



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

CARRERA DE TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO DE TURISMO**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**CARTERA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AVENTURA QUE
PROMUEVA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA ZONA
CENTRO DE MANABÍ.**

AUTORES:

**AUCAPIÑA DELGADO JUAN ANDRÉS
CHEME CAGUA SHIRLEY VALERIA**

TUTOR:

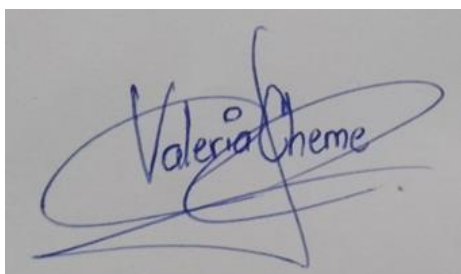
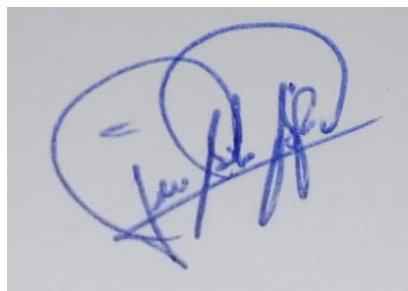
Mg. IVÁN ORLANDO MENDOZA MONTESDEOCA

CALCETA, SEPTIEMBRE DE 2023

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Nosotros, Cheme Cagua Shirley Valeria con cédula de identificación 1350789002 y Aucapiña Delgado Juan Andrés, con cédula de identidad 1314706035, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CARTERA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AVENTURA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ** es de nuestra 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.

A handwritten signature in blue ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read "Valeria Cheme".A handwritten signature in blue ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read "Juan Andrés Delgado".

CHEME CAGUA SHIRLEY VALERIA

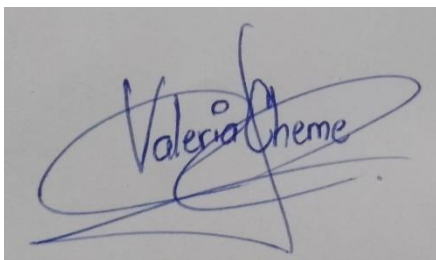
1350789002

AUCAPIÑA DELGADO JUAN ANDRÉS

1314706035

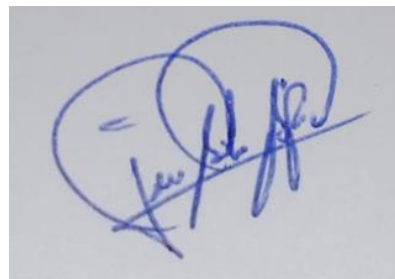
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Cheme Cagua Shirley Valeria con cédula de identidad 1350789002 y Aucapiña Delgado Juan Andrés con número de registro de identificación 1314706035 respectivamente, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **CARTERA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AVENTURA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

A handwritten signature in blue ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read "Valeria Cheme".

CHEME CAGUA SHIRLEY VALERIA

1350789002

A handwritten signature in blue ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read "Juan Andrés Delgado Aucapiña".

AUCAPIÑA DELGADO JUAN ANDRÉS

1314706035

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Mg., **Iván Orlando Mendoza Montesdeoca** certifico haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CARTERA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AVENTURA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ** que ha sido desarrollado por Cheme Cagua Shirley Valeria y Aucapiña Delgado Juan Andrés, previo a la obtención del título de Licenciados en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN DE CARRERA** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

Mg. IVAN ORLANDO MENDOZA MONTESDEOCA
C.C: 1310479140
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **CARTERA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE AVENTURA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado Cheme Cagua Shirley Valeria y Aucapiña Delgado Juan Andrés, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN DE CARRERAS** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

PhD. NELSON GARCÍA REINOSO
C.C: 1756366611
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dr. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA

C.C: 1310744865

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Mg. MARÍA VALERIA FERNÁNDEZ LOOR

C.C:1312301169

MIEMBRO DE TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López por la experiencia brindada a través del conocimiento y fortalecimiento de la investigación como valores sustantivos,

A Dios por darme vida y salud,

También de manera muy especial a nuestros padres que con su lucha y fortaleza ha sido un pilar importante en esta etapa.

Al Mg. Iván Orlando Mendoza Montesdeoca, cuya sabiduría, orientación y paciencia fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

Agradezco a los educadores que a lo largo de estos años han compartido sus conocimientos y experiencias.

Por último, mi gratitud se extiende a la Carrera de Turismo que con cuyas investigaciones previas forjaron el camino hacia el éxito de esta tesis.

CHEME CAGUA SHIRLEY VALERIA AUCAPIÑA DELGADO JUAN ANDRÉS

DEDICATORIA

A Dios por guiarme por el camino correcto.

A mi hijo por ser el motor fundamental para poder prepararme personal y profesionalmente.

A mi esposa por impulsarme cada día y brindarme su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera profesional.

AUCAPIÑA DELGADO JUAN ANDRÉS

Este logro también es de ella Dulce María Cheme Cagua gracias por no rendirte, que gran ejemplo me has dado, gracias por tus palabras de aliento, de amor y sobre todo por tu apoyo incondicional y económico. Gracias mami por todo. También expreso mi agradecimiento a aquellas personas que de alguna manera me han ayudado ya sea con sus sabios consejos para no decaer o económicamente ustedes también son parte de esta alegría.

A mi hijo de cuatro patas Esteban Melocotón gracias por tu compañía en aquellas noches de desvelos.

CHEME CAGUA SHIRLEY VALERIA

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA.....	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....	1
PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
JUSTIFICACIÓN	6
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	6
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	7
JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	7
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
IDEA A DEFENDER.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 DESARROLLO ECONÓMICO FRENTE AL DESARROLLO SOSTENIBL	9
2.2 PLANIFICACIÓN Y MODELOS DE GESTIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO EN ECUADOR	13
2.3. GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR PARA EL TURISMO ALTERNATIVO	16
2.4. DEMANDA Y TENDENCIAS PARA EXPERIENCIAS DE TURISMO ALTERNATIVO POST-COVID	19
2.5 CREACIÓN DE CARTERA DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIA INNOVADORA	22
2.6 TURISMO DE AVENTURA COMO FACTOR CLAVE PARA EL TURISMO ALTERNATIVO EN MANABÍ	26
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	30
UBICACIÓN	31
DURACIÓN	32

MÉTODOS Y TÉCNICAS	32
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
FASE I: DESARROLLAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SISTEMA TURÍSTICO Y SUS DIMENSIONES DENTRO DEL ÁREA DE ESTUDIO.	37
FASE II: REALIZAR UN ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA QUE PERMITA LA IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS Y TERRITORIOS PARA LA PUESTA EN VALOR DEL TURISMO DE AVENTURA.	38
FASE III: ANALIZAR LOS PERFILES, FACTORES Y VARIABLES SOBRE LAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA EL CONSUMO DE EXPERIENCIAS DE TURISMO DE AVENTURA.	39
FASE IV: IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y FACTORES CLAVES PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS AL TURISMO DE AVENTURA	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
FASE I. DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SISTEMA TURÍSTICO Y SUS DIMENSIONES DENTRO DEL ÁREA DE ESTUDIO	44
RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PRIMARIA DEL ÁREA DE ESTUDIO	59
LÍNEA BASE DEL SISTEMA TURÍSTICO	63
ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO	71
FASE II. REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA QUE PERMITA LA IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS Y TERRITORIOS PARA LA PUESTA EN VALOR DEL TURISMO DE AVENTURA	76
LEVANTAR INFORMACIÓN SECUNDARIA SOBRE LOS ASPECTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPACIOS IDENTIFICADOS	76
DETERMINAR LAS CONDICIONES CLAVES PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS IDENTIFICADOS	94
DEMOSTRAR LOS NIVELES DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS Y TERRITORIOS EVALUADOS	95
FASE III: ANALIZAR LOS PERFILES, FACTORES Y VARIABLES SOBRE LAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA EL CONSUMO DE EXPERIENCIAS DE TURISMO DE AVENTURA	103
DETERMINAR UNA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA EL DESARROLLO DEL ESTUDIO	103

ESTRUCTURAR Y APLICAR UN CUESTIONARIO QUE PERMITA CONOCER EL PERFIL Y EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	129
PRESENTAR LOS PERFILES DE CONSUMO Y COMPORTAMIENTO TURÍSTICO DE LA DEMANDA IDENTIFICADA	129
FASE IV: IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y FACTORES CLAVES PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS AL TURISMO DE AVENTURA	133
DEFINIR LOS COMPONENTES CLAVES PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS DE TURISMO DE AVENTURA DEL ÁREA DE ESTUDIO	133
ESTRUCTURAR LA CARTERA DE PRODUCTOS DE TURISMO DE AVENTURA	137
DESARROLLAR UNA MARCA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN	144
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	137
REFERENCIAS	139
ANEXOS.....	144

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Metodologías para la elaboración de la cartera de productos de la zona centro de Manabí.	39
Tabla 2 Proceso Metodológico	42
Tabla 3 Datos generales de la zona centro norte de Manabí	53
Tabla 4 Datos generales del cantón Manta	54
Tabla 5 Dimensión Ambiental	55
Tabla 6 Dimensión Socioeconómica	57
Tabla 7 Datos generales del cantón Portoviejo.	58
Tabla 8 Dimensión Ambiental	59
Tabla 9 Dimensión Socioeconómica	61
Tabla 10 Datos generales del cantón Santa Ana	62
Tabla 11 Dimensión Ambiental	63
Tabla 12 Dimensión Socioeconómica	65
Tabla 13 Datos generales del cantón Montecristi.	66
Tabla 14 Dimensión Ambiental	68
Tabla 15 Dimensión Socioeconómica	69
Tabla 16 Datos generales del cantón Rocafuerte	70
Tabla 17 Dimensión Ambiental	
Tabla 18 Dimensión Socioeconómica	75
Tabla 19 Establecimientos de Alojamiento	77
Tabla 20 Establecimientos de Alimentos y bebidas	78
Tabla 21 Establecimientos de recreación	79
Tabla 22 Establecimientos de agencias de viajes	80
Tabla 23 Recursos turísticos naturales y culturales	82
Tabla 24 Factores internos y externos (FODA)	83
Tabla 25 Condesado de la matriz FODA	85
Tabla 26 Cuadrante de la matriz FODA.	86
Tabla 27 Información secundaria de los atractivos turísticos	99
Tabla 28 Condiciones claves de la zona centro de Manabí	100
Tabla 29 Atractivos turísticos de la costa centro de Manabí	101

Tabla 30 Matriz de Potencialidad turística de la zona centro de Manabí	103
Tabla 31 Densidad poblacional de la zona centro de Manabí	107
Tabla 32 Nacionalidad	109
Tabla 33 Provincia de procedencia	109
Tabla 34 Estado civil	111
Tabla 35 Edad	111
Tabla 36 Sexo	112
Tabla 37 Ocupación	112
Tabla 38 Forma de organización de viaje	113
Tabla 39 Grupo de viajes	113
Tabla 40 Modo de movilización	114
Tabla 41 Cantidad de gasto por día	114
Tabla 42 Motivos de visita	115
Tabla 43 Tiempo de estadía	115
Tabla 44 Motivos de desplazamiento	116
Tabla 45 Medios de información del destino	116
Tabla 46 Modalidad de turismo	117
Tabla 47 Turismo de aventura en Manabí	117
Tabla 48 Actividades de aventura potenciales	117
Tabla 49 Requisitos necesarios para la práctica de los deportes extremos	118
Tabla 50 Perfil turista 1.	121
Tabla 51 Perfil turista 2.	122
Tabla 52 Perfil turista 3.	123
Tabla 53 Componentes claves para el diseño de productos turísticos	126
Tabla 54 Atractivos y actividades de aventura	131
Tabla 55 Matriz Boston	134
Tabla 56 Matriz Ansoff	135

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Hilo conductor	17
Figura 2 Modelo de economía circular	20
Figura 3 Comportamiento del turista	29
Figura 4 Productos innovadores	33
Figura 5 Ubicación	38
Figura 6 Mapa de la zona centro de Manabí	52
Figura 7 Mapa del cantón Manta	53
Figura 8 Mapa del cantón Portoviejo	57
Figura 9 Mapa del cantón Portoviejo	62
Figura 10 Mapa del cantón Montecristi	66
Figura 11 Mapa del cantón Rocafuerte	69
Figura 12 Cantón de procedencia	111
Figura 13 Relación precio y calidad	120
Figura 14 Valorización de la oferta	121
Figura 15 Componentes del producto turístico	126
Figura 16 División cartera de productos de aventura	134
Figura 17 Logotipo	136

RESUMEN

La investigación tuvo por objeto el diseño de una cartera de productos turísticos de aventura que permita el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí; fue desarrollada bajo un enfoque mixto, es de nivel exploratorio no experimental, de tipo bibliográfica documental y de campo; integrada por cuatro fases, iniciando por un diagnóstico a través de una ficha de caracterización, se aplicó un FODA, logrando destacar que, la mayor fortaleza con la que cuenta la zona es la diversidad de recursos turísticos que permiten desarrollar actividades que estén relacionadas al turismo alternativo. En la segunda fase se evaluaron 20 atractivos turísticos para el turismo de aventura, destacando 7 en Manta, 2 en Portoviejo, 9 en Santa Ana y 2 en Montecristi, Rocafuerte carece de infraestructura para desarrollar turismo de aventura por la temporalidad de sus atractivos y recursos. En la tercera fase se analizó los perfiles, los factores y las motivaciones de la demanda turística en donde se aplicó una encuesta, determinando que, el público objetivo principal son turistas nacionales de las diferentes ciudades de Pedernales, Santo Domingo y Pichincha. Finalmente se diseñó una cartera de productos enfocada en el turismo de aventura en sol y playa, y el turismo de montañas. Se creó la marca SMMP (Santa Ana – Montecristi – Manta y Portoviejo), para ofrecer experiencias emocionantes y memorables en Santa Ana, Montecristi, Manta y Portoviejo, promoviendo el desarrollo sostenible y la calidad en los servicios turísticos.

PALABRAS CLAVE

Marketing digital, planificación turística, turismo de aventura, cartera de productos, diagnóstico turístico.

ABSTRACT

The purpose of the research was to design a portfolio of adventure tourism products that would allow sustainable development in the central zone of Manabí; it was developed under a mixed approach, at a non-experimental exploratory level, with bibliographic, documentary and field work; integrated by four phases, starting with a diagnosis through a characterization sheet, a SWOT was applied, highlighting that the greatest strength of the zone is the diversity of tourism resources that allow the development of activities related to alternative tourism. In the second phase, 20 tourist attractions for adventure tourism were evaluated, highlighting 7 in Manta, 2 in Portoviejo, 9 in Santa Ana and 2 in Montecristi, Rocafuerte lacks the infrastructure to develop adventure tourism due to the seasonality of its attractions and resources. In the third phase, the profiles, factors and motivations of the tourism demand were analyzed and a survey was applied, determining that the main target public are national tourists from the different cities as Pedernales, Santo Domingo and Pichincha. Finally, a product portfolio was designed focused on adventure tourism in sun and beach, and mountain tourism. The SMMP brand (Santa Ana - Montecristi - Manta and Portoviejo) was created to offer exciting and memorable experiences in Santa Ana, Montecristi, Manta and Portoviejo, promoting sustainable development and quality of life.

KEY WORDS

Digital Marketing, Tourism Planning, Adventure Tourism, Product portfolio, Tourism Diagnosis.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de los Estados Americanos (OEA) (OEA y OMT, 2018) consideran que el turismo es un motor económico que promueve buenas prácticas que contribuyen al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, que incluye la disminución de la pobreza, el desarrollo comunitario y la protección del medio ambiente.

Además, la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2016) señala que "el turismo absolutamente tiene en consideración las repercusiones actuales y futuras, tanto económicas, sociales y medioambientales estas sirven para lograr satisfacer los diferentes gustos de los visitantes, las exigencias de las industrias comerciales, el entorno y de las comunidades anfitrionas". En las últimas seis décadas se ha ido transformando con una perenne expansión y diversificación lo que se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

Según las cifras de (UNWTO, 2018) los diferentes arribos de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones que se realizaban en el año 1950 a la cifra de 1.235 millones en el año 2016. De la misma forma, los ingresos económicos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de USD 2.000 millones en el año 1950 a aumentar a 1.220.000 millones en el 2016.

El turismo de aventura según Morillo (2021) se ha convertido en uno de los segmentos de mercado más cotizados y de rápido crecimiento, especialmente porque tiene una amplia variedad y disponibilidad de los productos turístico de aventura, este mercado tiene adecuado una amplia gama de intereses y habilidades que pareciera no tener límites. El Ministerio de Turismo (MINTUR, 2014) menciona que el turismo de aventura en el Ecuador genera un rubro aproximado de 263 mil

millones de USD, y se estima que un turista promedio gasta alrededor de 3,100 USD aproximado, sin considerar los boletos de avión para pernoctar 8.8 días.

Por lo tanto, es un sector clave para todos los países, ya que de esta manera trae consigo un progreso socioeconómico, a través de diferentes maneras como la creación de sitios de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras. En el caso de Ecuador, en el año 2020 recibió 1.617.914 visitas de turistas que generó un ingreso para el país de USD 1.204,5 millones según manifestó el (MINTUR, 2021). En este sentido, según las cifras del Geo portal de visitas internas turísticas (GEOVIT, 2018) mencionan que los ingresos provenientes del turismo para Ecuador son significativos en su crecimiento económico, llegando a ser uno de los rubros importantes en la economía del país sin embargo, para el año 2018 el Ministerio de Turismo indicó que hubo un incremento del 11% respecto al año 2017, contribuyendo con USD 1,9 billones a la economía del país, equivalente al 10% del Producto Interno Bruto (PIB) logrando ser el tercer sector económico no petrolero del país que aporta a la economía ecuatoriana, sin embargo, en los últimos tres años el número de entradas de turistas ha decaído radicalmente debido a una pandemia global que afectó al turismo a nivel mundial .

Además, el turismo de aventura se ha categorizado como una tendencia de creciente aceptación por aquellos turistas que buscan actividades deportivas; este brinda la oportunidad de adaptar nuevas rutinas deportivas dentro del estilo de vida de un turista; este tipo de turismo beneficia la salud mental y física de las personas, ya que cuando disfrutan de los atractivos de un destino determinado crean momentos que se transforman en experiencias inolvidables, según lo revela Montilla et al. (2019).

Entonces la creación de productos turísticos de aventura permite dar paso a actividades deportivas que vinculan áreas naturales para que el cliente pueda disfrutar de momentos agradables y extremos en conjunto a sus familiares o amigos, promoviendo así el desarrollo del ecoturismo, pero de una forma responsable y

sostenible para el medioambiente y sus alrededores así lo expresa Carvache et al. (2018).

En la actualidad, las tendencias mundiales se encuentran enfocadas en el turismo de naturaleza; por tanto, el desarrollo de esta actividad debe darse de manera planificada y con responsabilidad sostenible, permitiendo así la conservación de los recursos turísticos, el empoderamiento de la cultura rural y el aprovechamiento geográfico del territorio para de este modo desarrollar productos turísticos innovadores que den paso a la mejora continua de los destinos mencionan Cornejo & Macías (2019). El desarrollo de este tipo de modalidades turísticas que involucran el contacto directo con la naturaleza trae consigo interacción entre sectores y comunidades que desean apostar por el desarrollo del turismo sostenible, es así como, poco a poco se está promoviendo actividades que además de crear experiencias al turista ayuden a preservar el patrimonio natural de los pueblos.

Sin embargo, en el Ecuador no existe una adecuada catalogación apropiada que permita distinguir y apreciar las correctas particularidades específicas de un producto y atractivo turístico (MINTUR, 2013). De esta forma, se permite evidenciar la mala estructuración y diversificación de todos los productos turísticos, así como de la estacionalidad, problemas irresueltos para el turismo en el país Forteza et al., (2017). Además, “existe una deficiencia en normas, certificación y fiscalización de oferta generando una escasa diferenciación del país e informalidad en los servicios turísticos” Arias et al. (2020).

En el sector turístico señala Ponce (2023) que existen un sinnúmero de problemas presentes; uno de ellos es la escasa recepción de turistas (locales, nacionales y extranjeros) en algunos lugares que tienen el potencial turístico, sin embargo, no saben utilizarlo apropiadamente para poder generar el interés de los turistas. A la vez, la falta de aprovechamiento del potencial del patrimonio natural en algunos lugares para el uso recreativo y turístico hace de esta una grave problemática que se debe mejorar en conjunto las autoridades y los prestadores de este servicio.

También, Pejovich (1960) menciona que existe una problemática menor, pero es de gran importancia debido a la corta estadía de los turistas ocasionan que las actividades económicas turísticas no logren ser mejoradas, así como lo tenían previsto cada empresa hotelera. Lo que hace que en algunos casos no se pueden anticipar ante los problemas y se deben solucionarlos de manera eficaz y rápida, para así obtener un destino turístico seguro y que conquiste el interés de más visitantes. Sin embargo, para Mera y Sánchez (2022) algunos de estos problemas pueden generar una mala imagen que logra producir la falta de visitantes al sector turístico. Figuerola (2019) recalca que “estas falencias también dependen de cada nivel de concentración que tiene la oferta en sus diferentes servicios turísticos ofrecidos y esto va de la mano en relación con su ubicación territorial”, pues depende mucho del lugar que se encuentren situados las áreas que son marginadas y no cuentan con las debidas normas de seguridades.

En Ecuador, en los últimos años se han realizado diferentes campañas que tuvieron como único objetivo resaltar y preservar la riqueza natural existente, en este sentido, el turismo de aventura atrae al turista que gusta de estar en contacto con la naturaleza, sin embargo, a través de los diferentes deportes extremos se busca conseguir el interés tanto de turistas extranjeros como nacionales. Este país cuenta con un amplio listado de deportes de aventura que están aprobados e involucrados en un reglamento de operación turística de aventura como: paseos en globo, parapente, paracaidismo, buceo, snorkel, rafting, kayak, pesca recreativa, entre otro menciona Prado (2020).

La zona centro de la provincia de Manabí se encuentra integrada por cinco cantones: Manta, Montecristi, Portoviejo, Rocafuerte y Santa Ana, estos cantones se caracterizan por poseer recursos turísticos de gran valor natural, a la vez de tener hermosos escenarios ideales para el desarrollo de diversos productos turísticos de aventura.

En la zona de Manta se desarrollan diferentes deportes acuáticos como sky, body board, surf, buceo, entre otros logran captar el interés de turistas la adrenalina, sin

embargo, para Sabando et al., (2020) cuenta con algunas inseguras que se consideran inadecuados para el desarrollo turístico de la zona entre ellos está el nivel de contaminación tanto en el agua en el aire, sobre todo en varios ecosistemas que por su fragilidad podrían estar en riesgo como el “Bosque de Pacoche” (BP) el cual cuenta con todas las condiciones para poder realizar ecoturismo responsable; en la zona de Portoviejo específicamente en la playa Crucita se realiza vuelos de parapente, a la vez cuenta con el Cerro Jaboncillo en donde su gestión es acorde a la calidad para desarrollar diferentes actividades turísticas; seguidamente en las áreas de Montecristi, Rocafuerte y Santa Ana se logra desarrollar ciclismo de montaña, cayo arena, excursiones en Four Wheel, descenso de cascadas, entre otros pero cuentan con limitaciones para la gestión de las actividades turísticas según Montilla et al.(2020).

Sin embargo, en la zona centro de Manabí existen diversas problemáticas que causan la limitación del desarrollo turístico, de hecho, una de las más importantes es la débil coordinación entre los GADs, el Ministerio de Turismo, el Consejo Provincial y sector privado, debido a que la falta de comunicación entre estas instituciones no permite estructurar una oferta sólida y adecuada para facilitar el aprovechamiento de los diferentes recursos naturales existentes; adicionalmente el potencial con que cuenta la zona para el desarrollo del turismo de aventura no es aprovechado en su totalidad, esto trae consigo la pérdida de clientes potenciales interesados y sin menor duda, la disminución de la demanda para la zona de estudio indica Arroyo (2018).

Además, el poco desarrollo de productos turísticos de aventura en la zona rural de Santa Ana, Rocafuerte y Montecristi disminuye notablemente las oportunidades frente a la competencia, así el destino no podrá mostrar al turista los escenarios propicios para el desarrollo del turismo, sin dejar de lado que, la deficiente promoción de productos turísticos sostenibles en el sector de Manta y Portoviejo ha hecho que los productos de aventura sean poco conocidos en esta zona de Manabí Briones & Morales, (2021). Por otro lado, según manifiesta Cedeño et al., (2020) la deficiente infraestructura y accesibilidad hacia los recursos de interés donde ya se

da un poco actividades de aventura es un problema, puesto que la demanda se siente desmotivada al momento de localizar, ingresar o permanecer dentro de los recursos turísticos, esto es debido a la falta de señalética en esos lugares y la dificultad para llegar a las zonas más alejadas.

Ante esta problemática expuesta se presenta la siguiente interrogante:

¿De qué manera la creación de una cartera de productos de turismo de aventura podría promover el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí?

1.2 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El riguroso análisis de los artículos examinados ha permitido plantear una propuesta cuya literatura se enfoca al diseño de una cartera de productos de aventura con la finalidad de que sea base para promover el desarrollo sostenible en la zona centro de la provincia de Manabí; tomando a Salas y Villacis (2018) quienes consideran que el desarrollo sostenible es la base para poder llevar a cabo la actividad turística de forma organizada y conocimiento conceptuales sobre los estándares del cuidado del medio ambiente; la presente investigación brindará el argumento científico confiable que pueda establecer aportes de nivel documental, bibliográfico y referencial para otros estudios que se realicen en la zona centro de Manabí y sobre todo a aquellos proyectos que vinculen actividades de aventura a través del desarrollo sostenible.

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Este estudio se justifica metodológicamente por los aportes de investigación centrados en actividades que contribuyan a establecer un procedimiento adecuado para el apoyo del diseño de una cartera de productos turísticos de aventura, todo esto tiene la finalidad de que permita promover el desarrollo turístico sostenible de

la zona centro de Manabí, como base se tomó diferentes propuestas metodológicas entre ellas las de Arce et al (2020), Díaz & Huamán (2017), Félix. Et., al (2021), García (2017). De modo que sirvieron como modelo para el uso adecuado de los métodos, técnicas y herramientas para obtener la valoración de la gestión turística utilizando una matriz DAFO para identificar estrategias que sirvan para potenciar los recursos naturales y culturales del área de estudio por último desarrollaron un estudio de mercado para conocer la oferta.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El propósito de diseñar una cartera de productos enfocada en actividades turísticas de aventura que sirva como base para promover el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí, dicho instrumento servirá de aporte para que los agentes turísticos puedan dar a conocer este tipo de actividades, respetando el medio ambiente, tomando en consideración a la población local y promoviendo el fortalecimiento económico en las áreas de estudio, además de favorecer a los GAD municipales y provincial debido a que facilitará la organización de los diferentes atractivos turísticos.

1.3 OBJETIVOS

Diseñar una cartera de productos turísticos de aventura que promueva el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un diagnóstico situacional del sistema turístico y sus dimensiones dentro del área de estudio.
- Realizar un estudio de potencialidad turística que permita la identificación de espacios y territorios para la puesta en valor del turismo de aventura.

- Analizar las variables motivaciones y los perfiles de la demanda turística en función del consumo en turismo de aventura.
- Identificar los conceptos y factores claves para la elaboración de productos y servicios relacionados al turismo de aventura.

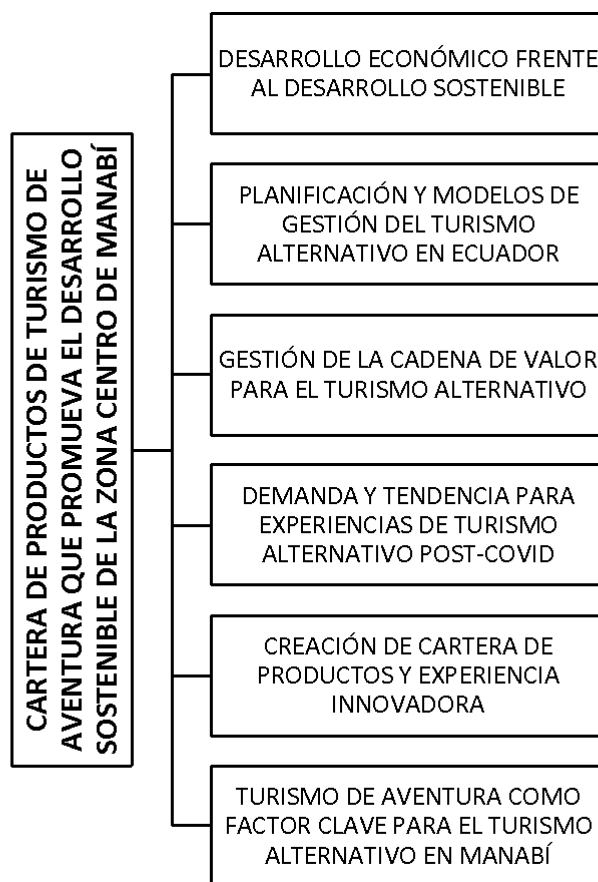
1.4 IDEA A DEFENDER

Si se diseña una cartera de productos turísticos de aventura, se promovería el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El siguiente apartado muestra una descripción de los temas investigados a través de diferentes fuentes bibliográficas que integran el marco teórico, las cuales sirvieron de guía para demostrar los lineamientos a seguir de acuerdo con el problema planteado que a continuación se detalla en el siguiente hilo conductor (ver Figura 1).

Figura 1. Hilo Conductor



Fuente: Elaboración propia

2.1 DESARROLLO ECONÓMICO FRENTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE

Según Ruiz (2019) los activos naturales son la base de la riqueza de los países de América Latina y el Caribe, puesto que generan servicios eco sistémicos con múltiples beneficios ambientales, económicos y sociales. El crecimiento económico

en Ecuador ha sido positivo en la actualidad, si bien, en el segundo trimestre de 2021 se registró un crecimiento interanual del 8.4%. El progreso es sustancial considerando que en el segundo trimestre de 2020 el PIB se desplomó en -12.8%, este es el período más crítico para la economía del Ecuador debido a la pandemia.

Desde nivel de industrias las principales actividades que presentaron mayor crecimiento fueron en un 23,9% la refinación de petróleo, seguido del alojamiento y servicio de alimentos y bebidas que tuvo un aumento del 17,4% debido al incremento del turismo y reactivación del consumo interno. También presentó un crecimiento representativo la acuicultura y pesca de camarón del 16,2% por el aumento de exportaciones. Finalmente, el comercio creció en un 11% debido a las importaciones de bienes y servicios (Banco Central del Ecuador, 2022).

Por otra parte, EKOS (2018) menciona que en el país cuenta con un modelo de desarrollo extractivo, es decir, con poca diversificación de la producción y abuso de los recursos naturales. De hecho, posee la más alta tasa de deforestación de América Latina con una pérdida de 1,8% de bosques cada año. Así también emite un aproximado de 44.900 kilos de toneladas de CO² por año, si bien, la pobreza llegó en el 2017 al 21,5% y la pobreza extrema a 7,9%.

Ante tal situación, la Organización de las Naciones Unidas propone 17 objetivos para alcanzar el desarrollo sostenible con la intención de minimizar la pobreza, la desigualdad, el crecimiento económico y la protección del medio ambiente. Sin embargo, los períodos de prolongación económica fueron temporales y fuertemente dependientes del mercado de productos básicos. A menos que cambie la base del modelo productivo ecuatoriano, será muy difícil lograr los objetivos de desarrollo.

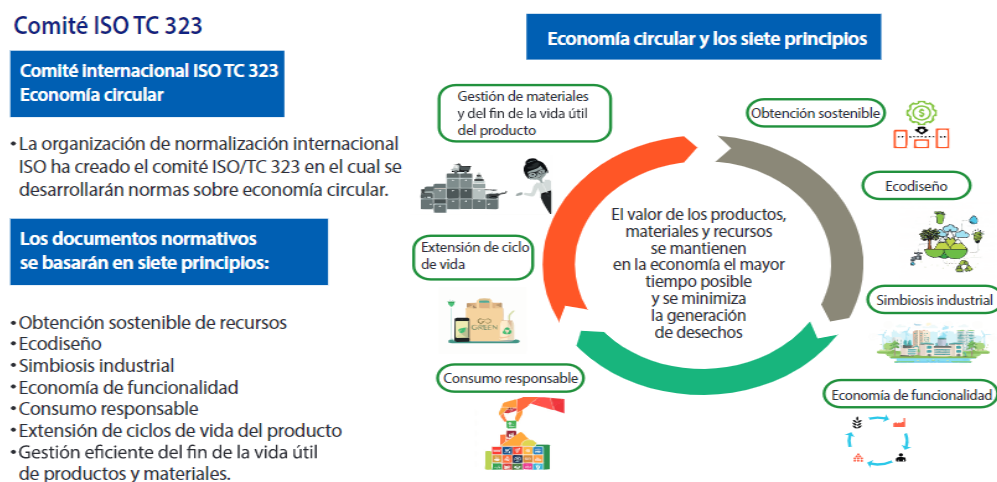
Como señala Almeida & Díaz (2020) el desarrollo sostenible surge como respuesta ante el modelo lineal siendo la más adaptada y menos criticada, puesto que, permite el crecimiento económico de una forma más armónica con la naturaleza, respetando las necesidades de las futuras generaciones. Es importante que el gobierno,

productores y consumidores adopten este nuevo paradigma como una forma de generar productos desde el origen, en otras palabras, desde su diseño hasta su logística inversa.

Si bien, el desarrollo sostenible se trata de integrar los objetivos de alta calidad de vida, salud y prosperidad con la justicia social y mantener la función de la tierra para sustentar la vida en toda su diversidad, estos objetivos sociales, económicos y ambientales son interdependientes y mutuamente reforzando La sostenibilidad puede verse como una forma de manifestar las expectativas más amplias de la sociedad en su conjunto (INEN, 2021).

De acuerdo con la ONU (2021) analiza la economía circular como aporte estratégico al desarrollo sostenible, su implantación y consecuencias, así como el camino recorrido para conseguirla. En definitiva, la economía circular busca restaurar el capital financiero, manufacturero, humano, social y natural, con el fin de garantizar mejoras en los bienes y servicios.

Figura 2 Modelo de economía circular



Fuente: Elaboración propia

Esta figura muestra, el trabajo de ISO / TC 323 la cual busca contribuir directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, como el

trabajo decente y crecimiento económico, consumo y producción responsable, acción climática y la vida en la tierra (Naden, 2019). Salas & Villacis (2018) exponen que el desarrollo sostenible aplicado al área turística busca satisfacer las necesidades actuales de los turistas, de la industria turística y las poblaciones locales, sin afectar la capacidad de satisfacer las necesidades futuras de las generaciones que vendrán; de manera que, si no se la desarrolla de una manera integral en todos sus aspectos, no puede existir la sostenibilidad.

Desde este punto de vista, resulta más viable involucrar a los habitantes del territorio, pues son quienes a través del tiempo han deteriorado los recursos naturales, por ello, tratando de repercutir el daño, actualmente se trabaja para proteger el y cuidar el entorno, esto ayuda a convertirlos en protagonistas reales de su propio desarrollo; además, también hay que tener en cuenta que se garantiza al gobierno local el conocimiento de las necesidades e intereses de la población, lo cual permite manifestar información definitiva para plantear acciones que requieran la colaboración de todos los involucrados y así dar solución a los problemas de interés común.

El funcionamiento y el desarrollo sostenible implican tener en cuenta tres aspectos críticos: económico, social y medioambiental. El territorio puede presentarse como un sistema abierto, convencionalmente dividido en tres bloques de interacción:

- Los recursos naturales
- Sector económico (sistemas de producción y de infraestructura);
- Sociedad.

Estos componentes conforman una especie de vínculo tecnológico diseñado para responder a una alta calidad de vida en el campo. La mayor parte de los investigadores en el campo industrial y la economía regional y territorial indican a estos tres parámetros como la base para el esquema de manipulación de la economía de un territorio (Kryshtanovych et al., 2020). Un claro aporte al desarrollo sostenible del Ecuador y de sus Localidades es el "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida" que es el principal instrumento del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), que tiene como objetivos es poder apoyar a el cumplimiento creciente de:

- a) Los derechos constitucionales
- b) Los objetivos que abarcan el régimen de desarrollo y sus disposiciones del mediante la implementación de políticas públicas.
- c) Los programas, planes y mediaciones que de allí se desglosan.

Se fundamentan grandes pilares muy importantes que son la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial objetivo. Se cimienta en los provechos de los últimos años y además se muestra la presencia de nuevos retos por alcanzar, en torno a tres fundamentos esenciales:

- Derechos inalienables para todos los individuos.
- Economía a beneficio de la sociedad.
- Más sociedad, mejor Estado

Este enfoque se estructura, asimismo, en los acuerdos internacionales de desarrollo integral, como la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible. Como especifica la Constitución de la República del Ecuador, en sus artículos 293 y 294, el Plan Nacional de Desarrollo es la pauta para políticas, programas y proyectos públicos; la programación, formulación y ejecución del presupuesto de Estado.

2.2 PLANIFICACIÓN Y MODELOS DE GESTIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO EN ECUADOR

Según Mendoza & Lucas (2020) la planificación turística se definió en términos generales como un proceso racional y ordenado encaminado a incrementar el desarrollo turístico, que al mismo tiempo ayuda a prevenir inconvenientes de gestión, permitiendo la implementación de una herramienta efectiva de desarrollo socioeconómico y social en las sociedades rurales.

Es, así pues, que una estrategia ayuda a concebir las tácticas a utilizar en la sociedad, cuya finalidad es el progreso económico de la zona, la protección del medio ambiente y la introducción de mejoras socioeconómicas. En el turismo, los períodos de seguimiento y evaluación mejoran los aportes y establecen vínculos

claros entre las iniciativas pasadas, presentes y futuras en base a los resultados de desarrollo.

Por otro lado, autores como Sánchez & Morales (2021) plantean que los modelos de gestión son un conjunto de proposiciones relativas a las variables al momento de aplicar conocimientos. En si se consideran las variables existentes y se utiliza como base para formar una guía, que muestre como realizar los pasos dentro de la administración en una empresa.

Si bien, la naturaleza del modelo cambia según el territorio en el que se desarrolle y aplique, la investigación realizada por García (2017), basada en un enfoque ecuatoriano, define el modelo de gestión turística como una herramienta para la coordinación de entidades conectadas, la vinculación en el medio de iniciativas privadas y comunitarias con la ayuda de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) en la planificación para promover el turismo sostenible. El autor enfatiza en que el modelo de gestión turística debe mostrar una metodología que responda el manejo del turismo sostenible, fundamentalmente mediante un proceso de planificación y organización del trabajo, así mismo, es necesario realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio profundo para alcanzar las estrategias más adecuadas, a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales y responder al desarrollo de las comunidades.

Desde tiempo atrás se le ha otorgado al turismo un nuevo enfoque llamado "turismo alternativo" el cual tiene como objetivo el desarrollo físico, mental, social y cultural del ser humano por medio de la práctica de actividades recreativas que promuevan el contacto directo con la naturaleza, la cultura y sobre todo tener el compromiso de respetar y participar en la conservación de los recursos naturales que conforman el potencial de un territorio (Andrade et al., 2018).

En Ecuador, desde las cumbres de Rio 1992 y Johannesburgo 2002, se implementó la "Ley de Gestión Ambiental" donde se planifica el desarrollo sostenible desde una

visión ambientalista con la adopción del ecoturismo. En relación a lo anterior varios organismos como la Unión Internacional para la conservación de la naturaleza [UICN], Organización Mundial de Turismo [OMT], Organización de las Naciones Unidas [ONU] y las ONG internacionales como The Nature Conservancy [TNC], World Wildlife Found [WWF] y Conservación Internacional [CI], intervienen con programas y proyectos para fomentar el uso racional de los recursos naturales en el país Pinto (2021).

En definitiva, se espera incidir en el cambio del modelo productivo convencional para lograr una producción sostenible, es así, que la agricultura, la ganadería, el turismo y otras actividades que puedan impulsar la conservación de los recursos naturales. En otras palabras, se pretende generar herramientas para contribuir con los objetivos de conservación de los espacios de biodiversidad generando recursos económicos para las comunidades anfitrionas, sin afectar los ecosistemas y el patrimonio cultural.

En la investigación realizada por proponen un modelo de gestión turística para fomentar el turismo rural en la zona centro de Manabí, la misma que se compuso de tres fases; la primera se basó en la descripción del territorio, posteriormente establecieron indicadores de gestión sostenible los mismos que permitieron la estructura del modelo donde se detalla la operatividad de los actores en los destinos turísticos.

El modelo está enfocado en la integración de la comunidad con los visitantes y gestores turísticos de manera que se genere bienestar colectivo sin dejar de lado la sostenibilidad del entorno. Así mismo, busca mejorar la eficiencia del proceso de gestión rural que va más allá de la productividad económica haciendo uso correcto de los recursos. También propone estrategias y acciones para las entidades públicas y privadas que generen oportunidades para el desarrollo de estas zonas, así mismo, es necesario la evaluación y control de los objetivos planteados para el buen funcionamiento del modelo.

Para tener un claro ejemplo, se hace oportuno mencionar la gestión turística en la comunidad Yunguilla situado en Calacalí. La visión que le han dado sus gestores en conjunto con la comunidad ha permitido desarrollar una conciencia en los habitantes para que se involucren, mediante la asistencia y participación en los programas y capacitaciones dirigidos al cuidado y protección de la zona por parte de las instituciones. En la actualidad es un ejemplo de sostenibilidad ambiental, social y económica Carrillo & Plazas (2023).

Esto ha impactado de forma positiva mediante la venta de artesanías, mermeladas, queso y los servicios turísticos que brinda el mismo, logrando un desarrollo local en los habitantes de la comunidad. Han coadyuvado a eliminar el desempleo, aumentando los ingresos de las familias de la comunidad, logrando que mejoren su estilo de vida. Las interacciones entre la sociedad, economía, cultura y ambiental constituyen un factor de sostenibilidad. La acción sostenible nos permite hacer valer nuestra propia identidad, es decir, ser reconocidos como comunidad.

2.3 GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR PARA EL TURISMO ALTERNATIVO

En este marco, Arevalo & Guatibonza (2021) enfatizan que para asegurar la igualdad en el ámbito económico, ambiental y sociocultural es necesario definir la cadena de valor del destino, es así como las actividades turísticas cumplen la función de evaluar un conjunto de conexiones u ocupaciones que interfieren con un producto o servicio turístico, desde su concepción hasta su comercialización final, ya que es costoso oponer los beneficios y/o pérdidas que se muestran en la actividad o destino para ayudar a su desarrollo.

Por su parte, Benavides (2019) definen la cadena valor de un producto, servicio o empresa del sector turístico, como una herramienta estratégica que constituye un marco descriptivo para generar datos que midan el rendimiento de cada eslabón en

la generación de valor; desde el momento que el turista decide realizar su viaje hasta su retorno. En consecuencia, el objetivo es lograr una redistribución más equitativa de los beneficios, aumentar el acceso al mercado, el poder de negociación de los actores del turismo y la apreciación de las formas comerciales de participar en el desarrollo sostenible de un destino. Entonces, cada sector que conforma la oferta del destino, más los canales de distribución y demanda, forman la cadena de valor del turismo.

Según Arboleda et al. (2020) una gestión activa de la cadena de valor de un destino, turístico permitirá concentrar los esfuerzos en aquellas actividades en las que la generación de valor para el turista es mayor; identificar los factores clave que aumentan este aspecto; para ello es necesario gestionar el destino en su conjunto, desde la forma en que se siente el turista, así pues, se busca incidir en cada uno de los periodos de la ruta de consumo turístico y lograr la satisfacción de los mismos, cuya capacidad prescriptora ayudará a optimizar la imagen del destino.

Se entiende, por tanto, que determinar la cadena de valor de un destino, especialmente en aquellos destinos que se realizan para el turismo sobre un modelo de pequeñas y medianas empresas con capital social, supone un cambio en las tácticas de gestión de la actividad turística y la cooperación de miembros de la sociedad, implicados en la idealización y gestión de la oferta turística, vinculados a la tendencia del nuevo turista que prefiere una actividad más individual, con un alto nivel de interés por la paz, el contacto con la naturaleza y la cultura.

En correspondencia con el destino se debe tener comunicación entre los operadores turísticos que conforman la creación del paquete turístico. Hace que surge un clúster llamado como la cadena de valor productivo que tiene como objetivo generar la competitividad con los demás destinos turísticos y las demás organizaciones de nivel local que son los que ofrecen sus diferentes destinos turísticos que tengan desarrollados en el país. Esta nueva manera de estructurar, permite generar la reducción de los costos para las industrias y, además, generar un aumento de

calidad a la prestación de los servicios, haciendo que el país genere nuevas propuestas atractivas para los turistas del mundo Mariscal (2022).

Por otro lado, Reyes et al. (2022) en su investigación “Rediseño de la cadena de valor turística y su incidencia en la rentabilidad económica y social del GAD Parroquial Ingapirca, de la Provincia de Cañar. Manifiestan que a pesar de que el territorio posee variedad de recursos naturales, atractivos turísticos y riqueza cultural, se tiene problemas en cuanto a su cadena de valor, por su escasa asociatividad de los sectores turísticos desaprovechando el potencial que estos pueden ofrecer.

En relación a lo anterior, se pudo identificar algunos problemas que están causando inconvenientes en la cadena de valor turística de Inga pirca, en primera instancia se constató la ausencia de una retribución equitativa de los ingresos, aunque esta zona cuenta con el complejo arqueológico más importante del país, los actores turísticos locales no se ven beneficiados de ninguna forma. Por otra parte, la inexistencia de turistas dentro de la parroquia ha ocasionado que los moradores no se arriesguen a invertir.

En este sentido, Tuquinga et al. (2020) realizaron un análisis en la cadena de valor del destino turístico Dos Mangas en la Península de Santa Elena. Para su descripción tomaron en consideración los subsectores de hospedaje, restauración, artesanías, representantes de transporte, guías y directivos que forman parte de los eslabones de la cadena. Los autores presentaron siete líneas estratégicas para potenciar la capacidad del destino y generar valor a lo largo de la cadena.

Además, fue posible identificar los principales aspectos críticos que deben ser abordados a través de una agenda estratégica con enfoques que aseguren la sostenibilidad para hacer de la oferta turística un sector competitivo y con posibilidades de transitar hacia una planificación innovadora que sirva como herramienta de toma de decisiones para planificadores y gestores turísticos. Como parte del estudio, los autores proponen puntos de interés para mejorar la cadena de costos que inciden en cada una de las líneas estratégicas a partir de las cuales se sientan las bases para orientar el plan de desarrollo.

2.4 DEMANDA Y TENDENCIAS PARA EXPERIENCIAS DE TURISMO ALTERNATIVO POST-COVID

De acuerdo con Arevalo & Guatibonza (2021) la demanda turística presentó un desplome del 70% a nivel mundial por la crisis sanitaria del COVID-19, los destinos comenzaron con las restricciones de viajes además de la desconfianza y temor por parte de los turistas. Si bien es cierto, el sector más perjudicado fue el de las aerolíneas, donde se estimó una pérdida de más de 419,000 millones de dólares en el 2020.

Lo anteriormente expuesto condujo a los países a enfocarse en promover la demanda interna del turismo, que fue la primera en recuperarse, incluso antes que la demanda internacional; debido a la incertidumbre respecto a la duración de la pandemia, las restricciones que sigan implementando los países, los rebrotes y la recesión económica.

Si bien, el turismo sostenible se ha convertido en un factor económico más que puede generar empleos y proteger el medio ambiente a través de actividades que promuevan y beneficien el desarrollo de las zonas rurales del país. En Ecuador, el ecoturismo, el turismo rural y el turismo de aventura son fuentes de ingresos para las personas y comunidades locales que les permiten reinvertir en la conservación de las zonas turísticas para reducir el impacto ambiental de sus actividades. Las estrategias de inversión son fundamentales para poner en marcha este tipo de proyectos de turismo alternativo Proaño et al., (2021).

Según el Ministerio de Turismo (2022), con el apoyo de la Universidad Central del Ecuador, ha trabajado para unir a un grupo de universidades privadas a nivel nacional, para apoyar el desarrollo de investigaciones sobre el comportamiento del turismo nacional antes y después del COVID-19.

El estudio busca entender y fundamentar el comportamiento de los viajeros comparando la pre-pandemia y la post-pandemia (ver Figura 2), en la que se establece una línea de tendencia con respecto a su comportamiento, y además

permite analizar los gustos y preferencias de viaje. Distintos destinos, mismos destinos dieron motivo para poder realizar el viaje entre 2020 y 2021.

Figura 3. Comportamiento del turista

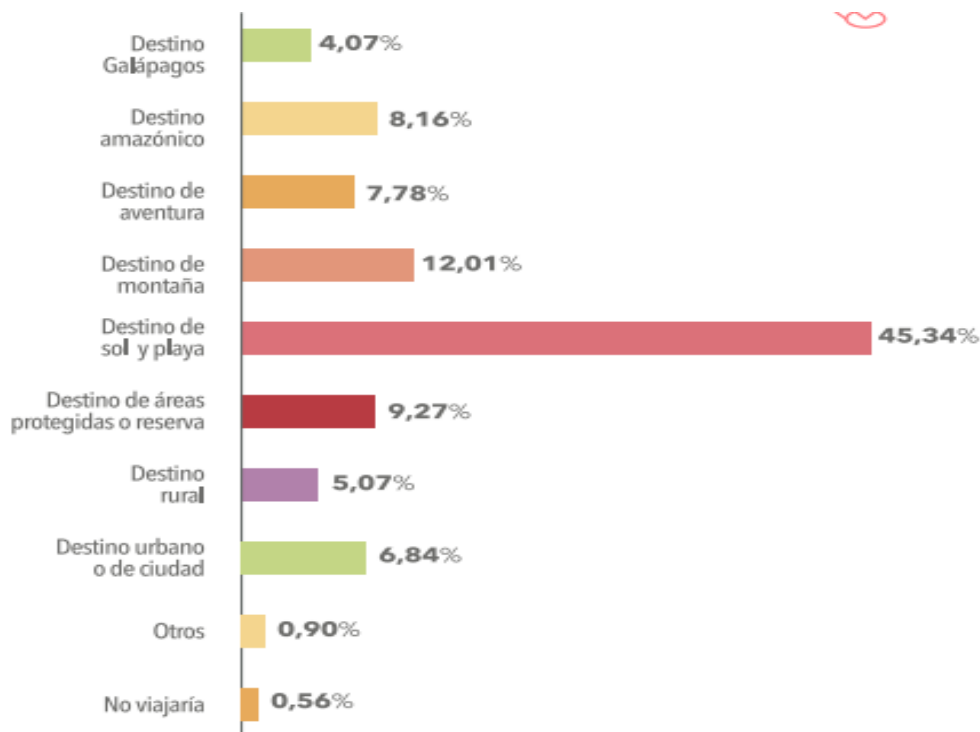


Figura 15. Características que debe tener el destino visitado bajo la nueva normalidad

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (Agosto 2020) Ecuador.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Mercados - Ministerio de Turismo.

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Turismo (2020)

Como resultado, continúa la tendencia nacional de elegir lugares para visitar, con un 45% de los encuestados que prefieren destino de sol y playa, seguido de un 12% que elige destinos de montaña. El motivo más importante para tomar esta nueva normalidad para viajar es claro, ya que el 29% de los encuestados está interesado en implementar medidas de bioseguridad para reducir el riesgo de transmisión del virus, y teniendo en cuenta este factor, el segundo motivo representa el 16%, es decir, la creencia de que el destino influirá en el horario de los vuelos interiores. A

continuación, se describen las principales actividades en relación al lugar donde se encuentren (Entorno Turístico, 2021) entre las principales actividades se destacan:

- **Caminata.** – Es una actividad de recreación esencial para los viajeros, se debe considerar que los caminos han de estar preparados para realizar esta actividad, además de proporcionar la comodidad y seguridad necesaria.
- **Espeleísmo.** – Se refiere a una actividad de entretenimiento, observación y aprendizaje el objetivo principal es instruirse por medio de las cuevas, sótanos y cavernas incluyendo su estructura, historia, etc.
- **Escalada en roca.** – Consiste en ascender por medio de paredes utilizando equipos de seguridad con la ayuda de manos y pies, esta actividad requiere de una adecuada preparación física y psicológica.
- **Cañonismo.** – Esta actividad combina la caminata con nadar, saltar y escalar en rocas, este es un deporte de alto riesgo por lo que se recomienda utilizar el equipo adecuado; casco, traje térmico, zapatos o botas de montañas, cuerdas y arnés.
- **Ciclismo de montaña.** - Es un deporte que proporciona adrenalina y sensación de libertad, el poder atravesar montañas a gran velocidad y disfrutar de la inigualable compañía de la naturaleza es emocionante para quien lo practica. Además, es probablemente uno de los deportes más saludables.

Según Rivadeneira (2022) otra área de interés en el panorama post pandemia es el turismo de salud o bienestar, que puede atraer turistas a destinos menos conocidos y saturados como una forma de reducir la congestión en destinos que se consideran de alta demanda. Tras la crisis sanitaria, se potenciará la nueva era del desarrollo sostenible, la ética, la inteligencia artificial, la regeneración, la prevención, la integración y un estilo de vida saludable. Entonces, si este tipo de turismo en rápido crecimiento antes de la llegada de COVID-19, en esencia, se recuperará más rápido que otros, ganará más tracción y recuperará el crecimiento acelerado que experimentará basado en la conciencia pública sobre la salud y el bienestar social.

Desde la perspectiva de Arboleda (2021) la tendencia actual de la demanda turística se está centrando en acampar puesto que, es un estilo de vida para los campistas modernos. La tendencia de renovar y reutilizar productos para acampar conocida como "glamping" está directamente relacionada con opciones innovadoras de alojamiento, lo que hace que el camping y la industria hotelera sean simbióticos. Esta forma innovadora de alojamiento en camping está impulsando un nuevo cambio estratégico para mejorar la calidad y la competitividad.

En cuanto a Ostelea (2022) informan que el turismo de naturaleza es una de las alternativas preferidas por los turistas de hoy en día, donde además de ejercer actividades relacionadas con la zona, buscan respirar aire fresco en la naturaleza, relajarse y disfrutar del entorno. En este marco existe un amplio abanico de opciones para los Viajeros 5.0, su actividad es muy amplia y gira en torno al contacto con la naturaleza y su conservación, por lo que está muy ligada al turismo sostenible.

Actualmente, las personas utilizan cada vez más las experiencias de viaje como una oportunidad para desconectarse del mundo entero, concentrarse en su ser interior y recuperar una sensación de control frente al caos que descubren en su vida diaria. Por cierto, la Adventure Travel Trade Association (ATTA) con la participación de Vaca (2022) y la revista Outside descubrieron que la salud física y mental son los principales motivadores para los viajeros modernos cuando se trata de explorar el interior del país. Ahora estamos viendo algo sin precedentes en la historia de la humanidad, cada vez se demandan más viajes, que son opciones que sirven de reposición, recreación, comodidad y desintoxicación digital, tratando de equilibrar la escala de la vida actualizada.

2.5 CREACIÓN DE CARTERA DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIA INNOVADORA

La cartera de productos es un factor fundamental en el estudio de las finanzas porque proporciona el entorno y los detalles para una empresa y sus operaciones

principales. Los inversores pueden distinguir entre los costes laborales a largo plazo y las oportunidades de crecimiento de activos a corto plazo. La exploración de la cartera de ofertas de productos de una empresa también permite a los inversores conceptualizar componentes específicos del rendimiento financiero, que son necesarios para un modelo eficaz Hurtado (2022).

La revisión de la cartera de productos brinda la oportunidad de ayudar a las pequeñas empresas incluyéndolas en la oferta. Este complemento tiene beneficios no solo para los pobladores sino también para los viajeros locales. Pasan unas verdaderas vacaciones con música clásica, comida, arte y prácticas, muchas veces en lugares bastante remotos y naturales. Especialmente durante los tiempos de COVID-19 donde una buena oferta les brinda la oportunidad para descubrir nuevos paisajes y civilizaciones en su territorio Díaz et al., (2019).

La clave para diseñar una cartera de productos turísticos es manteniendo al turista como eje principal del producto turístico, iniciando por aquellas claves relacionadas con las necesidades de las personas que necesiten hacer algún viaje turístico. También en esta categoría se integran las condiciones naturales, culturales, las personas, condiciones socioeconómicas del destino, eventos, instalaciones, equipos, bienes y servicios relacionados con la actividad principal.

Siendo así existen muchas posibilidades para turismo innovadores, entre las calcificaciones más populares:

- Turismo espiritual: El turismo espiritual es un turismo motivado por la fé o por razones religiosas.

- Enoturismo: O el turismo del vino es una de las formas de turismo en mayor tendencia.

- Ecoturismo: Trata sobre la protección del medio ambiente, algunos países están teniendo un significativo auge del ecoturismo, debido a la exuberancia del paisaje y al gran número de parques naturales que existen, ya que se permite destacar las diversas riquezas de flora y fauna.

•Aviturismo: Se utiliza para convocar y atraer especies para observar y/o fotografiar. Hay áreas con muchos sistemas acuáticos: bosques de manglares, estuario del río Chone, estanques camaroneros, humedales La Segua, sistemas fluviales e incluso océanos, donde las especies son típicas de un área en particular.

Por otra parte, es necesario tener en cuenta que la experiencia turística es aquel conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales e intelectuales que son percibidas de manera diferente por los turistas. Desde el momento en que el viajero planifica el viaje, disfruta del destino elegido y lo recuerda incluso después de regresar al punto de partida.

De hecho, el turista busca vivir aquella experiencia que sobrepase todos sus pensamientos, en un grado de que desee volverlo a vivir, esa es la experiencia que se desea brindar y que a raíz de la pandemia aprovecharon para dar forma a nuevas ideas y consolidar sus productos, es así que, se exponen los emprendimientos innovadores de esta nueva era (Ecuador Travel Press, 2020).

Figura 4. Productos innovadores



Fuente: Elaboración propia

- La Cervecería de Santa Cruz es un nuevo espacio, abierto para aquellos que optan por esta bebida, aquí muestran la historia que se ha construido para la

elaboración de su cerveza, realizan recorridos por la planta de producción mostrando de manera vivencial el proceso necesario para conseguir el refrescante sabor que posee. A través de este proyecto se busca generar una economía local sustentable y ecológica.

- Por otra parte, en el sector de Tababela, se encuentra Samay Colletions se trata de burbujas al aire libre, campers minimalistas, domos transparentes, cabañas acogedoras, jacuzzis, columpios y hamacas sobre el río creando un entorno ideal para que los huéspedes se lleven mágicos recuerdos. Este emprendimiento, que combina la arquitectura con la naturaleza, el arte y el confort es una propuesta turística innovadora que permite conectar con la naturaleza de manera segura, comfortable y única.
- En cuanto a la Eco finca María Soledad, ubicada en el Valle Quillán, de la provincia de Tungurahua. Se dedican a la crianza de la trucha salmonada y a la producción agropecuaria limpia, tiene como producto estrella su restaurante campestre donde se preparan los alimentos producidos en el lugar. Aquí, se busca recuperar la producción orgánica con productos nativos de la zona, se conserva el área de protección de recarga hídrica de la microcuenca; se fortalece la cadena comercializar productores locales con valor agregado; y las actividades de turismo rural en este sector se están consolidando como una alternativa para reactivar la economía y crear empleo.
- En Kawsay Balloms, ubicado a orillas del Lago San Pablo, cerca de Otavalo. Aquí se puede disfrutar del vuelo en globos aerostáticos que pueden elevarse por decenas de metros, donde se aprecia el sol, las montañas y un espejo de agua, además, este innovador emprendimiento es ideal para celebraciones especiales como cumpleaños, pedidas de mano y otras festividades de una manera única y original, sin descuidar todas las medidas de bioseguridad.

2.6 TURISMO DE AVENTURA COMO FACTOR CLAVE PARA EL TURISMO ALTERNATIVO EN MANABÍ

El turismo de aventura es un tipo de turismo alternativo que tiene sus bases en el desarrollo sustentable. Según Quiñoz et al. (2019) establece que el turismo de aventura está conformado por tres elementos clave: el medio natural, el turista de aventura y el producto de la actividad turística. El entorno natural es un recurso potencial para la realización de actividades que sustentan el turismo de aventura.

Un turista de aventura es una persona que viaja a un destino diferente a su lugar de residencia, pasa al menos una noche realizando actividades y consumiendo bienes y servicios relacionados con estas; mientras que los productos de turismo de aventura consisten en servicios básicos de alojamiento y restauración que pueden adquirirse como servicios de apoyo a las actividades de aventura en el medio natural.

El valor del turismo de aventura como fuente de desarrollo comienza en la década de 1970 con mejoras generalizadas en el transporte y el énfasis en el uso de Internet como fuente de promoción de productos. Desde entonces, el turismo de aventura se considera un tipo de turismo activo, cuyas actividades han sido reguladas por la administración estatal de las sociedades autónomas, para determinar las zonas rurales, así como los límites geográficos destinados al desarrollo de las actividades específicas, que impliquen el aprovechamiento del potencial territorial con fines turísticos según criterios de sostenibilidad ambiental, económica y social Cantos (2021).

En este sentido, el turismo de interior se considera una actividad promotora del desarrollo sostenible porque: promueve el ejercicio de la ocupación física de los espacios naturales con especial énfasis en el aprovechamiento de los recursos renovables y su conservación para las generaciones futuras; diversificación del empleo rural, mayores ingresos y empleo para los residentes locales y; fortalecimiento de los servicios turísticos locales (alojamiento, alimentación, transporte, etc.)

En Ecuador se han realizado campañas en los últimos años para promover y proteger los recursos naturales existentes; esto es lo que aportan los viajes de aventura a los turistas poder tener una unión más amigable con la naturaleza, a través de las diversas formas de deportes de aventura los cuales buscan tanto los extranjeros como los propios ecuatorianos que le guste la adrenalina. Como resultado, Ecuador ofrece deportes extremos, clasificados por la Organización Mundial del Turismo como globos aerostáticos, aviación y parapente; paracaidismo, buceo, snorkel libre, rafting, kayak, pesca recreativa, escalada en roca, paseos en bote, deportes, escalada en roca, bicicleta de montaña, caminatas o caminatas en el bosque, montañismo y cabalgatas, entre otras actividades Espinosa et al., (2018).

La provincia de Manabí se encuentra ubicada al noroccidente costero de la República del Ecuador, esta cuenta con una zona costera con una extensión de 300 kilómetros por el Océano Pacífico, y que cuenta con una temperatura promedio de 24 a 30 grados, contiene en su vasto territorio una asombrosa diversidad de atractivos turísticos van desde soleadas playas pertenecientes al Océano Pacífico hasta los paisajes campesinos del valle tropical, esa diversidad se expresa en desembocaduras y estuarios apacibles, islotes e islas donde se establecen muchas especies de aves coloridas, lajas y rocas que resaltan la belleza natural de estos paisajes a lo largo tanto de su valle como de su costa, entre muchos más Arroyo (2018).

Por su parte, el turismo de aventura se ha convertido en uno de los segmentos de mercado de más rápido crecimiento, especialmente porque la diversidad y disponibilidad de productos de turismo de aventura que cubren una amplia gama de intereses y habilidades parecen ilimitadas. Según los datos de la industria turística mundial, el turismo de aventura genera alrededor de 263 mil millones de dólares americanos anuales, y se estima que el turista promedio gasta unos 3100 dólares americanos, sin contar los viajes aéreos, en una pernoctación de 8,8 días (MINTUR, 2014). Esto significa que el turismo es la principal fuente de ingresos del Estado

porque permite la expansión de capital, lo que contribuye a la construcción del progreso turístico.

La costa de Pedernales ofrece playas extensas propicias para caminar y correr libremente y, en el límite entre la playa y la tierra firme, se notar la presencia de los cocoteros que se mecen movidos por el viento, así como también proveen de cobijo a los visitantes para protegerse de los rayos solares. Y en el sur de esta provincia se encuentra el cantón Jama que se encuentra ubicado “El Mirador del Pacifico” o Punta Prieta el cual es una formación de roca maciza donde se puede hospedarse, observar la flora y fauna de la zona. Más al sur, se encuentra San Vicente que posee extensas, idílicas y placenteras playas ahí su playa más conocida es la de Canoa donde es posible contemplar espectaculares amaneceres y puestas de sol (Ministerio de Turismo, 2020).

Además, es importante recalcar que en el territorio perteneciente a la provincia fue el asiento de varias culturas aborígenes que dejaron rastros es cuanto, a la edificación de estructuras de carácter arquitectónico y aportes en la fabricación de joyería, alfarería de gran riqueza. Actualmente la provincia se caracteriza por su pesquería industrial radicada en Manta, el sostenimiento agropecuario, la acuicultura de mar y de ríos, su variada artesanía y la actividad turística de la zona. En conclusión, esta provincia cuenta con grandiosos atractivos tanto naturales y culturales, además se la caracterizada por su buena hospitalidad, el buen clima, la exquisita comida, la movilidad, y sobre todo la seguridad pública que todo visitante aspira obtener en sus vacaciones.

Por su parte, Cornejo & Macías (2019) desde una visión técnica plantean que el turismo de naturaleza se ha convertido en una oportunidad de negocio que generará diversificación económica del sector rural, ante ello establecen en su investigación “Potencialidad del Turismo de Naturaleza en el Cantón Bolívar, Provincia De Manabí, Ecuador”. Donde visualizan las oportunidades de crecimiento factibles a través de esta modalidad de turismo, siendo imprescindible establecer la vocación

turística del territorio como punto de partida para propiciar el desarrollo turístico sostenible de este cantón.

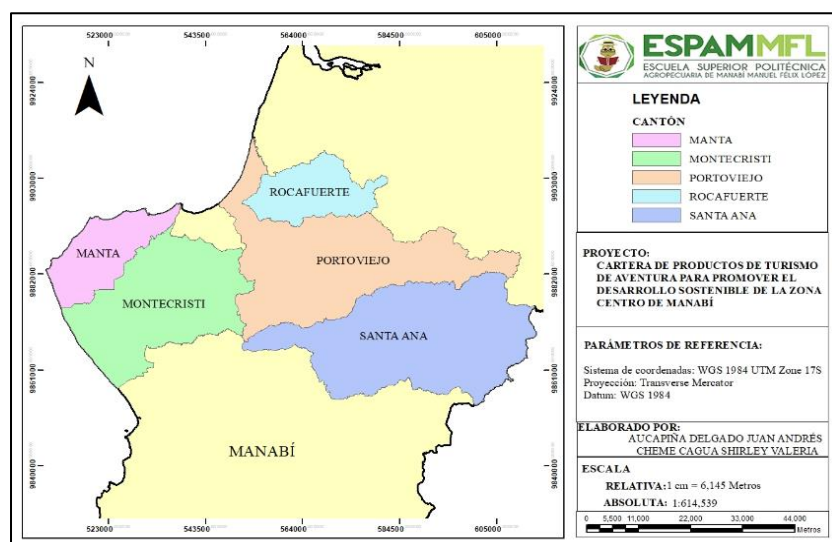
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Esta investigación tiene como propósito diseñar una cartera de productos turísticos para turismo de aventura que permita promover el desarrollo sostenible en la zona centro de Manabí. En ese contexto, fue desarrollada bajo un enfoque mixto involucrando el nivel exploratorio no experimental, es de tipo bibliográfica-documental conjuntamente con una investigación de campo, lo que permitió conocer la realidad del área de estudio y así poder realizar la propuesta planteada.

3.1 UBICACIÓN

La investigación se desarrolló en la zona centro de Manabí, área integrada por los cantones Manta, Montecristi, Portoviejo, Rocafuerte y Santa Ana (ver figura 5), mismos que se caracterizan por poseer recursos turísticos de gran valor natural, escenarios ideales para el desarrollo de productos turísticos de aventura.

Figura 5. Ubicación del área de estudio



Fuente: Los autores

La provincia de Manabí se encuentra en el centro de la región costera del país, tiene una superficie territorial de 19.427,60 km² lo que representa un 7,36% del territorio nacional, y posee una población de 1'369.780 habitantes aproximadamente según

Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2011). El territorio manabita está dividido en 22 cantones, su relieve está caracterizado por tener cordillera de baja altura y un relieve ondulado con distintas colinas, además de que posee varios ríos como el Carrizal-Chone que tiene 2.267 km², seguido por el río Chico/Portoviejo con 9, 2.060 km² y el río Jama con 1.308 km². Su clima cambiante es debido a la baja influencia del clima oceánico, además de las diferentes corrientes marinas como son la cálida de El Niño y la fría de Humboldt, su temperatura de aire es de 25°C más constante durante el año.

Sin embargo, las fluctuaciones diarias de temperatura pueden alcanzar los 10°C. Por otro lado, el patrón de las precipitaciones es muy cambiante, pues varía de año en año, de estación en estación, y a lo largo y ancho de la provincia. La precipitación anual se concentra en la estación invernal de enero a junio y su estación de calor es de julio a diciembre.

3.1.1. DURACIÓN

La investigación se desarrolló en un tiempo aproximado de 43 semanas aproximadamente, iniciando desde el mes de abril del año 2022 hasta enero del año 2023.

3.1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS

La matriz de consistencia se diseñó al inicio de este proyecto con la única finalidad de establecer los métodos, técnicas e instrumentos que se iban a utilizar en esta investigación. Entre estos elementos se encuentran las encuestas, entrevistas, matrices y ficha de inventario.

Sales & Chávez (2014), argumenta que el método analítico-sintético consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndose en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, para luego relacionar cada reacción, elaborando una síntesis global del fenómeno en estudio. Para

Dulzaides & Molina (2004), el análisis documental se refiere a que es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente a la original, con la finalidad de posibilitar su recuperación posterior e identificarlo. Entre las técnicas de mayor sustento empleadas están las encuestas y las entrevistas, ambas fueron aplicadas a través de las interacciones entre el investigador y entrevistado o encuestado, todo este proceso tuvo la finalidad de obtener respuestas argumentadas y detalladas en el caso de las entrevistas, y datos por medio de opciones múltiples en cuanto a las encuestas.

Finalmente, el uso de la ficha de inventario permitió obtener un registro valorado de todos los atributos naturales, culturales y de las oportunidades. Seguido del uso de la matriz de indicadores que permitió planear de una forma resumida y sencilla los objetivos de un programa para incorporar los indicadores que miden los mismos, la matriz de plan de acción 5W2H permitió elaborar un plan de acción de forma estructurada teniendo en cuenta los elementos esenciales que debe tener toda planificación.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para definir el diseño metodológico de la investigación se analizaron seis propuestas metodológicas en relación con el tema de estudio, mismas que se encuentran sustentadas en el criterio de Gómez (2014), García (2017), Díaz & Huamán (2017), Carvajal & Lemoine (2018), Arce et al (2020), y Félix et al (2021), investigaciones afines con el tema de estudio, (ver tabla 1) se describen las etapas a las que se adaptaron las metodologías seleccionadas:

Tabla 1 Metodologías para la elaboración de la cartera de productos de la zona centro de Manabí.

Gómez (2014)	García (2017)	Díaz & Huamán, (2017)	Carvajal & Lemoine, (2018)	(Arce et al., 2020)	Félix et al., 2021
1. Revisión de literatura 2. Análisis de líneas de	1. Diagnóstico turístico situacional.	1. Diagnóstico Situacional 2. Identificación de lugares para realizar deportes de aventura	1. Clasificación de los atractivos.	1. Clasificación de la información bibliográfica.	1. Diagnóstico Situacional

investigación relacionadas con el turismo de aventura y el desarrollo rural 3. Interpretación de datos	2. Valoración de la gestión turística. 3. Estudio de mercado	para el desarrollo sostenible 3. Propuestas de actividades turismo de aventura para el desarrollo sostenible 4. Determinación de Ruta Turística	2. Recopilación de información. 3. Trabajo de campo 4. Evaluación y Jerarquización.	2. Análisis de contenido temático. 3. Estructura de análisis FODA 4. Estructuración de los resultados con matrices de ponderación y descriptivas.	2. Criterios de selección 3. Inventario e identificación de oferta y demanda turística
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Los autores

Para Gómez, (2014) el presente trabajo tiene como objetivo, poner a consideración de los interesados una propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos, sobre cuya base se puedan generar alternativas para nuevos emprendimientos en el contexto del destino. Su marco conceptual se basa en un enfoque de marketing y sostenibilidad, una cadena de valor, y conceptualiza el producto en el destino como un servicio integrado, es decir, que existen recursos atractivos en el espacio físico que soporta el destino, su soporte es el producto. Impulsado por el pensamiento creativo de los implicados en el proceso, pueden determinar los principales elementos que aportan mayor valor a esta oferta, en tanto se logren integrar y provoquen una experiencia única para el turista.

Para García (2017) el objetivo de este trabajo es el diseño de un producto turístico comunitario (PTC) para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador, cuyo fin es contribuir al desarrollo de las comunidades de Cabello, Sarampión, Chapulí, Primera Piedra, Julián y la Esperanza. La metodología propuesta se basa en una revisión de la literatura y está adaptada del Directorio de Turismo del Ecuador (2008) y orientación espacial del cantón Bolívar (2011). La base de este trabajo fue el diagnóstico turístico situacional y la recopilación de información se basó en las dimensiones social, económica, política e institucional. Se realizó una valoración de la gestión turística mediante la aplicación de la matriz DAFO para identificar estrategias dirigidas a la potencia de los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio. Se

realizó un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda actual y potencial.

Para Díaz & Huamán, (2017) la presente investigación tiene carácter descriptivo, ya que explica con detalles las actividades turísticas de aventura a desarrollar en el sector Quebrada Honda, la problemática que presentó es la baja puesta en valor de sus recursos turísticos y la escasa cultura turística que presenta la población de la cuenca Quebrada Honda, y para mejorar estas problemas y políticas de planificación turística propuestas. Metodológicamente la investigación es de carácter exploratorio y se encuentra integrada por cuatro fases, iniciando por un diagnóstico situacional, para así más adelante proceder con la identificación de lugares para realizar deportes de aventura para el desarrollo sostenible, y teniendo una síntesis de los datos obtenidos, establecer propuestas de actividades de turismo de aventura para el desarrollo sostenible, finalmente se determina una Ruta Turística para el desarrollo de la zona.

Para Carvajal & Lemoine, (2018) la presente investigación tiene como objetivo analizar los atractivos y recursos turísticos del destino de San Vicente con el fin de realizar un diagnóstico y Determinar la situación actual tras el terremoto de 16A. Se analizaron los recursos turísticos existentes en la base de datos de la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial para determinar el número de actividades que allí se realizan.

Para Arce et al., (2020) la investigación tiene un enfoque cualitativo y utiliza fuentes secundarias, además de la herramienta de análisis FODA, las cuales permitieron distinguir las variables que definen en la lista de productos turísticos proporcionada por la Península de Santa Elena, a pesar que es un destino turístico de sol y playa tiene algunas dificultades para poseer nuevas regulación de productos turísticos debido a fallas gubernamentales y la poca visibilidad de sus recursos naturales y culturales.

Para Félix et al., (2021) el objetivo principal de la presente investigación es el de caracterizar varios corredores gastronómicos ubicados en la zona central interna de

la provincia de Manabí-Ecuador, su investigación es exploratoria con un enfoque cualitativo; para la caracterización de estos corredores se establecieron varios criterios de selección tomados de entrevistas con autoridades locales y provinciales, también se Utilizan paneles de diagnóstico locales y encuestas sobre las necesidades de la comunidad.

Una vez examinadas las propuestas metodológicas de los autores expuestos con anterioridad, dada la revisión y determinación de similitudes entre los diseños metodológicos presentados previamente, se constató que la propuesta metodológica de Díaz & Huamán, (2017) es la idónea para trabajar con el diseño de una cartera de productos turísticos de aventura que contribuya al desarrollo del turismo sostenible en la zona centro de la provincia de Manabí ya que se ajustaron a la línea de investigación de los objetivos planteados, para ello se estructurará las siguientes actividades, utilizando las técnicas y herramientas proyectadas en la tabla 2.

Tabla 2 Proceso Metodológico

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
<p>Diagnóstico situacional del sistema turístico y sus dimensiones dentro del área de estudio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Recopilar y analizar información primaria del área de estudio. ● Actualizar la línea base del sistema turístico del área de estudio. ● Desarrollar un análisis FODA 	<p>Método</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analítico-Sintético ● Descriptivo <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis documental. ● Observación directa ● Entrevistas <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ficha de caracterización. ● Catastro turístico ● Matriz FODA

<p>Estudio de potencialidad turística en la puesta en valor del turismo de aventura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Levantar información secundaria sobre los aspectos turísticos de los espacios identificados ● Determinar las condiciones claves para el desarrollo y gestión del turismo en los espacios identificados ● Demostrar los niveles de potencialidad turística de los espacios y territorios evaluados 	<p>Método</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Descriptivo ● Analítico-Sintético <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis documental <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Matriz de valoración ● Matriz de ponderación
<p>Motivaciones de la demanda turística para el consumo de experiencias de turismo de aventura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Determinar una población y muestra para el desarrollo del estudio. ● Estructurar y aplicar un cuestionario que permita conocer el perfil y el comportamiento de la demanda en el consumo de productos y servicios. ● Presentar los perfiles de consumo y comportamiento turístico de la demanda identificada. 	<p>Método</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analítico-Sintético <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis documental. ● Encuestas ● Segmentación geográfica <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario de encuestas ● SPSS
<p>Elaboración de productos y servicios relacionados al turismo de aventura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Definir los componentes claves para el diseño de productos de turismo de aventura del área de estudio. ● Estructurar la cartera de productos de turismo de aventura de acuerdo al estudio de potencialidad. ● Desarrollar una marca y estrategias de marketing turístico para la comercialización 	<p>Métodos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analítico sintético <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de negocios CANVAS <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Matriz de Modelo de Negocio CANVAS. ● Matriz de Ansoff y Boston

Fuente: Los autores

Se proyectó el siguiente diseño metodológico de la investigación; el mismo que está compuesto por 4 fases, las cuales se indica en la tabla 2. incorporando las respectivas actividades a realizar, y los apropiados métodos, técnicas y

herramientas que contribuirán el desarrollo de la cartera de productos en la zona centro de Manabí.

3.3.1. FASE I: DESARROLLAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SISTEMA TURÍSTICO Y SUS DIMENSIONES DENTRO DEL ÁREA DE ESTUDIO.

La primera fase cubrió el primer objetivo planteado de la investigación, en su derivación adoptó los métodos analítico-sintético y descriptivo, conjugados con un análisis documental además estuvo apoyado de herramientas como entrevistas, ficha de caracterización, catastro turístico y matriz FODA. Esta primera fase se desarrolló en cuatro actividades:

- **Actividad 1: Recopilar y analizar información primaria del área de estudio.**

Como primera actividad se inició con una caracterización del área de estudio de la zona centro de Manabí, la cual estuvo basada en la matriz de las generalidades, también se explicó brevemente sobre la situación social, económica, política, ambiental y turística en base al levantamiento de información bibliográfica y de observación directa de campo, de modo que la síntesis del diagnóstico de la situación actual la actualización de investigación en el objeto de estudio.

Actividad 2: Actualizar la línea base del sistema turístico del área de estudio.

En esta actividad se realizó la actualización de inventario en el catastro turístico de cada cantón, aplicando entrevistas a las distintas autoridades de cada objeto de estudio permitiendo así el levantamiento de información para obtener una línea base actualizada del sistema turístico, principalmente de los servicios básicos que permiten desarrollar las diversas actividades de turismo de aventura en el área de estudio.

Actividad 3: Desarrollar un análisis FODA

Para finalizar la primera fase se hizo oportuno desarrollar un análisis FODA que permitió conocer la realidad externa e interna de cada cantón, por ende, se pudieron identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para poder determinar un análisis estratégico sobre las condiciones territoriales, además de la actualización de información por observación científica de campo.

3.3.2. FASE II: REALIZAR UN ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA QUE PERMITA LA IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS Y TERRITORIOS PARA LA PUESTA EN VALOR DEL TURISMO DE AVENTURA.

Para el desarrollo de la segunda fase se realizó un estudio de potencialidad turística mediante el cual se logró identificar los lugares donde se realizaba turismo de aventura, para esto fue necesario conocer y determinar los lugares de interés turísticos y se establecieron cuáles fueron los idóneos para formar parte de la cartera de productos turísticos sostenibles. Esta segunda fase constó de tres actividades:

- **Actividad 1: Levantar información secundaria sobre los aspectos turísticos de los espacios identificados**

En esta actividad, se identificaron los principales atractivos del centro norte de la provincia de Manabí, abarcando los territorios de Manta, Montecristi, Portoviejo y Rocafuerte con la finalidad de evaluar por medio de la matriz de potencialidades y evaluación, de la misma manera, al levantar la información se pudo recopilar datos concretos que permitieron conocer cómo estuvieron integrados cada uno de estos atractivos, recursos o lugares turísticos y a la vez se conoció las facilidades o servicios que brindaban al cliente.

- **Actividad 2: Determinar las condiciones claves para el desarrollo y gestión del turismo en los espacios identificados.**

Una vez que se inventarió los lugares de interés según sus características, se determinó cuáles fueron las claves para gestionar en los espacios identificados ya que estos lugares fueron los idóneos para formar parte de la cartera de productos turísticos de aventura que realicen actividades de manera sostenible con el ambiente.

- **Actividad 3: Demostrar los niveles de potencialidad turística de los espacios y territorios evaluados**

Después se desarrolló una valorización de potencialidad de los productos con la ayuda de una matriz de valoración en donde se especificó sus actividades realizadas en esa área.

3.3.3. FASE III: ANALIZAR LOS PERFILES, FACTORES Y VARIABLES SOBRE LAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA EL CONSUMO DE EXPERIENCIAS DE TURISMO DE AVENTURA.

En esta penúltima fase, se pudo definir los componentes claves para el diseño de los productos de aventura, también se conoció el perfil de la demanda turística que permitió conocer a qué tipo de demanda fue dirigido este producto turístico y así se logró cumplir sus exigencias. Cuando se obtuvo toda la información sobre la demanda que iba destinada el producto turístico, se realizó un amplio perfil de consumo y comportamiento turístico, en esta fase se trabajó con tres actividades:

- **Actividad 1: Determinar una población y muestra para el desarrollo del estudio.**

En esta actividad se determinó qué tipo de población va dirigida la cartera de productos, este resultado se obtuvo con la información de la fase anterior y además se tomó una muestra de indicadores de variables para desarrollar la idea planteada. Además, se hizo uso de las diferentes herramientas como la matriz de indicadores, ficha de Inventario, catastro turístico y SPSS.

Encuesta. Se tomó en cuenta el uso de las encuestas a distintos visitantes para conocer con exactitud el número de turistas que visitan el sector, se realizó el cálculo del tamaño de la muestra en poblaciones infinitas. Por lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito o participación anticipada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,5
- D = precisión (error proporcional máximo permitido). 0,05

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} =$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384,16$$

n= 384.

- **Actividad 2. Estructurar y aplicar un cuestionario que permita conocer el perfil y el comportamiento de la demanda en el consumo de productos y servicios**

En el desarrollo de esta actividad se estructuró en primer lugar una encuesta que fue dirigida a la demanda turística que estuvo en el área de estudio, lo cual sirvió para conocer y comprobar el tipo de demanda turística idónea para el diseño de la cartera de productos.

- **Actividad 3. Presentar los perfiles de consumo y comportamiento turístico de la demanda identificada.**

En el desarrollo de esta actividad al obtener los resultados de la encuesta aplicada a la demanda, en la cual se determinó el perfil de consumo del turista resultado de las estadísticas descriptivas de la muestra al que fue dirigida la

cartera de productos de turismo de aventura, y así se pudo desarrollar los productos con base a sus gustos y preferencias.

3.3.4. FASE IV: IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y FACTORES CLAVES PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS AL TURISMO DE AVENTURA

En esta última fase, se estableció la propuesta de actividades que integraron la cartera de productos turísticos de aventura, todo esto con la finalidad de contribuir con el desarrollo sostenible de la zona centro de la provincia de Manabí.

- **Actividad 1: Definir los componentes claves para el diseño de productos de turismo de aventura del área de estudio.**

Inicialmente para las propuestas fue necesario definir los sitios de interés y estructurar cuales fueron las actividades en los sitios, en este punto de la investigación fue importante ejecutar el método analítico sintético que consintió en categorizar la información recopilada en las fases anteriores, además se debió plantear estrategias de mejora para el funcionamiento de los lugares donde se desarrollaba turismo de aventura con el fin de priorizar el desarrollo sostenible de la zona.

- **Actividad 2: Estructurar la cartera de productos de turismo de aventura de acuerdo al estudio de potencialidad.**

A continuación, se realizó la estructuración de la cartera de productos en donde se estableció algunos indicadores de impacto ambiental de modo que esto ayudó a la mejora de la gestión dentro de los lugares que realicen turismo de aventura de manera que se creó un ambiente de conciencia y respeto ambiental por los ecosistemas, aquí fue clave la matriz de Ansoff y Boston.

- **Actividad 3: Desarrollar una marca y estrategias de marketing turístico para la comercialización.**

Finalmente, en esta propuesta se diseñó una marca con el nombre de “SMMP” que en conjunto con el Modelo de negocio CANVAS se determinó algunas de las estrategias que sirvieron para darle control a todo lo programado. Para la elaboración de este diseño fue importante la creación de un plan de trabajo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo del presente capítulo se tomó como guía la aplicación de la metodología propuesta anteriormente con el fin de seguir una línea estratégica que permite establecer los resultados de cada una de las fases, las mismas que fueron desarrolladas mediante la aplicación de diferentes métodos, técnicas y herramientas.

4.1 FASE I. DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SISTEMA TURÍSTICO Y SUS DIMENSIONES DENTRO DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para esta fase se realizó una caracterización y delimitación del área de estudio por lo que fue necesario la revisión de documentos oficiales en donde se recopiló información basada en datos generales del área de estudio, también fue necesario la visita in situ en cada cantón de la zona centro norte. Al inicio se realizó una recopilación de información en los diferentes ámbitos para poder caracterizar y determinar el diagnóstico turístico de los cantones que componen la zona centro de Manabí.

4.1.1. RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PRIMARIA DEL ÁREA DE ESTUDIO

La provincia de Manabí se encuentra localizada en la zona costera de la República del Ecuador, en la saliente más occidental de América del Sur sobre el Océano Pacífico, su división política es de 22 cantones divididos en tres zonas: la zona norte, centro y sur. Además, está situada en el centro de la región Litoral del país, está se extiende en ambos lados de la línea ecuatorial de tiene una amplitud de 0°,25 minutos de latitud hacia el norte hasta 1°,57 minutos de latitud hacia sur y de 79°,24 minutos de longitud hacia el este a los 80°,55 minutos de longitud hacia el oeste.

La zona centro se encuentra compuesta por Manta, Portoviejo, Santa Ana, Rocafuerte y Montecristi cuenta con una población aproximadamente de 657.654 habitantes de acuerdo al INEC (2019), existe una serie predominada en la población urbana al contar con dos ciudades grandes Manta y Montecristi, las principales actividades que caracterizan a la zona centro de Manabí es el comercio, la actividad pesquera, agrícola, turísticamente el área se caracteriza por poseer playas, paisajes, ríos, cascadas y una oferta gastronómica con un gran potencial, además es propicio para desarrollar el turismo de aventura (ver en la tabla 3).

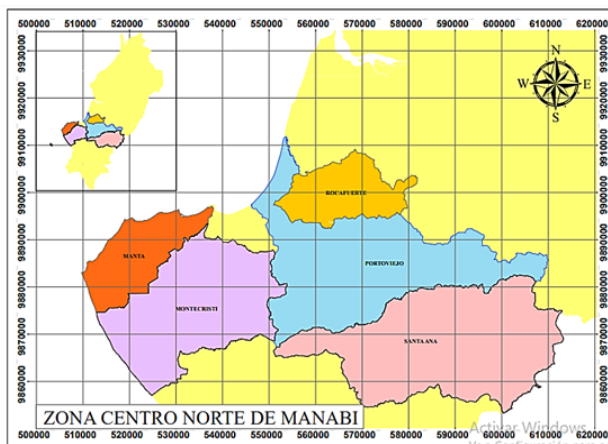
Tabla 3. Datos generales de la zona centro norte de Manabí

Datos generales de la zona centro norte de Manabí	
Cantones que la conforman	Manta, Portoviejo, Santa Ana, Montecristi y Rocafuerte
Población	657.654 habitantes
Temperatura	27°C promedio
Actividades económicas	Comercio, la actividad pesquera, agrícola

Fuente: PDOT (2021) Elaborado por los autores

En la figura 6 se señala el mapa de Manabí con los cantones que conformarán la zona de estudio Manta, Portoviejo, Rocafuerte, Santa Ana y Montecristi en estos cantones se realizó el estudio. (ver figura 6)

Figura 6. Mapa de la zona centro de Manabí



Fuente: Elaboración de los autores

A continuación, se caracteriza cada cantón de la zona centro por lo que se hizo la recopilación de información base del área de estudio:

● MANTA

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. Está asentado en una espléndida bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en el Océano Pacífico, ubicada en el suroeste de la provincia de Manabí, reconocida por ser una de las zonas portuarias más importante del país, cuenta con cinco parroquias urbanas y dos rurales: las urbanas son Los Esteros, Eloy Alfaro, Tarqui, Manta y San Mateo y las parroquias rurales: San Lorenzo y Santa Marianita. La extensión del territorio es de 306 Km², sus límites son al sur con Montecristi, al norte con el océano pacífico, al sur con Montecristi, a este con Jaramijó y Montecristi y al oeste con el océano Pacífico, cuenta con un rango altitudinal de 6m.n.sm (PDOT Manta, 2020), como se presenta en la figura 7.

Figura 7. Mapa del cantón Manta



Fuente: Cornejo (2020)

Un análisis más específico en cuanto a características del territorio se presenta en la tabla 4 con información relevante y datos generales de Manta.

Tabla 4 Datos generales del cantón Manta

DATOS GENERALES DEL CANTÓN MANTA	
Ubicación astronómica	Latitud Norte 0°25 minutos

	Latitud Sur 1°57 minutos
	Longitud Este 79°24 minutos
	Longitud Oeste 80°55 minutos
Límites	Norte Océano Pacífico. Sur Cantón Montecristi. Este Jaramijó y Montecristi. Oeste Océano Pacífico.
Población	226.477 habitantes Densidad: 5438,83 Hab/km ²
Hidrografía	Río San Mateo y el Río Cañas División Política Urbanas: Los Esteros, Manta
Temperatura	25,6° C (temperatura media)
Precipitación Anual	(96.5mm) febrero - precipitación más alta (0.8mm) agosto, septiembre y octubre -precipitación más baja
Altitud	6 m.s.n.m.
Economía	Comercial, portuario industrial y pesquero

Fuente: PDOT (2020) Elaborado por los autores

- AMBIENTAL

Un análisis más específico en cuanto al ámbito ambiental del cantón Manta se presenta en la tabla 5 de dimensión ambiental:

Se localiza en una bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en la costa del océano Pacífico, al centro de la región litoral del Ecuador.

Tabla 5 Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL	
Ubicación geográfica	Localizado en una bahía que le ha dado la característica de puerto Internacional en la costa del océano Pacífico, centro del litoral del Ecuador. Posee una extensión de 306 Km ² . Su rango Altitudinal es de 6m.n.sm
Área total del territorio y uso de suelos	Manta se caracteriza por ser tener un relieve bastante irregular, se puede observar pequeñas colinas y montañas que alcanzan altura de 350 msnm, considerándolas como las de mayor altitud del cantón, permitiendo diversificar los diferentes escenarios geográficos y paisajes del territorio. Tiene tres tipos de suelo con la mayor cobertura en el territorio: inceptisol, alfisol y aridisol

Condiciones climáticas	Manta se caracteriza por poseer un clima subtropical variando así entre 15°C a 31°C
Paisajes	El relieve de Manta se caracteriza por ser bastante irregular, con presencia de pequeñas colinas y montañas bajas de cúspides planas y redondeadas, en el sector de Pacoche y San Lorenzo las montañas alcanzan alturas de 350 msnm;
Flora	La flora del cantón Manta caña guadua, laurel, guaba, higuerón, cafetal y paja toquilla, con que se pueden tejer los famosos sombreros
Fauna	La componen las ardillas, pericos, venados, monos aulladores, micos, conejos, venados, tigrillos, zorros, pericos ligeros, culebras, guacharacas, palomas, loros y otras aves menores. En el área marina se encuentran mamíferos como la ballena jorobada y delfines.
Recursos hídricos	Las montañas de Pacoche y San Lorenzo cuentan con fuentes y vertientes naturales de agua, hay cabos, ensenadas y bahías como los cabos de San Mateo, San Lorenzo, Murciélagos, ensenada de Tarqui, Bahía de Tarqui, etc. Además, frente a las costas de San Lorenzo, está la Isla de la Plata.
Conservación de los recursos naturales	Se establece la necesidad de proteger y recuperar los sistemas ecológicos, controlar y prevenir la contaminación y los riesgos, la protección de quebradas, la restauración y reforestación ecológica, y la recuperación y potenciación de la Hidrología del Cantón. Se plantean proyectos para la conservación A estas áreas, se les dará un tratamiento de conservación y preservación.
Principales procesos y problemas ambientales	La contaminación ambiental en el Cantón Manta es muy notoria, principalmente por los cauces de ríos que reciben las descargas de aguas industriales tratadas, pero aun así no cumplen con los niveles permitidos para ser descargados

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Manta (2019).

En esta tabla hace referencia al ámbito ambiental de ese cantón ya que permitió conocer la realidad de este, debido a que es un contexto muy importante que se pudo identificar y trabajar en este estudio.

- SOCIOECONÓMICO

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión socioeconómico del cantón Manta se presenta en la tabla 6:

Tabla 6 Dimensión Socioeconómica

DIMENSIÓN SOCIOECONÓMICA	
Historia	La ciudad de Manta estuvo asentada la cultura Manteña entre los años 500 a 1526 después de Cristo, estos aborígenes llamaron al lugar Jocay que tiene como significado en la lengua manteña como “casa de los peces”.
Estructura demográfica	Manta es una de la ciudad más importante de la provincia de Manabí con una población de 226.477 habitantes, de acuerdo a los datos oficiales presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, Censo del año 2010, se proyecta que su población aumentará en el año 2050 a 427.577 habitantes.

Principales fuentes de ingresos de la población	Las industrias pesquera y turística las de mayor auge; en relación a la actividad económica se registran más de 5.000 unidades activas de producción económica, entre las que sobresalen el comercio y el turismo, aunque el mayor contribuyente al PIB provincial es el sector pesquero
Estructura económica	Son el comercio y la industria pesquera donde sobresale la pesca del atún; también destacan empresas de aceites vegetales y maquiladoras.
Tipo de empresas y emprendimientos, cadenas, clústeres, etc.	Manta se considera como eje comercial, portuario industrial y pesquero, cuyas actividades están concentradas en la zona urbana.
Cultura y tradiciones	Fiesta de San Pablo, fiesta del comercio, mes de las artes y la cultura, festivales entre otras.
Actitud de la población local hacia el turismo	El turismo en Manta es muy elevado y sus habitantes mantienen la calidez, la armonía con los turistas que visitan el cantón.

Fuente: PDOT Manta, (2020) Elaborado por los autores

Para el estudio de la realidad actual fue importante el análisis socioeconómico del cantón Manta, principalmente a partir de fragmentos y aspectos sociales en virtud de las actividades económicas del territorio.

- GOBERNANZA

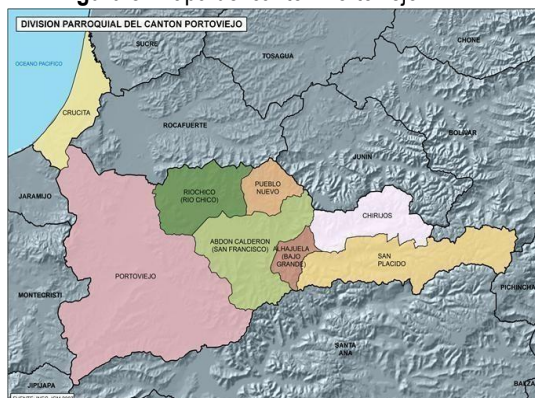
La gobernanza del cantón se basa en un modelo de gobernanza turística de la zona orientado a la toma de decisiones, técnica y participativa para el impulso del desarrollo del turismo sostenible. Dirigido al fortalecimiento de la PYMES y a la reactivación de los emprendimientos con iniciativas comunitarias, valorizando las potencialidades del turismo arqueológico y cultural, gastronómico, de deporte y aventura, de naturaleza y rural. Con base a lo indicado la gestión de la municipalidad de Manta se centra en esquemas de transformación y cambio social, además del impulso de nuevas políticas públicas, en general, estas políticas públicas tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida de la población del cantón. (PDOT de Manta, 2020).

● PORTOVIEJO

Portoviejo es la capital de la provincia de Manabí, ubicado en la parte central, geográficamente pertenece a la región costa; se encuentra a 36 kilómetros de la ciudad de Manta (ver figura 8), conocida como “la ciudad de los Reales Tamarindos”; Portoviejo constituye en el centro político y administrativo de la

provincia de Manabí, es importante mencionar que se encuentran las oficinas de importantes direcciones provinciales de varios Ministerios, así como el Gobierno y la Prefectura provincial; cuenta con una superficie aproximada de 954,9 km².

Figura 8. Mapa del cantón Portoviejo



Fuente: Andrade & Plazarte (2021)

A Portoviejo se lo considera como una ciudad que tiene un gran movimiento comercial, industrial y artesanal, vale recalcar que las artesanías que se elaboran se caracterizan por la confección en mimbre, cestería y paja toquilla. La gastronomía de Portoviejo sobresale por sus platos típicos que se elaboran a base de mariscos, pollo, res y cerdo, plátano, yuca, maíz y maní; la esencia gastronómica de Portoviejo las recoge un extenso legado de la cultura y tradición culinaria de su propia cultura montubia en Manabí, se menciona también fue declarado como “Ciudad Creativa” por la UNESCO en octubre del 2019. Los datos generales del cantón se exponen en (Ver tabla 7).

Tabla 7 Datos generales del cantón Portoviejo.

DATOS GEOGRÁFICOS DEL CANTÓN PORTOVIEJO	
UBICACIÓN	Localizado en la parte centro costa del Ecuador
LÍMITES:	Al Norte con los cantones Rocafuerte, Sucumbios, Junín y Bolívar. Al Sur con el cantón Santa Ana. Al Oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico. Al Este con los cantones Pichincha y Santa Ana.
EXTENSIÓN:	954.9 km ²

POBLACIÓN:	304.227 habitantes datos del INEC según el (PDOT)
TEMPERATURA:	La temperatura promedio es de 24 °C, aunque posee máximas relativas que pueden alcanzar los 36 °C
PRINCIPALES CUENCAS HÍDRICA:	Presa Poza Honda, Derivadora Santa Ana, Río Portoviejo, Río Portoviejo A. J. Chico, Río Chico en Alajuela, Río Chico A.J. R. Portoviejo, Río Portoviejo- Ceibal, Estuario Río Portoviejo. Cabe mencionar

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado (2019).

- AMBIENTAL

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión ambiental del cantón Portoviejo se presenta la tabla 8:

Tabla 8 Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL	
Área total del territorio y uso de suelos	El uso de los suelos se clasifica en genéricos que es el área urbana de la ciudad de Portoviejo como las viviendas, comercio, industriales, equipamientos y el resto en las áreas ecológicas.
Condiciones climáticas	Portoviejo presenta un clima templado su temperatura que oscila de los 24 °C, aunque posee máximas relativas que pueden alcanzar los 36 °C, las precipitaciones alcanzan 596,20 mm por año.
Flora y Fauna	Portoviejo cuenta con variedad de flora y fauna, entre los principales se encuentra la Guanta, el Guatuso, el Loro, el Venado, el Perico ligero, el Tigrillo, la Gallareta, Perdiz chanca, el Mono Capuchino, entre otras; siendo las principales especies se encuentran afectados en la actualidad en el territorio. Ente la flora se encuentra la Palma real, el Moral fino, el Guayacán, el Amarillo, el Caimito, Jagua, Tillo Colorado, Cedro Prieto, entre otras.
Recursos hídricos	La humedad relativa anual tiene valores promedios de 76.2 anual.
Conservación de los recursos naturales	El diagrama térmico de la Estación Meteorológica Portoviejo de los últimos años señala que los meses ecológicamente húmedos van de febrero a abril; el mes de marzo es ecológicamente el más húmedo.
Principales procesos y problemas ambientales	La fauna y la flora mantienen constante presión de degradación en las diferentes parroquias de Portoviejo, las actividades antrópicas influyen en todo sentido logrando una reducción de estos recursos que aún están en situación recuperable. son las principales especies de Flora que están siendo seriamente degradadas y que están en peligro de extinción

Fuente: PDOT Portoviejo, (2019).

En la tabla 8 se permitió conocer los ámbitos ambientales que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo.

- SOCIOECONÓMICO

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión socioeconómico del cantón Portoviejo se presenta la tabla 9:

Tabla 9 Dimensión Socioeconómica

DIMENSIÓN SOCIOECONÓMICA	
Estructura demográfica	Portoviejo cuenta con una población de 304.227 habitantes de acuerdo al Censo 2010, la población del Cantón Portoviejo proyectada para el año 2024 sea de 304.227 habitantes
Principales fuentes de ingresos de la población	Las actividades económicas que se desarrollan en el cantón Portoviejo es la actividad agro productiva, la actividad pesquera, explotación extractiva o minera, el comercio, actividades industriales y manufactureras, el turismo.
Estructura económica	El 47% de la población portovejense están dedicados a actividades que están relacionadas con la ganadería, agricultura, pesca, caza y silvicultura, el 27% se dedican al comercio, el 15% a la industria de servicios (turismo), un 5% a la explotación de minas y canteras, de igual manera un 5% a la pesca y el restante se dedica a la construcción a la industria manufacturera, a la intermediación financiera, a la educación, servicio de salud, actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, actividades financieras etc.
Uso de tecnología e innovaciones	En la actualidad el mayor impacto a la transformación del patrón de asentamiento ha sido el desarrollo de la tecnología en todos los ámbitos y esto ha hecho que Portoviejo sea considerada como una ciudad tecnológica.
Acceso a mercados	Portoviejo va en aumento debido a que es una ciudad con alto comercio y cada vez es mayor la demanda; Portoviejo al encontrarse en la zona costera ecuatoriana presenta una variedad de atractivos turísticos naturales y culturales.
Cultura y tradiciones	Fundación de Portoviejo, Fiesta religiosa en honor a la Virgen de La Merced, fiestas de San Pedro y San Pablo.
Actitud de la población local hacia el turismo	La actividad turística en entre los que se destacan: Playa de Crucita, Laguna El Encanto en San Plácido, Estadio Reales Tamarindos, iglesia Catedral Metropolitana, Fiesta Independencia de Portoviejo, Área de Reserva Jardín Botánico, Catedral Metropolitana de Portoviejo.

Fuente: PDOT Portoviejo, (2019). Elaborado por los autores.

En la tabla 9 se permitió conocer el ámbito socioeconómico que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo.

- GOBERNANZA

La articulación pública de Portoviejo está encargada por el municipio cantonal, quien es el responsable de coordinar todos los departamentos y la gestión pública del territorio; de manera que el cantón considera al turismo como su principal fuente de ingresos ya que toma muy en cuenta los atractivos turísticos que se hallan en el mismo, sin abandonar los otros aspectos notables como lo es el medio ambiente y

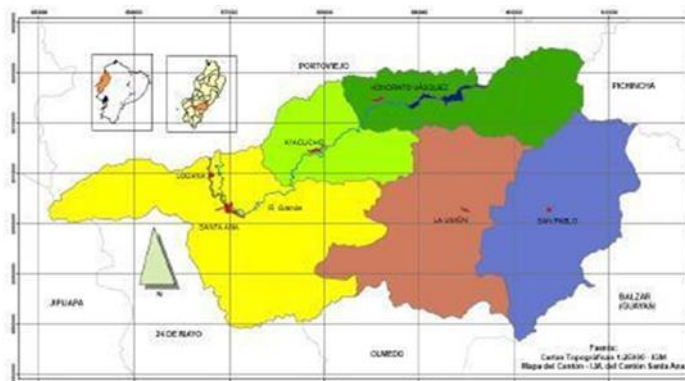
la organización territorial. Por lo consiguiente la municipalidad de Portoviejo ha tomado en consideración la institución del Consejo Turístico de Portoviejo (CONTURPOR), que en su art. 8 del código municipal del cantón, tienen la obligación de diseñar propuestas de políticas que contribuya al turismo y sostenibilidad (GADP, 2018, p.15).

Entonces el territorio ha tomado las medidas necesarias para poder obtener mayores ingresos mediante el impulso al turismo por lo que en el código 24 de la municipalidad establece que todas empresas de servicios turísticos y aquellos que de una u otra manera se dediquen a la prestación de bienes y servicios turísticos, de manera que delimiten las zonas para su planificación territorial. Los beneficios que otorgan la municipalidad son las inversiones dirigidas al turismo, se menciona una reducción tributaria dependiendo del monto de la inversión: Inversiones en salud, turismo y agroindustria de un monto mayor o igual a 500.000,00 que se establezcan en los polos de desarrollo se beneficiarán del 50% de reducción de obligaciones tributarias por un periodo de 10 años.

- **SANTA ANA**

Santa Ana ubicada geográficamente en el centro de la provincia de Manabí a una latitud de 1° a 12´ de latitud Sur y 80° 22" de longitud Oeste, con una altitud de 50 m.s.n.m. y tiene una zona alta que alcanza la altura de 400 m.s.n.m. generalmente está rodeado por el cerro de Peminche y Bonce al noreste, al sur se ubica el cerro Mate, las Guaijas y las montañas del Sasay al oeste, sus límites son: al Norte con el Cantón Portoviejo, al Sur con los Cantones Olmedo y 24 de mayo; al Este con el Cantón Pichincha y al Oeste con los Cantones 24 de mayo, Jipijapa y Portoviejo (PDOT, 2018).

Figura 9. Mapa del cantón Santa Ana



Fuente: PDOT (2018)

Para un análisis más específico en cuanto a características del territorio se presenta una tabla con información relevante y datos generales de Santa Ana:

Tabla 10 Datos generales del cantón Santa Ana

DATOS GEOGRÁFICOS DEL CANTÓN SANTA ANA	
UBICACIÓN	Geográficamente ubicado en el centro este de la provincia de Manabí, a una latitud de 1° 12' de latitud Sur y 80° 22" de longitud. Oeste.
LÍMITES:	Al Norte: con el cantón Portoviejo. Al Sur: cantones 24 de mayo y Olmedo Al Este: el cantón Pichincha y con el cantón Balzar Al Oeste: cantones Jipijapa, 24 de mayo y Portoviejo.
EXTENSIÓN:	1.036 km ²
POBLACIÓN:	47.385 habitantes datos del INEC según el (PDOT)
TEMPERATURA :	La temperatura promedio anual es de 26°C
PRINCIPALES CUENCAS HÍDRICA:	El sistema hidrográfico principal del cantón Santa Ana está integrado por el Río Portoviejo o Río Grande

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado (2019).

Santa Ana cuenta con una densidad poblacional de 43,67 habitantes por km², siendo la cabecera cantonal la de mayor densidad, 67,38 habitantes/km² y, la

parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo la de menor densidad poblacional, 23,93 habitantes/km². Santa Ana tiene un clima tropical seco, las estaciones de invierno y verano están bien diferenciadas, su temperatura promedio de 26°C anual, la temperatura máxima es de 37°C y la mínima es de 14°C, más sin embargo existe variación de la temperatura que puede llegar hasta el 10°C. la extensión es de de 1036,96 km².

- AMBIENTAL

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión ambiental del cantón Santa Ana se presenta la tabla 11:

Tabla 11 Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL	
Condiciones climáticas	Santa Ana presenta un clima tropical seco con dos estaciones invierno y verano bien diferenciadas con una temperatura promedio anual de 26°C, la temperatura máxima que se ha alcanzado es de 37°C más sin embargo la temperatura puede sufrir variaciones en el día hasta alcanzar los 10°C producto de los efectos climáticos que surten efecto en el planeta.
Paisajes	El Puerto de agua dulce San Valentín; La poza azul; La Cascada Salto del Desgraciado y el Biocorredor turístico del río grande de Santa Ana.
Flora y Fauna	Tiene naranjilla, camote, yuca, limón, mandarina. Es grande la riqueza de variedad en forestación, variedad de flora por su zona húmeda entre los principales son: cedro, canelo, laurel, caoba, maderas confección de muebles y ebanistería; también pavas de monte, perdicés, loras de cabeza azul, entre otros.
Recursos hídricos	Poza Honda, la playa fluvial "La Lucha", entre otros.
Principales procesos y problemas ambientales	La tendencia creciente de la urbanización del cantón que de por si genera residuos, consumo de agua, electricidad y transporte, provocando la contaminación del aire y del agua, sin escapar de las posibles inundaciones. Las amenazas son producto de las actividades humanas, el excesivo uso de tecnologías, la deforestación, la construcción con gran impacto ambiental; hay una disminución de la vegetación por incendios, el desmonte, la tala, el sobrepastoreo. El desmonte para abrir campos para la agricultura, la ganadería y la urbanización, todos estos aspectos están afectando de manera descomunal la flora y fauna del territorio.

Fuente: (PDOT Santa Ana, 2019). Elaborado por los autores.

En este territorio como se pudo analizar en la tabla 11 se permitió conocer los ámbitos ambientales que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo.

- SOCIOECONÓMICA

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión socioeconómica del cantón Santa Ana se presenta la tabla 12:

Tabla 12 Dimensión Socioeconómica

DIMENSIÓN SOCIOECONÓMICA	
Historia	Conocida como Vuelta larga fue en el año de 1984 que se decretó como cantón de Manabí en el gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño.
Principales fuentes de ingresos de la población	Las actividades de la agricultura, ganadería, comercio y el turismo.
Estructura económica	En relación a las actividades económicas del cantón es importante enmarca que el territorio posee un potencial productivo, de donde sale una gran cantidad de productos tradicionales.
Uso de tecnología e innovaciones	La municipalidad de Santa Ana impulsa el desarrollo local integral y sostenible además de la participación de los diferentes actores públicos, privados y comunitarios para el mejoramiento de la calidad de la población.
Cultura y tradiciones	Se realiza la elección de la reina de estas festividades, acompañada de música y diversión.
Actitud de la población local hacia el turismo	Los balnearios de agua dulce como el Badén de La Poza o la Cascada de la Finca, en la parroquia Ayacucho, son lugares únicos para el disfrute de la familia.

Fuente: Gad de Santa Ana, (2019). Elaborado por los autores.

En la tabla 12 se permitió conocer el ámbito socioeconómico que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo.

- GOBERNANZA

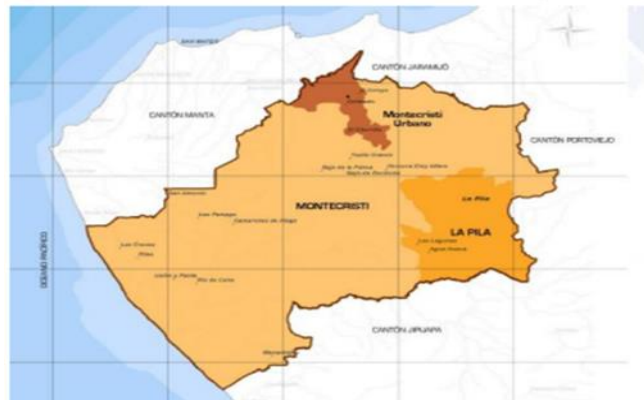
El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana, impulsa el desarrollo local integral y sostenible, sobre la base de la gobernabilidad sustentada en la participación y cogestión de los diferentes actores públicos, privados y comunitarios, hacia el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Planifica, ordena, regula el territorio y proporciona bienes y servicios públicos con eficiencia

en la gestión de los recursos consolidando un gobierno solidario, equitativo y transparente (Gad de Santa Ana, 2019).

- **MONTECRISTI**

El cantón Montecristi se encuentra a una latitud 1°2'37" latitud sur y a 80°39' de longitud oeste, su altitud media es de 222 msnm con una altura máxima de 443 msnm y la mínima es de 0 msnm; sus límites son al norte con Manta y Jaramijó, al oeste con Manta y el océano pacífico, al oeste con Portoviejo y Jipijapa, al sur con Jipijapa y el océano pacífico entre las poblaciones de Manta y Portoviejo siendo referente dinamizador de la economía aledaña de 60 sectores tales como Jaramijó y Jipijapa (ver figura 10). En lo que comprende a su división política– administrativa está compuesto por cinco parroquias urbanas que son General Eloy Alfaro, Leónidas Proaño, Colorado, Aníbal, San Andrés y su única parroquia rural denominada la Pila (GAD Montecristi, 2019).

Figura 10. Mapa del cantón Montecristi



Fuente: GAD de Montecristi (2018)

Montecristi fue creado el 25 de junio de 1822, con una extensión de 743,20 km², presentan condiciones climáticas favorables el promedio de la temperatura anual es de 25°C, donde el mes de agosto presenta la temperatura más baja y los más alto en los meses de marzo y abril (época mayor lluvia). Por lo que se determina que la zona se considera como región bioclimática sub desértico tropical, en la provincia

de Manabí esta región bioclimática cubre Bahía de Caráquez, Charapotó, Portoviejo, Montecristi, Julcuy y Valle del Ayampe alto. Con respecto a la pluviosidad, la precipitación media fluctúa anualmente entre 375 y 440 msnm. A continuación, se muestra un detallado de lo descrito en la tabla 13:

Tabla 13 Datos generales del cantón Montecristi.

DATOS GEOGRÁFICOS DEL CANTÓN MONTECRISTI	
UBICACIÓN	El Cantón Montecristi se encuentra ubicado en 1°2'32", latitud sur y 80°39' de longitud Oeste Altitud media 22msnm, máxima 443 msnm y mínima 0 Msnm.
LÍMITES:	Limita: Al norte con el cantón Manta y Jaramijó, al Oeste con el Cantón Manta y el Océano Pacífico, al este con el cantón Portoviejo y Jipijapa.
EXTENSIÓN:	734,20 km ²
POBLACIÓN:	87.096 habitantes datos del INEC según el (PDOT)
TEMPERATURA:	La temperatura promedio anual es de 26°C

Fuente: PDOT (2019).

El cantón Montecristi cuenta con una población aproximada de 70.294 habitantes con una tasa de crecimiento del 5.35%, convirtiéndose en el nivel más alto de la provincia de Manabí ya que está por encima del promedio que es de 1,6%, denotando de esta manera que el presente cantón se ha convertido en un polo de crecimiento demográfico centrado en el área urbana con una tasa de crecimiento del 12,8% (INEC, 2010).

- AMBIENTAL

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión ambiental del cantón Montecristi se presenta la tabla 14:

Tabla 14 Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Ubicación geográfica	Montecristi localizado al centro de la región litoral de Ecuador, en las faldas del cerro homónimo, a una altitud de 600 msnm.
Área total del territorio y uso de suelos	Agricultura y ganadería
Condiciones climáticas	Con un clima seco tropical de 25°C en promedio, presentan características de Heliofanía (cantidad de exposición solar) particulares, en las que se puede determinar que los meses de mayor exposición solar están comprendidos en el periodo julio a septiembre y abril-junio
Paisajes	Playas, cerros, museos, vertientes naturales.
Flora y Fauna	Existe más de 40 especies de flora como naranjas, mandarinas entre otros. Al igual de la fauna existe un sin número de animales como: monos, tigrillos, guatuso entre otros.
Principales procesos y problemas ambientales	Dentro del territorio existen amenazas de degradación del medio ambiente afectando en gran medida a los recursos naturales por lo que el componente ambiental es uno de los más afectados en el territorio, se evidencia gran contaminación y deforestación de árboles.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi (2019).

Entonces como se pudo analizar en la tabla 14 el cantón Montecristi posee dimensiones ambientales accesibles y también son flexibles.

- SOCIOECONÓMICO

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión socioeconómica del cantón Montecristi se presenta la tabla 15:

Tabla 15 Dimensión Socioeconómica

DIMENSIÓN SOCIOECONÓMICA	
Historia	Montecristi fue una de las primeras ciudades que se liberó en la Revolución del 9 de octubre de 1820, el 25 de junio de 1822 alcanzó la categoría de cantón.
Principales fuentes de ingresos de la población	El cantón Montecristi posee una amplia actividad comercial, se puede decir que la ciudad es considerada como uno de los principales centros económicos comerciales de la provincia de Manabí
Estructura económica	Alberga grandes organismos financieros y comerciales del país, su economía se basa en el comercio, el transporte y el turismo;
Tipo de empresas y emprendimientos, cadenas, clústeres, etc.	Las principales actividades económicas de la población en general es el comercio formal e informal determinando que el comercio es lo que resalta en el territorio, a gran mayoría de la población consta de pymes y microempresas, sumándose de forma importante la economía informal que da ocupación a miles de personas.
Uso de tecnología e innovaciones	Las oportunidades que brinda el sector corporativo (privado) es importante puesto que al desarrollar modelos de negocios estos generan valor económico generando nuevas oportunidades de trabajo, la inversión privada ha formado parte en el proceso del

	crecimiento de la ciudad, los proyectos inmobiliarios, urbanizaciones privadas, y oficinas, han ido en aumento, convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo para hacer negocios en la provincia.
Acceso a mercados	La vía más importante de la ciudad es la denominada avenida metropolitana Eloy Alfaro, a lo largo de la cual se asientan los principales centros comerciales que dinamizan la economía del área urbana.
Cultura y tradiciones	Entre las tradiciones más conocidas están las mandas o como se le llama las caminatas de los peregrinos en agradecimiento a Monserrate.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi (2018)

En la tabla 15 se permitió conocer el ámbito socioeconómico que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo.

- GOBERNANZA

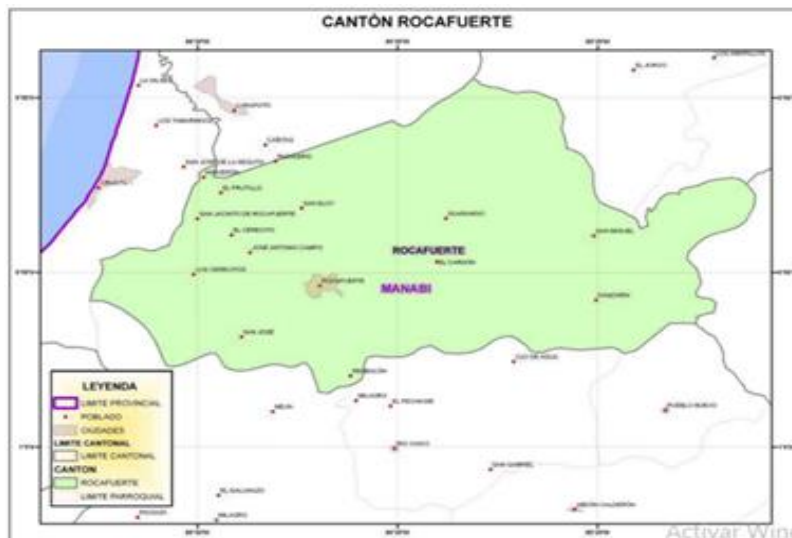
La gobernanza del cantón Montecristi está encargada por el municipio cantonal, quien es el responsable de coordinar todos los departamentos y la gestión pública del territorio, además de tomar decisiones claves para el desarrollo del territorio; entonces la gobernanza está ligada a procesos de interacción entre los actores involucrados en un asunto público, que llevan a la toma de decisiones o a la formulación de normas. Dentro de este paso las autoridades municipales deben pensar de manera integral sobre el conocimiento de las operaciones de los servicios, la aplicación de las leyes, la oportuna gestión frente a una emergencia, la gestión administrativa del GAD y la articulación con las instituciones no gubernamentales, además de la planificación territorial incluyendo la infraestructura mínima que brinde la mayor cantidad de servicios a la población de manera equitativa.

● ROCAFUERTE

Rocafuerte se sitúa en la parte occidental del territorio ecuatoriano parte céntrica de la provincia de Manabí a una latitud 0°,55" y 6" de latitud sur y 80° 26" 10" de longitud occidental, sus límites son: al norte con Sucre y Tosagua, al sur con Portoviejo, al este con Junín al oeste con Portoviejo y Sucre. Según la planificación nacional y forma parte junto con el cantón Tosagua el Distrito 13D12. Ubicado en un lugar privilegiado, ya que es el centro de convergencia de los balnearios Crucita, San

Jacinto y San Clemente, localizado a 20Km de la capital de provincia y a 33Km del aeropuerto y puerto marítimo internacional del cantón Manta (PDOT, 2019).

Figura 11. Mapa del cantón Rocafuerte



Fuente: PDOT (2019).

El cantón Rocafuerte está asentado parte en una extensa planicie, que es del valle propiamente dicho y comprende además la zona alta o lomas con una altura aproximada a los 100 metros. A más de la cabecera cantonal, situada en la parte céntrica del valle lo constituyen 52 recintos diseminados a lo largo y ancho de su territorio. Según datos provisionales proporcionados por la INEC tiene 18.440 habitantes en la zona rural y 13.00 en la zona urbana que totaliza 37.127 habitantes según la proyección INEC 2019. (Ver Figura 11).

Para un análisis más específico en cuanto a características del territorio se presenta una tabla con información relevante y datos generales de Rocafuerte:

Tabla 16 Datos generales del cantón Rocafuerte

DATOS GEOGRÁFICOS DEL CANTÓN ROCAFUERTE	
Ubicación	Situado en la parte occidental del territorio ecuatoriano, zona centro norte de la Provincia de Manabí, en la Micro Región Central o Metropolitana
LÍMITES:	Norte: cantón Sucre Sur: cantón Portoviejo

	Este: cantones Tosagua y Junín Oeste: cantón Portoviejo
EXTENSIÓN:	278,08 Km2
POBLACIÓN:	37.127 habitantes según la proyección INEC 2019.
TEMPERATUR A:	La temperatura promedio anual es de 25°C

Fuente: PDOT (2019).

Es muy notorio el crecimiento de Rocafuerte, de acuerdo al último censo con un ritmo del 1,47% promedio anual, la población del territorio era de 33.469 habitantes, que representa el 0,23% de la población ecuatoriana, y el 2,44 % del total de la provincia de Manabí ubicándose en el décimo tercer puesto entre los cantones manabitas con mayor número de habitantes. Según la proyección de crecimiento poblacional INEC Rocafuerte al 2019 tiene una población de 37.127 habitantes, (PDOT, 2019).

- AMBIENTAL

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión ambiental del cantón Rocafuerte se presenta la tabla 17:

Tabla 17 Dimensión Ambiental

DIMENSIÓN AMBIENTAL	
Área total del territorio y uso de suelos	El territorio ha definido unidades ambientales tomando en consideración factores morfológicos, morfométricos y la litología, así como los factores externos modeladores como el clima y vegetación; estas unidades son: -Relieves Estructurales y Colinados Terciarios (70,62% del área del cantón). -Medio Aluvial (27,98%)
Condiciones climáticas	Presenta un clima que está influenciado por los vientos marinos que ingresan por la ensenada de Crucita contrarios al recorrido del río Portoviejo provocando una temperatura que oscila entre los 25 °C y 26 °C, con una precipitación promedio anual de 397,4 msnm.
Paisajes	Se caracteriza por la gran geo forma denominada terraza media de relieves planos a casi planos, la cual es agrícolamente productiva, en el que predomina el cultivo del arroz en la zona baja y maíz en la zona alta.
Flora y Fauna	El uso predominante del suelo del cantón Rocafuerte es el "Agrícola" (de producción), dentro del que resultan importantes por su superficie cultivada de: maíz, arroz, cacao, coco, plátano, banano, haba pallar, cebolla perla, higuera, algodón, coco y los cultivos de ciclo corto como melón, tomate riñón, frejol, zapallo, entre otras.

Conservación de los recursos naturales	Actualmente el cantón cuenta con el estudio para la gestión integral de desechos sólidos para el cantón Rocafuerte, formulado en convenio con el Programa Nacional de Gestión Integral de Desechos Sólidos (PNGIDS)-Ministerio del Ambiente.
Principales procesos y problemas ambientales	La eliminación de basura se da en el área urbana en un 96,08% y en el área rural aproximadamente en un 50,40% correspondiendo este porcentaje a la recolección en varias comunidades rurales. El servicio se presta desde la Dirección de Gestión Ambiental del GAD Municipal, a través de las secciones de ambiente y as; la recolección se realiza a través de las rutas que se programan para poder lograr la recolección de los residuos sólidos y el servicio de barrido se lo efectúa a través de la distribución diaria que se hace en las calles de la zona urbana.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Rocafuerte (2019).

Entonces como se pudo analizar que en la tabla 17 el cantón Rocafuerte posee dimensiones ambientales accesibles y también son flexibles.

- SOCIOECONÓMICO

Para un análisis más específico en cuanto a la dimensión socioeconómica del cantón Montecristi se presenta la tabla 18:

Tabla 18 Dimensión Socioeconómica

DIMENSIÓN SOCIOECONÓMICA	
Historia	Rocafuerte, especialmente su extenso valle fue asentamiento de la aborigen cultura Pichota, tribu que arribó por el río Chota, sistema fluvial de la hoya de Ibarra, provincia de Imbabura. Después del proceso de colonización que introdujo el inevitable mestizaje, los pueblos nativos de la zona fueron adaptándose, surgiendo nuevas identidades como los cholos pescadores, cholos agricultores y los montubios,
Principales fuentes de ingresos de la población	Se han dedicado principalmente a la agricultura y ganadería
Tipo de empresas y emprendimientos, cadenas, clústeres, etc.	Rocafuerte posee algunas características culturales, tradiciones que son muy importantes para la población, existen la elaboración de quesos y mantequilla, fabricación de ollas y diversos utensilios en barro y artesanía en tagua. La tradicional fabricación de silla de tijera, ha sido sustituida por un modelo denominado “perezosas”, las cuales son muy cómodas para el descanso y tienen gran demanda. Especial mención merece la elaboración de dulces, manjares, rompope, bocaditos y preparación de platos fuertes.
Acceso a mercados	El cantón posee una gran diversidad cultural, hay mucho talento, habilidad y perfeccionismo en la confección de prenda de vestir para cualquier ocasión, bordados a mano y en máquina, trabajos muy solicitados por personas de buen gusto y que muchas veces son llevados al exterior.
Cultura y tradiciones	Fiestas patronales en honor a la Virgen del Carmen, Fiestas de San Pedro y San Pablo entre otros.
Actitud de la población local hacia el turismo	Entonces las líneas productivas determinantes de la zona son: agropecuaria, comercio, industria y manufactura, enseñanza, construcción, transporte, almacenamiento y comercialización, por otro lado, las ramas productivas de menor significado económico

son; administración pública, actividades comunitarias y sociales, servicios sociales y de salud, hoteles y restaurantes e inmobiliaria y empresarial.

Fuente: Rocafuerte, (2019). Elaborado por los autores.

En la tabla 18 se permitió conocer el ámbito socioeconómico que posee el cantón para así tener una perspectiva de esta zona, lo que al mantener claro permitió desarrollar un buen trabajo. Además, las principales actividades económicas que sobresalen en Rocafuerte son las organizaciones productoras por rama de actividades (arroceros, maiceros, artesanos de tagua, ganaderos, agricultores, comerciantes, productores y comercializadores de dulces, etc.).

- LÍNEA BASE DEL SISTEMA TURÍSTICO

En esta actividad se efectuó un análisis del sistema turístico de la zona centro norte de Manabí en donde se pudo integrar los diferentes elementos que la conforman (hoteles, restaurantes, recreación, esparcimiento, agencias de viajes), en base a la recolección de datos in situ y de diferentes investigaciones realizadas se presentan en síntesis los establecimientos que conforman la planta turística.

- SUPERESTRUCTURA

Es importante recalcar que la municipalidad de Rocafuerte debe de proponerse nuevos desafíos se debe implementar acciones de forma que mejore las condiciones de vida, el incentivo a procesos productivos que garanticen calidad y competitividad. Por otra parte, el cantón debe considerar al turismo como su principal fuente de ingresos tomando en cuenta los atractivos turísticos que se encuentran en el mismo, sin dejar a un lado dos aspectos relevantes como lo son, el medio ambiente y la planificación territorial.

La gestión pública del cantón no es muy eficiente, pero si se desarrolla espacios de coordinación, mesas técnicas, consejos cantonales que están orientado a definir de manera objetiva las políticas públicas locales, la participación de la ciudadanía para la ejecución, seguimiento y evaluación de las mismas. Por lo que desde la perspectiva institucional se busca se busca promover una acción pública basada en la transparencia, la calidad y la eficiencia. En base a ello se debe impulsar al plan

estratégico institucional y el sistema de planificación para dar seguimiento y evaluación, con lo cual se busca desarrollar una cultura de la organización caracterizada por la excelencia y el compromiso (PDOT, 2019).

- **COMUNIDAD RECEPTORA**

El turismo que se desarrolla en la zona centro de Manabí es el turismo de sol y playa, urbano, excursión y de aventura, tiene un alto índice de biodiversidad y muchos lugares aun sin desarrollo con riqueza natural; por ende, dicha actividad debe ser estudiada de manera específica y que se desarrolle de una manera adecuada incluyendo factores sociales, económicos y culturales permitiendo el desarrollo de los atractivos de cada sitio. Entonces es importante conocer los recursos turísticos del territorio que ha motivado que las entidades del sector público como el Gobierno Provincial tomen iniciativas que potencialicen los atractivos, las condiciones y disponibilidad de los recursos para el desarrollo turístico de la zona centro de Manabí.

- **DEMANDA**

Es importante mencionar que la actividad turística de la zona está en constante crecimiento por su gran potencialidad y actividad comercial por ende su demanda es mayor, al encontrarse en las costa ecuatorianas presenta una variedad de atractivos que son muy frecuentados por turistas nacionales e internacionales además que es una zona muy propicia para el desarrollo del turismo de aventura De acuerdo a datos obtenidos por el Ministerio de Turismo (2020) este levantamiento de información contiene información relevante sobre el comportamiento del turista a nivel nacional antes de la pandemia y dada la nueva normalidad en base a los datos obtenidos se puede determinar que el 46% son jóvenes con una edad de 18 a 25 años, seguido del 32% son adultos 65 entre 35 y 64 años, además se pudo conocer que el 54% son empleados, el 40% son estudiantes, otro aspecto importante el turista antes de la pandemia viaja 2 a 3 veces al año en grupo familiar y con menor escala con amigos, cuya pernoctación

era de 2 a 4 noches, considerando las preferencias del destino el 51% prefiere la costa frente a un 28% que se inclina por la región andina.

Debido a la crisis sanitaria a causa del COVID-19 el turista a partir del 2021 prefiere realizar viajes en familia y amigos, el visitante pernoctaría en el destino al menos una noche, las preferencias motivacionales del turista son destinos de sol y playa, áreas protegidas que se mantiene en crecimiento, los destinos de montaña también presentan un crecimiento así como los destinos de aventura y rurales, considerando estos datos puede mencionar que dada la nueva normalidad el turista podría inclinarse por actividades vinculadas a la naturaleza y a la práctica de deportes al aire libre, ya que se considera que este tipo de actividades se realizan en un ambiente sostenible, con limitado número de personas y en áreas poco congestionadas, estas características son ideales dadas las nuevas condiciones que el turista exigirá para realizar sus viajes.

- INFRAESTRUCTURA

En base al estudio de la oferta de la zona centro norte de Manabí se pudo conocer los servicios y productos del territorio, teniendo en consideración que la oferta turística debe centrar su atención en la comunicación y promoción de los protocolos de bioseguridad que el destino y los establecimientos aplican haciendo más atractivo para el turista que los visitará.

A continuación, se analiza cada uno de los componentes que conforman la oferta:

- ALOJAMIENTO

Mediante la revisión del catastro turístico de Manabí se pudo unificar los establecimientos de alojamientos de la zona centro norte de Manabí determinando que cuenta con una gran gama de establecimientos hoteleros (ver tabla 19) datos del catastro público de Manabí (2022) se evidencia 181 establecimientos teniendo en consideración que gran parte de la planta hotelera se vio afectada por la crisis sanitaria a causa del COVID-19 reduciendo en gran cantidad de la oferta de plazas; a pesar de la reducción de plazas existe la presencia de diversos tipos de

establecimientos que convierten a la zona centro norte de Manabí en un destino preparado para recibir turistas tanto nacionales como internacionales.

Tabla 19 Establecimientos de Alojamiento

CANTÓN	HOTELES	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	CONDICIONES DE LA INFRAESTRUCTURA
MANTA	Hoteles	34	7077	En general los establecimientos de hospedajes en Manta se encuentran en buenas condiciones excepto unos cuantos hostales se encuentra en regulares condiciones
	Hostales	74		
	Hosterías	10		
PORTOVIEJO	Hoteles	20	2803	Los establecimientos de hospedajes en relación a la infraestructura están es condiciones regulares.
	Hostales	24		
	Hosterías	6		
MONTECRISTI	Hoteles	2	420	La capacidad de plazas en Montecristi son pocas y se evidencia en que sus establecimientos muestran una limitada infraestructura.
	Hostales	3		
	Hostería	2		
SANTA ANA	Hoteles	0	99	En Santa Ana solo se cuenta con 2 hostales y 2 hostería las mismas que oferta un servicio muy limitado y su infraestructura es básica.
	Hostales	2		
	Hostería	2		
ROCAFUERTE	Hoteles	0	155	Los establecimientos de hospedajes en Rocafuerte en relación a las condiciones de la infraestructura están son muy limitadas.
	Hostales	0		
	Hostería	2		
Total		181	10454	

Fuente: Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

Por lo consiguiente se determinó que los establecimientos de hospedajes (ver tabla 19), los servicios que brindan estos medios de alojamiento son básicos ya que en su mayoría cuentan con aire acondicionada y TV por cable, aunque en Manta y Portoviejo se encuentra establecimientos de 4 y 5 estrellas con buenos servicios; por lo general se puede considerar que algunos no cumplen con los requisitos

mínimos para ser considerados hoteles, sin embargo, cuentan con el permiso de funcionamiento.

-RESTAURANTES

De acuerdo al catastro de alimentos y bebidas de la provincia de Manabí se pudo identificar los establecimientos de restaurantes, cafetería, fuentes sodas y bares de la zona centro de Manabí (Manta, Portoviejo, Santa Ana, Montecristi, Rocafuerte) (ver tabla 20).

Tabla 20 Establecimientos de Alimentos y bebidas

CANTÓN	RESTAURANTES	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMEROS DE MESAS	CONDICIONES DE LOS SERVICIOS
MANTA	Alimentos	202		
	Cafeterías	35		BUENOS
	Fuentes sodas y bares	93	5220	
PORTOVIEJO	Alimentos	138		
	Cafeterías	11		BUENOS
	Fuentes sodas y bares	51	2394	
MONTECRISTI	Alimentos	8		
	Cafeterías	1		BUENOS
	Fuentes sodas y bares	3	89	
SANTA ANA	Alimentos	7		BUENOS
	Cafeterías	1		BUENOS
	Fuentes sodas y bares	1	98	
ROCAFUERTE	Alimentos	4		BUENOS
	Cafeterías	1	35	BUENOS
	Fuentes sodas y bares	0		BUENOS
Total		557	7836	

Fuente: Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

Una vez analizada y sintetizar la información de los establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas como se refleja en la tabla 20 dentro de este rango se encuentran los restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda, dicho servicio ha contribuido a que la zona centro norte se clasifique como un destino turístico de gran potencia, debido a que la gastronomía manabita es reconocida en el país, y por lo tanto es fuente de atracción para algunos segmentos de la demanda. Sin embargo, el destino se ha visto en la necesidad de implementar nuevos establecimientos de diferentes categorías para la llegada de turistas en épocas de gran demanda.

-RECREACIÓN

La zona centro norte de Manabí posee una variedad de establecimientos de recreación y esparcimiento que se encuentran oficialmente registrados en el catastro turístico público de Manabí (2022), en total suma 34 establecimientos de recreación (ver tabla 21).

Tabla 21 Establecimientos de recreación

CANTÓN	CENTROS DE RECREACIÓN
MANTA	9
PORTOVIEJO	17
MONTECRISTI	3
SANTA ANA	3
ROCAFUERTE	2
Total	34

Fuente: Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

Además, de los establecimientos mencionados otros establecimientos son parte de la planta turística del cantón como los servicios de recreación, diversión y esparcimientos de reuniones, referenciados por medio, discotecas, centros de recreación turísticos y transporte terrestre turístico, los cuales suman 34 establecimientos incrementando la oferta turística del área de estudio.

-AGENCIAS DE VIAJES

Según los datos facilitados por la empresa pública la zona de estudio cuenta con 58 establecimientos (ver tabla 22) que se encuentran en los dos cantones más representativos (Manta y Portoviejo) que prestan servicio de agenciamiento en la provincia de Manabí. Dichas agencias, han continuado sus actividades funcionales pese a la crisis sanitaria por COVID-19 hasta la fecha actual, mediante la promoción y venta de paquetes turísticos a la ciudadanía y comunidad en general de la provincia de Manabí.

Tabla 22 Establecimientos de agencias de viajes

CANTÓN	AGENCIA DE VIAJES
MANTA	34
PORTOVIEJO	24
MONTECRISTI	0
SANTA ANA	0
ROCAFUERTE	0
Total	58

Fuente: Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

El papel que desempeña las agencias de viajes dentro de la zona centro de Manabí es fundamental debido que aportan al desarrollo del turismo, diversifican la oferta y demanda, promocionan los lugares turísticos, diseñan paquetes de acuerdo a las preferencias del turista, por tal motivo las agencias de viajes forman parte de la planta turística de la zona centro de Manabí, contribuyendo a la actividad turística a través del ingreso y emisión de turistas mediante la organización de paquetes y rutas turísticas aprovechando la diversidad que posee el área de estudio que va desde el turismo de sol y playa hasta el de naturaleza, siendo una actividad que dinamiza el turismo en la zona. Se pudo evidenciar que existen un total de 58 agencias de viajes en el área de estudio (ver tabla 22) siendo Manta y Portoviejo que cuenta con agencias de viajes, los demás cantones no poseen.

-RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EXISTENTES

Dentro de los recursos y atractivos turísticos que posee el área de estudio se tomó como referencias el PDOT y el inventario realizado por el MINTUR entre los cuales se encuentran recursos naturales, culturales (ver tabla 23).

Tabla 23 Recursos turísticos naturales y culturales

CANTÓN	RECURSOS TURÍSTICOS
MANTA	26 recursos entre naturales y culturales
PORTOVIEJO	17 recursos entre naturales y culturales
MONTECRISTI	27 recursos entre naturales y culturales
SANTA ANA	6 recursos entre naturales y culturales
ROCAFUERTE	8 recursos entre naturales y culturales
Total	84 recursos entre naturales y culturales

Fuente: Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

Para una comprensión mejor se detalla los atractivos naturales y culturales de la zona centro norte de Manabí (ver tabla 23).

Se pudo evidenciar que la zona centro norte de Manabí cuenta con potencialidad turística, en este caso como se observa en la tabla 23 se efectuó la identificación de los recursos y atractivos turísticos por cantones identificando que Manta posee 11 recursos naturales y 9 culturales, Portoviejo cuenta con 6 recursos naturales y 12 culturales, en Montecristi se identificó 3 recursos naturales y 4 culturales, el cantón Santa Ana se encuentra 17 recursos naturales y 5 culturales, Rocafuerte cuenta con 6 recursos naturales y 2 culturales, con esto se deduce que Manta, Portoviejo y Santa Ana son los cantones con mayor presencia de recursos turísticos. Se evidencia un alto índice de recursos naturales y culturales de la zona centro norte de Manabí que pueden ser aprovechados para el desarrollo de nuevos productos turísticos de aventura con enfoque en la sostenibilidad debido que el área es propicia para desarrollar este tipo de turismo.

Es importante mencionar que el turista a raíz del 2021 prefiere viajar en familia y amigos, el visitante pernoctaría en el destino al menos una noche, las características del destino que el turista elegiría sigue teniendo una fuerte inclinación por los destinos de sol y playa, destinos de áreas protegidas que se mantiene en crecimiento, los destinos de montaña también presentan un crecimiento así como los destinos de aventura y rurales, considerando estos datos se puede mencionar que dada la nueva normalidad el turista podría inclinarse por actividades vinculadas a la naturaleza y a la práctica de deportes al aire libre, ya que se considera que este tipo de actividades se realizan en un ambiente sostenible, con limitado número de personas y en áreas poco congestionadas, estas características son ideales dadas las nuevas condiciones que el turista exigirá para realizar sus viajes (Ministerio de Turismo,2020).

4.1.2. ANÁLISIS FODA ESTRATÉGICO

Para el desarrollo de esta actividad se desarrolló una matriz FODA en donde se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta la zona de estudio, para la recopilación de la información que se señala en la tabla 24 se efectuó una análisis integral del territorio que conforman la zona centro norte de Manabí en donde se pudo constatar las deficiencias del sector público en relación al turismo, además se aplicaron encuestas en las que se evalúa la percepción de la comunidad local con relación a actividades turísticas en las que manifestaron algunas carencias y fortalezas que tiene el territorio para el desarrollo de actividades de turismo alternativo.

Tabla 24 Factores internos y externos (FODA)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Territorio con gran potencialidad turística. -Clima agradable y geografía propicia para el desarrollo de actividades turísticas. -Gran diversidad natural y paisajística del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento sobre parámetros de calidad turística por parte de prestadores de servicios turísticos. -Territorio que no aprovecha las potencialidades -Limitado presupuesto para el desarrollo de actividades turísticas.

<ul style="list-style-type: none"> -Interés de la comunidad local por incursionar en el turismo. -Evidente crecimiento urbanístico y económico de la zona. -Presencia de recursos naturales y culturales. -Nuevos segmentos de mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> -El territorio no cuenta con sistema de gestión ambiental. -Zona con poca promoción turística. - Déficit de infraestructura turística de alta categoría. -Limitada oferta turística. - Personal de organismos públicos sin conocimientos técnico de turismo. -Territorio con problemas ambientales.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Inclusión y fortalecimiento del turismo alternativo en la zona centro norte de Manabí. -Convenios con instituciones académicas. -Apoyo de instituciones externas que incentivan el desarrollo turístico. -Apoyo e inversión de empresas privadas. -Mercado turístico en expansión. -Nuevas modalidades turísticas. -Turistas interesados en el turismo alternativo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Existencia de otros productos cercanos con similares características y con mayor oferta de servicios complementarios y facilidades para el turista. - Reducido presupuesto para el desarrollo de la actividad turística. -Competitividad en el mercado turístico. - Regulaciones nacionales que impiden el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos. -Crisis económica relacionado a Post Covid-19.

Fuente: Elaboración de los autores

Una vez realizado el FODA, se ha identificado ocho factores internos que corresponden al potencial que tiene el territorio para desarrollar actividades turísticas, en ese sentido, se pudo conocer que el interés e importancia que asume la comunidad receptora para activar el turismo como fuente económica de ingresos. Además, se pudo evidenciar que hay una gran diversidad natural paisajística sumado a la gran potencialidad para germinar nuevos productos enfocados al turismo alternativo (aventura), sumado a esto se encuentra la conservación de la cultura local montubia que permite darle un valor agregado al territorio.

Por lo consiguiente las debilidades que se presentan en el territorio corresponden al déficit de infraestructura turística de alta categoría, la débil gestión y planificación turística que son las de mayor impacto, además de que no se aprovechan las

potencialidades turísticas para diversificar la economía local y la oferta de servicios y productos turísticos esto en muchas ocasiones debido a que no se cuente con personal capacitado en el ámbito turístico y el limitado presupuesto otorgado para estas actividades.

Los factores externos que se identificaron fueron ocho oportunidades que están relacionadas a convenios con instituciones públicas e instituciones externas que incentiven al desarrollo turístico, además del apoyo del gobierno provincial y el MINTUR, las empresas privadas y un punto que es de suma importancia son los nuevos proyectos direccionados al turismo alternativo esto permitirá que se puedan utilizar conocimientos técnicos para desarrollar turismo de calidad, entre las amenazas detectadas se puede señalar como punto clave el crecimiento de la demanda especialmente de los cantones costeros de la provincia, la escasa de inversiones privadas que limitan el crecimiento turístico y la crisis económica y situación política que crece en el país.

Una vez determinado los factores internos y externos que caracterizan al territorio, se efectuó una matriz en la que se evaluó cuantitativamente del 1 al 3 el nivel en que al potencializar las fortalezas se pueden aprovechar las oportunidades, así mismo de qué manera las fortalezas pueden contrarrestar las amenazas, como se pueden aprovechar las oportunidades para disminuir las debilidades y finalmente en qué relación las amenazas hacen crecer las debilidades; (ver tabla 25), estas fueron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que obtuvieron la mayor puntuación y que se convertirán en el problema y la solución estratégica.

Tabla 25 Condensado de la matriz FODA

Fortaleza (F1)	Territorio con gran potencialidad turística
Oportunidad (O1)	Inclusión y fortalecimiento del turismo alternativo en la zona centro norte de Manabí
Debilidad (D2)	Territorio que no aprovecha las potencialidades
Amenaza (A1)	Situación política actual

Fuente: Elaboración de los autores

En la matriz realizada se pudo obtener como resultado que la mayor fortaleza que tiene la zona centro norte de Manabí es la gran potencialidad turística debido por las características del territorio que es muy diverso y se podrían desarrollar actividades que estén relacionadas al turismo alternativo, en la oportunidad de mayor puntaje es la posible inclusión y fortalecimiento del turismo alternativo además de establecer convenios con instituciones públicas que permitan desarrollar proyectos de vinculación que mejoren las condiciones turísticas, sociales y ambientales del territorio; la debilidad mayor es el escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas pese que el territorio tiene potencial no es aprovechado para el beneficio del territorio, finalmente la amenaza con mayor puntaje es la situación política, social y económico que atraviesa el país que afecta a todos los sectores económicos especialmente el del turismo.

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL

Una vez analizada la matriz FODA se efectuó a la estructura del problema estratégico general tomando como referencia las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas que se obtuvieron en la matriz ponderada considerando que se haga efectiva la amenaza mayor, y aunque se examinen las debilidades y se aprovechen las fortalezas no se podrá hacer uso correcto de las oportunidades del entorno, en función de esto el problema estratégico queda estructurado de la siguiente manera: Si la situación social, política y económica del país, teniendo en consideración que existe un escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas, aunque el territorio disponga con potencial turístico no podrá fortalecer la inclusión del turismo alternativo en el territorio.

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL

La solución estratégica es lo contrario al problema en donde se analiza las fortalezas para el aprovechamiento de las oportunidades contrarrestando las amenazas para minimizar las debilidades por lo que la solución estratégica es que utilizando plenamente la potencialidad turística de la zona centro norte de Manabí y

aprovechando el fortalecimiento del turismo alternativo se podrían contrarrestar la situación social, política y económica del país de manera que se aproveche las potencialidades turísticas.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Tabla 26 Cuadrante de la matriz FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	I	II
FORTALEZAS	ESTRATEGIA OFENSIVA	ESTRATEGIA DEFENSIVA
	Maxi-Maxi	Maxi-Mini
	91	64
	III	IV
DEBILIDADES	ESTRATEGIA REORIENTACIÓN	ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA
	Mini-Maxi	Mini-Mini
	151	72

Fuente: Elaboración de las autoras

Mediante la aplicación del FODA estratégico se evaluó, las fortalezas con las oportunidades y amenazas, así mismo las debilidades con las oportunidades y amenazas en una escala del 1 a 3 siendo 1 bajo, 2 medio y 3 alto, se pudo obtener que el cuadrante con mayor impacto es el III (Mini- Maxi) (ver tabla 26) por lo tanto se tiene que formular estrategias que permitan minimizar las debilidades para aprovechar las oportunidades.

4.2 FASE II. REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA QUE PERMITA LA IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS Y TERRITORIOS PARA LA PUESTA EN VALOR DEL TURISMO DE AVENTURA

Para esta fase se determinó un estudio de potencialidad de cada cantón de la zona centro de Manabí, en donde se logró identificar los lugares donde se desarrollan turismo de aventura, los cuales levantaron intereses turísticos en la demanda y, además, se establecieron cuáles fueron los lugares idóneos para formar parte de la cartera de productos turísticos sostenibles.


4.3.1. LEVANTAR INFORMACIÓN SECUNDARIA SOBRE LOS ASPECTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPACIOS IDENTIFICADOS



En esta actividad, se levantó información de todos los espacios turísticos seleccionados e identificados ya que están estrechamente relacionados a la práctica de actividades de turismo de aventura, permitieron conocer cómo estuvieron integrados cada uno de estos atractivos, recursos o lugares turísticos en la tabla de información secundaria (ver tabla 27).


Tabla 27 Información secundaria de los atractivos turísticos



CANTÓN MANTA		
Playa Murciélagos		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Atractivos deportes extremos acuáticos, aéreos, como surf, parapente.



	INFRAESTRUCTUR A	Playa popular en una bahía con hoteles, restaurantes, bares con cafetería, alquiler de sombrillas y malecón
	DESCRIPCIÓN	El nombre de "El Murciélago" se debe a que el área de superficie se asemeja a la silueta de este mamífero con las alas desplegada, es un territorio que al situarse en una zona muy comercial y turística de la ciudad, su capacidad supera las 200 personas.
Playa Santa Marianita		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Atractivos deportes extremos acuáticos, aéreos, como surf, parapente.
	INFRAESTRUCTUR A	Cuenta con restaurantes, bares con cafetería, alquiler de sombrillas y alojamientos como hoteles, hostales y casas residenciales o vacacionales
DESCRIPCIÓN	Es una playa muy visitada ya que está ubicada en la zona rural ideal para los que quieren salir de la rutina y del smock de la ciudad. Es uno de los atractivos con mayor plaza debido a que puede recibir más de 150 turistas.	



Playa Tiñosa		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Se puede realizar deportes extremos acuáticos
	INFRAESTRUCTUR A	Restaurantes, Bares
	DESCRIPCIÓN	Ideal para aquellos turistas y lugareños amantes de la fotografía; ya que su arena cuenta con una combinación de colores entre café y rosa le dan una elegancia, su capacidad de carga es limitada ya que no existen hospedajes cercanos al recurso, además, no existe un registro exacto de la cantidad de personas que ingresan a la playa durante el día.
Playa Piedra Larga		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	La principal actividad del recurso turístico es el de recreación y vida nocturna.
	INFRAESTRUCTUR A	Hoteles, restaurantes, bares con cafetería.


	DESCRIPCIÓN	<p>Ubicada a pocos minutos de la parroquia de San Mateo, no es uno de los atractivos que sean visitados para bañarse en sus aguas debido a la pedregosidad, sin embargo, es una de las zonas más exclusivas de Manta, donde llegan muchos visitantes por la vida nocturna que se vive en el lugar, especialmente los fines de semana</p>
Playa San Mateo		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Algunas de las actividades que se pueden practicar en esta playa son: pesca, natación, surf, kayak, caminatas, entre otras.
	INFRAESTRUCTURA	Cuenta con restaurantes, bares con cafetería, alquiler de sombrillas y Hoteles
	DESCRIPCIÓN	Es una playa amplia, que da lugar a la formación de la bahía de Manta, donde se encuentra el puerto marítimo, su capacidad no es exacta ya que en la ciudad no se manejan registros oficiales, sin embargo, en base a la plaza hotelera se


		considera que el recurso puede albergar a más de 150 personas al día
Playa Tarqui y los Esteros		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Malo
	ACTIVIDAD	Ninguna
	INFRAESTRUCTUR A	Hoteles, restaurantes
	DESCRIPCIÓN	Contaminada y con poca afluencia turística, aunque en la actualidad el gobierno Autonomo Descentralizado trabaja por eliminar esos residuos que dañan al recurso tanto físicamente como en su imagen turístico, en ese sentido su capacidad de carga puede superar las 150 personas, especialmente cuando en el momento existe un mega parque a las orillas de las playas
Playa Liguiqui		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Antes de llegar a Liguiqui se puede parar en la comuna Pacoche y visitar la exposición permanente de piezas arqueológicas


 <p>Esta playa espectacular te está esperando. Playa Ligúiqui - Manta</p>		halladas en el sitio visita a la Reserva Natural Refugio de Vida Silvestre y Marino .
	INFRAESTRUCTUR A	Existen pocos alojamientos en la zona, También se puede realizar camping, existen restaurantes que atienden únicamente los fines de semana y feriados.
	DESCRIPCIÓN	La Playa de Liguiki es la playa más aislada de Manta, se encuentra a unos 35 km del centro de Manta y está rodeada por acantilados muy profundos, su capacidad es limitada ya que no cuenta con muchos alojamientos, además de encontrarse alejado de la planta turística.
Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Rio
	TIPO	Bosque
	SUBTIPO	Seco
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Visitas y caminatas a los acuíferos, sitios de Arqueología ancestral en bosque de Pacoche y visitas a las comunas cercanas
	INFRAESTRUCTUR A	Cuenta con restaurantes, bares con cafetería cercanas a la reserva.
	DESCRIPCIÓN	Es uno de los atractivos naturales que forman parte del Refugio de Vida



		Silvestre y Marino Costera Pacoche
Cascada San Lorenzo		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Rio
	TIPO	Rio
	SUBTIPO	Cascada
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Se puede realizar caminatas y bañarse en las cascadas
	INFRAESTRUCTUR A	Restaurantes
	DESCRIPCIÓN	Los turistas que llegan a visitar el lugar quedan sorprendidos por la belleza del paisaje.
Playa de Barbasquillo		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Es también ideal para practicar jet sky, windsurf, montar a caballo, nadar o jugar voleibol o fútbol
	INFRAESTRUCTUR A	Esta playa popular rodeada de hoteles y restaurantes cuenta con vistas panorámicas de los acantilados
	DESCRIPCIÓN	Ubicada al sur de la ciudad de Manta, es distinguida por sus acantilados los cuales da una vista espectacular para sus visitantes


Mirador el Faro		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Costa o litorales
	SUBTIPO	Bahía
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Fotografía, Recorrido autoguiado, Senderismo, Observación de aves
	INFRAESTRUCTUR A	Miradores, Sendero, Estaciones de sombra y descanso, Estacionamiento
	DESCRIPCIÓN	En este sendero se cuentan 800 escalones hasta la torre del Faro.
Muelle del Puerto de Manta		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Manifestaciones culturales
	TIPO	Bahía
	SUBTIPO	Playa
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Dispone de dos muelles tipo espigón, uno de 200 metros y el otro de 300 metros de longitud con capacidad para recibir 4 embarcaciones simultáneamente, es decir, 800 metros lineales de atracaderos destinados a las operaciones de buques portacontenedores, graneleros, carreros, pesqueros y cruceros
	INFRAESTRUCTUR A	Los buques pueden acceder tanto del Norte, Sur, como del



		Oeste y opera los 365 días del año
	DESCRIPCIÓN	En la actualidad se construye uno de los parques mas grandes del Ecuador en cuanto a las cercanías de la playa. Según la planificación del Gobierno Autonomo Descentralizado, se estima que la capacidad del parque cuando este culminado completamente, pueda albergar a más de 200 personas al día
Fiestas del El Comercio (23-24 de octubre)		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Manifestaciones culturales
	TIPO	Acervo cultural Y popular
	SUBTIPO	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Bailes, misas, orquesta
	INFRAESTRUCTUR A	Restaurantes bares hoteles
	DESCRIPCIÓN	A principios del siglo XX, los mantenses resolvieron celebrar, el 24 de octubre de cada año, la fiesta de Virgen de la Merced, patrona de Manta
Astillero de Manta		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Manifestaciones culturales

	TIPO	Bahía
	SUBTIPO	Playa
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Caminata observar fotografía
	INFRAESTRUCTUR A	En el astillero existen aproximadamente nueve puestos para la elaboración de embarcaciones de pesca artesanal y más o menos se emplean 15 obreros para esta tarea
	DESCRIPCIÓN	Es un sitio muy vistoso a todas las personas que pasan por la avenida, se pueden observar embarcaciones en construcción y de esta forma observar una manifestación típica de los pobladores de las zonas costeras de Manabí.
PORTOVIEJO		
Parque Ecológico El Mamey		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Sitios Naturales
	TIPO	Realizaciones Técnicas y Científicas
	SUBTIPO	Centros de exhibición de flora y fauna
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Este lugar se da a conocer como un área que fomenta actividades, como la integración con el


		medio ambiente, la educación ambiental, el conocimiento, la recreación y el esparcimiento.
	INFRAESTRUCTURA	Hoteles, restaurantes.
	DESCRIPCIÓN	El parque data de 1959, pero fue construido en el año 2000 por el Proyecto de Asistencia a la Gestión Ambiental
Jardín botánico		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Sitios Naturales
	TIPO	Realizaciones Técnicas y Científicas
	SUBTIPO	Centros de exhibición de flora y fauna
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Disfrutan de un remanso verde entre la expansión del concreto. Además, el Jardín ofrece asesoramiento sobre jardinería, manejo integral de plagas y preparación de abono orgánico, que vende, así como también las plantas de sus viveros.
	INFRAESTRUCTURA	Viveros, jardines, restaurantes
	DESCRIPCIÓN	Cuando ingresamos a Portoviejo por la vía a Crucita, a mano izquierda aparece lo que hasta 1992 era un terreno baldío adyacente a la Universidad Técnica




		de Manabí. Gracias al entusiasmo de algunos estudiantes, el predio se convirtió en un jardín botánico
Parque central Vicente Amador Flor		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Sitios Naturales
	TIPO	Arquitectura
	SUBTIPO	Infraestructura Recreativa
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Caminata
	INFRAESTRUCTUR A	Plazas, restaurante, hoteles.
	DESCRIPCIÓN	Después de dos décadas de abandono, el parque central Vicente Amador Flor, de esta ciudad, presenta ahora una imagen renovada.
Vuelo Libre en Crucita		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Sitios Naturales
	TIPO	Bahía
	SUBTIPO	Playa
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Vuelo en parapente
	INFRAESTRUCTUR A	Hoteles hostales
	DESCRIPCIÓN	El parapente es un sello distintivo de Crucita ya que la práctica del mismo, ha hecho que la zona tenga un progreso muy significativo en el ámbito turístico.
Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo.		



ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Agrupaciones culturales
	TIPO	
	SUBTIPO	
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Fotografía, Senderismo, Camping, Observación de flora y fauna, Recorridos guiados
	INFRAESTRUCTUR A	Cafetería, Estacionamiento, Baterías Sanitarias, Guardianía, Guía turístico Mirador, Estaciones de sombra y descanso Área de acampar
	DESCRIPCIÓN	El parque Arqueológico Cerro Hojas – Jaboncillo es parte de la herencia cultural que nuestros ancestros nos dejaron y que hoy nos llena de orgullo.
MONTECRISTI		
Playa San José		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Playas
	TIPO	Bahía
	SUBTIPO	Playa
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Viajes en canoa pesca
	INFRAESTRUCTUR A	Hostales restaurantes
	DESCRIPCIÓN	Ubicado a un costado de la vía costanera también llamada ruta del sol, entre las

		comunas Pile y Río Caña.
Las vertientes naturales del Río de Caña		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Ríos o vertientes
	TIPO	Río
	SUBTIPO	Estuario
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Pesca, bañistas
	INFRAESTRUCTUR A	Hoteles restaurantes
	DESCRIPCIÓN	La comunidad Río Caña, del cantón Montecristi, en Manabí, es la protectora de alrededor de dos mil hectáreas de bosque seco, playa y manglar
Museo mausoleo de Eloy Alfaro		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Agrupaciones culturales
	TIPO	Arquitectura
	SUBTIPO	Infraestructura Cultural
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Observación
	INFRAESTRUCTUR A	Museo
	DESCRIPCIÓN	Este centro cívico cultural es un espacio histórico y público creado en homenaje al héroe nacional, el general Eloy Alfaro Delgado. Se ubica en las faldas del cerro de Montecristi,
Santuario Nuestra Madre de Monserrat		

ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Agrupaciones culturales
	TIPO	Arquitectura
	SUBTIPO	Histórica / Vernácula
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Cultos
	INFRAESTRUCTUR A	Iglesia
	DESCRIPCIÓN	La iglesia tiene un diseño de estilo europeo, con influencia barroca y gótica

CANTÓN SANTA ANA		
Cascada la Palma		
ATRACTIVO TURÍSTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ríos
	SUBTIPO	Cascadas
	UBICACIÓN	Sitio Taina a 10 minutos del cantón
	ESTADO	Medio
	ACTIVIDAD	Disfrutar de la gastronomía y balneario
	INFRAESTRUCTUR A	Poca
	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar de su gastronomía y de la calidez del lugar.
Cascada de Bonce- Cascada La Chorrera-Cascada San Ramón		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ríos


	SUBTIPO	Cascadas
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Caminatas
	INFRAESTRUCTUR A	No existe
	DESCRIPCIÓN	Es un paraíso natural, ideal para disfrutar en compañía de amigos o familia.
Cascada la Cueva de los Pájaros - Cascada Don Atilio Briones- Cascada de Corralón		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ríos
	SUBTIPO	Cascadas
	ESTADO	Bueno
	ACTIVIDAD	Al aire libre
	INFRAESTRUCTUR A	Poca
	DESCRIPCIÓN	Espacio dedicado para disfrutar en familia.
Balneario La lucha		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	SUBTIPO	Playa de laguna
	ESTADO	Muy Buena
	ACTIVIDAD	Recreativa
	INFRAESTRUCTUR A	Gastronomía-Alojamiento
	DESCRIPCIÓN	Balneario ideal para disfrutar con la familia, además cuenta con todas las facilidades turísticas.

Río Mineral-Río Pata de Pájaro (Poza Honda)		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	SUBTIPO	POZA
	ESTADO	MUY BUENA
	ACTIVIDAD	Paseo en canoa, observación de aves
	INFRAESTRUCTUR A	Poca
	DESCRIPCIÓN	En el trayecto se puede ver un pequeño islote que es el refugio ideal para la observar aves.
Isla de Los Pájaros		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	SUBTIPO	Isla
	ESTADO	Regular
	ACTIVIDAD	Observación de aves
	INFRAESTRUCTUR A	No tiene
	DESCRIPCIÓN	Apropiado para la observación de aves.
Balneario Las Guajijas		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	SUBTIPO	Poza
	ESTADO	Muy bueno
	ACTIVIDAD	Recreativa
	INFRAESTRUCTUR A	

	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar en familia.
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------	----------------------------------

ROCAFUERTE

Balneario de agua dulce El Cerrito de Rocafuerte.



ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	SUBTIPO	POZA
	ESTADO	BUENO
	ACTIVIDAD	Recreativo
	INFRAESTRUCTUR A	
	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar en familia.

Balneario de agua dulce Las Jaguas

ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	UBICACIÓN	POZA
	ESTADO	BUENO
	ACTIVIDAD	Recreativo
	INFRAESTRUCTUR A	
	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar en familia.

Peñón – Virgen Blanca de Las Peñas

ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
---------------------	-----------	----------------------

	TIPO	Ambientes lacustres
	UBICACIÓN	POZA
	ESTADO	BUENO
	ACTIVIDAD	Recreativo
	INFRAESTRUCTURA	
	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar en familia.
Balneario de agua dulce Los Pocitos		
ATRACTIVO TURISTICO	CATEGORÍA	Atractivos naturales
	TIPO	Ambientes lacustres
	UBICACIÓN	POZA
	ESTADO	BUENO
	ACTIVIDAD	Recreativo
	INFRAESTRUCTURA	
	DESCRIPCIÓN	Ideal para disfrutar en familia.

Fuente: Elaboración de los autores

En esta tabla se analizaron los diferentes atractivos turísticos de la zona centro de Manabí y sus características más comunes como son sus descripciones, infraestructura y además se calificó los estados de los diferentes atractivos. Se determinó que la calificación buena es la que más sobresalió entre las demás logrando así dar como finalizado que en esta provincia sus atractivos turísticos son actos para la visita de los turistas.

4.3.2. DETERMINAR LAS CONDICIONES CLAVES PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS IDENTIFICADOS

En esta actividad se inventarió los lugares de interés según sus características, se determinó cuáles fueron las claves para gestionar en los espacios identificados ya

que estos lugares fueron los idóneos para formar parte de la cartera de productos turísticos de aventura que realicen actividades de manera sostenible con el ambiente. Además, en esta actividad se analizó en la (tabla 28) las condiciones claves de esta zona de Manabí.

Tabla 28 Condiciones claves de la zona centro de Manabí

Factores de desarrollo	Características
Accesibilidad	Los principales lugares cuentan con vías de acceso, pero existen recursos que aún falta conectividad
Transporte público	Limitado con horarios restringidos, no permitiendo la visita a otros lugares.
Abastecimiento de agua y luz	Determinadas zonas.
Asistencia sanitaria Seguridad	Cuentan con varias áreas de salud, y diferentes estaciones policiales.
Saturación del destino	Aún no presenta en varios lugares de destino
Conservación del ambiente	En algunas zonas turísticas la población y excursionistas si tienen cultura de conservación
Áreas recreativas	Si cuentan con diferentes áreas turísticas.
Oferta comercial Oferta cultural y de ocio	Algunos de los establecimientos turísticos si tienen diversas ofertas
Profesionalidad de trabajadores en el sector turístico	Cuentan con personas capacitadas en el rubro.

Fuente: Elaboración de los autores

Además, se establece que en los diferentes atractivos turísticos si contó con las debidas condiciones de mejora y en la cual la cartera de productos turísticos de aventura si integran algunos de estos atractivos turísticos. Al determinar las condiciones claves de la zona centro de Manabí se determinó considerablemente algunos puntos importantes.

5.1.3. DEMOSTRAR LOS NIVELES DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS Y TERRITORIOS EVALUADOS

El MINTUR tiene como punto de vista posicionar al Ecuador en la región como un destino turístico inclusivo, accesible, sostenible, competitivo e innovador. La

actividad turística actualmente, influye en varios sectores económicos de forma directa o indirecta; así lo demuestran los en de las actividades de alojamiento, alimentación y recreación; por ello, el turismo es considerado uno de los sectores más dinámicos y versátiles de las economías, (Benavides, 2019). Por estas razones, se debe evaluar los niveles de potencialidad turística por lo consiguiente se evaluó los atractivos turísticos de los cantones de la zona centro de Manabí que se determinan con mayor potencialidad (ver tabla 29) ya que es un territorio que presta las condiciones para poder desarrollar múltiples actividades en función de lo que buscan los turistas, principalmente dirigido al turismo de aventura.

Tabla 29 Atractivos turísticos de la costa centro de Manabí

Atractivos naturales	Categoría	Temática
Manta		
Costa o litorales	Playas	<ul style="list-style-type: none"> ● Playa Murciélago ● Playa San Mateo ● Playa Santa Marianita ● Playa de Liguiqui
Bosques	Bosque Montaña bajo occidental	Refugio de vida silvestre y marino costera de Pacoche
Cascada	Río	Cascada San Lorenzo
Costas litorales	Línea de costa	<ul style="list-style-type: none"> ● Playa de Barbasquillo ● Mirador el Faro
Atractivos naturales	Categoría	Temática
Portoviejo		
Sitios Naturales	Sitios Naturales	<ul style="list-style-type: none"> ● Jardín botánico ● Vuelo Libre en Crucita
Sitios Culturales	Arqueología	<ul style="list-style-type: none"> ● Cerro de Hojas de Jaboncillo – Picoaza
Atractivos naturales	Categoría	Temática

Montecristi		
Costa o litorales	Playas	<ul style="list-style-type: none"> ● Playa San José ● Isla de la plata
Ríos	Ríos o vertientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Las vertientes naturales del Río de Caña
Atractivos naturales	Categoría	Temática
Santa Ana		
Sitios naturales	Cascadas	<ul style="list-style-type: none"> ● Cascada la Palma ● Cascada de Bonce ● Cascada La Chorrera ● Cascada San Ramón ● Cascada la Cueva de los Pájaros ● Cascada Don Atilio Briones ● Cascada de Corralón
Sitios naturales	Ríos o vertientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Balneario La Laguna ● Río Mineral ● Río Pata de Pájaro ● Represa Poza Honda ● Isla de Los Pájaros ● Balneario La Lucha ● Balneario Las Guaijas ● Balneario El Badén ● Balneario Río Caña ● Balneario San Valentí
Atractivos naturales	Categoría	Temática
Rocafuerte		
Sitios naturales	Ríos o vertientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Balneario de agua dulce El Cerrito de Rocafuerte. ● Balneario de agua dulce Las Jaguas ● Peñón – Virgen Blanca de Las Peñas ● Balneario de agua dulce Los Pocitos

		<ul style="list-style-type: none"> ● Balneario de agua dulce Puerto Loor ● Humedal El Tabacal
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración de los autores a partir del Catastro turístico de la Provincia de Manabí (2022)

Para la evaluación de los niveles de potencialidad turística de la zona centro norte de Manabí se utilizó una matriz de potencialidades de Villegas y Sánchez (2000) en la cual se establece una escala del 1 a 3 (1=moderado, 2=importante, 3=muy importante), que permite valorar cuantitativamente aspectos como caracteres (cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo) pero en base al reconocimiento de los atractivos turísticos. Además, se tomó en consideración la clasificación del 1 al 4 en valoración de atributos para definir que los recursos sean oportunos y de evaluación factible, estos criterios son dinámica, utilización, accesibilidad y equipamientos turísticos de manera que se reconozcan los recursos como mayor potencialidad en la zona de estudio. Los análisis individuales de cada recurso evaluado aparecen en el Anexo 1.

Con base a ello se realizó la matriz (ver tabla 30) de potencialidad turística:

Tabla 30 Matriz de Potencialidad turística de la zona centro de Manabí

Recurso	Valor	
Playa Murciélago	17	Mayor potencialidad
Playa Piedra Larga	15	
Playa San Mateo	20	
Playa Santa Marianita	21	
Playa Ligüiqui	16	
Refugio de vida Silvestre y marino costero Pacoche	18	
Mirador el Faro	21	
Parque central Vicente Amador Flor	15	
Vuelo Libre en Crucita	19	

Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo	21		
Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales.	15		
Playa San José	18		
Isla de la Plata	16		
Cascada La Chorrera	15		
Represa Poza Honda	18		
Parque Lineal El malecón	16		
Iglesia Nuestra Señora de Santa Ana	15		
Casa de los Abuelos	19		
Balneario de agua dulce El Cerrito de Rocafuerte.	15		
Balneario de agua dulce Puerto Loor	15		
Humedal El Tabacal	17		
Playa la Tiñosa	11		Potencialidad emergente
Playa Tarqui y los Esteros	13		
Cascada San Lorenzo	12		
Playa de Barbasquillo	12		
Muelle del Puerto de Manta	8		
Parque Ecológico El Mamey	14		
Jardín botánico	12		

Las vertientes naturales del Río de Caña	9	
Cascada la Palma	11	
Cascada de Bonce	12	
Cascada San Ramón	11	
Cascada la Cueva de los Pájaros	8	
Cascada Don Atilio Briones	13	
Cascada de Corralón	11	
Balneario La Laguna	12	
Río Mineral	11	
Río Pata de Pájaro	13	
Isla de Los Pájaros	11	
Balneario Las Guaijas	13	
Balneario de agua dulce Las Jaguas	12	
Peñón – Virgen Blanca de Las Peñas	14	
Balneario de agua dulce Los Pocitos	14	

Fuente: Elaboración de los autores

A partir de este resultado se determinó que los recursos que poseen una puntuación igual a 15 o mayor son los que tienen mayor potencialidad y lo que poseen un valor igual a 14 o menor son los que tienen potencialidad emergente.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la ponderación de la matriz de potencialidades se destacan 23 atractivos con mayor potencial, entre ellos se encuentra 7 atractivos con potencialidad en Manta que consisten en: Playa Murciélagos, Playa Piedra Larga, Playa San Mateo, Santa Marianita, Playa Ligüiqui, Refugio De Vida Silvestre Y Marino Costero Pacoche, Mirador El Faro. De modo que el tipo de turismo de aventura que se puede desarrollar en la ciudad de Manta es a través de deportes acuáticos como surf, parapente, alas delta, boaying, entre otras ofertas que se relacionen a las condiciones climáticas, estacionales y de mayor interés turística.

De la misma manera, los atractivos con mayores potencialidades y ventajas para desarrollar turismo de aventura en la ciudad de Portoviejo son Vuelo Libre en Crucita y el Cerro De Hojas Jaboncillo, ya que presentan las condiciones para realizar largas horas de caminatas, subida de montañas o prácticas de deportes por aire y agua. Sin embargo, el Parque Central Vicente Amador y el Museo Archivo Histórico Portoviejo a pesar de tener puntuaciones altas no serían considerados para ejercer actividades de aventura, ya que son edificaciones dentro de la zona urbana donde se imposibilita la gestión segura del mismo.

Otro territorio que presta las condiciones potenciales para practicar turismo de aventura es en Santa Ana, es decir, por medio de la Cascada La Chorrera, Isla De Los Pájaros, Represa Poza Honda y el Parque Lineal El Malecón, se puede desarrollar algunas opciones que se referencian al turismo por montañismo y deportes acuáticos como kayak o rafting. Finalmente, Rocafuerte cuenta con varios atractivos potenciales, sin embargo, carece de infraestructura para estructurar una base sólida de seguridad que permita el turismo de aventura

La zona centro norte de Manabí cuenta con un gran potencial turístico más sin embargo existe déficit en la gestión turística de los atractivos y recursos turísticos

de la zona de estudio, baja promoción limitando al desarrollo del turismo, el desinterés de las empresas públicas y privadas para incentivar el turismo en estas zonas, el bajo presupuesto de los GAD's cantonales en el mejoramiento e inversión en materia de turismo.

5.2. FASE III: ANALIZAR LOS PERFILES, FACTORES Y VARIABLES SOBRE LAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA EL CONSUMO DE EXPERIENCIAS DE TURISMO DE AVENTURA

5.2.1. DETERMINAR UNA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA EL DESARROLLO DEL ESTUDIO

De acuerdo con Pino (2016) la muestra es la elección aleatoria o no de un número de personas dependiendo del tipo de muestreo. Por tal razón se realizó el cálculo muestra cuando la población es no definida ya que es desconocida. En la tabla se detalló la densidad poblacional de los cantones de la zona centro de Manabí, aplicando un cuestionario en cinco cantones del centro norte de la provincia de Manabí, esta información fue levanta en Manta, Portoviejo, Santa Ana, Rocafuerte y Montecristi con la finalidad de analizar la percepción del turista en relación al desarrollo del turismo de aventura.

Tabla 31 Densidad poblacional de la zona centro de Manabí

Densidad poblacional	
Manta	226.477
Portoviejo	304.227
Santa Ana	47.385
Rocafuerte	37.127
Montecristi	87.096
Total habitantes	789.408

Fuente: Elaboración de los autores

Debido a que la densidad poblacional es superior a 100000 clientes se procedió a realizar el cálculo de la muestra infinita, donde con un margen de error de +/- 5%, un nivel de confianza del 1,96% y una probabilidad de éxito del 5%, se pudieron

obtener resultados aproximados que sirvieron para conocer el comportamiento y el consumo de productos y servicios de la demanda. Por lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,5
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384,16$$

$$n = 384.$$

5.2.2. ESTRUCTURAR Y APLICAR UN CUESTIONARIO QUE PERMITA CONOCER EL PERFIL Y EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El cuestionario fue elaborado en base a la información obtenida en fases anteriores. La encuesta se aplicó a través de la herramienta Google Forms que sirvió para recolectar la información acerca del consumo de experiencias de turismo de aventura. Para obtener los resultados más aproximados se envió el cuestionario a personas que ha visitado los cantones Manta, Portoviejo, Santa Ana, Rocafuerte y Montecristi de la provincia de Manabí. Esto se desarrolló en el mes de mayo del 2023. El cuestionario constó de 21 preguntas y la población objeto de estudio fueron personas mayores de 18 años. Se emplearon una mezcla de preguntas: cerradas y de opción múltiple.

- **Nacionalidad**

Con relación a lo expuesto en la tabla 32 sobre la variable nacionalidad, se determinó que el turismo que se percibe con mayor frecuencia y porcentualidad en la zona de estudio es interno, es decir, el 95,73% de la recepción de la actividad turística es nacional, sin embargo, se recibe turistas o visitantes internacionales con un 4,27%. Por ende, el enfoque permite identificar la fortaleza interna de la provincia de Manabí ya que tiene un público que proviene principalmente del territorio ecuatoriano.

Tabla 32 Nacionalidad

Variables	%
Internacional	4,27
Nacional	95,73

Fuente: Elaboración de los autores

- **Provincia de procedencia**

En ese contexto, (ver tabla 33) la actividad turística se desarrolla principalmente por turistas que se movilizan dentro de la misma provincia de Manabí con un 75,63%, en ese caso, las visitas proceden de diferentes sectores del territorio. De la misma manera, el enfoque determina una imparcialidad sobre el nivel de movilidad territorial, ya que las personas que viven en Santo Domingo de los Tsáchilas también buscan territorios manabitas para el desarrollo del turismo con un porcentaje de 5,28%.

Tabla 33 Provincia de procedencia

Variables	%
Tungurahua	0,26
Santo Domingo de los Tsáchilas	5,28
Pichincha	4,52
Manabí	75,63

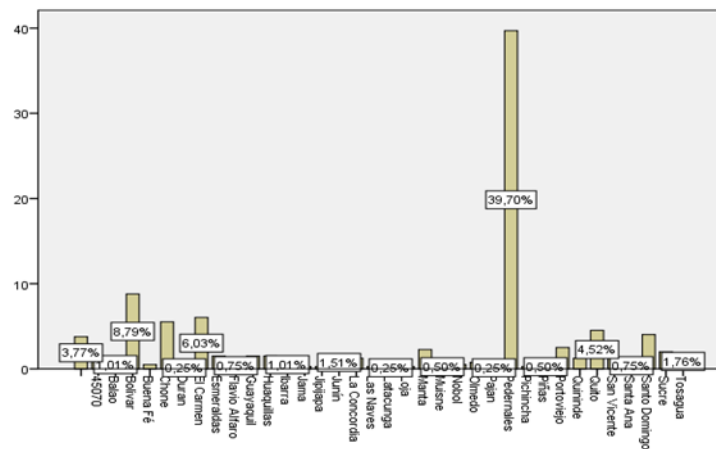
Los Ríos	0,50
Loja	0,26
Imbabura	1,01
Guayas	3,02
Esmeraldas	3,27
El Oro	2,01
Cotopaxi	0,26
Bolívar	0.26

Fuente: Elaboración de los autores

● Cantón de procedencia

De la misma manera, se pudo conocer que Pedernales es el cantón con mayor procedencia de turistas que se dispersan en el territorio de la provincia de Manabí para desarrollar las actividades turísticas, ya que a través del 39,70% se determinó como el enfoque principal para direccionar la gestión de las prácticas sostenibles de turismo. Consecuentemente, existe un nicho de mercado porcentual mínimo del 8,79% que viven en el cantón Bolívar pero que se movilizan y dejan su lugar de origen por conocer nuevas experiencias. (Ver figura 12)

Figura 12. Cantón de procedencia



Fuente: Elaboración de los autores

- **Estado civil**

En cuanto a la variable estado civil, existen dos opciones que mantienen valores con relevancia casi similar, es decir, el 17,34% que pertenece a las personas casadas y el 15,33% con respecto a las parejas en unión libre forman parte de una estructura de visitantes con mayor relevancia en el territorio (ver tabla 34). En la misma línea el MINTUR (2019) expresa que, los datos demográficos revelan que la mayoría de los turistas que visitan la provincia de Manabí son solteros, en comparación a las personas casadas. Por ende, la variable sobre el estado civil de la muestra obtenida permitió identificar que los turistas con mayor frecuencia de visita en la provincia de Manabí son solteros con un valor del 63,32%.

Tabla 34 Estado civil

Variables	%
Casado	17,34%
Divorciado	3,27%
Soltero	63,32%
Unión libre	15,33%
Viudo	0,75%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Edad**

Por otra parte, (ver tabla 35) se concretó la existencia de un rango lineal bajo un porcentual casi similar en la variable edad, es decir, a Manabí llegan turistas que oscilan entre 26 a 35 años con un 38,19% y menores de 25 con 38,94%. Consecuentemente a lo expresado, se determinó que el público principal que visita a la provincia son jóvenes adultos, teniendo la capacidad para salir de su rutina diaria para conocer a los sectores del objeto de estudio.

Tabla 35 Edad

Variables	%
------------------	----------

Menos de 25 años	38,94%
Entre 26 – 35 años	36,19%
Entre 36 – 45 años	13,82%
Entre 46 – 65 años	8,29%
Más de 66 años	0,75%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Sexo**

Bajo ese mismo enfoque, es importante agregar que el turismo receptivo en Manabí es desarrollado principalmente por el género femenino, cuyo valor es del 61,56%, de la misma manera, el público masculino tiene un porcentaje del 38,19% (ver tabla 36). Por ende, a pesar de identificar que existe un mercado objetivo con mayor relevancia en la variable sexo, es fundamental analizar la aplicación y planteamiento de un modelo de pertenencia para que las estrategias sean diferentes y que se enfoque en ambos, con la finalidad de incrementar una frecuencia turística fija.

Tabla 36 Sexo

Variables	%
Femenino	61,56%
Masculino	38,19%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Ocupación**

Con respecto a la variable ocupación, se pudo determinar que el 31,4% de los visitantes que llegan a Manabí son profesionales, mientras que el 30,4% son estudiantes y finalmente el 24,9% son trabajadores dependientes. En ese sentido, el tipo de personas que visita el territorio se direccionan a una comunidad entre jóvenes y adultos, de tal manera, la relación con la edad justifica el sentido del público objetivo actual (ver tabla 37).

Tabla 37 Ocupación

Variables	%
Emprendedor	11,30%
Estudiante	30,40%
Jubilado	2%
Profesional	31,40%
Trabajador dependiente	24,90%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Forma de organización de viaje**

En ese contexto, Arroyo (2018) en su estudio “importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí” hace referencia a la forma de organización de viaje donde 80,3% lo realiza por cuenta propia, mientras el 10,7% lo hace por un tour organizado. Ante este precedente, se determinó que el 92,46% de los turistas que llegan a la provincia de Manabí prefieren hacerlo de forma independiente, por lo que permite concluir que los visitantes deciden llegar a los destinos con la finalidad de buscar los servicios que ellos prefieran, por lo que el uso de agencia de viajes es muy poco ya que su valor porcentual es del 7,54% (ver tabla 38). De acuerdo con García (2022) para conocer los diferentes recursos turísticos lo mejor es hacer un listado de todas las personas, instituciones o grupos saber gestionar empresas afiliadas y comprender de antemano qué está haciendo cada empresa a qué sector pertenece (público, privado, comunitario, académico).

Tabla 38 Forma de organización de viaje

Variables	%
Lo hace de forma independiente	92,46%
Por medio de agencias u operadoras de viajes	7,54%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Grupo de viajes**

En ese sentido, con respecto a los grupos para viajar a la provincia de Manabí, se determinó que se realiza en familia con un 45,48%, por lo que los productos turísticos que se diseñen en el territorio deben de estar orientados a un segmento familiar. De la misma manera, el 36,43% de turistas prefieren hacerlo con amigos, de tal manera, el territorio recibe grupos medianos y grandes (ver tabla 39). Coincidiendo con Alcívar y Muñoz (2023), que expresan que los habitantes de Manabí tienden a preferir la compañía de familiares y amigos cercanos al explorar su hermosa región costera.

Tabla 39 Grupo de viajes

Variables	%
Grupo de viajes	36,43%
Grupo familiar	45,48%
Parejas	11,06%
Solo	7,04
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Modo de movilización**

Por otra parte, como se puede observar (ver tabla 40) sobre la variable medios de movilización, se determinó que la forma de transportarse de los turistas a territorios manabitas lo realizan a través del transporte público, cuyo porcentaje es de 53,27%. Sin embargo, también existe un grupo considerable de visitantes que se referencian con un 46,73%, que prefieren medios privados para llegar a los cantones del centro norte de la provincia. En esta línea, Raya (2017) expone que el transporte y el turismo se han desarrollado paralelamente como resultado de esta actividad de viajes, inicialmente el transporte se consideraba un instrumento, pero ahora se ve como un medio de movilización.

Tabla 40 Modo de movilización

Variables	%
Privado	46,73%

Público	53,27%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Cantidad de gasto por día**

Además, como se puede observar (ver tabla 41), el 52,76% permite identificar que se gasta hasta 100\$ por día para poder desarrollar actividades turísticas en Manabí, en ese caso, el diseño de las estrategias debe de enfocarse en mejorar la relación calidad-precio, ya que la frecuencia de visita es muy seguida debido al alto impacto que generan los feriados. De la misma manera, existe un par de grupos donde se reparten los gastos que son necesarios para hacer turismo en la provincia, tal cual el 21,61% enfoca a destinar entre 101\$ hasta 150\$ por día, además de 151\$ hasta 200\$ por día dependiendo de la cantidad de actividades y servicios consumidos durante el periodo determinado. Es importante describir que según De la Cruz, (2022), el gasto promedio de un turista en Manabí, según datos recientes, ronda los 20 dólares por día, contribuyendo de manera significativa a la economía local. Esto permite traducir que, en la actualidad, durante una estadía de 3 días, la media de consumo es de 60\$ a 100\$ por día.

Tabla 41 Cantidad de gasto por día

Variables	%
Entre \$101 - \$150	21,61%
Entre \$201 - \$300	6,28%
Entre \$151 - \$200	13,07%
Hasta \$100	52,76%
Más de \$300	6,26%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Motivos de visita**

Por ende, el 36,68% considera que el principal motivo para que los turistas dejen su lugar de origen es por escaparse del ambiente cotidiano, de la misma manera, otra

motivación con el 27,39% lo realizan para relajarse y mejorar la salud. (ver tabla 42) finalmente, desean tener interacción social en el territorio. Para Villamarin (2022) “El ecosistema de la provincia de Manabí permite que las personas decidan visitarlo, ya que su potencialidad es la naturaleza de sus campos y playas, un sector ideal para el disfrute y ocio”.

Tabla 42 Motivos de visita

Variables	%
Escapar del ambiente	36,68%
Interacción social	18,34%
Novedad	9,80%
Prestigio del destino	7,79%
Relajación y salud	27,39%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Tiempo de estadía**

Por otra parte, (ver tabla 43), el tiempo de estadía que los turistas deciden quedarse en el territorio es de 1 a 2 días con un valor del 47,74%, por ende, consideran que basta con una noche para poder disfrutar de su visita en el norte de la provincia de Manabí, cuyo lenguaje permite plantear el diseño de productos turísticos con un esquema de marketing enfocado a crear experiencias para aquellos que solo desean pasar un tiempo corto en el territorio. Sin embargo, existe una varianza alternativa donde el 34,42% expresan que prefieren quedarse de 3 a 5 días, por ende, las estrategias también deben de crear una variedad en relación a lo descrito. Garcia (2022) menciona que los expertos creen que se necesitan mejorar en los destinos debidos que, a través de la mejora de la calidad en la prestación de servicios turísticos, se mejoran las expectativas del cliente y a la vez, se propician estancias de larga duración.

Tabla 43 Tiempo de estadía

Variables	%
De 1 a 2 días	47,74%
De 3 a 5 días	34,42%
De 5 a 7 días	6,28%
Excursión o visita sin pernoctación	11,56%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Motivos de desplazamiento**

En ese contexto (ver tabla 44) los turistas que deciden salir de su residencia de origen para dirigirse a la provincia de Manabí se deben a tener un momento de ocio y recreación, de tal manera lo manifiesta el 36,93%. De la misma manera, otra razón que los motiva a salir de sus territorios es por los deportes que se practican en la provincia, así como la gastronomía, principalmente en las playas. De la misma manera, “el principal objetivo del ser humano para hacer turismo se debe al ocio y recreación en lugar diferente al de su procedencia” (Albán, 2022).

Tabla 44. Motivos de desplazamiento

Variables	%
Deportes	26,13%
Gastronomía	11,31%
Nuevas experiencias	6,28%
Ocio y recreación	36,93%
Paisaje y naturaleza	9,55%
Playas	7,29%
Ruralidad y cultura	2,51%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Medios de información del destino**

Con el 49,99% el medio de información más común para la difusión de un destino es por las recomendaciones que socializan y comparten los familiares o amigos, en ese sentido, el marketing tradicional de boca a boca es lo que más se frecuenta para que los atractivos de Manabí tengan relevancia. De la misma manera, a través de las agencias de viajes y redes sociales, se puede evidenciar la marca del sector turístico del territorio. (ver tabla 45). También, para García (2022) el turismo emocional consigue reforzar los valores, sentimientos y emociones de los clientes potenciales a la vez que promociona el producto. En segundo lugar, la comunicación evoluciona constantemente de manera dinámica, especialmente en los últimos años cuando cada cliente tiene un dispositivo en su bolsillo, los medios tradicionales como la televisión, la radio y las organizaciones de noticias han pasado a un segundo plano ante la importancia de Internet.

Tabla 45 Medios de información del destino

Variables	%
Agencias de viajes	19,60%
Anuncios de internet	14,57%
Familiares o amigos	48,99%
Ferias o festivales	4,27%
Redes sociales	12,56%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Modalidad de turismo**

En ese sentido, (ver tabla 46) se determinó que el turismo de sol y playa es lo más consumido en el sector de estudio, ya que el 48,24% expresan que es su principal motivación. Además, otras de las razones y que además mantiene una conexión estratégica es por la gastronomía, así como la visita de amigos y familiares que viven cerca de las playas. “Las playas es una de las principales razones de visita en

Manabí, por ende, la activación económica es más frecuente en las zonas costeras del territorio”.

Tabla 46 Modalidad de turismo

Variables	%
Ecoturismo y ruralidad	3,77%
Turismo de aventura y deportes extremos	9,30%
Turismo de negocios	1,26%
Turismo de sol y playa	48,24%
Turismo gastronómico y cultura	18,09%
Visita a amigos y familiares	19,35%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Turismo de aventura en Manabí**

En ese contexto, los turistas que llegan a Manabí buscan nuevas experiencias que les permita disfrutar y vivir una mejor satisfacción en el territorio, por ende, el 96,98% manifestó que, si estarían dispuestos a realizar turismo de aventura, siendo un producto que se puede desarrollar por las condiciones potenciales del sector (ver tabla 47). “Un destino turístico que busca ser competitivo en el mercado, debe de aprovecharse de las potencialidades del territorio y diseñar productos innovadores con enfoque sostenible” Hernández (2021).

Tabla 47 Turismo de aventura en Manabí

Variables	%
Si	96,98%
No	3,02%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Actividades de aventura potenciales**

Según lo expresado por los turistas (ver tabla 48), en Manabí sería ideal realizar actividades de modalidad del turismo de aventura, en ese aspecto, al 27,39% les gustaría practicar buceo, por lo que sería un deporte esencial para el aprendizaje y diseño de nuevas experiencias turísticas. De la misma manera, otras acciones que se pueden implementar considerando que los visitantes así lo desean, son el parapente y snorkeling. Sin embargo, es necesario que, según el territorio y las condiciones geográficas, se deba de plantearse las actividades que más se adapten a las zonas de Manabí. También para Raya (2017) esta práctica no sólo satisface las necesidades de turistas aventureros (duros) que tienen la capacidad de superar desafíos extremos, sino también tipos de turistas (suaves) que requieren otras actividades que implican un nivel de riesgo más controlado.

Tabla 48 Actividades de aventura potenciales

Variables	%
Aladeltismo	14,57%
Body board	2,76%
Buceo	27,39%
Escalada	4,52%
Kitesurfing	2,76%
Mountain bike	7,04%
Parapente	19,85%
Snorkeling	13,07%
Surf	8,04%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Requisitos necesarios para la práctica de los deportes extremos**

Para desarrollar la práctica de actividades para turismo de aventura, (ver tabla 49) es fundamental tener un equipo especializado que brinde la seguridad necesaria para que los turistas tengan la confianza de decidirse, por ende, el 35,68%

considera que en el servicio debe de existir información sobre las medidas de seguridad, sin embargo, el 34,32% reflejan que es mejor que se incluya todo con la finalidad de llevarse una experiencia de calidad durante el ejercicio de los deportes extremos. De la misma manera para Gil (2022) expresa que muchos deportes de alto riesgo están excluidos del seguro de vida por este motivo, la mejor manera de prevenir accidentes es tomar las precauciones de seguridad necesarias sin importar la actividad que realice.

Tabla 49 Requisitos necesarios para la práctica de los deportes extremos

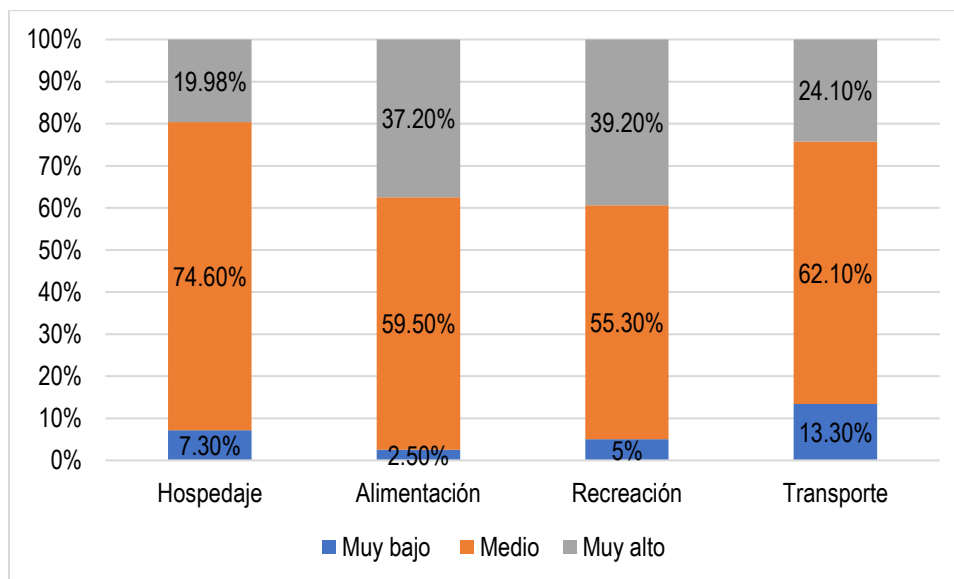
Variables	%
Transporte	2,51%
Todas las anteriores	34,42%
Servicios básicos	1,51%
Servicios personalizados	4,02%
Precio y calidad	10,55
Información y seguridad	35,68%
Experiencia y accesibilidad	9,80%
Equipamiento	1,51%
Total	100%

Fuente: Elaboración de los autores

- **Cantón de procedencia**

Según lo que se puede expresar, (ver figura 13) los visitantes expresan que en Manabí existe una relación media sobre la calidad en la prestación de los servicios, de los diferentes ofertantes de la actividad turística, es decir, que más del 50% detalla que el nivel de precios no es excesivo, pero tampoco muy barata. En ese aspecto, se justifica la razón del porque una persona gasta al menos 100\$ por día durante el periodo de visita. “La conexión en un destino entre el precio y la calidad de los servicios que se consuman, determina el nivel de satisfacción de los turistas en un territorio determinado” Castañeda (2022).

Figura 13. Cantón de procedencia

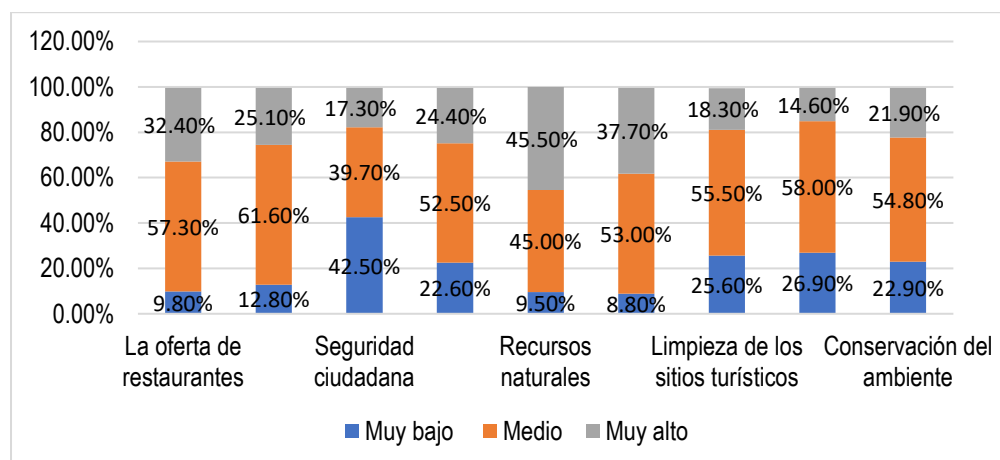


Fuente: Elaboración de los autores

- **Valorización de la oferta**

Finalmente, es importante conocer el nivel de satisfacción de los turistas cuando visitan la provincia de Manabí, por ende, en esa adyacente se agrega que en la actualidad el país está atravesando una conmoción política y de seguridad, determinando que es el único punto que es muy bajo en relación a la valorización de la oferta, es decir que el 42,50% consideran sentirse inseguros al momento de realizar turismo en la provincia. Sin embargo, con el restante de indicadores se pudo conocer que más del 50% piensan que existe una adecuada promoción de los productos y servicios que en el territorio se ofrecen (ver figura 14).

Figura 14. Valorización de la oferta



Fuente: Elaboración de los autores

5.2.3. PRESENTAR LOS PERFILES DE CONSUMO Y COMPORTAMIENTO TURÍSTICO DE LA DEMANDA IDENTIFICADA

Para identificar los perfiles de consumo y comportamiento turístico de la demanda se tomó como referencia los resultados de las encuestas aplicadas. Se utilizó una segmentación geográfica para determinar los factores que definen el perfil del cliente de los principales mercados emisores. Además, se identificaron las características en cuanto a la satisfacción y valoración de los productos y servicios turísticos del territorio (ver tabla 50), esto permitió identificar 3 perfiles de turistas basado en una segmentación en cuatro ámbitos: características demográficas, características del viaje, relación del producto o servicio, evaluación y fidelidad del destino.

En consecuencia, a lo expuesto, es importante describir que la necesidad de crear 3 perfiles de turistas, nace con la intención de identificar a dos ejes de transacción en el mercado turístico, por ende, la segmentación de mercado es una estructura de posibles turistas basados en la estructura del análisis en las encuestas aplicadas, es así como se permite determinar los 3 perfiles de turistas para poder aplicar las estrategias correspondientes. A continuación, se detallan los tipos de perfiles encontrados con sus principales características.

Tabla 50 Perfil turista 1 .

Características demográficas	Nacionalidad	Ecuatoriano
	Provincia	Manabí
	Cantón	Pedernales
	Edad	25 años
	Estado civil	Soltero
	Ocupación	Estudiante
Características del viaje	Organización del viaje	Independiente
	Grupo de viaje	Amigos
	Modo de movilización	Transporte público
	Medio de información	Redes sociales
	Motivo de visita	Novedad
	Motivo de desplazamiento	Ocio y recreación
Relación con el producto o servicio	Duración del viaje	Excursionista
	Tipo de turismo	Turismo de sol y playa
	Actividades turísticas de aventura	Aladeltismo
	Requisitos para la práctica de turismo	Información y seguridad
	Gasto promedio	Menos de \$100 diario
Evaluación y fidelidad del destino	Relación precio calidad	Alimentación (medio alto) Recreación (medio alto) Transporte (medio bajo)
	Valorización de la oferta	Seguridad ciudadana (muy bajo)

Fuente: Elaborado por los autores

En base a lo analizado en las encuestas se pudo determinar que el primer público objetivo en cuanto al perfil del turista es joven que sean menos de 25 o que oscilen hasta 35 años de edad, con nacionalidad ecuatoriana y que sean provenientes de la provincia de Manabí, específicamente de Pedernales. De la misma forma, es un segmento que normalmente viaja solo o en grupos de amigos a destinos novedosos que encuentran por redes sociales, con una frecuencia de visita playas con la

finalidad de practicar aladeltismo, generalmente sería un visitante que no pernoctará, sin embargo, haría del consumo de alimentación y otras funciones que preste el territorio, gastando alrededor de 100\$ durante su visita.

Tabla 51 Perfil turista 2.

Características demográficas	Nacionalidad	Ecuatoriano
	Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas
	Edad	26 a 35 años
	Estado civil	Unión libre
	Ocupación	Profesional
Características del viaje	Organización del viaje	Independiente
	Grupo de viaje	Familia
	Modo de movilización	Transporte privado
	Medio de información	Familiares o amigos
	Motivo de visita	Gastronomía
	Motivo de desplazamiento	Interacción social
Relación con el producto o servicio	Duración del viaje	1 a 2 días
	Tipo de turismo	Turismo gastronómico cultural
	Actividades turísticas de aventura	Parapente
	Requisitos para la práctica de turismo	Seguridad, transporte, servicios básicos, precio calidad
	Gasto promedio	\$100 a \$150 diario
Evaluación y fidelidad del destino	Relación precio calidad	Hospedaje (medio alto) Alimentación (medio alto) Recreación (medio alto) Transporte (medio bajo)
	Valorización de la oferta	Limpieza de sitios turísticos (muy bajo)

Fuente: Elaborado por los autores

El siguiente público objetivo (ver tabla 51) se basa en un perfil turístico nacional provenientes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas con edades que

predominan entre los 26 y 35 años, siendo profesionales y en su mayoría en unión libre. De la misma manera, viajan en grupo de amigos y familiares sin la necesidad de recurrir a agencias u operadoras de viajes. Además, los principales motivos para viajar a los destinos que eligen es por el tema gastronómico e interacción social con la población. Finalmente es una demanda que busca de atractivos o productos que les permita realizar parapente como actividad principal de aventura, generando un gasto promedio que oscilan entre \$100 a \$150\$, ya que sus estadías suelen ser de dos días.

Tabla 52 Perfil turista 3.

Características demográficas	Nacionalidad	Ecuatoriano
	Provincia	Pichincha
	Cantón	Quito
	Edad	36 a 45 años
	Estado civil	Casado
	Ocupación	Trabajador dependiente
Características del viaje	Organización del viaje	Agencia de viajes
	Grupo de viaje	Pareja
	Modo de movilización	Transporte privado
	Medio de información	Agencia de viajes
	Motivo de visita	Escapar del ambiente
	Motivo de desplazamiento	Paisaje y naturaleza
Relación con el producto o servicio	Duración del viaje	3 a 5 días
	Tipo de turismo	Visita a amigos o familiares
	Actividades turísticas de aventura	Buceo
	Requisitos para la práctica de turismo	Información y seguridad
	Gasto promedio	\$151- 200diario

Evaluación y fidelidad del destino	Relación precio calidad	Hospedaje (medio alto) Alimentación (medio bajo) Recreación (medio alto) Transporte (medio bajo)
	Valorización de la oferta	Conservación del ambiente (muy bajo)

Fuente: Elaborado por los autores

Por último, se determinó (ver tabla 52) que uno de los turistas con mayor potencialidad para desarrollar turismo de aventura es nacional proveniente de la provincia de Pichincha con edades entre 36 a 45 años de edad, en su mayoría casados y trabajadores independientes con cargos en emprendimientos propios. La organización de los viajes se gestiona por medio de agencias u operadoras de viajes, ya que les gusta vivir experiencias garantizadas que les permita salir de la rutina para apreciar el paisaje y la naturaleza, buscando recomendaciones a través de redes sociales o por familiares. Una de las principales características es que son turistas que viajan en pareja o grupos familiares por medio de vehículo o transporte propio. El tiempo de estadía es tres a cinco días para practicar varios deportes acuáticos o de montaña, por ende, el precio que pagan debe de ser sustentado con la calidad del servicio debido al gran gasto que generan durante su visita.

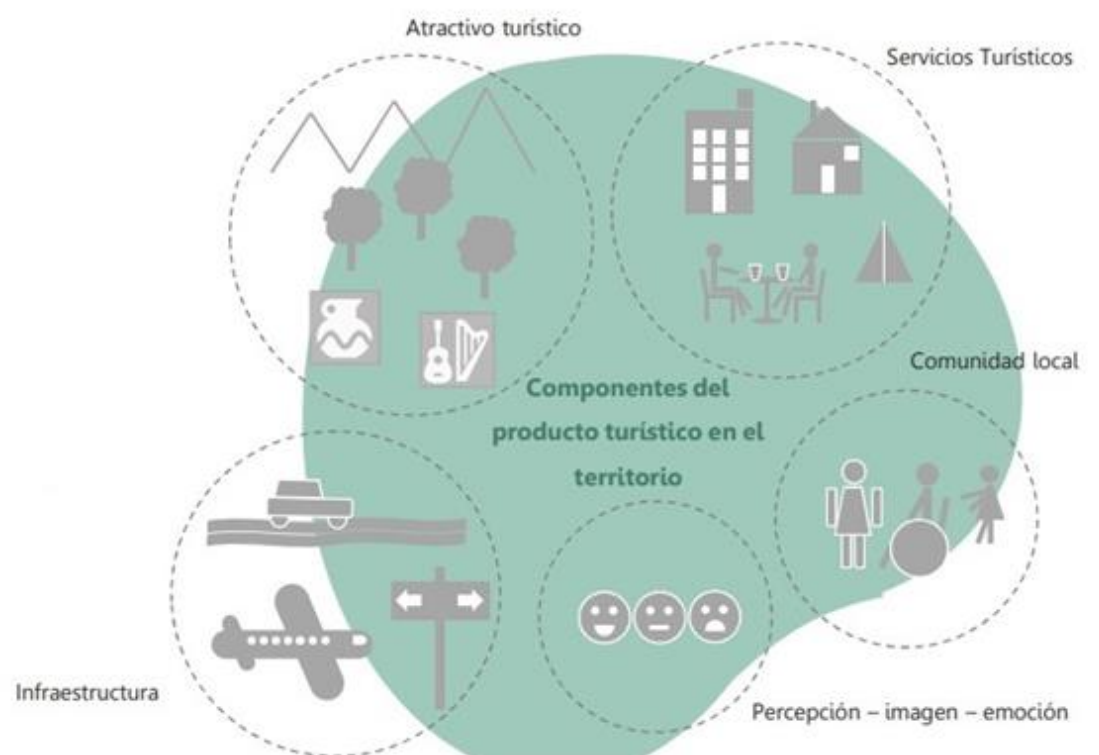
4.3 FASE IV: IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y FACTORES CLAVES PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS AL TURISMO DE AVENTURA

5.2.4. DEFINIR LOS COMPONENTES CLAVES PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS DE TURISMO DE AVENTURA DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para definir los componentes claves para el diseño de productos turísticos de aventura se tomó como punto de partida el manual “Estructura de Productos con Base a un Atractivo Turístico”, elaborado por el Ministerio de Turismo (2019) donde plantea una serie de elementos considerando que los productos turísticos se desarrollan en torno a un atractivo, por tal razón, deben contar con componentes,

servicios o espacios que mejoren la experiencia de visita, facilitando la accesibilidad, desarrollando actividades, contar con accesos a servicios alimentación, hospedaje, artesanías etc. En otras palabras, que todos estos servicios integrados, brinden la mayor satisfacción y cumplimiento de expectativas de los visitantes en un solo espacio (ver figura 15).

Figura 15. Componentes del producto turístico



Fuente: MINTUR (2019)

Son muy raros los casos en donde un cliente se satisface a partir de la oferta de un solo proveedor. El transporte, la alimentación, el alojamiento y las actividades serán entregadas por muchos oferentes distintos, razón por la que el éxito del producto depende de la combinación de estas ofertas. En este sentido, los servicios siempre se complementan: la reputación del lugar puede estar determinada por la debilidad que presenta la cadena de valor, por lo tanto, las orientaciones de deben tener el mismo sentido (ver tabla 53).

Tabla 53 Componentes claves para el diseño de productos turísticos

Componentes claves	Características
Atractivo turístico	Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés, estos pueden ser atractivos naturales o culturales.
Servicios turísticos	Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc.
Infraestructura	Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes (red ferroviaria y vial), Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.
Comunidad local	(los habitantes, costumbres y tradiciones): El producto turístico debe incluir a los residentes, ya que son ellos los que ponen la diferencia principal entre un lugar y otro. En definitiva, es el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar, es lo que lo hace diferente.
Percepción – Imagen – Emoción	Independiente de las características que posea un destino concreto, no todos los turistas que lo visitan van a percibirlo de igual forma, ya que cada uno construirá su propia imagen del destino y esto lo va a conectar con una emoción que finalmente se transforma en sensaciones.

Fuente: SERNATUR (2015)

Así pues, la relación entre el producto turístico y la imagen del destino es fundamental para el éxito de ambos en el tiempo. Esto, dado que son los productos representativos o más importantes de un destino, los que logran posicionarlo en el mercado, siendo la marca de un destino la que logra ser el enganche de mayor fuerza a la hora de atraer turistas a un lugar en determinado y así acercar sus productos a los consumidores.

Una vez expuesto lo anterior, se detallarán cada uno de estos componentes aplicados al área de estudio para constatar si los cantones Manta, Montecristi, Portoviejo, Rocafuerte y Santa Ana cuentan con todos los requerimientos necesarios para el diseño de los productos turísticos de aventura.

Segmento de demanda

Según Da Silva et. al (2017) “la segmentación de los consumidores parte del supuesto de que los mercados son intrínsecamente heterogéneos, y que la preferencia de los consumidores varía conforme sus valores, necesidades, deseos, restricciones, creencias e incentivos” (p.668). Al mismo tiempo, los productos (incluidos los destinos turísticos) compiten entre sí para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. En la investigación se identificaron tres tipos de turista: El turista de sol y playa motivado por la novedad del destino además del ocio y la recreación, el turista gastronómico cultural motivado por la interacción social y la gastronomía; por último, el turista motivado por el paisaje y la naturaleza interesado en escapar de la rutina.

Motivación y experiencia

La mayor parte de las personas que visitan los destinos de la zona centro de Manabí, arriban por ocio y recreación como primer punto, así mismo, les motiva la práctica de deportes entre los más conocidos el buceo que se puede realizar en Manta y Portoviejo, además, en la parroquia Crucita los turistas practican parapente, ciclismo entre otras. Otro de las razones que impulsan al visitante es la gastronomía manabita que gracias a la riqueza de mares y tierras productivas se la logrado convertir en un referente de innovación alimentaria.

Servicios Turísticos

En cuanto a la infraestructura con la que cuentan estos destinos presentan una variedad de opciones, en cuanto al alojamiento los cantones Manta y Portoviejo poseen una capacidad de más de 10.000 plazas en buen estado y con los servicios necesarios para recibir a los turistas; por otra parte, Montecristi, Santa Ana y Rocafuerte la oferta de hospedaje es limitada, así como sus servicios básicos, por

tal motivo, los visitantes acuden a otros destinos cercanos que satisfagan sus necesidades y preferencias.

En lo que se refiere a alimentos y bebidas en las ciudades principales se encuentran una variedad de establecimientos como restaurantes, cafeterías, soda bar, etc. Estos cubren alrededor de 8.000 plazas aproximadamente que cumplen con los estándares de calidad, los demás cantones también cuentan con estos establecimientos en menor capacidad, pero con un buen servicio ya que así fueron calificados por la demanda. En cuanto a agencias de viajes se encuentran 34 en Manta y 24 en Portoviejo, en los demás cantones no existe tal servicio por ser territorios con menor extensión y desarrollo turístico.

Calidad necesaria en infraestructura

En lo que respecta a la infraestructura necesaria se pudo evidenciar en acápite anteriores que en las ciudades principales cuentan con los principales servicios básicos como agua, electricidad, alcantarillado, telefonía, internet, entre otros. Si bien es cierto en ciertas zonas rurales estos servicios son escasos; sobre todo en algunos atractivos turísticos que se encuentran alejados y con difícil acceso.

En lo que respecta a la seguridad y asistencia cuentan con varias áreas de salud con sus respectivas instituciones, en cuanto a la seguridad se pudo evidenciar durante las visitas al destino que cuenta con rondas policiales en todos los sectores y cantones.

En lo que se refieren a transportes cuentan con terminales, aeropuerto en el caso de Manta, puertos marítimos, compañías de taxis y de turismo que cubren las necesidades de los visitantes, aunque cabe destacar, que ciertos atractivos naturales se les dificulta la accesibilidad por no contar con caminos adecuados y la señalética pertinente.

Recursos y atractivos turísticos

Estos destinos cuentan con un sin número de recursos turísticos entre culturales y naturales unos muy conocidos, como las playas Murciélago, Santa Marianita, La Tiñosa, Piedra Larga etc. Así también el Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, La Cascada San Lorenzo, el museo Pacoche, iglesia La Dolorosa entre otros. En Portoviejo el parque ecológico El Mamey, Vuelo en Parapente, Museo y Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales. Por su parte Montecristi; El centro cívico Eloy Alfaro, en Rocafuerte sus balnearios Cascada Don Atilio Briones-Cascada de Corralón, Poza Honda, La Lucha etc.

Actividades turísticas

Las actividades turísticas que se encuentran en estos destinos están diseñadas para todo tipo de segmento, desde actividades de sol y playa, culturales, de aventura, de agroturismo, turismo rural entre otras. En el destino Manta se encuentran atractivos que ofertan un sinnúmero de actividades de aventura, en la playa murciélago se realizan deportes extremos acuáticos, aéreos, como surf y parapente. También se encuentra el Refugio de Vida Silvestre, Marino Costera Pacoche donde se pueden realizar visitas y caminatas a los acuíferos, sitios de Arqueología ancestral en bosque de Pacoche y visitas a las comunas cercanas.

Por su parte, Portoviejo cuenta con el vuelo libre en parapente, las visitas y caminatas a la Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo donde pueden realizar fotografía, senderismo, camping, observación de flora y fauna, recorridos guiados etc. En Montecristi cuentan con el Río Caña donde practican la pesca deportiva y en Santa Ana la cascada La Palma brinda su gastronomía típica y caminatas por los alrededores. Así mismo, Río Pata de Pájaro (Poza Honda) ofrece paseos en canoa y observación de flora y fauna.

Gestión pública y comunitaria

La gestión existente de los gobiernos cantonales, se puede decir que es deficiente ya que no tienen un uso adecuado de los recursos turísticos naturales además existe un abandono de las comunidades por parte del GAD Cantonal, lo que provoca un retraso en el desarrollo turístico de las comunidades. Por lo contrario, la gestión que se maneja en las comunidades o parroquias es muy eficiente, al no contar con el apoyo del GAD auto gestionan sus recursos para continuar creciendo en la actividad turística y lo hacen por medio de ONGs, empresas relacionadas con el turismo etc.

Recursos humanos

El recurso humano que labora en los GAD's cantonales en su mayoría son profesionales que trabajan en diferentes áreas. En cuanto al recurso humano que está en el momento con el cliente hay falencias ya que la planta turística cuenta con pocos profesionales, lo que causa un malestar para el turista ya que la forma de atención no es la adecuada en muchos lugares.

5.2.5. ESTRUCTURAR LA CARTERA DE PRODUCTOS DE TURISMO DE AVENTURA

En ese sentido, el diseño de la cartera de producto se basa en las características descritas en los territorios donde se puede desarrollar las actividades de aventura, por tal motivo, se tomaron los atractivos con mayores potencialidades y que mejores condiciones tienen para la prestación de altas afluencias turísticas. De la misma manera, durante el desarrollo de la actividad se hizo a través de la matriz de Boston previo al desarrollo de un listado donde se expusieron los cantones y actividades de aventura que serán el inicio a la operación de las actividades de naturaleza turística.

- Productos turísticos potenciales

El centro norte de la provincia de Manabí cuenta con atractivos potenciales para diferentes modalidades de la actividad turística, sin embargo, es evidente en algunos cantones la coexistencia del carecimiento de características que son

fundamentales para el desarrollo de la actividad, principalmente morfológicas y geográficas que son aspectos a considerar para la práctica de un turismo de aventura, no es lo mismo subir una montaña con bicicleta, a realizar acciones al aire libre dentro de un museo. Por ende, la oferta se adapta a partir de la funcionalidad y valor intrínseco de los atractivos enlistados a continuación. (Ver tabla 54).

Tabla 54 Atractivos y actividades de aventura

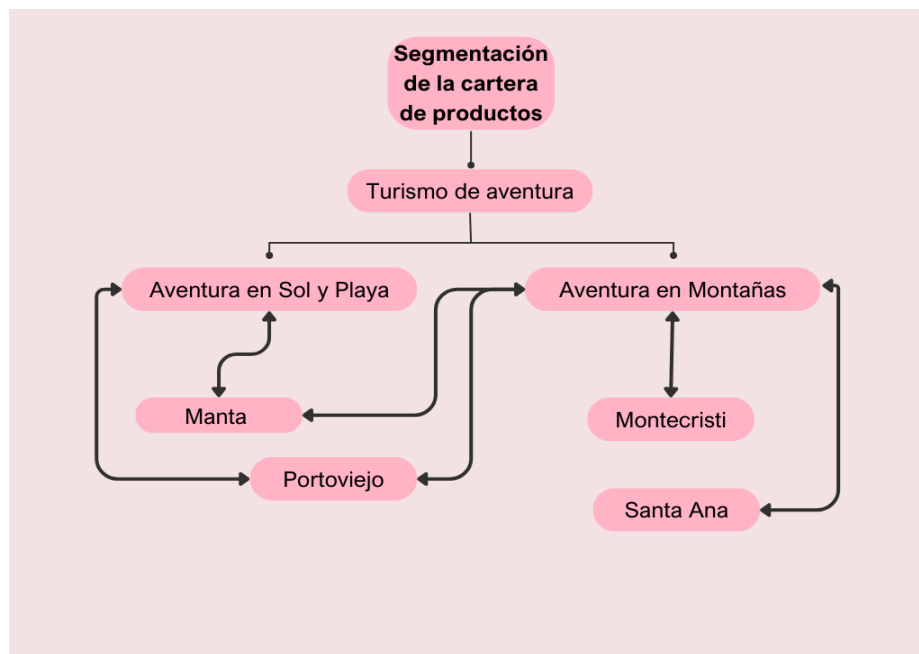
Modalidad principal	Cantones	Atractivos potenciales	Actividades comunes
Turismo de sol y Playa	Manta	Playa El Murciélago Playa San Lorenzo Playa Barbasquillo Playa San Mateo Refugio de Vida Silvestre Pacoche Playa de Ligüiqui Cascada de San Lorenzo.	Buceo, Parapente, Mountain bike, Snorkel, Senderismo, Flyboard, Flyfish Montañismo, surf, Ala Delta
Turismo de sol y playa	Portoviejo	Vuelo Libre Crucita Cerro Hojas de Jaboncillo Jardín botánico	Buceo, Parapente, Mountain bike, Snorkel, Senderismo, Flyfish, Montañismo, Kayak
Turismo de naturaleza	Santa Ana	Cascada la palma Casca de Bonce Cascada la Cueva de los pájaros Cascada Don Atilio Briones Cascada Corralón, Represa Poza Honda	Montañismo, Mountain bike, Senderismo Escalada clásica, Rapel, Kayak, Wather bike
Turismo de naturaleza y de sol y playa	Montecristi	Isla de la Plata Playa San José	Parapente, Paseo en yate, Snorkel, Kayak

Fuente: Elaborado por los autores

Consecuentemente, la cartera de productos turísticos que se propone se basa en dos ejes fundamentales, primero se toma en cuenta la modalidad principal del territorio con la finalidad de mejorar y diversificar la oferta a partir del turismo alternativo. Segundo, el estudio previo permitió conocer cuáles son las actividades de aventura que más se desarrolla en cada uno de los cantones, tomando en consideración que son la base de la potencialidad que se adopta, mejorando la experiencia de los turistas. Finalmente, identificar esos atractivos que son pieza clave para el diseño de una marca en la provincia de Manabí.

En ese sentido, se determinaron cuatro productos turísticos que tienen las condiciones para que se desarrollen actividades de naturaleza de aventura, prestando las seguridades necesarias, además de ser atractivos potenciales para cubrir las necesidades turísticas, principalmente la estadia. Por ende, también se identificó (ver figura 16) que existe una segmentación de producto, permitiendo que se pueda conjugar un sinnúmero de paquetes turísticos en una misma oferta de destino.

Figura 16. División cartera de productos de aventura



Fuente: Elaboración propia

El primer consiste en un turismo de aventura que se desarrolla en la modalidad tradicional de Sol y Playa, donde sus principales actividades se basan en los deportes acuáticos, por ende, los territorios que forman parte de esta segmentación de la cartera de producto son Manta, Portoviejo y Montecristi. De la misma manera, en la provincia también se puede realizar turismo de aventura en las montañas, ejercicio que nace en función de las zonas altas de los cantones escogidos, que, además, por sus condiciones geográficas brinda la oportunidad de ofertar una combinación entre tierra y agua, siendo estos lugares Santa Ana por medio del ascenso de cascadas, Portoviejo a través de la subida al Cerro de Hojas de Jaboncillo y Manta con los senderismos en el Pacoche (ver tabla 55).

Tabla 55 Matriz Boston

Estrella	Santa Ana	Portoviejo	Montecristi	Manta
Alto	Ruta de las cascadas en la Represa	Vuelo Libre Crucita	Buceo y snorkeling sobre los arrecifes de coral en Isla de la Plata	Aventura deportiva en las playas El Murciélago, San Lorenzo, San Mateo, Ligüiqui
Medio	Caminata y excursión a caballo por las cascadas	Cerro Hojas de Jaboncillo	Experiencia en el aire sobre el mar en Playa San José	Paseo a caballo en cascada de San Lorenzo. Escalada de roca en Refugio de Vida Silvestre Pacoche
Bajo	Pesca deportiva en la Represa Poza Honda	Jardín botánico		Snorkel y excursión en Playa Barbasquillo

Fuente: Elaborado por los autores

La cartera de productos consiste en brindar alternativas para el desarrollo de la actividad turística sobre la modalidad de turismo de aventura en los territorios que se han estudiado, además de tener la potencialidad para ejercer las funciones correspondientes. En ese sentido, se hizo una variación entre mar y tierra, tomando en cuenta los diferentes atractivos que se hayan en el objeto de estudio, de la misma manera, se pudo determinar que los productos de alto nivel se basan en motivar e

impulsar la práctica de deportes extremos, siendo uno de los motivos principales para que los turistas se desplacen a este sector de la provincia. Finalmente, se cae en que la reflexión direcciona a la conexión de los cuatro territorios para formar un paquete turístico que sea atractivo para los visitantes, generando valor cultural en cada cantón determinado.

5.2.6. DESARROLLAR UNA MARCA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Figura 17. Logotipo



Fuente: Elaboración propia

SMMP es el acrónimo que hace referencia a los cuatros territorios donde se desarrollara el turismo de aventura, es una marca que se especializa en ofrecer experiencias emocionantes y memorables en Santa Ana, Montecristi, Manta y Portoviejo. El objetivo es conectar a los viajeros y brindarles una experiencia autentica con la naturaleza, la cultura y la adrenalina que solo esta región ecuatoriana puede ofrecer, brindando servicios de alta calidad y promoviendo la sostenibilidad. (Ver figura 17).

Tabla 56 Matriz Ansof

	Actual	Nuevo
Actual	Penetración de mercado	Desarrollo de producto
Nuevo	Desarrollo de mercado	Diversificación

Elaboración propia

Penetración de Mercado

- Ofrecer paquetes promocionales para grupos y familias, con descuentos especiales para fomentar la visita a varios destinos de aventura en Manabí.
- Realizar alianzas con hoteles y restaurantes locales para ofrecer paquete todo incluido que combinen alojamiento, comidas y actividades de aventura en la región.
- Implementar programas de lealtad y recompensas para atraer a turistas recurrentes y promover la boca a boca positivo.
- Realizar campañas de marketing digital y presencial en ciudades cercanas y en línea, resaltando las experiencias únicas y emocionantes que ofrece cada destino.
- Establecer convenios con agencias de viaje y operadores turísticos para que promocionen y vendan los productos de Aventuras Manabí.
- Capacitar al personal en atención al cliente y calidad de servicio para garantizar experiencias excepcionales que generen recomendaciones positivas.
- Realizar eventos especiales y festivales temáticos que atraigan a turistas locales y nacionales durante temporadas de baja demanda.

Desarrollo de Mercado

- Investigar y expandirse hacia mercados internacionales, enfocándose en países con gran interés en el turismo de aventura y promocionando los productos turísticos de Manabí en ferias y eventos internacionales.
- Establecer alianzas con líneas aéreas y compañías de transporte para crear paquetes de viaje completos que faciliten el acceso de turistas de otras regiones y países.
- Diseñar campañas de marketing específicas para atraer a diferentes segmentos de mercado, como jóvenes aventureros, familias, parejas y grupos de amigos.

- Desarrollar programas educativos y culturales que atraigan a estudiantes y viajeros interesados en aprender sobre la biodiversidad y la cultura local.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas de turismo ya establecidas en otros destinos populares para que promocionen y vendan paquetes turísticos combinados que incluyan Manabí.
- Participar en eventos y ferias turísticas regionales y nacionales para dar a conocer los productos de aventura en Manabí y crear alianzas con operadores locales de otras regiones.
- Establecer presencia en línea a través de plataformas de reservas y redes sociales, adaptando el contenido y la promoción para diferentes mercados objetivo.

Desarrollo de Productos

- Agregar nuevas experiencias y niveles de dificultad a las rutas de senderismo existentes para satisfacer a turistas aventureros con diferentes niveles de habilidad.
- Ampliar la oferta de actividades acuáticas, como paddleboarding, snorkel y kayak, para diversificar las opciones de aventura en los destinos costeros.
- Desarrollar paquetes de aventura de varios días que combinen diferentes actividades y destinos en Manabí, ofreciendo una experiencia completa para los viajeros.
- Crear programas de turismo sostenible y de conservación de la biodiversidad, involucrando a los turistas en proyectos de reforestación y protección del medio ambiente.
- Diseñar experiencias de aventura temáticas y personalizadas para ocasiones especiales, como cumpleaños, aniversarios o despedidas de soltero/a.
- Incorporar tecnología y realidad virtual en algunas actividades, como el buceo o el rafting, para atraer a turistas interesados en la combinación de aventura y tecnología.

- Crear un programa de certificación y entrenamiento para guías turísticos, asegurando que estén altamente capacitados para ofrecer experiencias seguras y de alta calidad.

Diversificación

- Explorar la posibilidad de expandirse hacia el turismo rural y de agroturismo, ofreciendo experiencias en haciendas locales y actividades relacionadas con la agricultura y ganadería.
- Investigar la viabilidad de incursionar en el turismo de salud y bienestar, ofreciendo retiros de aventura combinados con yoga, meditación y terapias naturales.
- Desarrollar un programa de turismo cultural, ofreciendo visitas a comunidades indígenas y experiencias de intercambio cultural con la población local.
- Crear una línea de productos de aventura enfocados en el turismo de observación de aves y la fauna silvestre, aprovechando la riqueza natural de la región.
- Incluir productos turísticos de turismo gastronómico que destaquen la deliciosa cocina local de Manabí y promuevan la participación en talleres de cocina tradicional.
- Explorar la posibilidad de ofrecer programas de voluntariado y viajes solidarios que combinen aventura con proyectos de desarrollo comunitario.
- Desarrollar un programa de turismo científico, brindando oportunidades para que turistas y estudiantes participen en investigaciones y estudios sobre la biodiversidad de Manabí.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional de los territorios, permitió la actualización de línea base que sirvió para desarrollar la actualización de información sobre el sistema turístico, seguido de esto se realizó un análisis FODA que se obtuvo como resultado que la principal fortaleza que tiene la zona centro norte de Manabí es la potencialidad turística debido a la diversidad de recursos turísticos.
- El levantamiento y actualización de inventarios permitió identificar los lugares de interés en base al análisis de la matriz de potencialidades. Bajo ese enfoque, se pudo determinar la existencia de 20 atractivos que cuentan con las características para desarrollar turismo de aventura, repartidos de la siguiente manera; 7 atractivos en Manta, 2 ubicados en Portoviejo, 9 en Santa Ana y 2 de Montecristi. Finalmente, se puede concluir que en Rocafuerte no existe una infraestructura para generar atracción para enlazar las actividades de naturaleza turística para el proceso de oferta territorial.
- El estudio de la demanda, en la tercera fase donde se aplicó una encuesta dirigida al sector turístico permitió conocer su percepción sobre la realidad del turismo en Manta, Portoviejo, Montecristi, Santa Ana y Rocafuerte. Esto permitió identificar los 3 perfiles de turistas basándose en la factibilidad y relacionado a la estructura para diseñar un producto turístico.
- Finalmente, como resultados de la fase cuatro se diseñó la cartera de producto que consiste en dos divisiones enfocados al turismo de aventura en sol y playa, así como también un turismo de aventura montañas, segmentados en cuatro productos en función de las propiedades territoriales, además de tomar en cuenta la gestión de espacios sostenibles durante la periodicidad y ciclo de vida del producto. De la misma manera se desarrolló una marca que se llama SMMP, acrónimo que hace referencia a los cuatro

territorios que forman parte de la cartera de productos turísticos de aventura. En ese contexto, se especializa en ofrecer ofertas emocionantes y memorables en Santa Ana, Montecristi, Manta y Portoviejo

RECOMENDACIONES

- A la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, se recomienda desarrollar proyectos vinculados a la comunidad con la finalidad de que los estudiantes impulsen y puedan crear una organización para la gestión de espacios y destinos turísticos, de tal manera, la población estudiantil pueda poner en práctica las técnicas aprendidas, además de fomentar el desarrollo sostenible de los cantones de Manta, Portoviejo, Montecristi, Santa Ana y Rocafuerte.
- Al Gobierno Provincial de Manabí se recomienda crear alianzas estratégicas entre academia, sector público y privado con la finalidad de capacitar y brindar talleres de socialización a las comunidades rurales, lo que permitirá el desarrollo socioeconómico de las poblaciones, así como también la participación activa del sistema turístico.
- A los Gobiernos Autónomos descentralizados se pide desarrollar políticas de gestión turísticas claras, a fin de proteger los espacios y regular las actividades para la protección de las culturas, de la misma manera, es fundamental tomar acciones en mejorar la infraestructura, seguridad y asistencia de información para que la promoción de sus productos tenga confiabilidad en el turista.

REFERENCIAS

- Almeida, M., & Díaz, C. (2020). Economía circular, una estrategia para el desarrollo sostenible. *Avances en Ecuador. Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, 8, Art. 8. <https://doi.org/10.32719/25506641.2020.8.10>
- Andrade, D. S., Quiñónez, M. F., & Tapia Pazmiño, J. G. (2018). *Ecuador un destino clave para la práctica del turismo alternativo*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/15420>
- Arboleda, C. A., Arias, C. M., Pérez, E. O., & Correa, P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104.
- Arboleda, J. S. J. (2021). El glamping, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 40, Art. 40. <https://doi.org/10.5377/farem.v10i40.13041>
- Arevalo, D. C., & Guatibonza, C. M. (2021). Marketing de destinos turísticos: Un análisis de las tendencias mundiales post-COVID-19 en el departamento de Santander, Colombia. *Kalpana- Revista de Investigación*, 20, Art. 20.
- Arroyo, M. V. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 3(1 (Enero-Abril)), 44-49.
- Banco Central del Ecuador. (2022, marzo 31). *La economía ecuatoriana creció 4,2% en 2021, superando las previsiones de crecimiento más recientes*. <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>
- Benavides, G. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i29.2872>

- Benavides, S. (2019). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. Obtenido de <https://doi.org/10.15359/eyas.25-57.1>
- Cantos, A. J. (2021). *EL TURISMO DE AVENTURA COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD AYAMPE, PUERTO LÓPEZ* [BachelorThesis, Jipijapa.UNESUM]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2763>
- Carrillo, D. F. R., & Plazas, J. A. (2023). Turismo comunitario y desarrollo local: El caso de Yunguilla en Ecuador. *SATHIRI*, 18(1), Art. 1. <https://doi.org/10.32645/13906925.1199>
- Cornejo, K., & Macías, S. (2019). Potencialidad del turismo de naturaleza en el Cantón Bolívar, Provincia de Manabí, Ecuador. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(26), 23.
- Díaz, I. E., Portes, L., & Nieto, J. D. (2019). Diseño de productos turísticos desde la Agencia de Viajes Cubatur en Santiago. *Ciencias Holguín*, 25(4), 35-48.
- Ecuador Travel Press. (2020, diciembre 30). Emprendimientos turísticos del 2020 en Ecuador. *Ecuador Travel Press*. <https://ecuador.travel/press/los-mejores-emprendimientos-turisticos-del-2020-en-ecuador/>
- EKOS. (2018, mayo 4). *Economía y Desarrollo Sostenible: Una visión general desde Ecuador*. Ekos Negocios. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/economia-y-desarrollo-sostenible-una-vision-general-desde-ecuador>
- Espinosa, D., Herrera, F., Lapo, Á., & Pérez, L. (2018). El potencial de Tena como destino de turismo de aventura. *Siembra*, 2(1), Art. 1. <https://doi.org/10.29166/siembra.v2i1.1442>
- García, N. (2017). *Modelo de Gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador*. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*. 11(2), 81-108. 1. <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/download/1088/1417>
- García, N. (2022). Desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador. Modelos y estrategias. (tesis doctoral), [Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/133318>

- Gil, V. (2022). Deportes extremos seguridad. Obtenido de <https://www.santalucia.es/articulos/deportes-extremos-seguridad>
- INEN. (2021). *La Norma Técnica de Economía Circular, promueve una producción sostenible en el Ecuador – Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN.* <https://www.normalizacion.gob.ec/la-norma-tecnica-de-economia-circular-promueve-una-produccion-sostenible-en-el-ecuador/>
- Mariscal, N. M. (2022, marzo 8). Cadena de valor en un destino turístico. *Entorno Turístico.* <https://www.entornoturistico.com/cadena-de-valor-en-un-destino-turistico/>
- Mendoza, Á. G. F., & Lucas, M. P. G. (2020). Herramientas de planificación participativas para el desarrollo turístico comunitario: Caso de estudio. *Siembra*, 7(2), Art. 2. <https://doi.org/10.29166/siembra.v7i2.2189>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Pedernales un destino para relajarse – Ministerio de Turismo.* <https://www.turismo.gob.ec/pedernales-un-destino-para-relajarse/>
- Ministerio de Turismo. (2022). *REACTIVACIÓN ECONÓMICA: EL TURISMO DEJA CIFRAS POSITIVAS EN LO QUE VA DE 2022.* <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>
- Naden, C. (2019, junio 19). *Connecting the dots in a circular economy: A new ISO technical committee just formed.* ISO. <https://www.iso.org/cms/render/live/en/sites/isoorg/contents/news/2019/06/Ref2402.html>
- ONU. (2021, marzo 26). *La economía circular: Un modelo económico que lleva al crecimiento y al empleo sin comprometer el medio ambiente | Noticias ONU.* <https://news.un.org/es/story/2021/03/1490082>
- Ostelea. (2022). *¿Cuáles son las tendencias que marcarán el rumbo del turismo en el 2022?* Ekos Negocios. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/cuales-son-las-tendencias-que-marcaran-el-rumbo-del-turismo-en-el-2022>
- Pinto, F. A. B. (2021). Alcances del turismo sostenible: Un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1), Art. 1. <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>

- Proaño, G. E., López, C. R., & Chérrez, R. C. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 6(1), 29-39. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.426>
- Quiñoz, M. F., Tapia, G., & Andrade, S. (2019). *El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad—Dialnet*. 4(3), 119-137.
- Raya, J. (2017). Turismo, Hotelería y Restaurante.
- Reyes, J. A. Á., Noriega, A. M. M., Erazo, C. A. S., & Salazar, M. F. P. (2022). Rediseño de la cadena de valor turística, y su incidencia en la rentabilidad económica y social del GAD Parroquial Ingapirca, del Cantón y Provincia del Cañar. *Polo del Conocimiento*, 7(7), Art. 7. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i7.4304>
- Rivadeneira, M. A. Z. (2022). Perspectivas del turismo post COVID-19 en Esmeraldas. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR - ISSN 2806-5700*, 2(1), Art. 1.
- Ruiz, M. (2019, noviembre 28). ¿Por qué el capital natural es fundamental para el desarrollo económico? *Sostenibilidad*. <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/por-que-el-capital-natural-es-fundamental-para-el-desarrollo-economico/>
- S.A. (2022, diciembre 6). ▷ ¿Qué es una cartera de productos y qué te dice su análisis? - *Invatatiafaceri.ro*. <https://invatatiafaceri.ro/es/diccionario-financiero/que-es-una-cartera-de-productos-y-que-te-dice-su-analisis/>
- Sánchez, G., & Morales, O. A.-. (2021). Desarrollo y sostenibilidad: Una discusión vigente en el sector turístico. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 29, Art. 29. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4702>
- Tuquinga, J. E. Y., Armijos, E. A. B., Tarabó, A. E. M., & Rosales, J. G. (2020). Cadena de valor del destino Dos Mangas como herramienta para el análisis de la sostenibilidad de la oferta turística. *Universidad y Sociedad*, 12(1), Art. 1.

- Vaca, G. G. (2022). *Alternativas de turismo de aventura en la comunidad de San Clemente, parroquia La Esperanza, en el cantón Ibarra* [BachelorThesis]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12271>
- Da Silva, E., Dos Anjos, F., & De Lima, M. (2017). Segmentación post-hoc del mercado turístico en los destinos del litoral brasileño: Análisis según los valores personales de los turistas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(3), 662-677. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000300009&lng=es&tlng=es

ANEXOS

. Anexo 1: Matriz de potencialidad de la zona centro de Manabí

Nº	Atractivo y / o recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1	Playa Murcielago	2	2	3	2	2	2	2	2	17
2	Playa Piedra Larga	2	3	2	2	2	2	1	1	15
3	Playa San Mateo	2	2	2	2	3	3	3	3	20
4	Playa Santa Marianita	2	3	2	3	3	2	3	2	20
5	Playa Liguíqui	2	3	2	2	1	2	2	2	16
6	Refugio de vida Silvestre y marino costero Pacoche	2	3	3	2	2	2	2	2	18
7	Mirador el Faro	3	3	3	3	3	2	2	2	21
8	Parque central Vicente Amador Flor	3	2	3	2	2	1	1	1	15
9	Vuelo Libre en Crucita	3	1	3	2	2	3	2	3	19
10	Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo	3	3	2	2	2	3	3	3	21
11	Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales.	3	1	1	2	3	2	1	2	15
12	Playa San José	3	3	2	2	2	2	2	2	18
13	Isla de la Plata	2	2	2	2	2	2	2	2	16
14	Cascada La Chorrera	2	2	2	2	2	1	2	2	15
15	Represa Poza Honda	1	1	1	3	3	3	3	3	18
16	Parque Lineal El malecón	2	3	2	1	1	2	2	3	16
17	Iglesia Nuestra Señora de Santa Ana	3	3	1	1	1	2	2	2	15
18	Casa de los Abuelos	3	3	2	2	2	2	3	2	13
19	Balneario de agua dulce El Cerrito de Rocafuerte.	3	2	1	1	2	2	2	2	15
20	Balneario de agua dulce Puerto Loor	3	2	1	1	2	2	2	2	15
21	Humedal El Tabacal	3	3	2	2	1	2	2	2	17
22	Playa la Tiñosa	2	1	1	1	2	2	1	1	11
23	Playa Tarqui y los Esteros	2	3	2	1	1	1	1	2	13
24	Cascada San Lorenzo	2	3	1	1	1	1	1	2	12
25	Playa de Barbasquillo	2	3	1	1	1	1	1	2	12
26	Muelle del Puerto de Manta	1	1	1	1	1	1	1	1	8
27	Parque Ecológico El Mamey	2	2	2	2	2	2	1	1	14
28	Jardín botánico	1	2	1	2	1	1	2	2	12
29	Las vertientes naturales del Río de Caña	1	1	1	1	2	1	1	1	9
30	Cascada la Palma	2	1	1	2	1	1	1	2	11
31	Cascada de Bonce	2	2	1	1	1	1	2	2	12
32	Cascada San Ramón	1	1	1	1	2	2	1	2	11
33	Cascada la Cueva de los Pájaros	1	1	1	1	1	1	1	1	8
34	Cascada Don Alilo Briones	2	3	1	1	1	1	1	3	13
35	Cascada de Corralón	2	1	1	1	2	1	1	2	11
36	Balneario La Laguna	2	2	2	2	1	1	1	1	12
37	Río Mineral	2	2	1	1	1	2	1	1	11
38	Río Pata de Pájaro	1	2	2	2	2	1	1	2	13
39	Isla de Los Pájaros	2	1	1	1	1	1	2	2	11
40	Balneario Las Guajías	2	2	2	2	1	1	2	1	13
41	Balneario de agua dulce Las Jaguas	2	2	2	2	1	1	1	1	12

Anexo 2: Formato de encuesta para los turistas**ENCUESTA**

El propósito de la presente encuesta es conocer las variables motivacionales y perfil de consumo de los turistas que recorren la zona centro de Manabí para la mejora de productos de turismo de aventura

- 1. ¿De dónde proviene?**
 - Internacional
 - País _____
 - Nacional
 - Provincia _____ Cantón _____
- 2. Sexo:**
 - Masculino
 - Femenino
 - Otro
- 3. ¿Su estado civil actualmente es?**
 - Soltero
 - Casado
 - Unión Libre
 - Divorciado
- 4. Marque con una X. Su ocupación**
 - Estudiante
 - Profesional
 - Emprendedor
 - Trabajador dependiente
 - Retirado
- 5. Marque con una X. Usted acostumbra a organizar su viajes a través de servicios:**
 - Organizados por agencia de viaje
 - Lo hace de forma independiente
- 6. Marque con una X ¿Cuándo usted hace turismo con quien acostumbra viajar?**
 - Solo
 - Pareja
 - Grupo familiar
 - Grupo de amigos
 - Grupo de trabajo
- 7. Marque con una X. ¿Cuándo usted hace turismo se desplaza en transporte?**
 - Público
 - Privado
- 8. Marque con una X. ¿Cuánto acostumbra a destinar para desarrollar actividades de turismo por día?**
- 9. Hasta US\$100**
 - Entre US\$ 101a US\$ 150
 - Entre USD \$151 a USD \$200
 - Entre US\$201 a US\$ 300
 - Más de US\$ 300

- 10. Marque con una X. ¿Cuándo toma la decisión de hacer turismo su principal motivación viene por?**
- Escapar del ambiente cotidiano
 - Relajación y salud
 - Prestigio del destino
 - Interacción social
 - Novedad
 - Integración
 - Desarrollar sus habilidades y capacidades
 - Aprender cosas nuevas
 - Experimentar/vivir cosas diferentes
- 11. Marque con una X. ¿Cuándo hace turismo su viaje es planificado como?**
- Excursión o visita sin pernoctación
 - De 1 a 2 días
 - De 3 a 5 días
 - De 5 a 7 días
- 12. Marque con una X ¿Por cuál de las siguientes motivaciones se desplaza por turismo?**
- Gastronomía
 - Negocios
 - Deportes
 - Ocio y recreación
 - Playas
 - Paisaje y naturaleza
 - Ruralidad y cultura
 - Aventura y nuevas experiencias
 - Eventos
- 13. Marque con una X ¿Cómo le gusta obtener información para hacer turismo?**
- Internet
 - Agencia de Viajes
 - Operadora
 - Familiares o amigos
 - En ferias o festivales.
 - Anuncios en internet
 - Redes sociales
 - En TV, radio, etc.
- 14. Marque con una X. ¿Cuál es el motivo de su visita a Manabí?**
- Turismo de sol y playa
 - Turismo de aventura y deportes extremos
 - Ecoturismo y ruralidad
 - Turismo de negocios
 - Turismo gastronómico y cultura
 - Amigos y familiares
- 15. Seleccione con un visto ¿si tuviera la posibilidad de practicar o desarrollar actividades de turismo de aventura en Manabí con todas las normas de seguridad lo harías?**
- SI
 - NO
- 16. Marque con una X ¿Cuáles de las siguientes actividades estaría dispuesto a practicar?**
- Surf
 - Parapente
 - Buceo y snorkeling

- Mountain Bike
- Aladeltismo
- Escalada
- Trekking
- Canyoning
- Rafting
- Body Board
- kitesurfing
- OTRA _____

17. Marque con una X. ¿Cuáles serían los requisitos que usted considera necesarios para la práctica de las actividades mencionadas anteriormente?

- Información y seguridad
- Experiencia y accesibilidad
- Servicio personalizado
- Precio y calidad
- Servicios básicos
- Transporte
- Equipamientos
- TODAS

18. Marque con una X ¿Qué percepción tiene usted de los precios y la calidad en el destino? Utilice la escala de 1 a 3 puntos (donde 1 es “muy bajos” y 3 es “muy altos”)

- Hospedaje.
- Alimentación.
- Recreación
- Transporte

19. Seleccione con un visto ¿Cómo valoras la oferta turística en Manabí? Utilice la escala de 1 a 3 puntos (donde 1 es “pobre” 2 es “medio” y 3 es “excelente”)

- La oferta de restaurantes
- Oferta cultural y monumental
- Seguridad ciudadana
- Servicios de información turística
- Recursos naturales
- Las playas y su dotación
- Limpieza de los sitios turísticos
- El tráfico y los aparcamientos
- Conservación del ambiente

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!