cab cantonal	Calle López castillo y García Moreno	Alimentos y bebidas	Restaurante	44	Tercera
Bella Hermosa	Pedernales Cab cantonal	Malecón y plaza Acosta	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Cuarta
El Reque	Pedernales Cab cantonal	Gonzales Suares y plaza Aosta	Alimentos y bebidas	Restaurante	20	Cuarta
Normita	Pedernales Cab cantonal	Km 1.5 vía al Carmen	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Tercera
Normita 2	Pedernales Cab cantonal	Vía al Carmen frente a la gasolinera	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Cuarta
El cocolón	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro y Manabí	Alimentos y bebidas	Restaurante	16	Tercera
Tres "J"	Pedernales Cab cantonal	Av. Manabí y Eloy Alfaro	Alimentos y bebidas	Restaurante	36	Cuarta
Asadero súper regalón	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro y calle Velasco Ibarra	Alimentos y bebidas	Restaurante	32	Tercera
Brismar	Pedernales Cab cantonal	Calle b diagonal al hostel las gaviotas	Alimentos y bebidas	Cafetería	16	Cuarta
Latitud cero	Pedernales Cab cantonal	Jaime Roldos y Manabí	Intermediación	Sala de recepciones	72	Primera
Sol naciente	Cojimies	Calle colón barrio la paz	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Tercera
Cocosolo	Cojimies	A 2 km del sitio cañaveral	Alojamiento	Hostería	102	3 estrellas

El portón	Pedernales Cab cantonal	Velasco Ibarra y Juan Pereira	Alimen tos y bebida s	Restaurante	28	Tercera
Rancho Mateo	Pedernales Cab cantonal	Km 5.5 vía el Carmen	Alimen tos y bebida s	Restaurante	32	Tercera
Punta Azul	Pedernales Cab cantonal	Pedernales Vía Cojimies	Alojami ento	Hostería	68	Tercera
Rossy House	Pedernales Cab cantonal	Pedernales vía Cojimies	Alojami ento	Hotel	30	3 estrellas
Maritza	Pedernales Cab cantonal	Diagonal banecuator	Alimen tos y bebida s	Restaurante	24	Tercera
Food mark y bar café "K.R"	Pedernales Cab cantonal	Av. Plaza acosta y 27 de noviembre	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	20	Tercera
Olguita	Pedernales Cab cantonal	Av. 27 de noviembre y García Moreno	Alimen tos y bebida s	Restaurante	24	Cuarta
El almendro de Pedernale s	Pedernales Cab cantonal	García Moreno vía el Carmen	Alojami ento	Hostal	32	1 estrella
Beach Burger KSC	Pedernales Cab cantonal	Diagonal al estadio Maximino puertas	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	20	Tercera
Asadero Miguelón	Pedernales Cab cantonal	Malecón y Eloy Alfaro	Alimen tos y bebida s	Restaurante	40	Cuarta
Doña Martha	Pedernales Cab cantonal	Manabí y Eloy Alfaro y Juan Pereira	Alimen tos y bebida s	Restaurante	64	Cuarta
Piqueos bar Agus	Pedernales Cab cantonal	Av. García Moreno s/n y López Castilla	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	16	Tercera
Bramadis	Pedernales Cab cantonal	Plaza Acosta y López Castillo	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	24	Tercera
Floriana Cojimies	Cojimies	García Moreno y Velasco Ibarra	Alojami ento	Hotel	126	3 estrellas
Casa Pedernale s	Pedernales Cab cantonal	A 2 cuerdas del parque central	Alojami ento	Hostal	24	1 estrella
J y M	Pedernales Cab cantonal	A lado del hotel playas	Alimen tos y	Restaurante	24	Cuarta

			bebidas			
Parrilladas Guayacan real	Pedernales Cab cantonal	Av. García Moreno y Pedernales	Alimentos y bebidas	Restaurante	48	Tercera
Mata Palo	Cojimies	Calle san Francisco y Manuel María Olives	Alimentos y bebidas	Restaurante	28	Cuarta
La Jeronima	Pedernales Cab cantonal	Av. López Catillo	Intermediación	Sala de recepciones	200	Segunda
Villa Lucy	Cojimies	Junto al hotel Cabañas del amanecer	Alojamiento	Hostal	42	1 estrella
El costeñito 2	Pedernales Cab cantonal	García Moreno y Manabí	Alimentos y bebidas	Restaurante	32	Tercera
El rincón marino	Pedernales Cab cantonal	Malecón y Plaza Aosta	Alimentos y bebidas	Restaurante	56	Tercera
Cojimies	Cojimies	Barrio Miraflores	Alojamiento	Hostal	16	Tercera
Chachita	Pedernales Cab cantonal	Plaza Acosta y Malecón	Alimentos y bebidas	Restaurante	48	Cuarta
Playa Los Mangos	Cojimies	Callejón D2	Alojamiento	Hostal	104	1 estrella
Edilma's	Pedernales Cab cantonal	A 2 cuadras de la playa	Alojamiento	Hostal	26	1 estrella
Royal	Pedernales Cab cantonal	Frente al malecón	Alojamiento	Hotel	28	2 estrellas
El faro	Cojimies	Sobre la Y a pueblo nuevo	Alojamiento	Hostal	29	1 estrella
Toquilla hotel	Cojimies	Junto al hotel la playa Lodge	Alojamiento	Hostal	62	2 estrellas
Punto Blue	Cojimies	Tras de la policía comunitaria	Alojamiento	Hotel	27	2 estrellas
El Costeñito n° 1	Pedernales Cab cantonal	Calle Eloy Alfaro y Malecón	Alimentos y bebidas	Restaurante	40	Cuarta
El calamar	Pedernales Cab cantonal	Malecón y García Moreno	Alimentos y bebidas	Restaurante	24	Tercera
Luigi	Cojimies	Diagonal a la iglesia central	Alojamiento	Hostal	46	3 estrellas
El manaba	Pedernales Cab cantonal	García Moreno y Efrain Robles	Alojamiento	Hostal	40	Tercera
Samay	Cojimies	A 2 cuadras de la unidad de policía comunitaria	Alojamiento	Hotel	35	3 estrellas

El Glacier	Pedernales Cab cantonal	Calle 27 de diciembre y Eloy Alfaro	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	20	Tercera
Pizza Don Juan	Pedernales Cab cantonal	Juan Pereira s/n y Velasco Ibarra	Alimen tos y bebida s	Restaurante	32	Tercera
La playa	Cojimies	A cincuenta mts de hotel toquilla	Alojami ento	Hostal	42	2 estrellas
La finquita Cojimies	Cojimies	Al lado de la entrada a la penca	Alojami ento	Hostería	20	3 estrellas
Villa Violeta	Pedernales Cab cantonal	Sitio surrones vía Cojimies	Alojami ento	Hostería	35	Segunda
El costeñito 2	Pedernales Cab cantonal	Malecón y Plaza Acosta	Alimen tos y bebida s	Restaurante	48	Tercera
La choza	Pedernales Cab cantonal	Malecón y Eloy Alfaro	Alimen tos y bebida s	Restaurante	40	Tercera
Crucero	Cojimies	Rodriguez Lara	Alojami ento	Hotel	54	2 estrellas
El auténtico	Pedernales Cab cantonal	Eloy Alfaro	Alimen tos y bebida s	Restaurante	28	Tercera
Sol y mar	Pedernales Cab cantonal	Malecón y Plaza Acosta	Alimen tos y bebida s	Restaurante	40	Tercera
Nitro Bar	Pedernales Cab cantonal	Km 1 el Carmen y Pedernales	Alimen tos y bebida s	Fuente de soda	4	Tercera
La fritada de Papaya	Pedernales Cab cantonal	Calle López castillo y av. Eloy Alfaro	Alimen tos y bebida s	Restaurante	20	Cuarta
Playa cristal resort	Cojimies	Vía Cojimies km 17	Alojami ento	Hotel	52	Primera
La perla Suiza	Cojimies	A 300 mts de playa nuestra	Alojami ento	Hotel	40	2 estrellas
La Bocana de Quiximies	Cojimies	Av. Principal s/n	Alojami ento	Hotel	69	4 estrellas
El económico	Pedernales Cab cantonal	Plaza Acosta y Manabí	Aliment os y bebidas	Restaurante	48	Cuarta

Fuente: Elaboración propia, en base a datos facilitados por el MINTUR (Ministerio de Turismo) 2018.

Anexo 3. Matriz FODA ponderada de los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí (Jama-Pedernales)

Ponderación		Análisis externo																		
		Oportunidades								Amenazas										
5 = Fuerte impacto	4 = De mediano a fuerte	3 = Mediano impacto.	2 = Poco impacto.	1 = Mínimo impacto.	Existencia de recursos patrimoniales, naturales, históricos, culturales y gastronómicos en las comunidades								Inestabilidad en los precios del mercado turístico del territorio							
					Excelente ubicación geográfica de las ciudades para la operación hotelera								Migración post terremoto							
					Infraestructura adecuada de los servicios de apoyo para el desarrollo de emprendimientos								Nuevos competidores informales que generan competencia desleal							
					Incremento de la actividad turística y nuevas tipologías de clientes								Desastres naturales							
					Potencial mercado para el aprovechamiento de los servicios complementarios para la actividad turística								Descoordinación entre el sector público y privado para la correcta gestión del territorio							
					Mejoramiento la accesibilidad vial que conectan al territorio								Marcada estacionalidad de la demanda en los diferentes emprendimientos turísticos							
			O1	O2	O3	O4	O5	O6	ST	A1	A2	A3	A4	A5	A6	ST	T			
Análisis interno	Fortalezas																			
	Uso de TICs en los hoteles (software, app)	F1	5	1	1	2	2	1	12	1	1	1	1	2	1	7	19			
	Presencia de recursos turísticos cercanos a los emprendimientos	F2	2	5	5	3	4	1	20	1	1	2	3	3	1	11	31			
	Características espaciales acordes a las nuevas modalidades de turismo	F3	5	3	2	1	3	2	16	1	1	2	3	4	1	12	28			
	Importante concentración de ofertas en los emprendimientos de mayor categoría	F4	5	4	2	2	3	1	17	3	1	3	3	5	1	16	33			
	Servicios con nuevas y modernas instalaciones en los emprendimientos	F5	5	3	2	2	4	2	18	4	1	3	3	4	4	19	37			
	Plantilla administrativa preparada y profesional para la gestión	F6	3	2	1	1	2	1	10	1	1	2	2	3	2	11	21			
	Ponderación total		25	18	13	11	18	8	93	11	6	13	15	21	10	76	169			
	Debilidades																			
	Elevados costos de los servicios para el territorio	D1	2	1	1	3	1	1	9	1	2	3	1	2	2	11	20			
Inadecuada categorización de establecimientos turísticos	D2	1	2	1	2	1	1	8	3	1	4	1	2	4	15	23				

Falta de actividades conjuntas con asociaciones, instituciones, etc.	D3	1	1	1	1	3	3	10	3	2	4	1	2	5	17	27
Escasa profesionalización de los empleados operativos	D4	2	1	1	3	2	1	10	5	2	4	1	3	4	19	29
Insuficientes herramientas de gestión para manejar ciertas áreas	D5	3	1	1	2	2	1	10	2	2	2	1	3	4	14	24
Individualismo en las actuaciones de gestión por parte de emprendimientos	D6	2	1	1	3	2	1	10	3	2	3	1	2	5	16	26
Ponderación total		11	7	6	14	11	8	51	17	11	20	6	14	24	92	143
Total		36	25	19	25	29	16	144	28	17	33	21	35	34	168	

Elaboración propia.

Anexo 4: Matriz de evaluación de indicadores en los establecimientos.



Estimado turista solicito de la manera más respetuosa su cooperación para responder a la siguiente ficha con el objetivo de medir su grado de satisfacción en cuanto a los servicios percibidos por el establecimiento visitado. Para la obtención de información previa al desarrollo de la tesis de grado con título: "evaluación de los emprendimientos en la satisfacción de la demanda turística costa norte de Manabí post terremoto", precedida por Henry Ureta Villavicencio estudiante de la carrera de Ingeniería en Turismo de la Espam MFL, de antemano agradezco su colaboración en responder con sinceridad las siguientes interrogantes.

Instrucciones: Calificar de 1-5 el servicio percibido por parte del establecimiento

	Cuestiones de 1 a 5	Valoración
Personal	El personal está dispuesto a ayudarle las 24 horas	<input type="text"/>
	El personal se preocupa de resolver los problemas de los clientes	<input type="text"/>
	El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente	<input type="text"/>
	El personal es competente y profesional	<input type="text"/>
	Hay personal disponibles las 24 horas para proporcionar al cliente la información cuando la necesite	<input type="text"/>
	El personal es confiable	<input type="text"/>
	El personal tiene aspecto limpio y aseado	<input type="text"/>
	Instalaciones	Las diferentes dependencias e instalaciones resultad agradables
Las dependencias y el equipamiento del edificio están bien conservadas		<input type="text"/>
Las instalaciones son confortables y acogedoras		<input type="text"/>
Las instalaciones son seguras		<input type="text"/>
Las instalaciones están limpias		<input type="text"/>
Organización	Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	<input type="text"/>
	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente	<input type="text"/>
	Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que se pueda surgir	<input type="text"/>
	Los diferentes servicios funcionan con rapidez	<input type="text"/>
	Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos	<input type="text"/>

	<input type="text"/>
Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente	<input type="text"/>
Siente que el cliente es lo más importante	<input type="text"/>
Se presta el servicio según lo que se ha encontrado	<input type="text"/>

**Anexo 5: Resultados obtenido de manera global en los establecimientos
dimensión personal.**

	DISPONI BILIDAD	RESOL UCIÓN DE PROBL EMAS	ESFU ERZO	COMPET ENCIA Y PERSON ALIDAD	CONFIAB ILIDAD	INFORM ACIÓN	LIMPI EZA Y ASE O	TO TAL
El Hotel Bocana de Quiximies	4,63	4,69	4,75	4,75	4,69	4,63	4,69	4,69
Hostería La Finquita Cojimies	4,63	4,63	4,69	4,69	4,50	4,50	4,63	4,61
el hotel Samay	4,63	4,56	4,56	4,56	4,25	4,50	4,63	4,53
Hostería Punta Prieta Guest House	4,44	4,50	4,56	4,50	4,25	4,25	4,44	4,42
Hostería Camare	4,00	4,06	4,19	4,19	3,75	4,19	4,06	4,06
Hostería Onamar	4	4,1875	4	4	3,6875	4,0625	4	3,99
Hostería Cocosolo	3,88	4,13	4,00	3,94	3,63	4,00	3,94	0,393
Lodge Samvara	3,69	3,75	3,31	3,19	3,25	3,00	3,31	3,36
Hostal Vacaciones Helen	3,69	3,75	3,31	3,19	3,25	3,00	3,31	3,36
Hotel Rossu House	3,50	3,75	3,31	3,13	3,25	3,00	3,13	0,329
Hotel Floriana Cojimies	4,63	4,69	4,75	4,75	4,69	4,63	4,69	4,69
Hostal Luigi	3,31	3,44	3,13	3,06	3,44	3,19	3,19	3,25
Total	4,08	4,18	4,05	3,99	3,89	3,91	4,00	4,01

Anexo 6: Resultados obtenido de manera global en los establecimientos dimensión organización.

	DISPO SICIÓN N	DISC RESI ÓN	SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	SERVICIO S RAPIDOS	INFOR MACIÓN	EFIC ACI A	CONFOR TABILIDA D	VERA CIDA D	TO TA L
El Hotel Bocana de Quiximies	4,31	4,25	4,56	4,63	4,88	4,75	4,81	4,81	4,63
Hostería La Finquita Cojimies	4,19	4,13	4,56	4,56	4,81	4,88	4,88	4,75	4,59
el hotel Samay	4,19	4,13	4,56	4,69	4,88	4,88	4,69	4,56	4,57
Hostería Punta Prieta Guest House	4,19	4,13	4,57	4,69	4,5	4,81	4,67	4,57	4,52
Hostería Camare	4,19	4,25	4,56	4,69	4,38	4,69	4,44	4,44	4,45
Hostería Onamar	3,94	4,25	4,25	3,88	3,75	3,94	3,69	4,19	3,98
Hostería Cocosolo	3,94	4,25	4,13	3,88	3,63	3,94	3,69	4,19	3,95
Lodge Samvara	3,88	3,88	3,88	3,56	3,56	3,75	3,38	3,81	3,71
Hostal Vacaciones Helen	3,88	3,88	3,81	3,31	3,56	3,56	3,19	3,44	3,58
Hotel Rossu House	3,88	3,56	3,13	3,31	3,13	3,13	3,19	3,00	3,29
Hotel Floriana Cojimies	3,88	3,56	3,13	3,31	3,13	3,13	3,19	3,00	3,29
Hostal Luigi	3,81	3,25	3,13	3,13	2,94	2,94	3,06	3,00	3,16
	4,02	3,96	4,02	3,97	3,93	4,03	3,91	3,98	3,98

Anexo 7: Resultados obtenido de manera global en los establecimientos dimensión instalaciones.

	CONDICIONES	CONSERVACIÓN	CONFORTABILIDAD	SEGURIDAD	LIMPIEZA	TOTAL
El Hotel Bocana de Quiximies	4,63	4,69	4,75	4,81	4,81	4,74
Hostería La Finquita Cojimies	4,63	4,50	4,44	4,44	4,88	4,58
el hotel Samay	4,44	4,50	4,50	4,31	4,75	4,50
Hostería Punta Prieta Guest House	4,44	4,25	4,5	4,31	4,5	4,40
Hostería Camare	3,94	3,63	3,81	4,31	4,50	4,04
Hostería Onamar	3,75	3,63	3,81	4,25	4,50	3,99
Hostería Cocosolo	3,75	3,50	3,81	3,81	4,50	3,88
Lodge Samvara	3,44	3,50	3,56	3,75	4,00	3,65
Hostal Vacaciones Helen	3,44	3,50	3,56	3,44	3,56	3,50
Hotel Rossu House	3,13	3,19	3,38	3,44	3,56	3,34
Hotel Floriana Cojimies	3,06	3,06	3,19	3,25	3,56	3,23
Hostal Luigi	2,88	3,13	2,94	3,06	3,25	3,05
TOTAL	3,79	3,76	3,85	3,93	4,20	3,91