ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Economía y Negocios

"PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA INCENTIVAR EL TURISMO HACIA LOS SENDEROS INTERPRETATIVOS PERTENECIENTES A LA RUTA DEL SPONDYLUS UBICADOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA"

Tesis de Grado
Previa a la obtención del título:

ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN MARKETING

Presentada por:
Lourdes Vanessa Rojas Rodriguez

ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN TEORIA Y POLITICA ECONOMICA

Presentada por:

Dominique Nicole Naranjo Leon

Guayaquil-Ecuador

2009

Dedicatoria

A mis padres, por todo su amor y apoyo incondicional, por guiarme por el buen camino y aconsejarme. A mis hermanos por alentarme dia a dia a luchar por mis metas y a mis amigas por encontrarse presente en cada momeno de tristeza y alegria, Sin ellos no hubiera sido posible la culminación de esta etapa estudiantil.

Vanesa Rojas Rodriguez

Dedicatoria

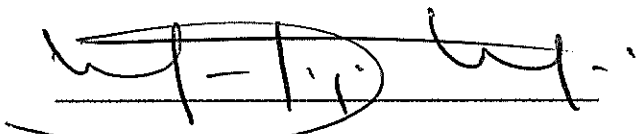
Agradezco a Dios, al Divino Niño por su infinita misericordia, a mi madre por la fortaleza que ella me brinda y hermanos por su gran paciencia para ayudarme a realizar mi tesis, a mi padre por permitirme a realizar mis estudios universitarios, mis amigas por el infinito apoyo no solo en la tesis, a ciertos profesores que me brindaron la oportunidad necesaria para culminar la carrera y en realizar el proyecto de grado, sin todos ellos no se hubiese obtenido, y a mi amiga y compañera de proyecto porque juntas le pusimos la dedicación necesaria.

Dominique Naranjo León

Agradecimientos

Agradecemos a Dios que fue el pilar fundamental para culminar los estudios universitarios, a nuestros padres que nos brindaron su apoyo, consejos y paciencia a largo de nuestra carrera para ser profesionales de éxito y que aún siguen acompañándonos en nuestra lucha; a nuestros grandes amigas por sus consejos en el desarrollo del proyecto y por su apoyo personal las cuales siempre estuvieron allí en todo momento, a ciertos profesores que con su apoyo nos permitieron culminar la carrera y nos brindaron oportunidades que sirvieron de base primordial para el proyecto, a la guía del proyecto, a profesionales de publicidad, diseño gráfico y de turismo de la operadora Turidee Cía. Ltda., por la colaboración en el desarrollo del proyecto de grado.

Miembros del tribunal



Ing. Oscar Mendoza Macías, Decano

Econ. Elma Ramírez

Directora de Tesis

Declaración Expresa

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, corresponde exclusivamente a los autores; y el contenido intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Vanessa Rojas R.

Lourdes Vanessa Rojas Rodríguez

Dominique Naranjo León

Dominique Nicole Naranjo León

Resumen Ejecutivo

Los progresos del turismo en el Ecuador han ido aumentando ya que posee una posición única en el mundo, pero no como debería ser con el potencial turístico que ofrece las distintas zonas del país, según datos ofrecidos por el Ministerio de Turismo se indico que la actividad en el Ecuador experimento un crecimiento de 6.7% durante el primer semestre del 2008, lo que reflejo un ingreso de 585.234 visitantes. También se genero en el primer trimestre del 2008 166.2 millones de dólares lo que representa un incremento del 22.02% con respecto al similar periodo en el 2007, cuando la actividad genero 136.2 millones de dólares.

Sitios que sin una debida promoción de sus atractivos turísticos no han podido quedarse continuamente en el mercado, un ejemplo claro es la Ruta del Sol, es muy poca la publicidad que maneja que no tiene el posicionamiento que debería tener con la marca “Ecuador”. En este caso se encuentra en estudios el proyecto entregado al Ministerio de Turismo la adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de las comunas objetivos de la Ruta del Spondylus. El problema que se presenta en la oferta del producto, es que no cuenta con ustudio de mercado que logre promocionar a los senderos interpretativos mediante el estudio que comprenden las diferentes acciones de un plan estratégico de marketing, tal que capte el interés y la disponibilidad del turista nacional y extranjero y así poder dar a conocer el producto, y esto es lo que hace necesario un plan estratégico de marketing que mediante las estrategias de mercadeo se incentivara el turismo de los senderos interpretativos hacia la ruta del Spondylus como destino turístico del Ecuador

Este proyecto forma parte de la cartera de Estado que busca apoyar el desarrollo sostenible del perfil costero, áreas andinas del Ecuador y Perúy de sus comunidades, a través de la conformación de la Ruta Turística del Spondylus, que arranca con una inversion de 5 mm, y es parte del proyecto innovación de productos de tres rutas y forma una de ellas.

En el Ecuador comenzó desde el 2003, con una nueva etapa de difusión como destino prioritario para los viajeros del mundo, con un Plan estratégico para la difusión turística comprendido en tres ejes: un Programa Integral de Marketing con la marca Ecuador (PIMTE), la apertura de oficinas de promoción en el extranjero, y una campaña en los medios mas grandes de Europa y América, financiado por recursos del sector privado y del Gobierno Nacional. Las metas principales del plan son: Integración de la marca turística Ecuador, redefinir al Ecuador como oferta turística en su posicionamiento, determinar productos y mercados prioritarios, lo que se busca es posicionar la marca Ecuador con el mensaje “La vida en estado puro”.

Según PIMTE, éste apunta al “turista de aventura accesible”, mezcla de turista mochilero y burbuja, que busca aventura, tener contacto con el medio, experiencias más reales de calidad y en busca de confort, respetando el medio ambiente, y muchas veces en busca de Ecoturismo, donde su gasto promedio al día es de $100, sin olvidar a los turistas tradicionales en busca de playa y sol.

Este PIMTE puede ser usado a nivel micro local, ya que en el año 2006 se empezó con la promoción turística de La Prov. de Santa Elena (siguiendo las faces del PIMTE), el cual debe seguir enfocado en el mismo target turístico del plan, posicionando la marca país donde su principal característica es la “Diversidad”.

El marketing turístico es lo que el consumidor quiere y no lo que necesita

El estudio del plan enmarca:

- Un análisis del macroentorno y del microentorno económico del flujo turístico mundial y nacional para poder establecer cual es la situación actual en que el proyecto se desarrollará, estableciendo en detalle con anterioridad el marco conceptual que se maneja en el proyecto del plan de marketing turístico.
- El marco muestral serán los turistas nacionales y extranjeros que visiten zonas naturales del Ecuador (Fuente: obtenida del Ministerio de Ambiente del 200/2004), donde se inferirá en las proyecciones hasta el 2007 por medio tasas de crecimiento promedio aritmética nacional y extranjera, lo cual determinara la demanda y el tamaño de la muestral de los turistas que visitaron el Ecuador hasta 2007. Se escogió la base de datos de áreas naturales, por las características de la demanda potencial del producto turísticos, es decir los senderos en bosques tropicales húmedos y tropicales secos. Las características de la demanda potencial es: Turistas Nacionales y Extranjeros (Hombres y Mujeres), que se encuentren dispuestos a recorrer los senderos, con una edad aproximada de 25 a 45 años de edad, de nivel socioeconómico Medio, Medio Alto y Alto, con espíritu aventurero y que disfrute de la naturaleza, estos datos son obtenidos mediante la segmentación de mercado, lo que por medio de un sondeo de mercado se establecerá el comportamiento del consumidor.
- Análisis del entorno del mercado mediante un FODA, que permitirá establecer las estrategias del marketing y poder desarrollar el plan operativo del marketing mix, que es precio-plaza-promocion del producto

- Analsis de los costos de promocion y publicidad de acuerdo a la mezcla de marketing mix.

Los beneficios del proyecto serán en el reconocimiento del producto ecoturístico y de la Ruta del Spondylus, tanto a nivel nacional como internacional, enriquecimiento cultural y turístico para las personas que visiten los senderos.

Los impactos generados serán de gran importancia económica y social, ya que son comunas de escasos recursos económicos, no tienen una valoración como zonas turísticas, por lo tanto este tipo de inversiones mejoraría la calidad de vida de los habitantes, con nuevos sitios de trabajo.

ÍNDICE GENERAL

Indice General ……I

Índice de Figuras ……..……II
Índice de Cuadros…...……...III

Introducción ……..……IV

CAPITULO 1
Marco Conceptual

Turismo1.1..... ..17
Turismo Emisor 1.2.…….. ..17
Turismo Receptor 1.3……..18
Turismo Comunitario 1.4. …..…….....18
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza 1.5. ……..……...18
Marketing 1.6. ……..…19
Plan de Marketing 1.7. ……..……... 20

CAPÍTULO 2
Análisis del Entorno Turístico

Análisis del Flujo Turístico Mundial 2.1. ..……21
Turismo Receptor- Ingresos por Turismo 2.2. ……..…… 23
Perspectivas a Largo Plazo 2.3.....30
Turismo Emisor 2.4... ……31

CAPITULO 3
Análisis Situacional

Macroambiente 3.1…….....34
Turismo en el Ecuador 3.1.2. …… 34
Indicadores y Estadísticas de Turismo en el Ecuador 3.1.2.1.34
Ecoturismo en el Ecuador 3.1.2.2……..……..49
Entorno Demográfico 3.1.3. ……62
Entorno Económico 3.1.4. …..……..64
Entorno Social y Cultural del Ecuador 3.1.5. ……..……70

Microambiente 3.2
Aspectos Generales de la Provincia de Santa Elena 3.2.1. ……72
Historia del Turismo 3.2.1.1…… ..72

Educación y Cultura 3.2.1.2. ……78
Aspectos Geográfico 3.2.1.3.. ……81
Entorno Demográfico 3.2.1.4. ……84
Entorno Económico 3.2.1.5. ……88
Su Económico en la Actualidad 3.2.1.6. ……91
Entorno Político 3.2.1.7. ……93

Análisis Situacional de las Zonas de estudio Comunas-Senderos 3.2.2……93
Clientes 3.2.3. ……123
Proveedores 3.2.4. ……123
Intermediarios 3.2.5. ……124
Competencia 3.2.6……125

CAPTÍULO 4
Análisis de Mercado

Demanda Turística 4.1. …… .127
Oferta Turística 4.2. ……128
Foda Turístico de la Prov. de Santa Elena 4.2.1. ……133
Factores clave del turismo 4.2.2. ……135
Tendencias del turismo 4.2.3. ……137
Investigación de Mercado 4.3. ……138
Identificación del Problema 4.3.1……138
Objetivos de la Investigación 4.3.2… ……142
Método de Investigación 4.3.3…… ……142
Segmentación 4.3.4. ……142
Técnicas de Muestreo 4.3.5. ……144
Diseño de la Investigación 4.3.6. ……150
Análisis de Datos 4.3.7. ……151
Conclusión de las encuestas 4.3.8. ……180

CAPÍTULO 5
Planeación EStratégica

Análisis FODA del Entornos Turístico del Ecuador 5.1. ……185
Matriz BCG- Sectores turísticos de Áreas Naturales del Ecuador 5.2. ……191
Estrategia y Plan de Marketing 5.3. ……192
Misión 5.3.1. ……192
Visión 5.3.2. ……192
Objetivos Generales 5.3.3. ……192

Objetivos Específicos 5.3.4. ……..…….……193
Análisis FODA de los Senderos 5.3.5. ……193
Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector. 5.3.5 ……..……195
Análisis de la Competencia – Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter 5.3.6. ……..…….. 198
Modelo de Implicación FCB 5.3.7. …….211
Matriz Importancia – Desempeño Actual del Producto 5.3.8. ….….214
Estrategia a Seguir 5.3.9. …….……..218

Plan Operativo del Marketing Mix 5.4.
Producto 5.4.1. …….…….....219
Precio 5.4.2. ……..256
Plaza 5.4.3. ……..…….....260
Estrategia de Promoción y Publicidad 5.4.4. ……...……...265

CAPÍTULO 6
Presupuesto de Costos de Promoción y Publicidad

Ventas por Turismo 6.1. ….…….……276
Demanda Proyectada Real 6.1.1. ……..……..277
Ventas por Turismo proyectadas a cinco años 6.1.2. ……..…….279
Presupuesto de Costos y Publicidad 6.2. ...……279
Costos Pre-Operativos 6.2.1. …….280
Costos de Promoción y Publicidad 6.2.2. ……280

CONCLUSIONES ….…….…… V

RECOMENDACIONES…… VI

BIBLIOGRAFÍA….……VII

ANEXOS ……VIII

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Turismo Receptor 1990-2007 ….....…… 22
Figura 2: Turismo Receptor por mes ….....…….23

Figura 3: Turismo Receptor por motivo, 2007 ……..24
Figura 4: Llegadas de Turistas Internacionales, 1959-2020 ……..30
Figura 5: Gastos por turismo Internacional ……..……..33
Figura 6: Visitantes Nacionales de Ecuador 2003 ……..……40
Figura 7: Planta Turística del Ecuador ……..……43
Figura 8: Sistemas Nacionales de Áreas Protegidas del Ecuador ……....50
Figura 9: PIB al 2008 ……68
Figura 10: Balanza Comercial Anual ……..……68
Figura 11: Actividades Económicas de la P.S.E. …….. ..92
Figura 12: LLegadas de Extranjeros al Ecuador ……..…..144
Figura 13: Evaluación de Resultados de la Encuesta: País ……152
Figura 14: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Motivo ……..……..154
Figura 15: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Frecuencia ……154
Figura 16: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Permanencia ……..…..155
Figura 17: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad realizada. ……..156
Figura 18: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad que le realizada……157
Figura 19: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad deporte ……..157
Figura 20: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad cicloturismo ..…158
Figura 21: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad playa….....159
Figura 22: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad caminatas a través de bosques …..……159
Figura 23: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Estadía extranjero ….....160
Figura 24: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Gasto aproximado ..……..160
Figura 25: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Visitado Playa ……..……161
Figura 26: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Visitado museos ……...161
Figura 27: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Visitado bosques ….……162
Figura 28: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Visitado comunas ….……163
Figura 29: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Spondylus …163
Figura 30: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Sacachún ….164
Figura 31: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Dos Mangas.164
Figura 32: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Salanguillo ...165
Figura 33: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Sinchal …….165
Figura 34: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información La Entrada…166
Figura 35: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Loma Alta ….166
Figura 36: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Información Bosques …...167
Figura 37: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Caminatas en bosques …167
Figura 38: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Disponibilidad a pagar ….168
Figura 39: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Realizar excursiones…....169
Figura 40: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Caminatas de 6 horas ….169
Figura 41: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Horas de caminatas …….170
Figura 42: Evaluación de Resultados de la Encuesta: 9 Recorridos ……..171
Figura 43: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Hospedaje ……..……..172

Figura 44: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Actividad realizada……173
Figura 45: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Motivo de Visita ……174
Figura 46: Evaluación de Resultados de la Encuesta: D.P.A. cicloturismo……175
Figura 47: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Excursiones en senderos.176
Figura 48: Evaluación de Resultados de la Encuesta: Edad……..……..177
Figura 49: Evaluación de Resultados de la Encuesta: 9 recorridos……178
Figura 50: Evaluación de Resultados de la Encuesta: D.A.P. caminatas, cicloturismo ……..179
Figura 51: Bancas ubicadas en senderos de la Schemeeckle Reserve, Stevens Point, Wisconsin ……..……222
Figura 52: Ejemplo de los Gigantes de Sumpa , en el Mini Centro de Interpretación ……223
Figura 53: Mapa de recorrido del Sendero La Entrada …….……...227
Figura 54: Mapa del recorrido del Sendero Círculos de Piedra ……..……230
Figura 55: Mapa de recorrido del Sendero Salto Chico ……..……..233
Figura 56: Mapa del recorrido del Sendero Las Campanas ……..……..236
Figura 57: Mapa de recorrido del Sendero Sinchal …….……..239
Figura 58: Mapa de recorrido del Sendero La Bramona …….……241
Figura 59: Mapa de recorrido del Sendero El Chorrillo ……..……..244
Figura 60: Mapa de recorrido del Sendero Las Cascadas ……..……246
Figura 61: Mapa del recorrido del Sendero Las Pozas …..……..249

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Ingresos por Turismo Internacional ……..……...24
Cuadro 2: Indicador Económico PIB y Empleo. …….……..34
Cuadro 3: Balanza de Pagos – Cuenta Viajes y Transporte de Pasajeros …..…..35
Cuadro 4: Evolución del Turismo receptor por meses. ……..……36
Cuadro 5: Entrada de Extranjeros por jefatura 2007- 2008 ……..37
Cuadro 6: Evolución de Turismo Emisor ……..38
Cuadro 7: Salida de Ecuatorianos por motivo de viaje ……..……38
Cuadro 8: Salidas de ecuatorianos por jefatura ……..……39
Cuadro 9: Preferencias de Actividades Turísticas ……..……41
Cuadro 10: Preferencia de visitas a atractivos turísticos ……..……42
Cuadro 11: portafolio Turístico del Ecuador ……..……45
Cuadro 12: Líneas de Productos turísticos del Ecuador ……..……..46
Cuadro 13: Población económicamente Activa de la Prov. de Santa Elena ……...85
Cuadro 14: Población económicamente Activa de La Libertad ……..……..86
Cuadro 15: Población económicamente Activa de Salinas ……..……86
Cuadro 16: Población económicamente Activa de Santa Elena ……..……87
Cuadro 17: Distancia de la Comuna Dos Mangas …….……..95

Cuadro 18: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Dos Mangas……96
Cuadro 19: destrezas para turismo (Comuna Dos Mangas) ……..……97
Cuadro 20: de Distancia (Comuna Loma Alta) ……..……..101
Cuadro 21: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Loma Alta.102
Cuadro 22: Distancia (Comuna Sinchal) ……106
Cuadro 23: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Sinchal ….107
Cuadro 24: destrezas para el turismo de la comuna Sinchal ……..……108
Cuadro 25: de Distancias (Comuna La Entrada) ……110
Cuadro 26: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna La Entrada……...111
Cuadro 27: Destrezas para el turismo Comuna La Entrada ……...……112
Cuadro 28: Distancias Comuna Sacachún ……115
Cuadro 29: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Sacachún .116
Cuadro 30: destrezas para el turismo comuna Sacachún ……...116
Cuadro 31: Distancias Comuna Salanguillo ……..117
Cuadro 32: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna ……..……..121
Cuadro 33: Establecimientos turísticos ……..124
Cuadro 34: Variación anual de visitas a Áreas Naturales del Ecuador ……..145
Cuadro 35: Tasa de crecimiento promedio anual de visitas a áreas naturales del ecuador ……146
Cuadro 36: Resumen de Proyección de Visitas Anuales a las Áreas Naturales del Ecuador ……148
Cuadro 37: Variación de llegadas de extranjeros al Ecuador ……..……...149
Cuadro 38: Proyección de llegadas de extranjeros para el 2008 ……..……149
Cuadro 39: Resumen de datos para calculo de tamaño muestral ……....150
Cuadro 40: Calculo del tamaño muestral ……150
Cuadro 41: Matriz BCG ……..……150
Cuadro 42: Áreas Turísticas del sector Ecoturismo ……..…191
Cuadro 43: Matriz de Implicación FCB ……199
Cuadro 44: Atributos y Orden Importancia ……..……212
Cuadro 45: Matriz Importancia Resultado ……..……..214
Cuadro 46: Épocas Propicias de Visita a los Senderos ……..……215
Cuadro 47: La Mejor época de visita a cada Sendero ……..……255
Cuadro 48: Precio unitario por sendero ……..……..256
Cuadro 49: Paquetes de venta 1 – 2 días ……...……257
Cuadro 50: Paquetes de venta 1 – 7 días ……...……259
Cuadro 51: Pautas propuestas para Diario El Universo – Primer Año ……...260
Cuadro 52: Pautas propuestas para Diario El Universo – Resto de Años ……267
Cuadro 53: Pautas propuestas para Revista Vistazo – Primer Año ……..……268
Cuadro 54: Pautas propuestas para Revista Vistazo – Resto de Años ……..…..269
Cuadro 55: Demanda Potencial - Demanda Real Proyectada ……..……..277
Cuadro 56: Demanda Real Proyectada ……..……..277

Cuadro 57: Ventas por Turismo Proyectada ……278
Cuadro 58: Costos Pre-Operativos ……..……279

Introducción

Los Sendero Turísticos nacen como un subproducto turístico del producto Ruta del Spondylus, el cual esta siendo ejecutado por el Ministerio de Turismo y ha permitido identificar inicialmente 18 comunidades costeras para ser intervenidas con obras de desarrollo turístico que consientan la puesta en valor de los atractivos y recursos turísticos que poseen, brindando a su vez la oportunidad de generar la creación de microempresas turísticas en cada destino de la ruta.

En el 2009, la Subsecretaria de Turismo del Litoral tiene planificada la ejecución de los resultados obtenidos en los estudios para el desarrollo de las obras relacionadas al fomento del turismo cultural de la Ruta del Spondylus, y en relación al truismo alternativo, entre las obras que se han planificado ejecutar para el fortalecimiento de la Ruta del Spondylus se encuentran los 9 senderos interpretativos en 6 comunidades de la Provincia de Santa Elena:

- Comuna Sacachun: Sendero Círculos de Piedra
- Comuna Sinchal: Sendero Sinchal
- Comuna Loma Alta: Sendero La Bramona y Sendero El Chorrillo
- Comuna La Entrada: Sendero La Entrada
- Comuna Dos Mangas: Sendero Las Cascadas y Sendero Las Pozas
- Comuna Salanguillo: Sendero Las Campanas y Sendero Salto Chico

Actualmente estas comunas no han sido explotadas turisticamente de una manera apropiada, y sus senderos poseen grandes atributos y potenciales

turísticos tanto en flora y fauna y en diversa actividades como ciclismo, cabalgatas, camping, observación de aves y demás.

Es por esto que en el presente proyecto se desarrollara un Plan de Marketing, el cual permita mediante una investigación de mercado conocer la disponibilidad de las personas por visitar los senderos, su disponibilidad a pagar, y una serie de factores determinantes que ayudaran al desarrollo de una adecuada estrategia de promoción de los senderos que poniendose en practica genere gran flujo de turistas en ellos permitiendo el desarrollo sustentable de las comunas y a largo plazo puedan llegar a ser el producto estrella de senderismo en la Provincia de Santa Elena

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1. Turismo

El Turismo es interpretado por cada quien dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para hacer posible el TURISMO y las relaciones que surgen de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de una persona por visitar un lugar para satisfacer sus necesidades de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.
Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turistica generalmente se realiza con fines de ocio, aunque tambien existe el turismmo por negocios y otros motivos.

1.2. Turismo Emisor

Es el realizado por los residentes de un pais que viajan a otro pais, es decir cuando se sale del país donde se reside para hacer turismo en otros destinos que se encuentra en otros países distintos al suyo de residencia, normalmente éste núcleo tiene un alto nivel económico y social, generando una corriente turística a otro.

1.3. Turismo Receptor

Es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio economico del pais o region de referencia.

1.4. Turismo Comunitario

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (PLANDETUR)

1.5. Ecoturismo y Turismo de Naturaleza

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado 38. Para

esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas.

1.6. Marketing

- *Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing:* "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización"
- *Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia,* "el marketing es el proceso de:
  1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor"
- *Para la American Marketing Asociation (A.M.A.),* "el ***marketing*** es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización..."

En síntesis, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se planteo la siguiente **definición de marketing**:

El **marketing** es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los

consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

1.7. Plan de Marketing

Un plan de marketing es, un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto

Capítulo 2

Análisis del Entorno Turístico

2.1. Análisis del Flujo Turístico Mundial

El turismo ha experimentado un crecimiento sostenido y una diversificación cada vez mayor, para convertirse en uno de los sectores económicos del mundo que registra un crecimiento más rápido. Cada vez más hay destinos que invierten en el desarrollo del turismo. Esta dinámica ha dado lugar a que el turismo en la actualidad sea un motor clave del progreso socioeconómico.

El turismo ha llegado a convertirse en uno de los principales agentes del comercio internacional. En la actualidad, los ingresos de exportación generados por el turismo internacional ocupan la cuarta posición, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices, mientras que en muchos países en desarrollo el turismo es la primera categoría de exportación. Al paso que representa una de las principales fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo, crea el empleo y las oportunidades de desarrollo que tanto se necesitan.

Cambios y previsiones:

− Las llegadas de turistas en todo el mundo ascendieron a 903 millones en 2007, lo que representa un crecimiento interanual del 6,6 %.

− Entre 1995 y 2007 el crecimiento medio se situó en promedio sobre los 4 % al año, a pesar del estancamiento experimentado entre 2001 y 2003 debido al terrorismo, al SRAS y a la ralentización económica.

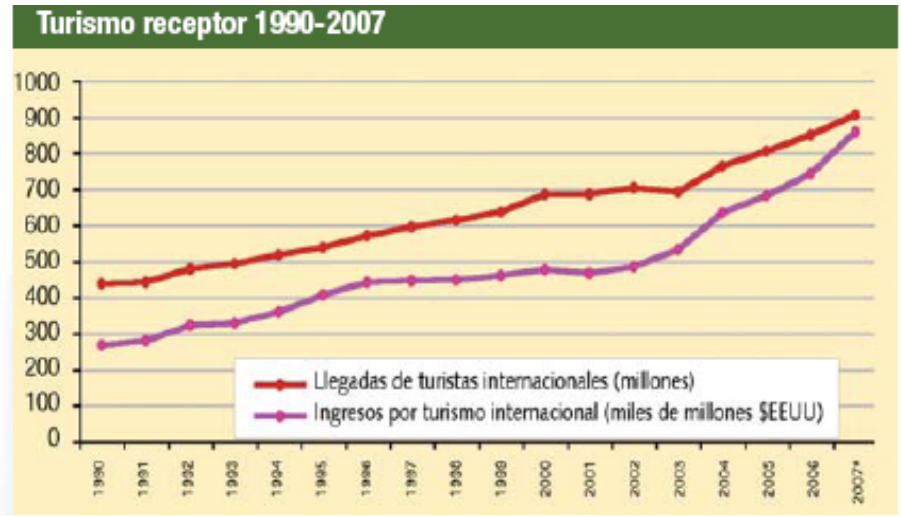
− Todo parece apuntar a que 2008 será el quinto año consecutivo de crecimiento sostenido de una industria turística mundial que sigue mostrando una gran capacidad de recuperación.

− Los ingresos por turismo internacional se elevaron a 856.000 millones de dólares de EE.UU. (625.000 millones de euros) en 2007, lo que corresponde a un incremento en términos reales del 5,6 % en relación con 2006.

− De acuerdo con el Barómetro OMT del Turismo Mundial de junio 2008. La demanda turística tuvo un buen comportamiento en los primeros cuatro meses de 2008. En conjunto, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5 % entre enero y abril de 2008, en comparación con el mismo período de 2007.

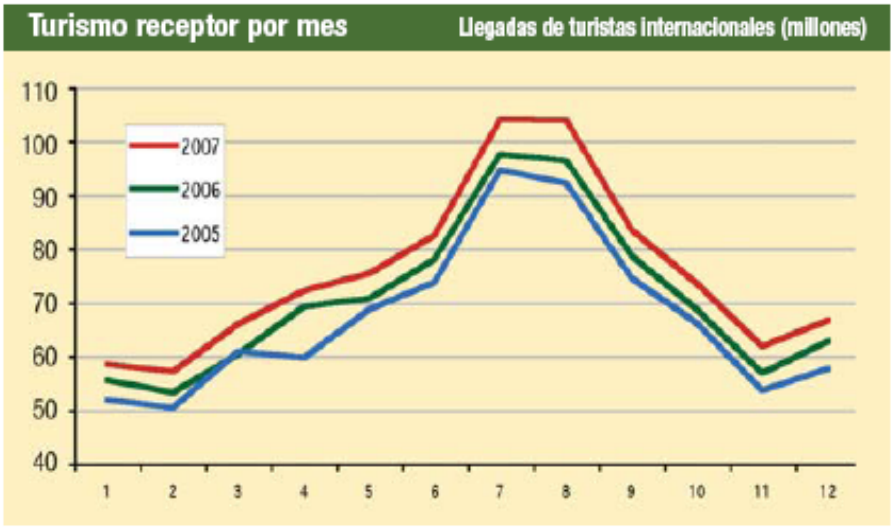
− En 2010 se prevé que las llegadas internacionales alcancen 1.000 millones y, para 2020, las llegadas de turistas internacionales superarían los 1.600 millones.

Figura 1



Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

Figura 2



Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

(Ver ANEXO 1)

2.2. Turismo Receptor – Ingresos por Turismo

En 2007 algo más de la mitad de todas las llegadas internacionales se debieron al ocio, recreo y vacaciones (51 %), un total de 458 millones. Los viajes de negocios contribuyeron con cerca del 15 % (138 millones) y el 27 % correspondió a viajes por otros asuntos, tales como visitas a amigos y parientes, razones religiosas/peregrinaciones, tratamientos de salud, etc. (240 millones). No se especificó el objetivo de la visita para el 7 % restante.

Figura 3

Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

Cuadro 1: Ingresos por turismo internacional

	Ingresos por turismo internacional (miles de millones)						Variación precios corrientes (%)			Variación precios constantes (%)		
	1990	1995	2000	2005	2006	2007*	05/04	06/05	07*/06	05/04	06/05	07*/06
Monedas locales							6,3	8,5	9,1	3,1	5,1	5,6
$ EE.UU.	264	405	475	680	742	856	7,3	9,2	15,4	3,8	5,8	12,1
Euro	207	310	515	546	591	625	7,3	8,2	5,7	5,0	5,9	3,5

Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

Según las estimaciones de la OMT, los ingresos por turismo internacional en todo el mundo alcanzaron los 856.000 millones de dólares de EE.UU. (625.000 millones de euros) en 2007. En términos absolutos, los ingresos por turismo internacional aumentaron en 114.000 millones de dólares de EE.UU., pero sólo

en 34.000 millones expresados en euros, debido a la devaluación del dólar de EE.UU. frente a varias monedas de todo el mundo y, en particular, el euro. En términos reales, es decir, ajustado a las fluctuaciones de los tipos de cambio y a la inflación, el crecimiento de los ingresos por turismo internacional fue del 5,6 %. Con este incremento, los ingresos por turismo internacional mantuvieron el impulso de 2006 (+5,1%) y se sumaron a una serie de cuatro años consecutivos de crecimiento sustancial.

Por región, el crecimiento relativo en términos reales (es decir, en monedas locales a precios constantes) fue particularmente destacado en Asia y el Pacífico (+11 %) – el doble que el promedio mundial –, África (+8 %) y las Américas (+6 %). Los resultados registrados en las Américas mostraron una mejora considerable frente al crecimiento del 2 % registrado el año anterior. En términos de subregiones, Asia del Sudeste (+13 %) y Asia del Nordeste (+12 %) experimentaron el crecimiento más destacado, seguidas de América Central, África del Norte y Europa Central/Oriental (+9 % las tres). En 2007, los ingresos sólo experimentaron un crecimiento nulo en una subregión, el Caribe (-0,4 %), tras el estancamiento de sus llegadas. (Ver ANEXO 2)

En la clasificación de los principales destinos turísticos del mundo, tanto en términos de llegadas de turistas internacionales como de ingresos por turismo internacional, los primeros siete y ocho destinos mantuvieron respectivamente su posición en 2007. La clasificación de los diez países con más ingresos por turismo sólo experimentó un pequeño cambio, ya que Austria adelantó a Turquía, pasando a la novena posición. En términos de llegadas de turistas, Ucrania y Turquía, que actualmente ocupan la octava y la novena posición, respectivamente, desplazaron a Austria y a la Federación de Rusia de los diez primeros puestos. En términos de llegadas, Francia sigue a la cabeza, seguida de España y Estados Unidos. En la clasificación por ingresos, estos mismos

países ocupan las primeras posiciones, pero con Estados Unidos en primer lugar y Francia en el tercero, mientras que España mantiene su segundo puesto. Esto pone de relieve que Estados Unidos atrae a un mayor porcentaje de turistas de larga distancia con un mayor nivel de gastos, en relación con los países europeos, que dependen en mayor medida del turismo de corta distancia. China, que ocupa la cuarta posición en términos de llegadas, se mantiene en el quinto puesto en términos de ingresos, mientras que el caso de Italia es el contrario. El Reino Unido y Alemania ocupan el sexto y el séptimo lugar, respectivamente, tanto en términos de llegadas como de ingresos. En la actualidad, Ucrania, Turquía y México están en octava, novena y décima posición, respectivamente, en términos de llegadas, mientras que Australia, Austria y Turquía cierran la clasificación de los diez primeros países en términos de ingresos. No obstante, debería prestarse atención al hecho de que los ingresos se expresen en dólares de Estados Unidos y, debido a la considerable depreciación del dólar estadounidense en 2007, los ingresos de muchos destinos se han magnificado en términos de dólares. Los diez países que más ganaron con el turismo el pasado año suman la mitad del total estimado en 856.000 millones de dólares de ingresos por turismo internacional. Su cuota combinada de llegadas de turistas internacionales fue ligeramente inferior, un 46 %. (Ver ANEXOS 3 - 4)

Europa

Europa es la mayor y más madura región de destino, y representa más del 54 % de todas las llegadas de turistas internacionales y 51 % de los ingresos por turismo internacional,. La región registró resultados muy positivos en 2007: las llegadas de turistas internacionales aumentarón en 5 %, lo que sumó 22 millones de llegadas adicionales. Los ingresos por turismo internacional

crecieron a un ritmo ligeramente menor de 3 % (en términos reales) alcanzando 433.000 millones de dólares de EE.UU. (316.000 millones de euros).

Asia y El Pacifico

Con 184 millones de llegadas (+10 %), Asia y el Pacífico fue la segunda región del mundo que mejores resultados registró en 2007, después de Oriente Medio. También incluyó dos de las subregiones que mejores resultados arrojaron en todo el mundo – Asia del Sudeste (+12 %) y Asia del Nordeste (+11 %). Sólo una subregión, Oceanía (+2 %), mostró resultados muy inferiores al promedio regional. Los resultados de los ingresos estuvieron también muy por encima de la media dado que Asia y el Pacífico (+11% en términos reales) registró el más alto crecimiento de todas las regiones del mundo, alcanzando un total de 189.000 millones de dólares. (Ver ANEXO 5)

Las Americas

El crecimiento de las llegadas de turistas internacionales experimentado en las Américas en 2007 sobrepasó las expectativas. El incremento de 5 % en América del Norte, que representa 67 % del total regional, y los buenos resultados de América Central y del Sur, impulsaron las llegadas en un 5 %, para alcanzar 142 millones. El crecimiento de los ingresos siguió de muy cerca (+6 % en términos reales), igualmente impulsado por los incrementos en América del Norte, Central y del Sur. Los ingresos por turismo internacional en las Américas totalizaron 171.000 millones de dólares, representado 20 % del total mundial. América Central y del Sur fueron las subregiones de las Américas que experimentaron un mayor crecimiento en 2007 en términos de llegadas internacionales (+10 % y +6 %, respectivamente). En América Central, Panamá

fue uno de los países con mejores resultados, seguido de Costa Rica (+14 %) y Honduras (+14 %). En América del Sur, Colombia y Ecuador (+13 % cada uno) mostraron los mejores resultados. Chile (+11 %) siguió beneficiándose de una prosperidad sostenida y de inversiones en nuevos productos, que estimularon el crecimiento de las llegadas procedentes de mercados vecinos y de larga distancia. 2007 también demostró ser un año excelente para Perú (+11 %), que recibió recientemente los elogios de la prensa sobre Machu Picchu. Los excelentes resultados registrados en Argentina (+9 %) obedecen, entre otros factores, a un tipo de cambio favorable. La subregión que arrojó los resultados más sorprendentes fue América del Norte, cuyas llegadas aumentaron un 5 % frente al 1 % registrado en 2006. El fuerte incremento experimentado en América del Norte se debió en su mayor parte a la recuperación, esperada desde hacía tiempo, de Estados Unidos (+10 %). El crecimiento se atribuyó no sólo a la depreciación del dólar de EE.UU., sino también a la disminución del tiempo de espera para la obtención de un visado, así como a la clarificación de las normas sobre los documentos necesarios para entrar en el país. Por otra parte, las llegadas al Caribe se estancaron (+0,1 %). Estos débiles resultados obedecen en gran parte a las nuevas normas impuestas para la Iniciativa de Viajes al Hemisferio Occidental (WHTI), en las que se exige pasaporte a los viajeros tanto estadounidenses como no estadounidenses que vuelen a Estados Unidos y Canadá, México y el Caribe. (Vease ANEXO 6)

África

África fue una de las regiones que mejores resultados arrojó en 2007, con un crecimiento del 7 % para un total de 44 millones de llegadas. La región confirmó su impulso, al registrar un crecimiento medio sostenido del 7 % desde 2000. Los ingresos por turismo internacional aumentaron un 8 % (en términos reales) y alcanzaron 28.000 millones de dólares. En África del Norte, Marruecos

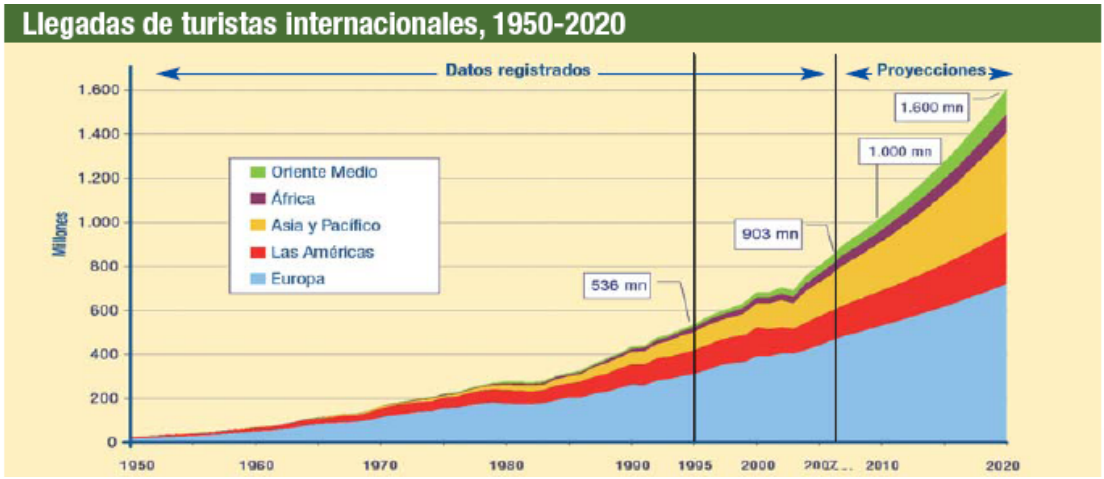
prosiguió su avance con un crecimiento del 13 % en 2007. Argelia también mostró resultados positivos (+6 %), especialmente en el sector del turismo de aventura. En el África Subsahariana, una serie de países, entre ellos los que disponen de datos, registraron incrementos de dos cifras, en particular Angola (+60 %), Cabo Verde y Madagascar (+10 % cada uno), Malawi (+12 %), Mauricio (+15 %), Reunión (+36 %), Seychelles (+15 %), Tanzania (+10 %) y Uganda (+19 %). Sudáfrica (+8 %), el destino más importante de África que representa el 20 % de todas las llegadas a la región, se benefició de la devaluación del rand y del incremento de las campañas de márketing lanzadas en mercados clave. Este destino está adquiriendo una creciente popularidad en el período previo a la Copa Mundial de la FIFA, que se celebrará en este país en 2010. (Ver ANEXO7)

Oriente Medio

Oriente Medio sigue siendo una de las regiones que ha experimentado un mayor crecimiento turístico en el decenio hasta la fecha. En la clasificación de 2007 de crecimiento de llegadas, Oriente Medio va a la cabeza, con un incremento del 16 % hasta alcanzar casi 48 millones de llegadas de turistas internacionales. Los dos destinos más importantes de la región fueron los que arrojaron mejores resultados: Arabia Saudí (+34 %) y Egipto (+23 %). El crecimiento de los ingresos por turismo internacional fue más modesto, aunque, con un resultado de 34.000 mil millones de dólares, significó un incremento del 5 % en términos reales. (Ver ANEXO 8)

2.3. Perspectivas a Largo Plazo

Figura 4



Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

La publicación de la OMT *Turismo: Panorama 2020* pronostica que las llegadas internacionales sobrepasarán los 1.560 millones para el año 2020. De esas llegadas mundiales de 2020, 1.180 millones serán de origen intrarregional y 378 millones de larga distancia. El desglose por regiones de esas llegadas turísticas indica que en 2020 las tres primeras regiones receptoras serán Europa (717 millones de turistas), Asia Oriental y el Pacífico (397 millones) y las Américas (282 millones), seguidas por África, Oriente Medio y Asia Meridional. Asia Oriental y el Pacífico, Asia Meridional, Oriente Medio y África registrarán, según los pronósticos, tasas de crecimiento anual superiores a 5 %, frente a la media mundial de 4,1 %. Se prevé que las regiones más maduras, Europa y las

Américas, registren tasas de crecimiento inferiores a la media. Europa mantendrá la cuota mayor de llegadas mundiales, aunque sufrirá un descenso del 60 % de 1995 al 46 % en 2020. (Vease ANEXO 11)

Los viajes a larga distancia en el mundo crecerán más, a un ritmo de 5,4 % anual en el periodo 1995-2020, que los viajes intrarregionales, a un ritmo de 3,8 %. Por consiguiente, la proporción entre viajes intrarregionales y de larga distancia pasará de cerca de 82:18 en 1995 al entorno de 76:24 en 2020.

2.4. Turismo Emisor

Los viajes entre diferentes regiones tienden a crecer a un ritmo mayor que los viajes intrarregionales, aunque un porcentaje tan elevado como el 80 % de los viajes internacionales tenga lugar en la misma región. En términos de mercados de origen, el turismo internacional sigue todavía concentrándose en los países industrializados de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. No obstante, al aumentar los niveles de ingresos disponibles, muchas economías emergentes han registrado un crecimiento rápido en los últimos años, en particular en Asia del Nordeste y del Sudeste, Europa Central y Occidental, Oriente Medio, África del Sur y América del Sur. En 2007, Oriente Medio registró el mayor incremento en términos relativos (+14 %), seguida de Asia y el Pacífico (+10 %). Las Américas siguieron recuperándose (+5 %), mientras que las llegadas procedentes de Europa aumentaron un 6 %. Oriente Medio ha sido la región emisora que ha experimentado un crecimiento más rápido en los siete últimos años, al registrar un incremento promedio anual del 11 %, seguida de África, y Asia y el Pacífico, ambas con un incremento promedio anual del 7 %. (Vease ANEXO 9-10)

Gasto por turismo Internacional 2007

Los mercados emisores presentaron los mejores resultados (medidos en monedas locales, a precios constantes), incluidos Arabia Saudita (+170% tras un fuerte descenso en 2006), Brasil (+43%), Egipto (+37%), Malasia (+30%), Hungria y Argentina (+27% cada una), China (+23%), la Federacion de Rusia (+22%), Indonesia (+22%), Sudafrica(+21%), Turquia (+19%), Republica Checa(+18%), Irlanda(+17%), y Ucrania (+16%). Otros mercados tambien registraron un crecimiento de dos cifras, por lo que el numero total ascendio a 21.

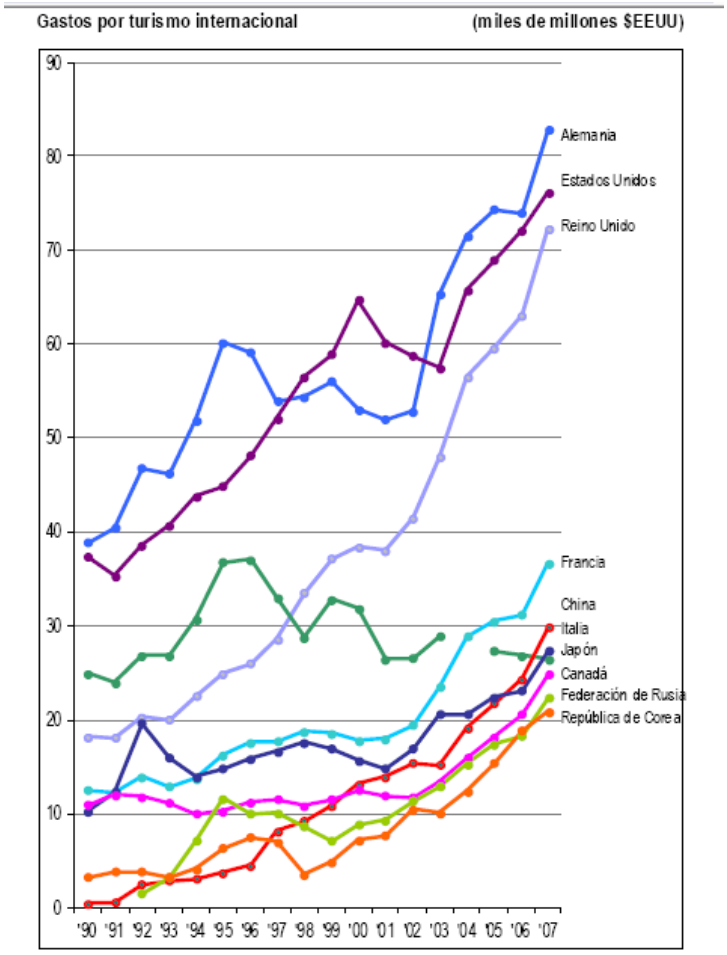
Entre los paises con mas gasto por turismo, ademas de China y la Federacion de Rusia, el crecimiento mas fuerte se registro en Canada (+14%) y la Republica de Corea (+11%). Solo un mercado Japon registro un crecimiento negativo (-0.2% en yenes). De los otros mercados emisores que figuran en la lista de los diez primeros paises, Alemania el pais con mas gasto por turismo del mundo arrojo los peores resultados, (+3% en euros), y los demas registraron incrementos del 5 al 8 por ciento para el año. (Vease ANEXO 10)

Estrecha correlacion con el crecimiento del turismo emisor

En comparación, las cifras referentes al crecimiento del turismo emisor estan estrechamente relacionadas con las relativas a los gastos por turismo internacional. El numero de viajes emisorres registrados en Esapaña, La Federacion de Rusia y La Republica de Corea experimento incremento de dos cifras en 2007, según diferentes fuentes, encuestas oficiales y el sector privado, por encima de Italia y China (+8-9%), Japon y el Reino Unido fueron los mercados que arrojaron peores resultados y Alemania logro alcanzar un incremento de tan solo el 2 %. La oficina de Industrias de viajes y turismo del

departamento de comercio de Estados Unidos estima que el incremento de los viajes emisores en 2007 fue un 1% superior al registrado en 2006 (+4% al extranjero frente a -3% a Canada y -1% a Mexico) y el crecimiento de turismo emisor a Francia se estimo en un (+6%).

Figura 5



Fuente: Organización Mundial de Turismo OM

Capítulo 3

Análisis Situacional

3.1. Macroambiente

3.1.2. Turismo en el Ecuador

3.1.2.1. Indicadores y Estadísticas de Turismo en el Ecuador

Cuadro 2: Indicador economico PIB y Empleo

T&T economy, 2007 estimates			
GDP (US$ millions)	3,305	7.8	3.4
Employment (1,000 jobs)	361	6.7	2.7

Source: World Travel & Tourism Council, TSA Research 2007

Fuente: Organización Mundial de Turismo OMT

El 7.8% del PIB en el 2007 fue por concepto de la economia turistica y el 6.7% del empleo fue por concepto del turismo.

Cuadro 3: Balanza de Pagos – Cuenta Viajes y Transporte de Pasajeros

ECUADOR
BALANZA DE PAGOS
CUENTA VIAJES Y TRANSPORTE DE PASAJEROS
(millones de dólares)
AÑOS: 2007 - 2008

TRIMESTRES	2007							2008						
	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISA	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISA	SALDO (a - b)	INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISA	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISA	SALDO (a - b)
	VIAJES	TRANSPORTE		VIAJES	TRANSPORTE			VIAJES	TRANSPORTE		VIAJES	TRANSPORTE		
I TRIMESTRE	135,6	0,6	136,2	123,8	54,0	177,8	-41,6	165,4	0,8	166,2	133,0	98	231,0	-64,8
II TRIMESTRE	156,1	0,7	156,8	127,1	59,6	186,7	-29,9	187,4	0,8	188,2	136,6	109,3	245,9	-57,7
SUBTOTAL	291,7	1,3	293,0	250,9	113,6	364,5	-71,5	352,8	1,6	354,4	269,6	207,3	476,9	-122,5
III TRIMESTRE	168,7	0,7	169,4	125,9	59,6	185,5	-16,1							
IV TRIMESTRE	163,0	0,7	163,7	127,2	55,9	183,1	-19,4							
TOTAL	623,4	2,7	626,1	504,0	229,1	733,1	-107,0							

Fuente: Banco Central del Ecuador, Ene-09
Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa
Ministerio de Turismo

Los datos muestran que ingresos por divisas en el 2008 han aumentado ya que el ingreso por turismo extranjero esta incrementandose (véase cuadro 4), sin embargo los egresos tambien se han incrementado de la cuenta viajes dado el aumento del turismo emisor (vease cuadro 6), por ello arroja un saldo negativo.
Según las últimas estadísticas del Banco Central del Ecuador, la balanza turística alcanzó $ 492 millones en ganancias para el país en el 2006, por este rubro. La ausencia de cifras oficiales no permite conocer aún el estado de este sector el año pasado. Sin embargo, estimaciones oficiales señalan que en 2007, las actividades turísticas habrían movido más de $ 500 millones.

a. Demanda Turística del Ecuador al 2008: Turismo Receptor

Los países que registraron el mayor numero de ingresos de extranjeros al Ecuador en el 2008, son: EEUU con el 24.31%, Colombia con el 19.94%, Perú con el 14.66%, España con el 4.96%, Venezuela 2.66%, Reino Unido 2,5%,

Chile con el 2,4%, Alemania 2,4 %, Canada con el 2,3%, Argentina con el 2,23%.

Cuadro 4: Evolucion del Turismo receptor por meses.

ENTRADAS EN EL ECUADOR
2004-2008
(DATOS PROVISIONALES PARA EL AÑO 2008)

LLEGADA DE EXTRANJEROS

	2004	2005	2006	2007	2008	VAR% 2008/2007
ENE	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9,88
FEB	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6,67
MAR	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4,03
ABR	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0,34
MAY	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8,87
JUN	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4,07
JUL	90.882	95.621	89.829	101.088	109.250	8,07
AGO	73.697	80.181	77.826	91.309	96.336	5,51
SEP	59.541	59.431	65.198	64.966	73.757	13,53
OCT	68.377	63.755	66.538	72.365	79.814	10,29
NOV	64.036	65.896	65.359	73.273	83.458	13,90
DIC	73.390	75.614	78.865	83.813	86.698	3,44
TOTAL	818.927	859.888	840.555	937.487	1.005.297	7,23

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2004-2007)
Dirección Nacional de Migración (2008)

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible.

Estacionalidad de los visitantes extranjeros En cuanto a la estacionalidad de la demanda los meses de mayor afluencia de turistas son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre, tal como se demuestra en las tablas y los gráficos siguientes.

Cuadro 5: Entrada de Extranjeros por jefatura 2007- 2008
(datos provisionales para el año 2008)

	ENE-DIC		VAR%	
JEFATURAS	2007	2008	2008/2007	Porcentajes
PICHINCHA	416479	464923	11,6318	46%
GUAYAS	220601	245401	11,24202	24%
CARCHI	131980	127116	-3,68541	13%
EL ORO	145405	141171	-2,91187	14%
LOJA	8420	13428	59,47743	1%
OTRAS JEFATURAS	14602	13258	-9,20422	1%
TOTAL	**937487**	**1005297**	**7,233167**	**100%**

Fuente: Dirección Nacional de Migración
Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa
Ministerio de Turismo

Las jefaturas de Pichincha del Guayas y de Loja es donde existe el mayor numero de ingresos de extranjero al Ecuador donde esta cifra ha ido aumentado al 1.11%, 1.11% y 1.59% respectivamente para 2008, con respecto al 2007. Siendo el 46% en la Prov. de Pichincha y el 24% en la Prov. del Guayas de numero de entrada de extranjeros al Ecuador, al 2008.

b. Turismo Emisor

Cuadro 6: Evolucion de Turismo Emisor

	SALIDA DE ECUATORIANOS					
	2004	2005	2006	2007	2008	VAR% 2008/2007
ENE	51.940	56.881	66.734	61.392	68.480	11,55
FEB	53.613	60.491	69.855	70.704	76.765	8,57
MAR	54.990	64.205	72.236	74.600	77.100	3,35
ABR	46.965	48.737	60.098	64.412	63.909	-0,78
MAY	42.786	48.063	51.973	63.825	65.071	1,95
JUN	39.513	40.742	45.081	57.536	57.702	0,29
JUL	53.351	54.986	59.150	72.110	72.970	1,19
AGO	70.620	76.245	76.646	83.906	82.009	-2,26
SEP	61.082	64.724	69.938	72.515	69.338	-4,38
OCT	49.736	50.152	57.621	66.276	67.569	1,95
NOV	40.872	51.476	54.041	59.841	59.234	-1,01
DIC	37.851	46.899	50.086	53.752	55.052	2,42
TOTAL	603.319	663.601	733.459	800.869	815.199	1,79

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2004-2007)
Dirección Nacional de Migración (2008)

Cuadro 7: Salida de Ecuatorianos por motivo de viaje

MOTIVO DE VIAJE							
AÑOS	TURISMO	NEGOCIOS	EVENTOS	ESTUDIOS	OTROS	SIN ESPECIF.	TOTAL
2000	501.990	1.245	1.435	669	14.634	1	519.974
2001	536.552	1.041	905	349	23.218	2	562.067
2002	496.919	1.595	804	1.469	125.819	5	626.611
2003	385.959	2.485	2.455	3.131	219.018	58	613.106
2004	313.537	3.299	2.405	3.112	280.963	3	603.319
2005	248.320	3.945	4.189	3.968	403.177	2	663.601

Fuente: Informe Fonal PLANDETUR 2020

Los datos muestran que el motivo de viaje mas significativo de los ecuatorianos para salir del pais es realizar turismo en otros países, lo que demuestra que los

mismo ecuatorianos no conocen los diferentes lugares que tiene el Ecuador como pais megadiverso de naturaleza inigualable.

Cuadro 8: Salidas de ecuatorianos por jefatura

	ENE-DIC		VAR%	
JEFATURAS	2007	2008	2008/2007	Porcentajes
PICHINCHA	359041	357244	-0,5005	44%
GUAYAS	314921	332040	5,4359665	41%
CARCHI	19586	17663	-9,818238	2%
EL ORO	86819	85736	-1,247423	11%
LOJA	7968	16260	104,06627	2%
OTRAS JEFATURAS	12534	6256	-50,08776	1%
TOTAL	**800869**	**815199**	**1,7893064**	**100%**

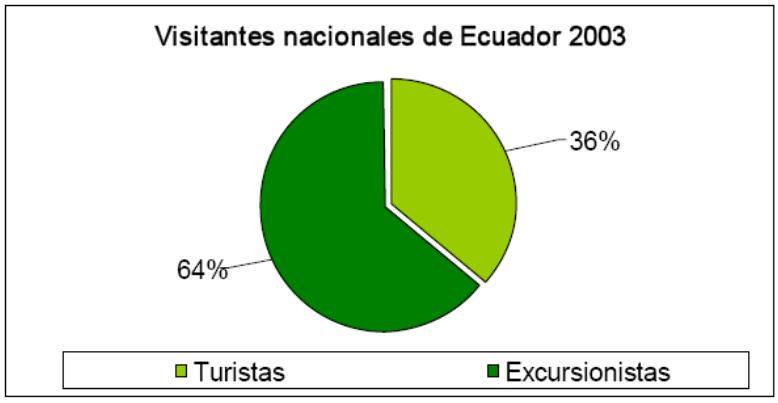
Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales - INEC (2007)
Dirección Nacional de Migración (2008)

La provincial de Pichincha y del Guayas, es donde existe el mayor numero de salidas de ecuatorianos al exterior, sin embargo en la Prov. de Pichincha se ha reducido el numero de salidas, pero en el Guayas ha aumentado con respecto al año anterior en 5,44%. Siendo el 44% para la Prov. de Pichincha y el 41% para la prov. del Guayas, al 2008.

c. Turismo Interno

Según la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) realizada por el MINTUR, el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Figura 6



Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador.

Demuestra que de los visitantes al Ecuador, se cuenta con el 36% de excursionistas y el 64% de diferentes tipos de turistas, lo que permite incentivar al ecoturismo, ya que apunta a un mercado con este tipo de caracteristcas.

Cuadro 9: Preferencias de Actividades Turisticas

Preferencias de actividad de turistas nacionales

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Diversión	1.214.990	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,1
Practicar deportes	326.317	12,2
Gastronomía	170.882	6,4
Observar flora y fauna	79.232	3
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Realizar compras	52.381	2
Visita a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Otros	44.137	1,7
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador

A partir de los datos obtenidos en esta tabla, se determina que las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los turistas nacionales (45,6%).

Cuadro 10: Preferencia de visitas a atractivos turisticos

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	**2.666.315**	**100**

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador

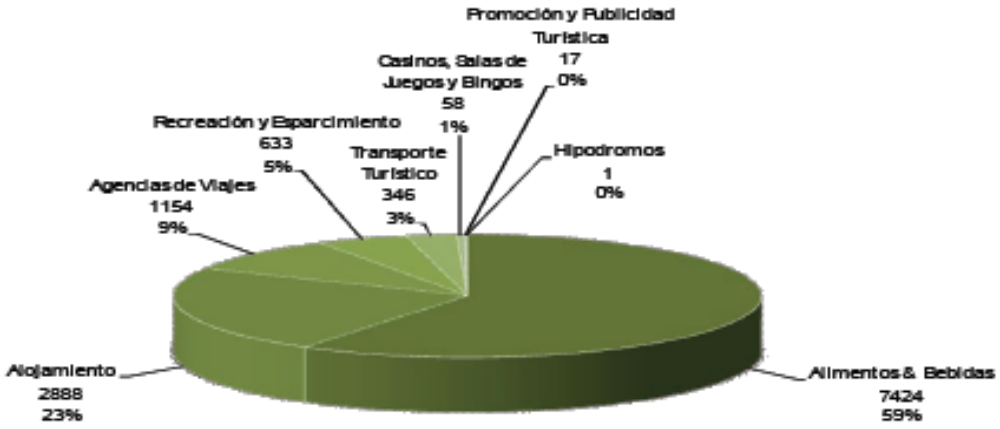
A partir de los datos obtenidos en esta tabla, se determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar y segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales (29,5%), seguidos de lejos por las preferencias de visita a otros sitios y atractivos

c. Oferta Turística

La planta Turística en Ecuador

La industria del Turismo de Ecuador al diciembre del 2005 abarca12.518 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR y se dividen en las siguientes actividades:

Figura 7



Fuente: Catastros del Ministerio de Turismo del Ecuador
Informe fina PLANDETUR 2020

- La actividad predominante es Alimentos & Bebidas con el 60% con 7.424 establecimientos, luego Alojamientos con 2.888 establecimientos que representan el 23%, Agencias de viaje el 9%y el restante 8% se distribuyen en Recreación y esparcimiento, Transporte Turístico, Casinos, bingos y salas de juego, un hipódromo, y Empresas de Promoción y publicidad especializadas en turismo.

- El 80,5% de los establecimientos están localizados en 6 de las 22 provincias y 4 de las 22 están sobre la media nacional.
- El 70% de los alojamientos se concentran en 7 de las 22 provincias, concretamente: Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5%, Manabí10,1%, Tungurahua 6,3%, Azuay 5,0% e Imbabura 4,6%%. El 30% restante están en las otras 15 provincias.
- De los 2.888 establecimientos de Alojamientos el 70.2% se concentran en el 12% de las ciudades (32 de 261), destaca Quito 13,7%, Atacames 7,6%, Guayaquil 6,5%, Cuenca 4.0% y Baños de Agua Santa 3,9%. En estas 5 ciudades se concentra el 35,7% de los alojamientos.
- El 75% de los establecimientos de Alimentos & Bebidas están en 5 de las 22 provincias, estas son: Guayas el 34,9%, Pichincha el 23.3%, Azuay 7.7%, Manabíel 5.2% y Tungurahua 3,5%. La diferencia (25%) estáen las otras 17 provincias.
- De los 7.424 establecimientos de Alimentos & Bebidas, el 70.9% están en 5,0% de las ciudades (13 de 261), destaca Guayaquil 28,4% y Quito 18.2%. En estas dos ciudades se concentra 46,6% de los establecimientos de Alimentos & Bebidas.
- El 76% de las Agencias de Viaje están en 4 de las 22 provincias, específicamente: Pichincha 39,4%, Guayas 23,4%, Azuay 7,9% y Tungurahua 5,5%. El 24% restante están en las otras 18 provincias.
- De las 1.154 Agencias de viaje el 80.2% están en 3.7% de las ciudades (9 de 246), resalta Quito 36.0% y Guayaquil 21.3%, en estas se concentra el 57.4%.
- El 81% de los establecimientos turísticos están en 11,2% (31 de 261) de las ciudades o parroquias.

Portafolio de productos turísticos del Ecuador

El presente portafolio es el resultado de la revisión y análisis de las líneas de productos consideradas en los diferentes estudios de consultoría de productos, que luego han sido contrastados con las opiniones de un grupo de especialistas, que se conformóbajo la denominación de Grupo de Trabajo de Mercadeo-GTM para el PLANDETUR 2020.A continuación, se exponen las líneas de producto actualizadas y las variantes que integran estaslíneas, producto de la revisión y análisis realizados:

Cuadro 11: portafolio Turistico del Ecuador

Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: Informe Final Plandetur 2020

Inventario de productos específicos del Ecuador

Se define por producto turístico a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos,a la que se incorporan servicios turísticos -transporte, alojamiento, guías de viajes, etc-(Chías, 2003). Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad. En general hay en Ecuador tres líneas de productos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta.

Cuadro 12: Lineas de Productos Turisticos del Ecuador

Líneas de Productos	Variedades valoradas
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	35
Turismo Cultural	17
Turismo de Deportes y Aventura	13
Convenciones y Congresos	6
Turismo de Salud	5
Turismo de Sol y Playa	2
Agroturismo	2
Turismo Comunitario	1

Fuente: Informe finaL PLANDETUR 2020

La ofertas de estas líneas de producto es muy heterogénea, ya que junto a un pequeño grupo de productos Estrella y productos A aparecen productos de un valor potencial bajo, que únicamente tienen sentido como oferta complementaria o para turismo interno.

El ranking de los productos y recursos valorados nos permite establecer el siguiente ranking sobre su Valor Potencial:

Productos Estrella

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin.

Productos A

- Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo
- Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biósfera
- Reserva de Producción FaunísticaCuyabeno, la Amazonía Lacustre
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonía Andina
- Otavalo y su mercado indígena, capital intercultural del Ecuador
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora ..
- La Avenida de Los Volcanes, hacia la búsqueda de los Colosos
- Napo Wildlif eCente
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodgey reserva natura
- Bosque Nublado de MindoNambillo, el área con mayor diversidad del mundo

Productos B

- La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas
- Paseo de los Sabores…Cacao, Banano, Café
- Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador
- Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura
- Isla de La Plata, la Isla Sagrada de la cultura Valdivia
- Bosque Petrificado de Puyando
- Parque Nacional Machalilla, museo precolombino del Ecuador y Suramérica y santuario de las ballenas jorobadas
- Ingapirca, la capital arqueológica del Ecuador

- Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país
- LodgesAmazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento
- Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad
- Vilcabamba, el paraíso de la longevidad y el turismo aventura
- Laguna de Quilotoa, un volcán con una inmensa laguna en su cráter.
- Papallacta, puerta de entrada a la Amazonía
- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas
- Riobamba, la experiencia del ferrocarril andino a Alausí
- Puerto López, destino ecoturístico en la zona del Pacífico
- Hacienda San Agustín de Callo, hacienda histórica de los Andes
- Parque Nacional Cajas, complejo lacustre
- Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador
- Baños de Tungurahua, aventura, descanso y diversión
- Puyo, centro urbano más grande del Oriente meridional de Ecuador
- Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla
- Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros y cuna de la paja-toquilla y tagua
- Guayaquil, puerto principal y desarrollo urbano ejemplo de América
- Cotacachi, el mercado del cuero
- Montañita, la capital del Surf del Ecuador
- Baños de Tungurahua, aventura, descanso y diversión
- Reserva Ecológica de Limoncocha,
- Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador
- Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo
- Río Napo: Cruceros fluviales –Ruta del Manatee, el crucero fluvial amazónico
- Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca
- La Avenida de Las Cascadas, la belleza singular del agua

Para los casos particulares de Montañita, Puerto López, Parque Nacional Machalilla, Isla de La Plata, y Montecristi, se propone configurar y promocionar el producto La Ruta del Sol, por tratarse de 5 desus principales componentes para beneficio del producto Ecuador, de carácter multi-motivacional: producto playa, cultura, gastronomía, aventura, arqueología y agricultura

3.1.2.2. Ecoturismo en el Ecuador

Recursos para el Turismo de Naturaleza

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su megabiodiversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta.El Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

Figura 8

Fuente: Informe finaL PLANDETUR 2020

El turismo en áreas protegidas tiene su eje en las visitas de turistas a los parques nacionales, que han tenido un incremento en su oferta y una mayor demanda a los destinos de Galápagos, Cotopaxi, CotacachiCayapas, Machalilla, Cuyabeno, Cajas, y la Reserva Chimborazo. En el 2005, se contaron 430.000 visitantes a las áreas del SNAP. La promoción del turismo sostenible en áreas protegidas constituye una gran oportunidad no solamente por la posibilidad de conservar los recursos naturales del país, sino también porque la afluencia de turistas quienes cubren el pago por entradas aporta al financiamiento necesario para su gestión, aunque este monto es marginal dentro de las necesidades de recursos para mantener al sistema de manera integral.

Como se pone de manifiesto en el Plan Integral de Marketing Turístico, Ecuador ofrece y tiene el potencial de proporcionar una mayor diversidad de

productos turísticos basados en sus atractivos naturales y culturales que satisfagan las exigencias y requerimientos del mercado, especialmente en turismo de naturaleza, turismo de aventura y turismo cultural, así como en circuitos combinados que permitan conocer en relativamente en un tiempo reducido su gran diversidad. Esta riqueza natural contrasta con sistemas de consumo y producción que no son sostenibles y que amenazan la integridad de los ecosistemas presentes en el Ecuador. Esto realidad presenta un enorme desafío para poder acelerar la introducción de mejores practicas como la producción más limpia, la ecoeficiencia y la aplicación de comportamientos más responsables con el entorno. La búsqueda de un crecimiento económico sin consideraciones de carácter ambiental han establecido ciclos de producción que generan entre otros impactos: contaminación creciente del agua, suelo y aire que contribuye a la alteración y degradación de ecosistemas que podría ser prevenida, la sobreexplotación de recursos naturales, pérdida de calidad del agua y suelos, y daños asociados a la introducción de especies exóticas. Las oportunidades vinculadas al turismo necesitan ser tomadas en cuenta desde una perspectiva de sostenibilidad, de lo contrario destinos únicos y frágiles como las Islas Galápagos, los manglares de las zonas marino costeras, los sistemas lacustres del Cuyabeno o los paramos andinos no podrán soportar mayor presión. Los paisajes están siendo transformados fundamentalmente por la deforestación, que ubica al Ecuador en uno de los países con las tasas más altas de perdida de sus bosques y la biodiversidad que estos albergan. Esto conlleva la alteración, fragmentación y destrucción de hábitats y ecosistemas. Así mismo, la sobreexplotación de la fauna y flora silvestres y de recursos pesqueros pone en riesgo la seguridad alimentaria de las comunidades que dependen de estos para su subsistencia. Finalmente, los factores socioeconómicos son uno de los factores subyacentes que causa la pérdida de biodiversidad derivada de un modelo inequitativo de distribución de la riqueza que vuelve insostenible los medios de vida de los habitantes más pobres y vulnerables del país que tienen

acceso restringido al uso de los recursos naturales . Es necesario promover un mayor escalamiento de los casos exitosos así como convertir en la tendencia principal la aplicación de buenas prácticas de turismo sostenible como las promovidas por la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo con Rainforest Alliance para que se logren consolidar en los emprendimientos que ahora se promueven como destinos sostenibles así como en el turismo a mayor escala, como es el caso de cadenas de hoteles, restaurantes, y servicios relacionados con el sector.

El ecoturismo constituye, la modalidad más organizada y que mayor auge ha tenido en los últimos años. Según PIMTE el gasto diario del consumidor en realizar ecoturismo o turismo de naturaleza es de $100, más de lo se gasta realizando el turismo clásico. Esta actividad ha generado una conciencia en los operadores responsables, las ONG´s y las comunidades, así como en el sector público, a través de los Ministerios de Turismo, Ambiente y gobiernos locales.

El verdadero ecoturismo comunitario se enfoca a la conservación de la naturaleza, aportan beneficios reales, mitigando los impactos sociales y ambientales, redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la conservación y participación de las poblaciones locales.

Sin duda el ecoturismo constituye una de las principales actividades de desarrollo, por lo que en el 2001 se expidió el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad.
Estas políticas permiten a los actores sociales involucrados en la actividad, contar con un marco de acción orientado a posicionar al Ecuador como un destino eco turístico en el mundo, potenciando sus recursos naturales, culturales e históricos, entre los que se destacan:

- Islas Galápagos, únicas por su alta biodiversidad y endemismo, es un espacio para la ciencia, la investigación y el descubrimiento de la vida.
- La Costa, bañada por las aguas del Océano Pacífico, es un espacio privilegiado en el que remanentes de bosques secos, bosques húmedos y manglares, unidos a las poblaciones locales ricas en conocimientos ancestrales y reflejados en su arquitectura, gastronomía, elaboración de artesanías y expresiones culturales, hacen de la estadía del visitante una experiencia diferente.
- En la Región Andina, el ecoturismo comunitario, ha tenido un gran desarrollo. Estas actividades enmarcadas bajo el concepto de Sostenibilidad, cuentan con una activa participación local, logrando una equidad económica y social, y permitiendo la redistribución de los beneficios económicos generados por la actividad. Esta experiencia se ve enriquecida con el entorno natural, y por la destreza de sus habitantes, permiten realizar un sinnúmero de actividades como andinismo, observación de aves, trekking, convivencia con la comunidad, entre otros, logrando la integración del visitante con el entorno geográfico y cultural de las localidades.
- La Amazonía brinda al visitante, no sólo la riqueza étnica y cultural, sino la oportunidad de conocer ecosistemas únicos en el mundo por su especial biodiversidad.

Marco Legal de la Actividad ecoturística del Ecuador

Políticas de Estado para el desarrollo de la actividad turística con fecha 19 de abril de 2001, el Presidente de la República Gustavo Noboa Bejarano, decreto a la actividad turística como prioridad nacional, y varias de estas políticas promueven el desarrollo del ecoturismo.

Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad

Al amparo de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, el Ministerio de Turismo en colaboración con la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y de CARE, desarrollo mediante un proceso participativo el Reglamento de Ecoturismo.

Dentro del Reglamento se delineo las políticas nacionales de ecoturismo, las mismas que son coordinadas por el Ministerio de Turismo, que tendrán el carácter de permanente, y que son las siguientes:

a. Establecer mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo;
b. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos ecoturísticos, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción.
c. Formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria los correspondientes planes de desarrollo del sector ecoturístico, donde se encuentren definidos los criterios de conservación de las áreas naturales protegidas en relación a sus respectivos planes de manejo, los modelos de participación de las comunidades locales en el manejo y operación de las actividades ecoturísticas, los niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, con y sin finalidades de lucro y el ámbito de participación de las organizaciones no gubernamentales.
d. Impulsar el desarrollo y la elaboración de las herramientas administrativas que sean necesarias, tales como los registros integrales públicos, de la oferta de actividades calificadas como ecoturísticas en el territorio nacional.

e. Impulsar la formulación de un Código de Ética ecoturístico y directrices para orientar el desarrollo de la actividad ecoturística.
f. Establecer la zonificación del espacio turístico nacional, para definir dentro de ellas, las áreas de manejo ecoturístico.
g. Promover la certificación de la oferta ecoturística nacional en áreas naturales sobre la base de un compromiso con la conservación y un sentido de responsabilidad social.
h. Asegurar por medio de estas Políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales, los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades ecoturísticas.
i. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales.
j. Fortalecer a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales.
k. Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de comunidades locales en actividades calificadas como eco turísticas. En tales procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad.
l. Fomentar el ecoturismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en función de sus planes de manejo y su desarrollo.
m. La protección de los ecosistemas las Políticas de Estado para el Desarrollo de la Actividad Turística unidas al Reglamento de Ecoturismo proveen del marco legal necesario para el desarrollo de tan importante sector productivo, el mismo que a través de un desarrollo sustentable promueve e impulsa la conservación y protección de la biodiversidad tan rica de nuestro país.

Ministerio de Turismo

Plan de competitividad turística del ecuador
Proyecto Ecuador 1998-2012

Con el fin de promover el fomento y desarrollo del turismo en el Ecuador, el Ministerio de Turismo está trabajando en la ejecución y seguimiento del Plan de Competitividad de Turismo del Ecuador, el mismo que fue desarrollado con la asistencia económica y técnica de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Este proyecto se inició en la anterior gestión como Ministra de Turismo, de la Sra. Rocío Vázquez Alcázar y dentro del marco de la Ley Especial de Desarrollo Turístico que determina la obligación de elaborar el Plan Quinquenal de Desarrollo Turístico del país.

Tomando como base el Plan de Competitividad de Turismo del Ecuador se proyecta condiciones de ampliación sustancial de la demanda del sector, en un horizonte de planificación de cinco años. El Plan aporta los instrumentos correctivos para revertir la situación actual que entrampa su desarrollo.

Es importante anotar que el turismo actualmente ocupa el cuarto lugar como actividad económica del país. Dado el potencial de Ecuador en este campo, si se aplican las estrategias adecuadas, la actividad turística bien podría pasar a ser la primera actividad económica del país, generando empleo directo e indirecto a miles de ecuatorianos e incrementando el ingreso de divisas al país.

a. Turismo Alternativo del Ecuador

Se detallan los productos turísticos de Ecuador que reúnen las mejores puntuaciones dentro de las valoraciones realizadas según los criterios de Unicidad, Valor Intrínseco, Carácter Local, Notoriedad, Concentración de la Oferta.

Ecoturismo

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad.
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biosfera.
- Reserva de Producción FaunísticaCuyabeno, la Amazonía Lacustre.
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonía Andina.
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora.
- Napo WildlifeCenter, el nuevo modelo para la conservación.
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodgey reserva natural.
- Bosque Nublado de MindoNambillo, el área con mayor diversidad del mundo
- La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas.
- Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial en diversidad de aves.
- La Ruta del Sol: Parque Nacional Machalilla, museo natural de lahistoria precolombina del Ecuador y Suramérica.
- Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país.
- Lodges Amazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento.
- Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad.

- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, los manglares más altos del mundo.
- La Ruta del Sol: Puerto López, destino ecoturístico en la zona del Pacífico.
- Parque Nacional Cajas, complejo lacustre.
- Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador.
- Reserva Ecológica de Limoncocha.
- Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador.
- Reserva de Producción FaunísticaChimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo.
- Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca.

b. Turismo de Deporte y Aventura

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad
- La Avenida de Las Cascadas, la belleza singular del agua.
- Montañita, la capital del Surf del Ecuador.
- Baños de Tungurahua, aventura, descanso y diversión.
- Laguna de Quilotoa, un volcán con una inmensa laguna en su cráter.
- La Ruta del Sol: Isla de La Plata, la Isla Sagrada de la cultura Valdivia.
- La Avenida de Los Volcanes, hacia la búsqueda de los Colosos.

Plan Turístico Binacional Ecuador – Perú La Ruta del Spondylus

Este proyecto busca apoyar el desarrollo sostenible del perfil costero, áreas andinas del Ecuador y Perúy de sus comunidades, a través de la conformación de la Ruta Turística del Spondylus 2008-2010. Este Plan Macro Turístico Binacional Ruta del Spondylus conjuga claramente las

necesidades del rescate de los valores profundos de la identidad de los pueblos de Ecuador y Perú, que permite la reconstrucción de la autoestima y la proyección de ambos países hacia el futuro. La Ruta del Spondylus es un producto potencial para posicionarlo como producto “Preincaico” estrella. Es fundamental que dentro de la categoría de producto como es el turismo cultural, la Ruta del Spondylus llegue a convertirse en prioridad en el itinerario de los turistas; pero no solo para favorecer la motivación de turismo arqueológico especializado, sino que favorezca además una demanda multi-motivaciona len líneas de producto como Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, Turismo de Deportes y Aventura, y Turismo de Sol y Playa; de esta manera este producto beneficiaría al desarrollo sostenible de las comunidades y pueblos de la costa de norte, central y sur de ambos países. Se complementa además con museos in-situ preincaicos, la gastronomía y las culturas vivas. La implementación de este proyecto debe sustentarse sobre la base de una base estadística fiable y una verdadera investigación de mercado, como su Unidad de Inteligencia de Mercados del área de Gobernanza. Arranca con una inversion de 5 millones de dolares en 3 años.

La referencia historica – arqueologica permite que la Ruta del Spondylus sea un eje de fomento del turismo sostenible, buenas practicas en los servicios turisticos y un posicionamiento de pais con sus atractivos turisticos costeros.

La definición del ambito geograficote la Ruta y su conectividad con otros productos estrella impulsados por el MINTUR y destinos turisticos de excelencia de la Costa del Ecuador, ha permitido que se posea actualmente un portafolio de proyectos inclusivos y de calidad para ser ejecutados desde el 2009.

La subsecretaria de turismo del Litoral y las Direcciones provinciales de turismo de Esmeraldas, Manabi, Santa Elena, y El Oro, han trabajado desde el 2008 en la generacion de:

- Estudios de factibilidad para el desarrollo y fomento del turismo en zonas culturales y naturales.
- Profesionalización de personas de comunidades, asociaciones y municipios
- Definición de la imagen corporativa de la Ruta del Spondylus Ecuador

En el 2009, la Subsecretaria de Turismo del Litoral tiene planificada la ejecución de los resultados obtenidos en los estudios para el desarrollo de las obras relacionadas al fomento del turismo cultural de la Ruta del Spondylus:

- Reconstruccion del Museo Valdivia
- Reparacion y adecuacion del Museo Cacique Baltacho
- Adecuacion del Museo Alfred Imjod
- Construccion de una Glorieta Cultural en la Comuna Sacachun

En relacion al turismo alternativo, las obras que se han planificado ejecutar para el fortalecimiento de la Ruta del Spondylus son:

- 9 senderos interpretativos en 6 comunidades de la Provincia de Santa Elena
- Recostruccion del Acuario Valdivia
- Finalizacion de la construccion del Parador turistico Comunitario La Entrada
- Programa de certificación de playas sostenibles: Libertador Bolivar.
- Destinos Surf

Proyecto de Gobierno: Innovación de Productos Turísticos

El proyecto de Innovación de Productos distingue dos categorías: 1) creación de un producto a partir de la revisión de los inventarios de atractivos turísticos actualizado, las facilidades turísticas y la accesibilidad; 2) mejoras o revisiones de productos ya existentes en sintonía con la preservación del medio.

Este proyecto, dará su arranque una vez que se conozcan los requerimientos de la demanda sobre los destinos y productos turísticos, en base a los cuales se conceptualizarán los productos para cada mercado. Estas serán contribuciones por parte de la Unidad de Inteligencia de Mercados dentro del Sistema de Información Estratégica para el Turismo del macro programa de Gobernanza. Se favorecerán los productos basados en Sol-Playa y Mar; turismo comunitario, Turismo Cultural; Parques Temáticos, Ecoturismo y Turismo de Naturaleza; Turismo de Deportes y Aventura; Turismo de Salud; Agroturismo; MICE–Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones -; y Cruceros. Se impulsarán rutas turísticas diseñadas tales como la Ruta del Spondylus, Ruta del Capacñam y Ruta tradicional del tren que tienen un enorme potencial. Se beneficiara el diseño de rutas temáticas y circuitos turísticos regionales y bi-nacionales para incentivar el turismo en el mercado fronterizo y transfronterizo. Además, para las comunidades locales se espera beneficiar al turismo de base local como estrategia de desarrollo propio y como factor diferenciador de producto. El proyecto busca también impulsar la conformación de clubes de producto turístico, entendiéndose como consorcio de PYMEs que deciden trabajar juntas de forma voluntaria para desarrollar nuevos productos turísticos o mejorar los existentes.

3.1.3. Entorno Demográfico

Los datos generados por INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), informan que aproximadamente en el 1 de enero del 2009, 14.000.000 de personas habitan el Ecuador.

Esta población es étnicamente diversa, siendo los mestizos el grupo más numeroso y representativo del ecuatoriano promedio, constituyendo éste aproximadamente el 77,42% de la población actual. Los blancos, en su mayoría criollos descendientes de colonos españoles, como también inmigrantes europeos más recientes, integran alrededor del 10,45% de los ecuatorianos. Los amerindios, pertenecientes a diversas nacionalidades o agrupaciones indígenas, representan alrededor del 6,83%.

El resto de la población se compone de una importante minoría mulata que bordea el 2,73% y afroecuatoriana, un 2,23%, concentrada principalmente en el norte de la costa. La mayoría están ubicados en la provincia de Esmeraldas, adicionalmente en el Valle del Chota (provincia de Imbabura), y un pequeño porcentaje en las ciudades de Guayaquil y Quito.

En lo referente al sexo de la población, se puede establecer que alrededor del 49,4% se encuentra compuesta por hombres, y un 50,6% por mujeres. Estas cifras varían aún más a favor de las mujeres en las provincias de la sierra central ecuatoriana[5] .

Hubo también una significativa inmigración desde el Medio Oriente, libaneses, sirios, palestinos, jordanos, quienes han desempeñado un rol político destacado (incluyendo a dos ex presidentes, como Abdalá Bucaram y Jamil Mahuad).

Aproximadamente el 54% de la población reside en los centros urbanos, mientras el resto se desenvuelve en el medio rural.

Relieve

Las principales unidades del relieve ecuatoriano son la llanura costera al norte del Golfo de Guayaquil, la sección de la Cordillera de los Andes en el centro del país y un extenso sector de la llanura amazónica ubicado al oriente del país.

Hacia el suroeste se ubica el Golfo de Guayaquil, donde desemboca el río Guayas en el Océano Pacífico. Muy cerca de Quito, la capital, sobre la cordillera de los Andes, se alza el Cotopaxi, el volcán activo más alto del mundo. El punto más alto del Ecua dor es el volcán Chimborazo, con 6.313 metros de altura sobre el nivel del mar y cuya cima es el lugar más lejano al núcleo de la tierra debido a la silueta elíptica del planeta.

Hidrografía

La cordillera andina es el divortium aquarum entre la cuenca hidrográfica del río Amazonas, que discurre hacia el este, y del Pacífico, que incluye de norte a sur los ríos: Mataje, Santiago, Esmeraldas, Chone, Guayas, Jubones y Puyango-Tumbes.

Climas

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones definidas: húmeda y seca. Tanto en la Costa como en el Oriente la temperatura oscila entre los 20ºC y 33ºC, mientras que en la sierra, ésta suele estar entre los 8ºC y 23ºC. La estación húmeda se extiende entre diciembre y mayo en la costa, entre noviembre a abril en la sierra y de enero a septiembre en la Amazonía.

Biomas

Ecuador cuenta con un territorio megadiverso, puesto que el bioma de selva o bosque tropical se extiende por la mayor parte de su territorio. En el Occidente, adyacente a la costa, se encuentra también el bioma del bosque seco y de los manglares. En las alturas cordilleranas, se hallan dispersos además los bosques andinos y los páramos. El Occidente forma parte del Chocó biogeográfico y el Oriente, de la Amazonía.

3.1.4. Entorno Económico

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Chile y la del Perú.

La economía ha experimentado en la última década un crecimiento promedio del 1,8%, aunque en 1999 sufrió un grave retroceso del -7%. En la actualidad, la economía está creciendo de manera constante, convirtiéndose en uno de los países con mejor proyección de futuro de América Latina. La reserva monetaria del Ecuador ha aumentado (según datos de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador), en menos de siete meses de gobierno de Rafael Correa, desde 2124 millones de dólares en el mes de enero del 2007 hasta más de 3500 millones de dólares en agosto del mismo año. Hasta el momento (mayo/2008), la reserva monetaria ha alcanzado un récord que no se había visto hace 8 años, ubicándose en 5.839 millones de dólares según el Banco Central del Ecuador. Se puede decir que el crecimiento constante de ésta se basa en el fuerte aumento del precio del petróleo en los mercados internacionales.

Desde finales de los años 60, la explotación del petróleo, elevó la producción por encima de los 85 millones de barriles al año y sus reservas se calculan

en unos 280 millones de barriles aproximadamente. El petróleo representa el 40% de las exportaciones y contribuye a mantener una balanza comercial positiva (aunque en el primer semestre del 2007 la balanza comercial se tornó negativa, por la caída de la producción de Petroecuador).

En el sector agrícola, Ecuador es un importante exportador de bananas (llegando a ocupar el primer lugar a nivel mundial en su producción y exportación), de flores, y el octavo productor mundial de cacao. Es significativa también su producción de camarón, caña de azúcar, arroz, algodón, maíz, palmitos y café. Su riqueza maderera comprende grandes extensiones de eucalipto en todo el país, así como manglar. Pinos y cedros son plantados en la región de la Sierra; nogales y romerillo; y madera de balsa, en la cuenca del río Guayas.

La industria se concentra principalmente en Guayaquil, el mayor centro productor del país, y en Quito donde en los últimos años la industria ha crecido considerablemente, pero también existen algunas fábricas en Cuenca. La producción industrial está dirigida principalmente al mercado interno. Pese a lo anterior, existe una limitada exportación de productos elaborados o procesados industrialmente. Entre éstos destacan los alimentos enlatados, licores, joyas y muebles. Otros campos donde el país cuenta con potencial para la industria y la exportación son el textil, por la mano de obra barata y la producción interna de materias primas textiles, la industria química, por disponer del principal input de esta industria, el pretróleo (la otra es el sistema educativo-tecnológico), o la fundición eléctrica de metales o cristal, aprovechando el potencial hidráulico para la producción eléctrica (producción libre por contratos con límite temporal a cambio del desarrollo de infraestructuras, por ejemplo, 30 años, con el 10% de la producción eléctrica para el país, y desarrollo del sistema ferroviario, el resto para la industria, libre de otros impuestos) y evidentemente, el turismo.

El Ecuador realizó negociaciones para la firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, pero al poco tiempo surgió una fuerte oposición de los movimientos sociales ecuatorianos. Con la elección del Presidente Correa estas negociaciones fueron suspendidas. Se ha logrado la extensión de las Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDEA) hasta febrero del 2008, pero se estima que éstas no serán renovadas.

Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, y ser miembro asociado de Mercosur. También es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), y otros organismos multilaterales. En abril de 2007 Ecuador pagó por completo su deuda con el FMI terminando así una etapa de intervencionismo de este Organismo en el país. En el 2007, se creó la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), con sede en Quito, y cuyo primer Secretario General es el ex Presidente ecuatoriano Rodrigo Borja Cevallos. También se ha estado negociando la creación del Banco del Sur, junto con seis otras naciones sudamericanas.

La tasa de pobreza extrema ha disminuido significativamente entre 1999 y el 2005. En el 2001 se estimó en un 45 % de la población, mientras que para el 2004 la cifra bajó a un 25 % del total de la población. Esto se explica en gran parte por la emigración, así como la estabilidad económica lograda tras la dolarización.

Las tasas de pobreza eran más elevadas para las poblaciones indígenas, afro-descendientes y rurales, alcanzando al 87 % de la población nativa. Es conveniente hacer notar que la mayoría de los indígenas permanecen en ese estado, porque simplemente y en la mayor parte de los casos, no han sido considerados al momento de hacer obras de infraestructura o en la inversión en educación. Otro grave problema es que, entre los que viven en

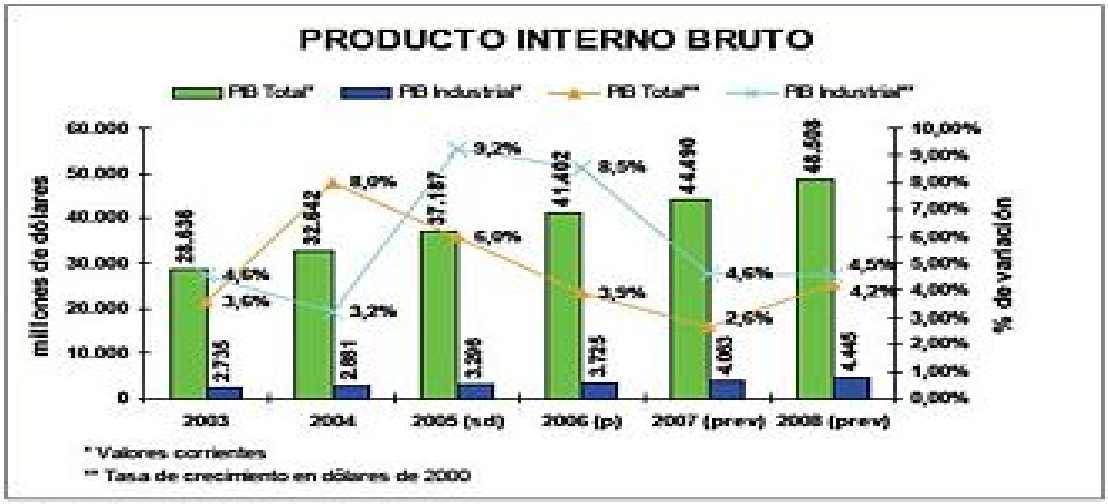
el agro, la mayoría carece de tierras adecuadas, regadío suficiente, vías de acceso en buenas condiciones y posibilidades de obtener créditos que permitirían implementar mejoras reales. Hay que tener en cuenta que el país está realmente superpoblado si se compara la población en relación a la tierra agrícola útil y a la producción.

En 1998, el 10 % de la población más rica tenía el 42,5 % de la renta, mientras que el 10 % de la población más pobre solamente contaba con el 0,6 % de la renta. Durante el mismo año, el 7,6 % del gasto en salud pública fue a parar al 20 % de la población pobre, mientras que el 20 % de la población rica recibió el 38,1 % de este mismo gasto

En las zonas rurales, en las que vive el más o menos 40 % de la población del país, se calcula que el 60 % de los habitantes subsiste en condiciones de pobreza crítica. Los grupos de población que viven en situación de pobreza están concentrados principalmente en el sector agrícola con escaso o prácticamente ningún acceso a la tierra, poco financiamiento y regadío insuficiente o nulo.

El sistema público financiero del Ecuador está conformado por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Banco Nacional de Fomento (BNF), el Banco del Estado, la Corporación Financiera Nacional, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) y el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas.

Figura 9

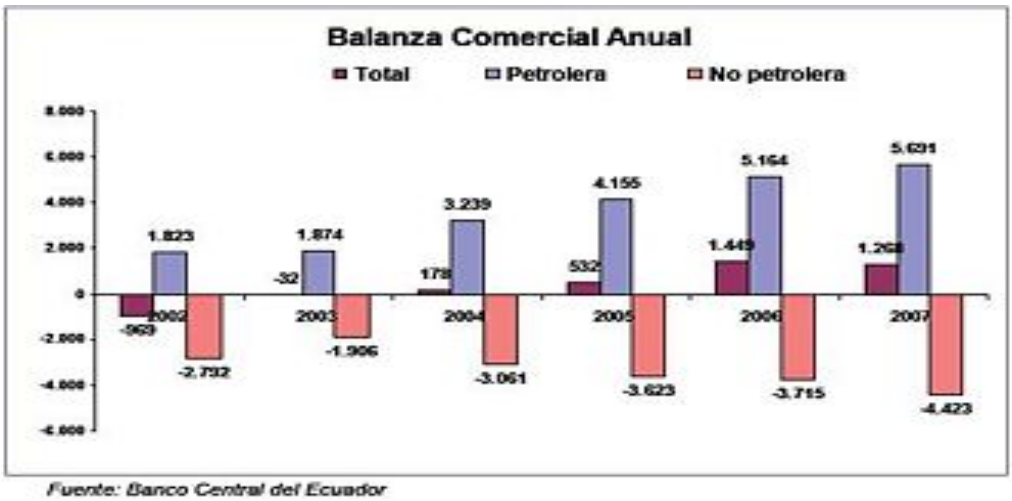


Fuente: Banco Central del Ecuador

Ecuador, Evolución del PIB.

El PIB per cápita se ha duplicado entre 1999 y el 2007, alcanzando el PIB global los 44.490

Figura: 10



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

La balanza comercial total para enero del 2008 alcanzó un superávit de casi 818 millones de dólares, una cifra gigantesca comparada con el superávit de 2007, que alcanzó un superávit de 5,7 millones de dólares, el superávit tuvo una disminución de alrededor de 425 millones comparado con el del 2006. Esta circunstancia se dio ya que importaciones, crecieron más rápido que las exportaciones. La balanza comercial petrolera generó una cifra positiva de 3,295 millones de dólares en el 2008; mientras la no petrolera fue negativa por un monto de 2,842 millones de dólares. Esto permitió un déficit comercial, sin considerar el petróleo, de un 19% en relación al año pasado. La balanza comercial con Estados Unidos, Chile, la Unión Europea y los países europeos que son socios de Ecuador, Bolivia, Perú es positiva, en cambio con Brasil, México, Argentina, Colombia, Asia, es negativa

Inflación

La inflación al consumidor hasta enero de 2008 estuvo situada alrededor del 1.14%, el más alto registrado en el último año, según el INEC. Por otro lado, en función anual, la inflación en enero cerró en 4.19%. Los productos mayormente afectados fueron: los alimentos y bebidas no alcohólicas; bebidas alcohólicas y tabacos; restaurantes y hoteles; prendas de vestir y calzados

Empleo y Desempleo

La tasa mensual de desempleo se mantuvo en alrededor de 6 y 8 cifras desde diciembre de 2007 hasta septiembre de 2008, sin embargo, está subió a alrededor de 9 cifras en octubre y volvió a bajar en noviembre de 2008 a 8 cifras

Se calcula que unos 7'000.000 millones de ecuatorianos están empleados, unos 3'000.000 son inactivos (es decir, no piensan en buscar trabajo).

3.1.5. Entorno Social y Cultural del Ecuador

Cultura

La cultura convencional está claramente definida por el mestizaje; producto de una mezcla de europeo e influencias de amerindio con ciertos elementos de origen africano, heredados de los antepasados esclavos de los afroecuatorianos actuales.

Las comunidades indígenas de Ecuador están integradas a la cultura convencional, pero también es necesario recalcar que los aborígenes de los sectores más remotos de la cuenca del Amazonas todavía viven bastante marginados del resto de la sociedad ecuatoriana y, en gran medida practican también sus propias tradiciones. Los afroecuatorianos están menos integrados en la mayoría convencional y, se ven especialmente afectados por el desempleo, la falta de oportunidades reales, poco acceso a la educación superior y la pobreza, además de que sufren una crónica falta de servicios públicos en sus respectivos sectores.

Idioma

El idioma oficial y de relación intercultural es el idioma español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El quichua, el shuar, el tsáfiqui y las demás lenguas indígenas son reconocidas dentro de sus respectivas áreas de uso, además de que en los últimos años una gran cantidad de extranjeros llegan al país idiomas muy usados también son el frances, inglés ruso, alemán, japonés. etc

Religión

- Predomina la religión cristiana católica romana. Se estima que el 95% de ecuatorianos son católicos.

- El grupo de cristianos protestantes del Ecuador no llega más allá del 4% de la población nacional.

- En porcentaje mucho menor se encuentran quienes profesan la religión musulmana, católica ortodoxa, autóctona indígena, judía, budista y Baha'i.

- La presencia de judíos en el Ecuador es ínfima; apenas llega al 0.05 de la población nacional(se estima que llegan a 600) personas y está en franco descenso.

Literatura

La literatura ecuatoriana se ha caracterizado por ser esencialmente costumbrista y, en general, muy ligada a los sucesos exclusivamente nacionales, con narraciones que permiten vislumbrar cómo es y se desenvuelve la vida del ciudadano común y corriente. De manera muy certera, podría decirse que Ecuador no ha dado literatos cuyos libros se vendan masivamente a nivel mundial. Entre éstos tenemos a Jorge Icaza, Juan Montalvo, José de la Cuadra, Pedro Jorge Vera, Pablo Palacio, Demetrio Aguilera Malta, Alfredo Pareja Diez Canseco, Adalberto Ortiz, Nelson Estupiñán Bass, Francisco Tobar García, Alfonso Rumazo González, Alicia Yánez Cossío, José Martínez Queirolo, Javier Vásconez, Miguel Donoso Pareja, Jorge Enrique Adoum, Carlos Carrión, Agustín Cueva, Eliécer Cárdenas, Edna Iturralde, etcétera.

3.2. Microambiente

3.2.1. Aspectos Generales de la Provincia de Santa Elena.

3.2.1.1. Historia del Turismo

1741. Santa Elena gozaba del temple mas saludable de toda la jurisdicción en un terreno caliente sin ardor, seco sin esterilidad y templado por la benignidad del viento sur cuyas condiciones hacen de tan apacibles y sanos temperamentos que concurren a el buscando salud los enfermos de otros lados. Sus habitantes de conservan sanos y hacer pronta digestión de los alimentos y no padecen de achaques como calculo, arenilla y por lo general tiene larga vida y buena salud, pasan de los 80 años y se dedican a la caza de venados y a la pesca.

1842. Las familias guayaquileñas se trasladan al Morro, Chanduy y Santa Elena huyendo de la fiebre amarilla.

1874. El Científico Teodoro Wolf visitó Santa Elena e investigó sobre el agua de los baños de San Vicente y predijo que pueden ser medicinales para las personas que están enfermas.

1898. Se habla de atraer una corriente de turistas en busca de esparcimiento y distracción además de otros pueblos venían a recuperarse enfermos de diversas índoles.

1903. Carrera Cesario (empresario guayaquileño), decía que con la construcción del ferrocarril se unirán la ciudad de Guayaquil con la península de Santa Elena tentando a los pobladores de la gran ciudad a refugiarse del

calor extenuante de sus inviernos y gozar del buen clima a orillas del mar y evitando que emigren a Callao y Paita en el Perú.

1913. Manuel de J. Calle en uno de sus muchos escritos pedía la construcción de un ferrocarril a Santa Elena porque se necesitaba nuevos balnearios para esparcimiento de los guayaquileños y parte de la sierra central.

1919. En el periódico el Telégrafo se publica viajes a la península donde decía se visitará San Vicente, Santa Elena y Salinas y se avanzará a Colonche y Manglaralto con un pequeño recargo en automóviles confortables y elegantes, el pasaje costaba 60 sucres.

En el período **de 1920 al 1937** se expresó el primer despegue turístico del cantón Salinas y a la vez de la península de Santa Elena.

1920. Se cambian las costumbres turísticas de los guayaquileños en lugar de viajar a la Sierra van a la península de Santa Elena.

1921. Salieron 21 carros de ferrocarril a Salinas empezando así el desarrollo turístico de la zona a nivel de masa, antes del ferrocarril se viaja a lomo de mula y se demoraba tres días. El tren alcanzaba una velocidad de 25 kilómetros por hora tomando un tiempo de 6 horas de duración.

En este mismo año el periódico el Telégrafo anuncia la llegada del hidroavión de fabricación francesa Farman donde su capitán y su tripulación se alojaron en el Hotel Marengo.

El viaje en ferrocarril se volvió de moda para ir a la playa se salía de la estación del tren que estaba atrás del puente 5 de Junio ahora la ciudadela ferroviaria, el viaje era bellísimo pasaba por los parajes agrestes, se

bordeaban los esteros de Chongon y Daular, la tarifa de Guayaquil a Salinas era de 25 sucres.

1922. Los Banqueros y empresarios guayaquileños ya dicen que Salinas es el balneario preferido de la familia guayaquileña que emigran a la orilla del mar en la estación de calores.

1925. El primer pediatra ecuatoriano el Dr. Francisco Icaza Bustamante recomendaba que por razones de salud a los niños enfermos se debía ir a Salinas para su recuperación.

1926. El principal balneario de la Costa del Pacifico fue el Morro, a sus playas frecuentaban banqueros, comerciantes, políticos intelectuales y periodista de Guayaquil y los extranjeros que visitaban al país. En este mismo año visita Salinas el Dr. Edwi Kemmerer de la misión económica norteamericana encargada de ordenar las cuentas del Banco Central del Ecuador.

1927. En la revista el Ecuador Ilustrado se reproduce fotos de turistas nacionales hacia las playas de Salinas.

1928. Los extranjeros de la compañía Anglo Ecuadordian Oil Fields Co. Describieron a la Libertad como situada a las orillas del océano Pacifico su clima delicioso y sano brinda las bellezas de todo pueblo que participa de los encantos de la naturaleza al ruido estentóreo de las olas del mar y la frescura de la brisa.

En ese mismo año se realiza la segunda gran carrera automovilística Salinas Guayaquil., también podemos decir que se fundo el club de trabajadores petroleros de Ancon, y el Sr. George Sheprard (ingles) quedan impresionados por la belleza y tranquilad del balneario.

1929. El Consejo Cantonal de Santa Elena pide contribución privada para terminar la carretera a Salinas.

En este mismo año se publica en el periódico el Universo la llegada de hidroaviones al mar de Salinas lleno de turistas extranjeros. Los técnicos extranjeros, del petróleo y del Telégrafo prefieren radicarse en Salinas.

1930. Existieron en Salinas los hoteles Cantábrico, Tívoli, Pacífico, Saint George.

1936. Se expide la Ley del Turismo que faculta a los Municipios la promoción turística y dice así:

“Que es deber de los Poderes Públicos fomentar el turismo en el Ecuador, que se hace indispensable dar al país una Ley de Turismo más amplia a fin de procurar el desarrollo del mismo”.

1937. El Servicio Hidrográfico de la Armada publica en un estudio hecho en 1937 y dice: “Al pie de la colina hay un la Punta de Santa Elena se encuentra el balneario de Salinas lugar de muy buen clima y muy concurrido en los meses de invierno por los habitantes de Guayaquil.

1940. Existen en Salinas más de ocho hoteles de nacionales y extranjeros y continua una campaña turística por los diarios de Guayaquil, también se funda el club de yates de Salinas.

1946. Se institucionalizó la temporada playera para los guayaquileños que se denominó temporada alta.

1950. En esta época existían 3 medios de transportes para llegar a Salinas que fueron: Desde Guayaquil por medio aéreo, marítimo, y terrestre.

Las líneas aéreas internacionales promocionaban en el exterior vuelos con conexión desde Quito y desde Guayaquil a Salinas.

1960. Salinas es reconocido como el primer balneario del país preferido por los turistas nacionales y extranjeros.

1968. El escritor español Alberto Borjes registró en sus anotaciones lo siguiente “Que este balneario constituía un espacio de encanto, sueño y fantasía, por eso encendía una extraña atracción de los turistas que la buscaban fascinados.

En el **periodo de 1970 a 1980,** continua el desarrollo turístico de Salinas, los beneficios del boom petrolero y gran crecimiento inmobiliario de inversionistas tanto guayaquileños como extranjeros para crear una infraestructura de edificios altos, propiedades horizontales y hoteles de buena calidad.

En el **periodo que corresponde a 1980 al 2004** se sufrió una terrible crisis económica, el crecimiento de turístico de Salinas continúa y por esto su progreso y dinamismo no se ve interrumpido.

1984. En Salinas se realizó el primer torneo de esquí acuático, de autos, torneos de pesca,campeonatos de tabla hawaiana.

1987. Se llevo a cabo una regata oceánica Salinas-Galápagos primera en su género a mar abierto.

1991. Empresarios canadienses auspician una ruta aérea desde Canadá hacia Salinas.

1997. Salinas fue acogida como sede para las reuniones del Parlamento Amazónico.

1998. El General Augusto Pinochet visita Salinas.

2000. Salinas abraza una línea de planificación estratégica que retoma y continúa el tradicional histórico y desarrollo económico que tiene como eje fundamental el turismo, en torno a ello giran las demás actividades económicas como la sal, la pesca, acuacultura, comercio y artesanías. Salinas empieza a construir su primer parque ecológico de la ciudad balneario para uso y distracción de turista.

El Alcalde Vinicio Yagual anuncia el plan estratégico para le siglo XXI para que Salinas siga siendo ciudad balneario preferida para nacionales y extranjeros.

2004. En las playas de mar bravo de Salinas se realizó el Campeonato Mundial de Surf.

3.2.1.2. Educación y Cultura.

Inicio de los tiempos

Son tan antiguos porque tenemos una gran prueba arqueológica que son los amantes de sumpa donde nos demuestran además del amor universal, las costumbres de los primeros pobladores, los estudios e investigaciones científicas enseñan que la punta de la Península de Santa Elena como la zona, el lugar geográfico y espacio socio natural donde se asentaron las más antiguas culturas del Ecuador precerámico como las Vegas, Valdivia, Machalilla, Chorrera y Manteños Huancavilca", caracterizaron a esta época que fue el pleistoceno.

Los pueblos peninsulares no sólo fueron diestros marinos de mar abierto además de experimentados salineros, pescadores y buceadores sino también hábiles comerciantes a grandes distancias de la concha Spondylus". Al hablar sobre sus actividades productivas debemos comentar sobre la evolución del proceso productivo de acuerdo a cada época, desde la más simple, las recolecciones de vegetales, la caza y la pesca hace 10.000 años, hasta sofisticados procesos comerciales y agros mercantiles que sucedieron entre los 6.000 A.C. y 1.500 A.C.

Cultura las Vegas (10.000 hasta 6.000 años atrás)

Se han encontrado restos arqueológicos en la punta de la Península de Santa Elena en excelente estado que nos permite la reconstrucción de su forma de vida. La horticultura empezó a desarrollarse al final del pleistoceno.

Periodo Valdivia

Es el pueblo fundador de larga y dinámica tradición agrícola y alfarera hace 5.500, se manifestaron pequeños grupos hasta que poblaron la mayor parte de la península. Basándonos en "La cultura valvidia es la más antigua hasta ahora conocida en el nuevo mundo". Ellos elaboraban la cerámica miles de años antes que sus vecinos de Perú y México, podemos afirmar que sembraban maíz. Mejoraron sus técnicas de pesca y agrícola, poseían excelentes medios de comunicación como la navegación fluvial y marítima. Los valdivianos tenían capacidad productiva en el área agrícola, en la construcción de casas y canoas a base de madera y construcciones vegetales.

Fase Valdivia tardía (2.200 a 1500 A.C.)

Se caracterizan por su dinamismo en producción agrícola, alfarera, ocuparon tierras altas y zonas interfluviales, perfeccionaron la caza de animales y la pesca. Aparentemente por el crecimiento demográfico y mucho comercio o intercambio de bienes, también sabían tejer el algodón para hacerse prendas.
Entre los lugares arqueológicos que se han encontrado de esta cultura son los puntos denominados San Lorenzo del Mate y Peñón del Río.

Fase Machalilla (1500 a 900 A. C.).

Esta cultura se caracterizó por ser una fase muy dinámica, hubo muchos asentamientos como fueron en Chanduy, La Libertad, Palmar, Ayangue, Loma Alta, La Ponga, Valdivia, Salango y Machalilla**.** "Su principal actividad económica fue la agricultura combinada con la caza la pesca y el comercio, constituyeron comunidades agro alfareras de aldeas, enterraban a sus familiares dentro de las casas, Tuvieron un fuerte comercio con los

habitantes del sur, lo que hoy es Perú". Fueron muy prácticos en la pesca en mar abierto y vivieron a las orillas del océano. Utilizaban el spondylus y la madre perla para ofrendas religiosas en la isla de la plata.

Fase Chorreroide (1000 – 200 A. C.).

Don. Víctor Emilio Estrada nombró a la cultura Chorrera como la cultura netamente ecuatoriana, "Es la mas extendida, es la iniciadora de rasgos que evolucionaron hacia otras culturas más modernas." Este pueblo es totalmente identificado por su cerámica, se expandió por todo el territorio nacional y mucho más allá. Se ve una marcada definición en el cultivo de maíz**.** "Que la cultura chorrera en una amalgama de grupos que explotaba los diversos ecosistemas del área costera perfeccionaron el trabajo en piedra". Tenían una red de intercambio internacional, se alimentaban muy bien y sobre todo tenían una organización socio cultural muy vigorosa muy fuerte que perduro hasta final de la prehistoria.

En **1873** el Municipio de Santa Elena tenia su responsabilidad unas escuelas que estaban distribuidas en sus poblaciones una en cada lugar como Colonche, Chanduy, Santa Elena y Manglar Alto.

1880. Fundan otra escuela fiscal en la parroquia de Manglaralto.

1925. En Salinas se instala el primer cine mudo en la Libertad.

1930. Se creó la orquesta The Tigre Music Boys que alcanzó mucha fama en aquellos lugares.

1935. Se publicó la novela La Beldaca de Alfredo Pareja donde se relata el paisaje peninsular, sus personajes se mueven entre la aventura del mar y el silencio de la pampa, el comercio y la explotación de petróleo.

1938. El H. Consejo de Santa Elena declara a la poetisa Gabriela Mistral (premio Nóbel de Literatura) huésped de honor ya que visito además de Salinas, los lugares de Santa Elena, Ancon y la Libertad.

1989. La ESPOL funda una extensión universitaria en la Península de Santa Elena con dos carreras técnicas.

1998. Se crea la Universidad Península de Santa Elena exactamente el 25 de Julio formando un hito en la educación y cultura.

3.2.1.3. Aspectos Geograficos

La Provincia de Santa Elena esta ubicada al Suroeste de la Cuenca Hidrográfica del río Guayas dentro de la región costera del Ecuador y al Oeste de Guayaquil.

Sus límites al norte con la provincia de Manabí, al sur con el Océano pacifico y la Provincia del Guayas, al este con la provincia de Manabí y la provincia del guayas y al oeste con el océano pacifico.

El Relieve Costero

La Costa de la Provincia de Santa Elena presenta uno de los más notorios accidentes del Litoral Ecuatoriano.

Desde la Puntilla hasta Ayampe la costa forma un arco suave únicamente interrumpido por la punta Blanca, las salientes y bahía de Ayangue y la punta Montañita junto a Manglaralto.

Hidrografía

El sistema hidrográfico de la Provincia comprende los ríos que nacen en la referida cordillera Chongon y Colonche y se dirige hacia el Oeste hacia el Sur, teniendo el curso mas largo y de mayor caudal y los del Oeste que fluyen desde las elevaciones costeras de los cerros de Saya, Chanduy la Estancia etc. Ya que tiene recorridos muy cortos.

Características Climáticas.

Las características climáticas que imperan en la Provincia de Santa Elena difieren sensiblemente, pese a su proximidad geográfica de las existentes en las áreas del río Guayas en particular en lo que a lluvia se refiere.

Los factores principales que inciden sobre las condiciones climáticas son la corriente fría de Humbolt, la corriente calidad del Niño y los desplazamientos de la convergencia tropical.

Entre los meses de Enero a Abril la corriente cálida del niño se desplaza desde Panamá hacia el Sur a lo largo de la faja costera y en las proximidades de la península recibe la influencia de la corriente fría de Humbolt, originándose una corriente de aire húmedo que al desplazarse tierra adentro pierde humedad por efecto orográfico de las elevaciones montañosas de los Andes que hacen una barrera atenuándose el efecto de la zona de convergencia intertropical.

En la parte Norte de la zona hay que destacar la presencia de garúas que son una combinación de nubes bajas, neblina y lloviznas, producidas por la corriente fría de Humbolt.

En la zona Noroccidental de la Provincia de Santa Elena se detectan por más de la mitad del año debido a la influencia de la corriente cálida del niño que fluye hacia el Sur. Estas garúas suponen un aporte de humedad para la vegetación.

La temperatura se hace notar por su constancia a lo largo del año los vientos dominantes son del componente Sur.

Las características de las lluvias determinan el régimen fluvial los ríos de la parte Noroeste son de régimen intermitente y fluyen casi todos los meses del año. Por el contrario los de clima más seco son efímeros, dependiendo de sus caudales de las precipitaciones de elevada intensidad.

Zonas Ecológicas

En la Provincia de Santa Elena está presente la Cordillera de Chongon y Colonche cumple un papel protagónico, en tanto a la altura va a condicionar la captación de garúas, y a ofrecer la mejor disponibilidad de tierras húmedas para la agricultura. Formada por un cinturón de cerros, estos se extienden desde Puerto López, donde se hunden en el mar hasta la localidad de Durán frente a la ciudad de Guayaquil.

En la **zona Norte** de la Provincia la cordillera adquiere su máxima cercanía al mar y da carácter a una agricultura de montaña casi permanente.

En la **zona Sur** en cambio se abre espacio de sabanas o planicies con pastos para el ganado, que en épocas sumamente secas debe migrar hacia la cordillera.

3.2.1.4. Entorno Demográficos.

En la Provincia de Santa Elena sus cantones, parroquias y comunas con sus respectivos recintos conviven y son dependientes unos de otros, están apoyados por una serie de organizaciones y organismos tanto del estado como privados, civiles y religiosos, que tienen presencia mas o menos activa, esporádica, temporal o permanente en diferentes áreas.

La Península el Estado esta representado fundamentalmente por los Municipios, el Consejo Provincial, y las dependencias locales de cada uno de los Ministerios especialmente el de Agricultura y Ganadería, el Banco Nacional de Fomento, que da crédito a esta zona pero con un gran problema que la mayoría de las comunas no tiene escrituras de sus propiedades, El Ministerio de Salud, y el de Educación, las compañías telefónicas públicas y privadas, etc.". Con el turismo se produjo una nueva fuente de ingreso que lleno las arcas municipales como es el caso del cantón Santa Elena. En época de turismo alto en la Provincia llegan unas 500.000 personas, no hay infraestructura que lo resista en la zona es decir 25 veces más la población urbana estable.

También se encuentra una fuerte inversión de las compañías privadas en el área de turismo, pesca, construcción y camarón, en el área de la salud existe una deficiencia tanto en la zona rural como en la zona urbana, la tasa de mortalidad infantil es del 60,3 %, se sufre mucho de desnutrición infantil, la tasa de muerte infantil elevada especialmente en las comunas, donde ellos no cuentan con recursos económicos para ir a clínicas privadas. En la península de cinco niños dos están desnutridos.

El problema de salud se agrava por la falta de una buena eliminación de aguas negras, falta de agua potable, falta de una buena eliminación de

basura y una gran cantidad de humo que se produce sobre todo en la zona norte al cocinar con leña.

El Ministerio de Obras Publicas conjuntamente con la nueva Prefectura tienen el encargo de mantener la red vial, ya que en el filo de la costa es aceptable y empeora cada vez que se aleja de ella. La Provincia de Santa Elena cuenta con una carretera de primer orden que parte desde Guayaquil con una distancia de 132 Km. de allí a la Libertad hay un carretero de 7 Km. y por ultimo a Salinas con una distancia de 10 Km.,.

El Cantón la Libertad

El cantón la Libertad no tiene parroquias rurales toda su población es urbana, tiene un área de 25 km2 y una densidad poblacional del 3.08 hab./km2, se caracteriza por ser una población joven es decir menores de 20 años.

Cuadro 13

Población económicamente activa.

Total	PEI	36.793
	PEA	26.104

Fuente: Plan de Marketign de la Prov. Santa Elena

Cuadro 14

Cuadro de la población del cantón La Libertad.

	Total	Hombres	Mujeres
Total	77.646	38.847	38.799
Urbana	77.646	38.847	38.799
Rural	0	0	0

Fuente: Plan de Marketign de la Prov. Santa Elena

El Cantón Salinas.

El cantón Salinas posee dos parroquias rurales, tiene una extensión de 68.7 km2 con una densidad poblacional de 721.6 hab./km2, su población es el 1,5 % de la provincia del Guayas, su crecimiento es el 3,9 % anual su población rural es el 42,2 % es una población joven es decir de menos de 20 años el 44,2 %.

Cuadro 15

Población económicamente activa en zonas.

Rural	PEI	10.235
	PEA	6.452
Urbana	PEI	13.693

Fuente: Plan de Marketign de la Prov. Santa Elena

El Cantón Santa Elena.

Tiene una población 111.671 habitantes, su densidad poblacional es de 30.4 hab./ km2, su tasa de crecimiento es del 3,4 % del total de la población de la provincia del Guayas, en este cantón el 75 % de la población vive en áreas rurales, su población es joven es decir menos de 20 años que representa el 43,7 %.

Cuadro 16

Población económicamente activa en zonas.

Rural	PEI	39.954
	PEA	26.825
Urbana	PEI	13.180
	PEA	8.925

Fuente: Plan de Marketign de la Prov. Santa Elena

Comunas

La CODENPE, (29). Afirma "En la Provincia de Santa Elena exciten 79 comunas con una población de 101.234 habitantes. La Ley de comunas establecida por el Estado en el año 1937 reconoce a una comuna a partir de 50 personas, y es donde comparten el trabajo y las utilidades de ello a todos sus miembros. Donde las autoridades en primer grado serian el presidente de la comuna con autoridad en espacios restringidos. Los Cabildos han conseguido trascender políticamente a sus límites con una activación en segundo grado. Ellos tuvieron ingerencia hasta el año de 1974 luego pasaron al Ministerio de Agricultura que le da servicios de carácter de transferencia de tecnología en sus proyectos comuneros.

¿Qué es una comuna en la Provincia de Santa Elena?

Es una unidad de socio política de carácter estable identificada por su vinculación a un territorio sobre el que se tiene derechos exclusivos y aun tipo de asentamiento nucleado del cual se forman parte a través del parentesco que integran a sus miembros mediante canales institucionalizados de cooperación y ayuda mutuas". Las comunas están dirigidas por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un síndico, un secretario y un tesorero. El pueblo nombra a sus propios representantes y tiene duración de un año, el trabajo comunal es organizado a través de

mingas y la toma de decisiones se la hace mediante asambleas generales a probadas por las dos terceras partes.

Actividades de las Comunas

En el área ecológica.

La comuna de dos mangas esta encargada de proteger el bosque de la cordillera, la comuna de las Balzas, Salanquillo, Febres Cordero y Sitio Nuevo están a cargo del parque ecológico de la cordillera Chogon y Colonche.

En la Economía

Se dedican a la caza a la pesca, a la agricultura, minería y ganadería y al ecoturismo como la comuna de Loma Alta. Existen cerca de 200 poblados que se ubican tanto al pie de los ríos, manantiales, carreteras, caminos, etc.

3.2.1.5. Entorno Economico

Manglaralto y su puerto de exportación.

En 1862. El poblado de Manglaralto subió a la categoría de parroquia y esta ubicada en la desembocadura del río del mismo nombre, la mayoría de su población eran indígenas que vivían de la caza, la pesca, la agricultura, la manufactura de la paja toquilla y el tallado de la tagua.

En 1858. Fue colonizada por españoles, colombianos, peruanos, por ecuatorianos de la sierra, esta amalgama de ciudadanos unieron esfuerzos alcanzando desarrollo muy significativo ya que aprendieron a explotar sus recursos naturales que le proveía la zona.

En 1866. Empezó a explotar de las montañas la cascarilla y la tagua.

En 1874 Se instalo una fábrica de aguardientes y panelas con capacidad de cincuenta mil kilos de producción en los ítems antes nombrado.

En el año de 1903. Fue declarado puerto apto para exportar, en ese mismo año se mando a las colonias alemanas de África 14.000 quintales de tagua y 30.000 lechugines de plátano. Se exportaba a todo el mundo porque fondeaban buques internacionales que dejaban y llevaban mercadería. Lo importante de Manglaralto fue sus habitantes con su esfuerzo de trabajo con miras de exportación formaron una sociedad capitalista tomando como base a la agricultura y a la ganadería y todo esto fue vital para la superación de la zona.

En 1904. Se exportó 1’702.126 Kg. De paja toquilla y se pago impuesto de 7.383.06 sucres.

En 1920. La parroquia de Manglaralto perteneciente al cantón de Santa Elena tuvo un gran desarrollo agrícola industrial y comercial circulando las monedas extranjeras como la libra esterlina, el dólar norteamericano y/o otras monedas internacionales. Este puerto fue parte del sueño histórico de desarrollo de los colonizadores que alcanzaron este nivel económico.

En 1927. El comercio de Santa Elena, la Libertad y Salinas comprendía la hotelera, la droguería, tiendas de abarrotes, telas y sombreros de paja toquilla, en es época el cantón de Santa Elena tenia las parroquias de Manglar Alto, Chanduy, Colonche, Salinas y la Libertad empezaba a crecer por el desarrollo de la explotación petrolera.

En 1938. En Salinas se explotaba las minas de sal donde había un muelle donde atracaban los barcos para llevar la sal a las ciudades del interior del país, la parroquia de Chanduy se caracterizó por su producción ganadera, agrícola y comercial.

En el año 1970. Se inicia el nuevo boom del desarrollo económico de la provincia con la industrialización del atún.

La industria petrolera

La utilización del petróleo en la provincia fue muchos años antes de la venida de los españoles, los antiguos moradores lo llamaban copey que es alquitrán y lo utilizaban como combustible para velas, lámparas y para impermeabilizar sus balsas.

Durante la dominación española los pozos de brea fueron utilizados por los antepasados de Vicente Rocafuerte desde allí arranca la vinculación del petróleo con la península. El petróleo transformó a dicha zona geográfica trayendo desarrollo, tanto en la infraestructura como en empleos y comunicaciones.

En el año de 1909 el gobierno del General Eloy Alfaro formó un contrato con Carrinton Granville Dunne (Ingles) para la explotación del petróleo peninsular. Este caballero se comprometía a dar 25.000 libras esterlinas del Banco de Londres al Gobierno del Ecuador cada año por la concesión pero esto fracasó y nunca se hizo realidad.

En el año de 1914 el General Leonidas Plaza efectivó las primeras concesiones petrolera en la península donde tuvieron su punto base en Ancon. Y fue allí donde operaron las compañías The Anglo Ecuadorian Oils Fields, The M.H. Oil exploration y otras mas de consorcios nacionales hasta

hubo una refinería de carácter privado que exportaba los derivados del hidrocarburo.

- The Anglo Ecuadorian Oils Fields en Ancon, compañía inglesa fundada en Londres desde 1923.

- Descripción del campamento minero de Ancon, equipado de instalaciones con 1077 hombres

- Descripción del puerto minero de la Libertad, compañía inglesa, donde embarcaban petróleo y sus derivados al exterior y al interior de la republica, llegaba semanalmente a Guayaquil de aquel entonces, produjo gasolina y kerex, siendo esta la famosa gasolina Chimborazo que se envasaba en latas en Guayaquil y posteriormente era distribuido al interior del país también al norte del Perú y al sur de Colombia.

3.2.1.6. Su Economía en la actualidad

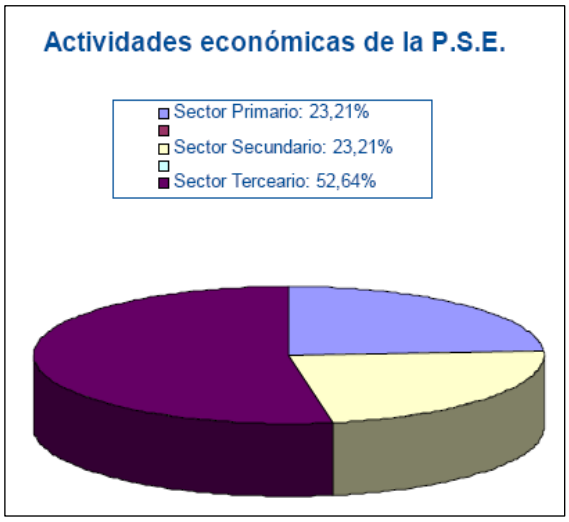
Actualmente la Provincia de Santa Elena ha sido beneficiada por una inversión de 600’000,00 millones de dólares en infraestructura hidráulica con un potencial de 42.000 Hec. Solo están cultivas cerca de 6.000 Hec. El objetivo fundamental es promover la agroindustria y la exportación de los productos no tradicionales como el mango, el melón, el espárrago, la calabaza, la guanábana, la guayaba, etc. Incluido la crianza de ganado doble propósito (carne y leche).

Además de sus productos tradicionales como son la sal, el petróleo las artesanías y la pesca artesanal podemos enumerar un sin número de actividades productivas que se realizan en la zona como es la pesca blanca, la flota atunera, la flota camaronera, la pesca de langosta, el turismo (que

esta en crecimiento), la larvicultura en laboratorios, la producción de camarón en cautiverio, la industrialización de la madera, el puerto petrolero de La Libertad, trabajos a domicilios, crianza de aves de corral y minería como la explotación de algunos calcáreos.

Podemos decir que las actividades productivas corresponden al sector primario (caza, pesca y minería) ocupa la mano de obra con un 24.15 % de la P.E.A.; mientras que en el sector secundario (Industrialización tanto agrícola como de la construcción, producción de alimentos enlatados y la actividad petrolera) ocupa un 23.21% de la P.E.A y el tercer sector (es el área de servicios como hoteles, restaurantes, bares, discotecas tiendas supermercados y sector financiero) es un 52.64% de la P.E.A. vemos que este sector es que más se ha desarrollado en la última década.

Figura 11



Fuente: Plan de Marketign de la Prov. Santa Elena

3.2.1.7. Entorno Politico

Las autoridades de los cantones que forman la península son los alcaldes tienen autoridad en segundo grado sobre el área de las comunas como es una construcción de un camino vecinal, sobre como eliminar aguas servidas, instalación de letrinas y el área de la salud y alimentación tratando de dar por mejor a sus comunas que rodean los cantones.

El primer nivel de autoridad más alto lo tiene los presidentes de las comunas sobre sus territorios y el Estado a través del Ministerio de Agricultura donde tiene la obligación de darles asesoramiento agrícola, ganadero y ayuda financiera a través del Banco de Fomento para los diferentes proyectos agropecuarios que lleven a cabo los miembros de la comuna.

3.2.2. Analisis Situacional de las Zonas de estudio – Comunas – Senderos

Comuna Dos Mangas

La Comuna Dos Mangas pertenece a la provincia Península de Santa Elena, ubicándose a 6 kilómetros de Manglaralto, aproximadamente. Cuenta con unos 950 habitantes. (Vease ANEXO 12 Mapa de Ubicación de la Comuna Dos Mangas)

La comuna Dos Mangas cuenta con dos senderos utilizados por los habitantes de la comuna para el turismo, de vías de acceso a los sectores de siembra y para el transporte de sus diferentes cultivos.

Datos Geomorfologicos

La comuna Dos Mangas forma parte de la Cordillera Chongón Colonche, la misma que forma parte de la Cordillera Vulcano sedimentada que se localiza en la Cordillera costera del país. Siendo parte de la Península de Santa Elena, cuenta con sectores de relieves colinados desarrollados sobre un relieve detrítico fino.

Clima

Según la clasificación bioclimática de Holdridge, el sector de la comuna Dos Mangasm corresponde al bosque húmedo tropical. Ésta comuna presenta un clima tropical regulado por los cambios climáticos estacionales y cambios de las masa de agua, clima general de la costa ecuatoriana.

Actividad Economica Esta comuna se caracteriza por la labor que ejercen las mujeres con la paja toquilla y los hombres con la tagua.

La comuna Dos Mangas forma parte de la Cordillera Chongón Colonche, la misma que forma parte de la cordillera Vulcano sedimentada que se localiza en la cordillera costera del país. Siendo parte de la península de Santa Elena, cuenta que corresponde al Bosque húmedo Tropical.

Recursos Culturales identificados en la Comuna Dos Mangas

- Elaboración de artesanías.
- Sitios arqueológicos (peregrina, aguacate, araujo).
- Piedras talladas.
- Ollas de barro.
- Entierros arqueológicos en 5 lugares
- Cantos: Himno a Dos Mangas letra y música: Lauricel Rodríguez

- Uso de medicina natural: paico, hierba buena, Albahaca, cascarilla, bálsamo, cojojo, llantén, verdolaga.
- Leyendas “La Osa”, “Mata palo”, “Poza del Tigre”.
- Fiestas Patronales del Buen Pastor, 23 de Abril, (actividades que se realizan: Olla encantada, Gallo despescuezado).
- Fiestas de San Juan, 24 de Junio.
- Los Difuntos: 1, 2, 3 de Noviembre, actividades que se realizan: Mesa y pan de muerto (* Ángeles somos, cuando alguien fallece se hace el cordón).
- Gastronomía: Arroz con Leche, aguado de pato, tambor yuca, gordo de Maíz, pogona, hornado, cazuela.

Infraestructura de Servicios Basicos

Transporte y Accesibilidad

La principal vía de acceso a la comunidad es una vía asfaltada. Pero la carretera de entrada está en muy mal estado. La comunidad hace uso para transportación buses de la Cooperativa CITUP y camionetas, la comuna no cuenta con una estación de buses.

Distancias

Cuadro 17: Distancias

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS	TIEMPO EN CAMIONETA
Cabecera parroquial	Manglaralto	6,3 Km	15 minutos	15 minutos
Cabecera cantonal	Santa Elena	61,6 Km	83minutos	53 minutos

Fuente: Consultora Turidee

Cuenta con el servicio de telefonía pública, telefonía celular**.** Los pobladores de Dos Mangas tienen a su disposición dos cabinas Porta, y un cibercafé, esta comuna no cuenta con una oficina de correos.

Sanidad

- La comuna cuenta con un sistema de red de agua entubada que se trata con cloro en la fuente de distribución y que carece de un sistema de alcantarillado. La fuente principal de abasto del líquido vital para los pobladores es por medio de pozos.
- La mayoría de la población elimina sus excretas es a través de pozos ciegos. La forma como disponen la basura la mayoría de los comuneros es a través de el carro recolector.
- La comunidad cuenta con 2 parteras capacitadas, 2 curanderos, 1 dispensario público y 2 farmacias a disposición de la comunidad.

Cuadro 18: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Dos Mangas

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	CENTRO DE PROMOCIÓN RURAL (CPR)(PRODECOS)	Construcción de una caseta dentro del sendero
	MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA (MIDUVI)	Construcción de viviendas
	MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR)	Capacitación de guías nativos
	FONDO ECUATORIANO CANADIENSE DE DESARROLLO	Capacitación para elaboración de artesanías
	FUNDACIÓN ECUATORIANA DE DESARROLLO SOCIAL (FEDESO)	No identificado
	FUNDACIÓN PRO-PUEBLO	No identificado
	FONDO DE INVERSIÓN SOCIAL DE EMERGENCIA (FISE)	No identificado
	PROGRAMA DE MANEJO DE RECURSOS COSTEROS (PMRC)	Construcción de una caseta de información
	FUNDACIÓN NATURA	Construcción de una caseta en la cascada
2. INTERNACIONALES	JUNTA GALICIA DE ESPAÑA	Apoyo a iniciativas productivas y ejercicio de los derechos de las mujeres de Manglaralto

Fuente: Consultora Turidee

La población se organiza en Comités que realizan programas como de apoyo al ecoturismo que lo lleva a cabo el Comité de ecoturismo.

Las actividades más rentables de la población son:

- Artesanías
- Agricultura (sandia, pimiento, tomate, maíz)
- Tala de madera (muy poco porque está en control de Fundación Natura, tienen que sacar un permiso para poder talar)

Los comuneros se unen para realizar mingas, Se muestra en la tabla que los pobladores tienen algunas destrezas para su desenvolvimiento en el turismo, destrezas como: en guianza, elaboración de artesanías.

Cuadro 19: destrezas para turismo (Comuna Dos Mangas)

DESTREZAS PARA EL TURISMO	No. DE PERSONAS
Inglés	0
Capacidad o experiencia en guianza	15
Cocina	3
Alojamiento	5
Elaboración/venta de artesanías/postales	50
Alquiler de equipos para turismo	0
Otros	1

Fuente: Consultora Turidee

Sendero Las Cascadas

El sendero Las Cascadas está rodeado de las montañas de la Cordillera Chongón Colonche, por lo cual presenta un clima de bosque húmedo. El sendero presenta varias cascadas. La cascada principal en época de lluvia puede medir hasta 60 metros de altura.

El sector presenta un bosque frondoso, siempre verde, con gran diversidad vegetal. Gran parte del mismo está representado por bosque secundario, puesto a que se ha desarrollado luego de la alteración del mismo, mediante reforestación del lugar. En el sector también se halla vegetación de cultivo, como la paja toquilla y la caña Guadúa.

Teniendo en cuenta las características del sector, éste permite el desarrollo de gran variedad faunística, siendo utilizado el lugar como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies. (Vease ANEXOS de imágenes de flora y fauna)

Avifauna observada en el recorrido del Sendero

Algunas de las especies de aves mencionadas por Ridgely están el caracara (falcocolumbaris), jacana (Tringa melanoleuca), las tortolitas, periquito del pacífico (Forpus coelestis), cuco ardilla (piaja cayana), tangara (Hemithraupis gura), etc.

En el sendero no se observó otro tipo de fauna, sin embargo se describen diferentes especies en el sector, entre las cuales están 21 especies de mamíferos, 9 de anfibios, 3 de peces e indeterminados números de invertebrados. (Vease ANEXO 13 - 14 flora y fauna)

Sendero Las Pozas

Las Pozas se encuentra entre las montañas de la Cordillera Chongón Colonche, por lo cual presenta un clima de bosque húmedo.

El sendero Las Pozas se encuentra entre las montañas de la Cordillera Chongón Colonche, por lo cual presenta un clima de bosque húmedo. El sector presenta un bosque frondoso, siempre verde, con gran diversidad vegetal. Gran parte del mismo está representado por bosque secundario, puesto a que se ha desarrollado luego de la alteración del mismo, meDÍAnte reforestación del lugar. También se halla vegetación de cultivo, como la paja toquilla y la caña Guadúa. Teniendo en cuenta las características del sector, éste permite el desarrollo de gran variedad faunística, siendo utilizado el lugar como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies. (anexo flora y fauna) (Vease ANEXO 15 -16 y de imágenes)

Comuna Loma Alta

La Comuna Loma Alma está ubicada en la costa del Ecuador, a unos 160 kilómetros al Noroeste de Guayaquil, se localiza en la cordillera Chongón-Colonche, al sur del Parque Nacional Machalilla, aproximadamente a 50 km del cantón Valdivia, pertenece a la parroquia de Colonche, provincia de Santa Elena. Posee cuatro centros poblados, localizados en la parte sur de sus tierras bajas siendo: Loma Alta, El Suspiro, La Unión y la Ponga. (Vease ANEXO 17 ubicación de la comuna)

En la parroquia Colonche se estima una población de 24.638 personas según el INEC 2002, y un aproximado de 760 habitantes que residen en la Comuna Loma Alta según Bonifaz y Cornejo 2004, de las cuales un 60% de las familias se dedican a la agricultura de subsistencia, el 20% son jornaleros, 10% son pastores y el 10% restante son comerciantes.

La reserva es manejada por la comunidad de Loma Alta y en la actualidad se encuentra reestructurada la tendencia de tierras comunales, para asignar nuevas áreas de conservación. Las familias de la comunidad se dedican a la elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla.

Datos Geomorfologicos

La comuna Loma Alta perteneciente a la Península de Santa Elena está compuesta de relieves colinados situados entre los (400 - 800 m.s.n.m.) desarrollado sobre un relieve detrítico fino. Geológicamente es una terraza fluvial poco erosionada, no es un suelo diseptado existe además un valle atravesado por el río Javita.

Clima

La comunidad de Loma Alta se la clasificó en la escala (BS-T) bosque seco tropical: tropical húmedo o tropical monzón y en bioclima subtropical como un subhúmedo.

Actividad Economica: Las familias de la comunidad se dedican a la elaboración de artesanías en Tagua y Paja Toquilla.

Recursos Culturales identificados en la Comuna Dos Mangas

- Plantas medicinales: Curaciones a base de plantas (cojojo, llantén, hierba buena).
- Apicultura.
- Vestigios arqueológicos (La Ponga, La Unión).
- Investigación científica.
- El día de los difuntos dos de noviembre: Arroz con Leche y el pan de muerto.

- Amorfinos.
- Adoración a imágenes.
- Festividades del 24, 25, 26 de Septiembre (Procesión de la Virgen de las Mercedes).
- Juegos tradicionales como: ensacados, la olla encantada, gallo despescuezado, baile del tomate, torneos de pañuelos.
- Artesanías en tagua, barro, paja toquilla.
- Gastronomía: Gallina criolla, canelazo, chicha (fermentada y fresca).
- Leyendas: “El gigante”, “el Sahíno” “El Duende”, creencias del pájaro brujo en Semana Santa.
- Comadronas.

Infraestructura de Servicios Basicos

Transporte y Accesibilidad

Para los pobladores de Loma Alta la principal vía de acceso a la comunidad es lastrada. En la comunidad no hay servicio de transporte público y tampoco cuentan con terminales o estaciones de transporte.

Distancias

Cuadro 20: de Distancia (Comuna Loma Alta)

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS	TIEMPO EN CAMIONETA
Cabecera parroquial	Manglaralto	19,9 Km	0,66 horas	0,33 horas
Cabecera cantonal	Santa Elena	50,9 Km	1,33 horas	0,88 horas

Fuente: Consultora Turidee

La población cuenta con servicio de telefonía fija y celular, también cuenta con 1 cibercafé y 2 cabinas Porta, carece de una oficina de correo. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 46 Km en la Libertad.

Sanidad

La comunidad cuenta con un sistema de red de agua entubada la misma que satisface al 100% de la población y que el servicio básico de alcantarillado no existe en la comuna.

El agua es tratada con cloro en la fuente de distribución. La forma en que la Mayoría de la población elimina sus excretas es al aire libre, río o en esteros. La principal fuente de abasto del líquido vital es la red pública. La forma más común en que los pobladores eliminan la basura es a través del carro recolector. existe un centro de salud en la comunidad, un botiquín comunitario y adicionalmente 2 parteras capacitadas. La comuna cuenta con energía eléctrica pero no cuenta comuna gasolinera, la más cercana esta a 19,6 Km en Palmar.

Cuadro 21: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Loma Alta

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	CENTRO DE PROMOCIÓN RURAL (CPR)	Construcción de biblioteca
	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)	Construcción de parque
	DARWING NET	Protección de bosques secos
	PERSONAS ALIADAS POR LA NATUALEZA (PAN)	No identificado
	FUNDACIÓN NATURA	No identificado
2. INTERNACIONALES	PLAN ITERNACIONAL	Educación
	DUSTY BECKER	No identificado
	EARTH WATCHS	No identificado
	FUNDACIÓN CONNAVI (RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	No identificado

Fuente: Consultora Turidee

La comunidad ha participado en elaboración de Planes Estratégicos locales con:

- Municipio de Santa Elena
- Junta parroquial

Las actividades más rentables de la población son:

- Agricultura
- Turismo
- Comercio

La comunidad participa como trabajos en grupos, mingas y asambleas comunitarias. La comunidad de Loma Alta tiene 12 personas con capacidades o experiencia en guianza, uno de ellos habla inglés, 15 personas tienen destrezas para elaborar artesanías y tienen 3 personas que alquilan equipos para turismo (botas).

Sendero La Bramona

El sendero esta a 30 minutos en vehículo en una carretera secundaria asentada con estribaciones de piedras redondas, desde la comuna Loma Alta pasando por el poblado El Suspiro, continuando por el rio Bartolo hasta una zona accesible con el vehículo llamada El Ají, para posteriormente continuar a pie por la zona denominada como Fruta de Pan hasta llegar al rio la Bramona y finalizar en una pequeña cascada de carácter turístico. En el sendero se observa diversidad de especies tanto en flora como en fauna. (Vease ANEXO 18 -19 flora y fauna y ANEXO DE IMAGENES)

Sendero El Chorrillo

Localizado a 45 minutos a pie desde la Bramona, pasando por la zona Vuelta Larga, continuar por dos Ríos hasta llegar al área de interés El Chorrillo.

En el sendero por su tipo de bosque se observa varios tipos de vegetación y gran variedad faunística. (Vease ANEXO 20 de flora y ANEXO DE IMAGENES)

Comuna Sinchal

Sinchal esta ubicada en la provincia del Guayas, pertenece al cantón Santa Elena, parroquia Manglaralto, esta población tiene sus orígenes en la cultura milenaria Valdivia. (Vease ANEXO 21 Ubicación de la Comuna Sinchal)

Sinchal es una comunidad con 2261 habitantes, 800 familias aproximadamente, sus principales actividades son: la agricultura, pesca de larva de camarón, la ganadería, cuenta con una vía asfaltada angosta que los conecta en pocos minutos con Valdivia, según datos proporcionados por el IEPSE. Con un clima Muy seco y en Bioclima Subtropical como un clima Seco.

Datos Geomorfologicos

La comuna del Sinchal perteneciente a la Península de Santa Elena está compuesta de relieves colinados (100-200 m.s.n.m.) desarrollado sobre un relieve detrítico fino. Geológicamente es una terraza fluvial de topografía plana con una ligera disección.

Clima

En la clasificación bioclimática tropical de Holdridge basado en las medidas de temperatura y precipitación esenciales para la formación de las formaciones vegetales, la comunidad de Sinchal se la clasificó como un clima muy seco y en bioclima subtropical como un clima seco.

Actividad Economica: Se caracteriza por sus orfebres en la elaboración de joyas de plata, oro, bronce y trabajos con tagua, su actividad básica es la agricultura, especialmente el cultivo de cítricos y otros productos de ciclo corto.

Recursos Culturales identificados en la Comuna Dos Mangas

- Cría de caracoles silvestres.
- Restos arqueológicos: Tolas.
- Arquitectura (forma de construcción de viviendas): Techos de cade, casas de paja, bloques, madera, o mixtas.
- Uso de medicina natural: Llantén, campana, hierba Luisa, albahaca de comer, eucalipto, cojojo, albahaca de mal de ojo, ruda de gallinazo, ruda.
- Juegos tradicionales: gallo despescuezado, la cuchara, ensacados, carrera de 3 piernas, palo encebado.
- Día de los Difuntos, 2 de noviembre (preparación para mesa de difuntos, campeonato de ciclismo).
- Fiestas Religiosas, 21 de noviembre, Novenas de la Virgen del Quinche (actividades que se realizan: palo encebado, ollas encantadas, novenas)
- Fiestas Patronales, 30 de Junio San Pablo (actividades que se realizan: castillo, procesión con la imagen de San Pablo).
- Gastronomía**:** ceviche de pinchagua, máchica, humitas de choclo, tambor de yuca, menestra de plátano, venado asado o a la parrilla, sahíno saltado, colada de arroz con leche, otoy asado, aguado de pato, picante de pescado, ahornado de iguana con papas, seco de iguana , tortas de maíz, seco de gallina criolla, natilla, menestrón de carne, morocho, encebollado, caldo de manguera, gordo de yuca o de maíz, yuca asada, manuela de guineo maduro (preparación distinta), pogomas, calabaza asada, colada de zapallo, sopa de choclo asado

con nata. Se tendrá que seleccionar lo realmente único a nivel local o regional.

- Elaboración de sombreros de paja toquilla y canastas de bejuco.
- Realización de joya en los siguientes materiales: concha perla, concha *Spondylus*, oro.
- Artesanías de los siguientes materiales: paja toquilla, madera y tagua.

Infraestructura de Servicios Basicos

Transporte y accesibilidad

La principal vía de acceso para la comuna esta asfaltada.

Distancia

Cuadro 22: Distancia (Comuna Sinchal)

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS
Cabecera parroquial	Manglaralto	16 Km	25 minutos
Cabecera cantonal	Santa Elena	46,6 Km	60 minutos

Fuente: Consultora Turidee

Los pobladores usan como medios de transporte buses y camionetas y en la comuna existe una estación de buses. los habitantes de Sinchal tienen el servicio de telefonía pública pero es escasa, cuenta con telefonía celular, cuatro cabinas telefónicas y 3 cibercafés. La comuna no cuenta con una oficina de correos.

Sanidad

La comunidad cuenta con el sistema de red de agua entubada y carece de sistema de alcantarilladlo. El agua es tratada con cloro en la fuente de distribución. La principal fuente de abasto de agua que tiene la comuna es la red pública. La manera de eliminación de excretas es al aire libre, ríos o esteros practica realizada por la Mayoría de la población la Mayoría de la población elimina la basura a través de los carros recolectores. La comuna cuenta con un sub-centro de salud, con dos obstetrices y tres farmacias a disposición de Los pobladores para cualquier eventualidad con respecto a la salud. Pero ellos también van hasta Valdivia o Manglaralto a 33 Km para atender su salud.

Cuadro 23: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Sinchal

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	CENTRO DE PROMOCIÓN RURAL (CPR)	No identificado
	MINISTERIO DE EDUCACIÓN	No identificado
	CONSEJO PROVINCIAL	No identificado
	MINISTERIO DE INCLUSIÓN SOCIAL	No identificado
	MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS	No identificado
	FUNDACIÓN NATURA	Proyecto de protección de bosques húmedos
	MUNICIPIO DE SANTA ELENA	Obras públicas – aulas
2. INTERNACIONALES	PLAN ITERNACIONAL	Mejoramiento de vivienda

Fuente: Consultora Turidee

La comunidad de Sinchal recibe el servicio público de energía eléctrica de la Empresa Eléctrica de Santa Elena que satisface al 100% de la población, esta comuna no cuenta con una gasolinera y la más cercana se encuentra a 12 Km en Palmar. La comuna se organiza en diferentes formas como juntas parroquiales, comités barriales, directivas comunitarias, y la organización de las mujeres.

Las actividades productivas más rentables de la comunidad son:

- Agricultura

- Artesanías
- Sastrería

La comunidad ha participado en elaboración de planes estratégicos locales con:

- El Municipio
- Junta parroquial

Cuadro 24: destrezas para el turismo de la comuna Sinchal

DESTREZAS PARA EL TURISMO	No DE PERSONAS
Inglés	3
Capacidad o experiencia en guianza	5
Cocina	15
Alojamiento	25
Elaboración/venta de artesanías/postales	27
Alquiler de equipos para turismo	-
Otros	-

Fuente: Consultora Turidee

Sendero Sinchal

La zona de vida de la comuna Sinchal se la clasifico como Matorral Desértico Tropical y Pre montano. Los boques de esta formación comprenden la faja adyacente a la formación desértica tropical.

La zona de vida de la comuna Sinchal se la clasificó como matorral desértico tropical y pre montano. Los bosques de esta formación comprenden la faja adyacente a la formación desértica tropical.

En la península de Santa Elena se distinguen tres formas florísticas: el manglar, una formación halófita y la sabana. La comuna El Sinchal se la considero de la forma del tipo sabana. Florísticamente esta formación tiene

afinidad con el desierto Tropical, siendo su cambio gradual influenciado por el incremento de precipitación en dirección a la cordillera de Chongón-Colonche. (Vease ANEXO 22 - 23 flora y fauna y ANEXO IMAGENES)

Comuna La Entrada

La Comuna La Entrada pertenece a la parroquia Manglaralto, provincia Península de Santa Elena, ubicándose en el kilometro 70 de la cabecera de la provincia. Su nombre se debe a que en esta comuna se encuentra la entrada a la Cordillera de Chongón Colonche. La Entrada esta constituida por la cabecera comunal y 2 recintos San Juanito y La Rinconada. (Vease anexo 24 de ubicación)

No se dispone cifras exactas de la población actual de la comuna, se estima unas 800 a 1000 personas habitando en la comuna.

Datos Geomorfologicos

La Entrada forma parte de la Cordillera costera del país, Península de Santa Elena. Parte de la comuna se encuentra formada por relieves colinados desarrollados sobre un relieve detrítico fino, pero su mayor extensión está formada por la Cordillera Vulcano – sedimentaria Chongón COlónche.

Clima

Siendo La Entrada parte de la costa ecuatoriana, en general presenta un clima tropical regulado por los cambios estacionales y cambios de las masas de agua.

Según la clasificación bioclimática de Holdridge, el sector de la comuna La Entrada corresponde al bosque húmedo tropical.

Recursos Culturales identificados en la Comuna La Entrada

- Agricultura orgánica: dos estaciones para siembra de ciclo corto.
- Iglesia.
- Gastronomía: dulces, arroz con dulces y sopa de moluscos.
- Leyenda “el duende”
- Día de los Difuntos (se hace la mesa de los difuntos), 2 de noviembre.
- Fiestas Las Cruces, 3 de mayo.
- Fiestas Patronales del Corazón de Jesús, 14 de junio.

Infraestructura de Servicios Basicos

Transporte y Accesibilidad

Para los pobladores de La Entrada la principal vía de acceso a la comunidad es una vía asfaltada.

Distancias

Cuadro 25: de Distancias (Comuna La Entrada)

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS	TIEMPO EN CAMIONETA
Cabecera parroquial	Manglaralto	17 Km	26 minutos	15 minutos
Cabecera cantonal	Santa Elena	72 Km	100minutos	65 minutos

Fuente: Consultora Turidee

La comuna cuenta usa buses como su medio de transporte principal y cuenta con una estación de buses de la cooperativa CITUP. La comuna cuenta con el servicio de telefonía fija y celular pero no tiene a su servicio una oficina de correos.

Sanidad

La comuna cuenta con un sistema de red de agua entubada, el agua es tratada con cloro en la fuente de distribución y cubre al 100% de la población, el sistema de alcantarillado tan solo asiste al 50% de la población de La Entrada. La fuente principal de abasto del líquido vital para la comuna es la red pública. La mayoría de los pobladores usa pozo séptico. La principal forma en que los comuneros eliminan la basura es a través del carro recolector. La comuna cuenta para cualquier eventualidad con respecto a la salud con un dispensario público. Y también cuenta con los hospitales de Manglaralto y Santa Elena.

La comuna cuenta con energía eléctrica pero carece de una gasolinera y la más cercana se encuentra a 20 Km en Palmar.

Cuadro 26: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna La Entrada

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	FUNDACIÓN NATURA	Protección del bosque
	PROGRAMA DE MANEJO DE RECURSOS COSTEROS (PMRC)	Mingas – Capacitación
	CENTRO DE PROMOCIÓN RURAL (CPR)	Créditos
	NETHERLANDS DEVELOPMENT ORGANISATION (SNV)	Hospedería – Capacitación
	MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR)	No identificado
	FUNDACIÓN NOBIS - ODEBRECHT	Microcréditos, desarrollo social, productivo y ambiental
2. INTERNACIONALES	HEIFEL	No identificado

Fuente: Consultora Turidee

La comuna cuenta con un comité de turismo.

Las actividades más rentables de la población son:

- Pesca de camarón
- Agricultura (naranja, café, limón)
- Comercio

- Agroturismo, turismo vivencial

Cuadro 27: Destrezas para el turismo Comuna La Entrada

DESTREZAS PARA EL TURISMO	No. DE PERSONAS
Inglés	-
Capacidad o experiencia en guianza	3-15
Cocina	5-6
Alojamiento	6-12
Elaboración/venta de artesanías/postales	15-20
Alquiler de equipos para turismo	-
Otros	-

Fuente: Consultora Turidee

Sendero La Entrada

El sector presenta un bosque frondoso, siempre verde, con gran diversidad vegetal, donde gran parte representado por bosque secundario, puesto a que se ha desarrollado luego de la alteración del mismo, mediante reforestación del lugar.

Teniendo en cuenta las características del sector, éste permite el desarrollo de gran variedad faunística, especialmente aves, siendo utilizado el lugar como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies. (Vease 25 – 26 anexo flora y fauna y anexo de imagenes)

Comuna Sacachun

La Comuna de Sacachún está ubicada al sur de la parroquia Julio Moreno de la provincia Santa Elena, dentro de la zona ecológica del Matorral Seco de Tierras Bajas. (anexo 27 ubicación comuna)

En la Comuna se estima una población de 250 personas, de las cuales un aproximado de 70 reside en la Comuna, ya que el resto han migrado a sectores aledaños por no existir condiciones para subsistir.

La comuna representa uno de los puntos más interesantes en el aspecto histórico - arqueológico, con el sendero denominado por los propios comuneros como Circulo de Piedras ya que posee un singular atractivo histórico y cultural como indicador de uno de los primeros puntos poblados en el área, pero desafortunadamente éste no ha sido explotado adecuadamente y las vías de acceso no son las más adecuadas.

Datos Geomorfologicos

La comuna de Sacachún perteneciente a la Península de Santa Elena está compuesta de relieves colinados (100-200 m.s.n.m.) desarrollado sobre un relieve detrítico fino.

Clima

En la clasificación bioclimática tropical de Holdrige basado en las medidas de temperatura y precipitación esenciales para la formación de las formaciones vegetales, la comunidad de Sacachún se la clasificó como un clima muy seco y en bioclima subtropical como un clima seco.

Recursos Culturales identificados en la Comuna Dos Mangas

- Gastronomía (seco de chivo, seco de toro, fritada de chancho, caldo de gallina o de pato, arroz con ¨gafas¨ (huevos fritos), arroz con seco de chivo y de pollo, champús: Arroz con chocolate y se pone en la mesa frutas y pan de muertos). Productos lácteos (leche, queso, nata y cuajada) – de enero a abril.
- Fiestas comunales (San Jerónimo y Santo Domingo) 30 de septiembre. Todas las actividades: Castillos con juegos pirotécnicos, vaca loca, gallo despescuezado, carrera de burros, carrera de ensacados, palo encebado, tradicionalmente en las fiestas se bailaba al ritmo de la guitarra con acordeón, torneo de cinta).
- Fiesta Navideña: baile de pastoras - 24 de diciembre.
- Cría de chivos y vacas.
- Recolección y venta de ciruelas.
- Recolección y venta de barbasco.
- Fiesta de difuntos: Poner mesa para que coman los muertos. Toldas de comida para difuntos donde se sirve colada morada, moro de lentejas con sardinas, encebollado de pescado, pan de muertos, caldo de pollo criollo, colada de harina, arroz con chocolate.
- Leyenda de San Biritute.
- Las albarradas y pozos de agua.
- Recorridos de círculos de piedras.
- Cerro Las Negras, restos arqueológicos
- Aviturismo.

Infraestructura de Servicios Basicos

Transporte y Accesibilidad

La principal vía de acceso a la comunidad es empedrada, su medio de transporte principal son buses y no existen estaciones o terminales en la comuna. Los pobladores abordan los buses a 14 Km en Buenos Aires.

Distancias

Cuadro 28: Distancias Comuna Sacachun

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS
Cabecera parroquial	Simón Bolívar	14 Km	30 minutos
Cabecera cantonal	Santa Elena	55 Km	60 minutos

Fuente: Consultora Turidee

Los pobladores de Sacachún no cuentan con telefonía fija limitada, ni oficinas de correos, no hay cabinas telefónicas publicas, solo cuenta con telefonía celular.

Sanidad

La comuna no cuenta con un sistema de red de agua entubada ni alcantarillado. La fuente principal de abasto del líquido vital es de pozo. La forma en que la Mayoría d los pobladores eliminan sus excretas es al aire libre, río, estero. La forma más común de eliminar la basura es quemándola.
En la comuna no hay establecimientos de salud, sólo cuentan con el servicio de 2 parteras no capacitadas.
Los pobladores de Sacachún para atender su salud van hasta el subcentro de salud de Río Verde en la parroquia Chanduy a 45 Km.

La comuna cuenta con energía eléctrica, no tiene una gasolinera y la más cercana se encuentra a 38 Km.

Cuadro 29: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna Sacachun

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1 NACIONALES	Municipio de Santa Elena	Comedores para la tercera edad.
2 INTERNACIONALES	_____	_____

Fuente: Consultora Turidee

Las actividades más rentables de la población son:

• Agricultura

• Ganadería

• Cacería

Cuadro 30: destrezas para el turismo comuna Sacachun

DESTREZAS PARA EL TURISMO	No. DE PERSONAS
Inglés	-
Capacidad o experiencia en guianza	5
Cocina	4
Alojamiento	-
Elaboración/venta de artesanías/postales	-
Alquiler de equipos para turismo	-
Otros	-

Fuente: Consultora Turidee

Sendero Círculo de Piedras

La zona de vida de la comuna Sacachún se la clasificó como matorral desértico tropical y premontano. Los boques de esta formación comprenden la faja adyacente a la formación desértica tropical. (anexo 28 - 29 flora y fauna y anexo de imagenes)

Comuna Salanguillo

La Comuna Salanguillo pertenece a la provincia Península de Santa Elena, parroquia Colonche, ubicándose a pocos minutos de la parroquia en mención y a 63 kilómetros de Santa Elena.(Vease anexo 30 ubicación comuna)

La comuna mantiene costumbres como las reuniones de cabildo (el último día de cada mes) y tradiciones como sus fiestas tradicionales de la patrona Virgen Dolorosa y utilización ancestral de plantas medicinales. presenta un clima tropical húmedo y seco, teniendo un invierno único predominante.

Datos Geomorfologicos

El sector de la comuna de Salanguillo, ubicándose en la Península de Santa, abarca tanto, relieves colinados desarrollados sobre área detrítica fina y parte de la Cordillera Vulcano – sedimentaria de Colonche.

Clima

Siguiendo la clasificación bioclimática de Holdridge y teniendo en cuenta la extensión de la comuna Salanguillo; el sector inicial de la comuna (parte occidental) presenta un bosque seco tropical, siguiendo a éste el bosque húmedo tropical. El bosque seco tropical cual se encuentra como área de transición al bosque húmedo tropical.

Entre sus principales actividades económicas: se encuentra la practica de agricultura de ciclo largo y corto, la venta de caña guadua, paja toquilla. Los jóvenes, debido a la falta de trabajo, emigran comúnmente hacia Santa Elena o Guayaquil dedicándose en su mayoría a los trabajos de albañilería y ebanistería.

Recursos Culturales identificados en la Comuna Dos Mangas

- Uso de medicina natural: Sábila, llantén, albahaca, uso de brebajes naturales para
  mordeduras de culebras.
- Amorfinos.
- Leyendas: “Duende”, “Pájaro Brujo”, “Sahíno”.
- Fiestas Religiosas: Virgen de las Mercedes.
- Fiestas Patronales: 3 de julio, actividades que se realizan: carreras de burro, palo encebado, torneo de pañuelos, ensacados, gallina despescuezada, ollas encantadas.
- Día de los Difuntos: 1, 2, 3 de Noviembre, actividades que se realizan: mesa de muerto.
- Gastronomía: Picante, natilla, humita, tortillas, chiricano, tambores de yuca, muchines, conservas de papaya, dulce de zapallo, dulce de ciruela, mote, chicha de maíz, chancho o gallina ahornada.
- Artesanías en tagua, paja toquilla, lana de ceibo.

- Ebanistería.
- Restos arqueológicos: vasijas, osamentas y utensilios. Tolas (arqueología- cementeriocaverna- sello).

Infraestructura de Servicios Basicos

La comuna cuenta con un centro de educación primaria.

Transporte y Accesibilidad

La principal vía de acceso a la comunidad está lastrada.

Distancias

Cuadro 31: Dictancias Comuna Salanguillo

	NOMBRE	DISTANCIA	TIEMPO EN BUS	TIEMPO EN CAMIONETA
Cabecera parroquial	Manglaralto	45 Km	1,5 horas	0,70 horas
Cabecera cantonal	Santa Elena	55 Km	3,5 horas	1,28 horas

Fuente: Consultora Turidee

La comunidad usa como principal medio de transporte buses de la cooperativa Manantial de Guangala, las mismas que en época de invierno no llegan, por lo que los pobladores se ven en la necesidad de ir en caballo hasta Manantial.

Esta comunidad no cuenta con estaciones de transporte o terminales. La población de Salanguillo cuenta con telefonía fija y celular, carece de oficinas de correos y no cuenta con cabinas de telefónicas de ninguna operadora, la oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 1,93 Km (10 minutos en moto a Manantial).

El cibercafé con el que cuenta la población no está en funcionamiento por que los pobladores no tienen los conocimientos de computación.

Sanidad

La comunidad cuenta con un sistema de red de agua entubada la misma que satisface al 100% de la población y el servicio básico de alcantarillado no existe en la comuna.
El agua que usan los pobladores es tratada con cloro en la fuente de distribución.
La fuente principal de abasto del líquido vital para esta comuna es de pozo y en invierno usan el agua lluvia.

La mayoría de la población tiene varias formas de eliminación de excretas como: letrinas, pozo séptico y pozo ciego. las formas mas comunes en que disponen o eliminan la basura la mayoría de los pobladores de esta comuna son: quemándola o la entierran.

En esta comunidad sólo existe un botiquín comunitario que le pertenece al CPR. No hay establecimientos de salud a disposición de los pobladores, el sub-centro de salud más cercano se encuentra ubicado en Manantial y le pertenece a la parroquia Manglaralto que se encuentra a 1,93 Km de distancia.

La comuna cuenta con energía eléctrica y no tiene una gasolinera, la más cercana se encuentra a 23 Km en Palmar. La comunidad recibe el servicio público de la empresa eléctrica de Santa Elena que satisface al 100% de la población.

Cuadro 32: Instituciones involucradas en el desarrollo de la comuna

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	CENTRO DE PROMOCIÓN RURAL (CPR)	Campaña de desparasitaciòn, odontología, entrega de vitaminas, donación de equipo audiovisual, material didáctico, alimentación.
	MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE	Proyecto de reforestación
	MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA (MIDUVI)	No identificado
	MINISTERIO DE EDUCADIÓN	No identificado
	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA DEL ECUADOR	No identificado
	MUNICIPIO DE SANTA ELENA	No identificado
	CENTRO DE APOYO ESCOLAR	No identificado
	FUNDACIÓN NATURA	No identificado
	INSTITUTO NACIONAL DE LA NIÑES Y LA FAMILIA (INNFA)	Refrigerios
2. INTERNACIONALES	CORPORACIÓN GRUPO RANDY - RANDY CGRR	No identificado
	PLAN INTERNACIONAL	No identificado

Fuente: Consultora Turidee

Las actividades más rentables de la población son:

- Agricultura
- Recolección de tagua, barbasco y paja toquilla
- Tala de árboles en forma de raleo
- Pequeños ganaderos

En lo que respecta a destrezas para el turismo nadie denotó capacidades o experiencia en guianza u otras actividades relacionadas al turismo.

Sendero Las Campanas

Al inicio del recorrido para llegar a las cuevas, se observa vegetación semidecidua de bosque seco tropical, para luego en el recorrido transformarse en un bosque perennifolio y con gran diversidad, típico del bosque húmedo (también denominado bosque de garúa). Este último marca el inicio de la Cordillera Chongón Colonche.
La avifauna del sector se desarrolla tanto en los dos tipos de bosques, en mayoría. La flora y la fauna se relacionan entre sí teniendo en cuenta sus diversas características. (vease anexo 31 flora y Flora del sendero y anexo de imagenes)

Sendero Salto Chico

El sendero Salto Chico del la comuna Salanguillo, debe su nombre a los saltos de agua que se forman de uno de los río del sector. En el sendero se puede observar dos de éstas cascadas las cuales han sido denominadas Salto Chico y Salto Grande.

El sector de Salto Chico corresponde a bosque seco tropical, observándose vegetación semidecidua, siendo ésta un área de transición hacia el bosque húmedo. Éste salto se encuentra formado por la cascada Socavones. Para llegar al mismo se pasa por los sectores de río Guangala, Las Trancas y Dos Bocas. Continuando por el camino del Salto, la zona de vida del sector se va transformando hasta observar completamente un bosque perennifolio típico del bosque húmedo (bosque de garúa), sector correspondiente a la Cordillera Chongón Colonche.

La avifauna del sector se desarrolla tanto en los dos tipos de bosques, en mayoría. La flora y la fauna se relacionan entre sí, teniendo en cuenta sus diversas características. (Vease anexo 32 de flora y anexo de imagenes)

3.2.3. Clientes

Dada la ubicación de los senderos dentro de la Provincia de Santa Elena, hemos tomado en cuenta a las personas tanto nacionales como extranjeras que realizan turismo en ella como nuestros posibles clientes.

En la Provincia de Santa Elena no existen datos sobre volúmenes, procedencias estancias y gastos de turismo en la Provincia, ni encuestas realizadas, ya que no se ha estructurado un sistema estadístico permanente tanto en temporada alta como en temporada baja, que puedan complementar el conocimiento cuantitativo y cualitativo del mercado turístico. Se han tomado como datos de referencia los citados en el Plan de Marketing de la Provincia de Santa Elena.

Además nos hemos regido como nuestros posibles clientes a las personas que realizan visitas al las Áreas Naturales del Ecuador tomando como referencia los datos publicados por La Dirección de Áreas Naturales y el Ministerio de Ambiente en el año 2004, en el cual se observa que para el 2004 se dieron 392.612 visitas hacia las distintas áreas.

3.2.4. Proveedores

En nuestro caso también podríamos llamarlos posibles fuentes de financiamiento, dado que es un producto turístico que necesita de inversión para poder ofrecerlo de una manera adecuada, es por esto que hemos tomado como fuentes de financiamiento ciertos evaluados en el Plan de Marketing de la Prov. De Santa Elena.

- **Sector Publico**: El Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador, , PMRC (Programa de Manejos de Recursos Costeros), Ministerio de Ambiente
- **ONG´S:** World Wide Fund for Nature WWF (Fondo Mundial de la Naturaleza), Fundación Natura.
- **Entidades Privadas:** CORPEI, Cámaras de Turismo.

3.2.5. Intermediarios

- Propietarios de Restaurantes, Escuelas de Turismo, Líneas Aéreas, Cias. De Transporte Turístico-Locales, Museos, Operadoras de Turismo

Como se puede observar en el cuadro de Establecimientos turísticos registrados hasta el 2004, de las 12129 empresas registradas en el Ministerio de Turismo el 58% corresponde a la actividad de comidas y bebidas, el 22% a la actividad hotelera, el 12% corresponde a agencias de viajes.

Cuadro 33: Establecimientos Turisticos

ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRADOS EN EL MINISTERIO DE TURISMO AÑOS : 2000 - 2004					
ACTIVIDAD	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
ALOJAMIENTO	2.395	2.449	2523	2650	2686
COMIDAS Y BEBIDAS	6.313	6.102	6251	6664	7005
AGENCIAS DE VIAJES	1.099	1.319	1423	1404	1418
LINEAS AEREAS	47	52	53	56	58
RECREACION	641	594	590	653	646
TRANSPORTE TERRESTRE	42	46	100	138	163
TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO	93	120	94	93	91
OTROS	24	21	68	67	62
T O T A L	**10.654**	**10.703**	**11.102**	**11.725**	**12.129**

Fuente: Gerencia Naciona de Planificacion y Cooperacion Externa

La mayor concentración de Agencias de Viajes se da en la Provincia de Pichincha lo cual corresponde al 48.73% del total de agencias en el país, seguida de la Prov. del Guayas con el 18.41% y de la Prov. del Azuay con el 6.14%.8 .

3.2.6. Competencia

Definimos a nuestra competencia como las Áreas Naturales del Ecuador en las cuales se realicen las mismas actividades que en nuestro producto turístico. Sin embargo dividiremos como competidores directos e indirectos, tomando como principal competidor directo al Parque Nacional Machalilla dado que se encuentra muy cercano a nuestro producto turístico y además ofrece servicios muy parecidos.

Parque Nacional Machalilla

Es un área de reserva ecológica y arqueológica de gran importancia. Su encanto está en la combinación de desierto, las áreas bajas del parque son secas y semidesérticas, presentan hermosos paisajes, playas, bahías y acantilados. Cuenta con una infinita gama de especies marinas y terrestres.
El Parque es un verdadero museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Sudamérica. Para varios investigadores los bosques secos son de mayor importancia del mundo por su alto grado de endemismo.
Tiene playas seguras y tranquilas, que se destacan entre precipicios rocosos de sus orillas. Estas son las ***islas Salango*** y de ***La Plata***, varias islas menores e islotes pintorescos y un área marina de dos millas náuticas que se adentra en el mar desde la costa.
Además cuenta con los siguientes senderos:
El sendero eco turístico El Rocío un sector muy representativo del bosque seco tropical. Una característica granja agrícola de autoabastecimiento, abre la puerta a un sendero de 2 Km. de longitud.

El sendero interpretativo Bola de Oro que parte del recinto río Blanco en la Comuna de El Pital, es un pequeño paraíso verde en donde igualmente sus habitantes están empeñados en proteger la vida silvestre.
Existen ríos y cascadas de aguas cristalinas, exuberante vegetación, diversidad de flora y fauna.

El sendero el San Sebastian se encuentra ***e***n el corazón del Parque Nacional Machalilla, a 800 mm, se encuentra, con un bosque húmedo tropical, con altos árboles, en el área denominada San Sebastián, es posible llegar a través de la comunidad El Pital por el sendero Bola de Oro, o por Agua Blanca.. Más de 100 especies de aves viven en el bosque nublado de San Sebastián, muchos de ellos endémico de la región Tumbesina. Además,

es el habitad de mamíferos, como el oso hormiguero, venados, monos y tigrillos, y una gran variedad de insectos.

Capitulo 4

Analisis de Mercado

4.1. Demanda Turistica

Turismo en Santa Elena

No se existe un sistema estadístico permanente sobre el turismo tanto en las temporadas altas como en las bajas, para identificar tendencias de mercado y seleccionar acciones efectivas para la promoción del turismo y su evaluación.

Los datos más acordes con la realidad son las aproximaciones estadísticas del flujo turístico hacia la Provincia obtenidas por medio del Plan de marketing Turístico de la Prov. de Santa.

Las cifras más importantes son las siguientes:

- Durante un feriado de **Carnaval** se estima que 1’500.000 turistas se movilizan a nivel nacional. De esta cantidad, de un 12 al 15 % del movimiento turístico interno, se dirige a La Península (Ministerio de Turismo).
- 300.000 personas se desplazan de Guayaquil a la Provincia en Carnaval y en Semana Santa “respectivamente.
- Se estima que a la Provincia la población flotante llega a: 2’000.000 dos millones de visitantes al año, 800.000 en temporada de costa 3 meses Enero a Abril. El resto repartido en el resto del año.(datos 2006)

- Con un aceptable flujo de turistas y un excelente clima, Salinas recibe visitantes que en su mayoría precedían de Quito, Ibarra Portoviejo y Guayaquil (Diario El Universo, página 1A, 2 de Noviembre del 2006).
- El sector turístico de la provincia de Santa Elena se encuentra listo para recibir a un promedio de 80.000 visitantes durante el feriado de Difuntos e
- Independencia de Cuenca (Diario El Universo, página 8B, 28 de Octubre del 11 2006).

4.2. Oferta Turistica

- Los propietarios de pequeños restaurantes en Salinas, durante la temporada alta, generan un ingreso de hasta 600 dólares diarios; mientras que en temporada baja, generan entre 10 a 30 dólares diarios (Propietario de pequeño restaurante al pie del Malecón de Salinas).
- Feriado de **Semana Santa**, del 2006, 9.500 carros livianos, 400 buses. (Comisión de Tránsito del Guayas-CTG).

Los productos de la Provincia

Según las distintas definiciones de turismo (PIMTE 2003) se tiene:

- turismo clásico de sol y playa el cual no requiere mayor profundidad en su definición, sin embargo, es aquel cuyo objetivo es la permanencia en las playas para descansar, tomar sol y realizar actividades recreativas.

- turismo ecológico o ecoturismo que sería aquel turismo interesado en visitar espacios naturales protegidos (Parques Naturales, Parques Nacionales, Reservas, etc.) y conocer la flora y la fauna de los países visitados. En donde se entra a nichos de mercado en la observación de aves o aviturismo y de mamíferos marinos.

- El turismo deportivo, por su parte, se define como aquel que su objetivo prioritario es la práctica de algún deporte al aire libre y quizás con una cierta dosis de riesgo, con lo que se lo denomina turismo de aventura. Un interesante aporte por parte del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE) establece la siguiente división, de acuerdo a ciertos criterios internacionales:
    - Gran Aventura: deportes donde la fuerza motriz básica es el hombre.
    - Deportivo: donde se combinan elementos naturales con equipamiento.

- Turismo cultural, es común tanto al espacio rural como al urbano, al turismo de costa como al de interior y se basa en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Este tipo de turismo según el PIMTE genera un nivel de gasto bastante superior a otros tipos de turismo de recreación, ya que busca artesanías, gastronomía, asistir a eventos populares.

- En el turismo rural, el PIMTE incluye dos tipos de actividades: aquellas en las que el turista busca compartir otra vida diferente a la suya cotidiana y otras en las que lo que busca es conocer aspectos específicos de la vida fuera de las grandes urbes. Se afirma inclusive que existe una sinergia importante con el turismo cultural y algunos autores lo ubican también como turismo cultural. Sin embargo, el PIMTE, siendo la política nacional de marketing turístico, establece claramente la diferenciación, ya que los canales de comercialización del turismo cultural no suelen trabajar el turismo rural.

- El turismo de convenciones y congresos, el PIMTE explica que a diferencia del turismo de negocios, el de convenciones y congresos, sí es

un producto que puede ser promocionado *si se dispone de las infraestructuras necesarias*. Otra característica de este producto es que según estudios internacionales, el 40% de los asistentes a convenciones y congresos suele repetir la visita al país posteriormente como turistas con sus familiares y amigos. De ahí que las ofertas de productos de PRE y post congresos sean fundamentales como elementos de promoción.

Tipos de ofertas turísticas que se encuentran en la Prov. de Santa Elena

SOL Y PLAYA
- PLAYAS.
- LA RUTA DEL SOL (*"ya existente, pero poco promocionada", PIMTE, 2003)* Producto compartido con la provincia de Manabí. De sur a norte tiene: Chanduy, Anconcito, Punta Carnero, Mar Bravo, Salinas, Ballenita, Capaes, Punta Barandúa, San Pablo, Monteverde, Palmar, Playa Rosada, Pueblo Nuevo, Ayangue, San Pedro, Valdivia, Libertador Bolívar, San Antonio, Cadeate, Río Chico, Manglaralto, Montanita, Olón, Curia, San José, Las Núñez, La Entrada.

GRAN AVENTURA
- Ciclismo (Club Eco ciclismo Ecuador Aventura) a lo largo de la Ruta del Sol.
- Parapente.
- Alas Delta.

DEPORTIVO
- Velerismo: Salinas.
- Natación: Salinas.
- Tabla vela: Salinas, Punta Centinela.
- Esquí acuático: Salinas.
- Jet-Ski, Ski, Hidrolife, Slalom, Wafeboard: Salinas.
- Pesca deportiva por estaciones: Salinas y Punta Carnero.
- Surf: Montañita, Chocolatera y Chulluipe.
- Buceo: Islote El Pelado, Salango.
- Rappel: Olón.
- Volleyball: Salinas.

CULTURAL
- Celebraciones cristianas con costumbres: San Pedro, San Pablo, Virgen de la Merced, Fiesta de San Jacinto y Fiesta del Mar, Fiesta de la Virgen del Mar y Cristo del Pescador.
- Orígenes del Ecuador: excavaciones arqueológicas en La Libertad y Santa Elena (Amantes de Sumpa).
- Red de Santuarios: Santa Elena, Olón, Colonche.

- Artesanías y su proceso de elaboración: Paja Toquilla en comuna de Barcelona y Manglaralto; calcáreos; bronce y plata en Chanduy y tejidos de piola de algodón en Chanduy.

RURAL
- Salud, terapia, recuperación y rejuvenecimiento: Baños termales de San Vicente.
- Turismo comunitario y vivencial: Comunidad Dos Mangas.
- Descanso, Reposo y Tranquilidad: Casas de Retiro en Ballenita.

OBSERVACION DE AVES
- Aves migratorias (Garcetas, Gaviotas, Playeros, Flamencos): Piscinas de Ecuasal, Mar Bravo, y represa Velasco Ibarra de Salinas.
- Reserva de Bosque de "Loma Alta": sitio de importancia por la conservación de aves (según la Birdlife International).
- A lo largo de la Ruta del Sol, por la presencia de la cordillera Chongón-Colonche y la cercanía al mar.

OBSERVACION DE MAMÍFEROS MARINOS
- Ballenas Jorobadas: Salinas.
- Lobos marinos: Salinas (playa de la FAE).

CONVENCIONES Y EVENTOS
Competencias nacionales e internacionales:
- *Pesca deportiva.*
- *Tenis.*
- *Automovilismo.*
- *Belleza.*
- *Surf.*
- *Optimist.*

Mercados potenciales de la Provincia

Rural

- Salud, terapia, recuperación y rejuvenecimiento: Baños termales de San Vicente.
- Turismo comunitario y vivencial: Comunidad Dos Mangas.
- Descanso, Reposo y Tranquilidad: Casas de Retiro en Ballenita.

Observacion de Aves

- Aves migratorias (Garcetas, Gaviotas, Playeros, Flamencos): Piscinas de Ecuasal, Mar Bravo, y represa Velasco Ibarra de Salinas.
- Reserva de Bosque de “Loma Alta”: sitio de importancia por la conservación de aves (según la Birdlife International).
- A lo largo de la Ruta del Sol, por la presencia de la cordillera Chongón-Colonche y la cercanía al mar.

Observacion de Mamiferos Marinos

- Ballenas Jorobadas: Salinas.
- Lobos marinos: Salinas (playa de la FAE).

Convenciones y Eventos

Competencias nacionales e internacionales:

- Pesca deportiva.
- Tenis.
- Automovilismo.
- Belleza.
- Surf.
- Optimist.

En los mercados internacionales prioritarios hay desconocimiento por parte de los turistas y por parte del trade, si bien Estados Unidos, Colombia y Perú (por orden de importancia) muestran una mejor posición.

4.2.1. Foda Turistico de la Prov. de Santa Elena

Fortalezas

- Ubicación geográfica: cercanía a Guayaquil, unos de los grandes emisores nacionales, cercanía a Cuenca y Machala.
- Conexiones: Aérea (Aerolínea TAME, VIP) y Terrestre (Cooperativas de transporte público y vans privadas)
- Diversidad: productos turísticos generales y específicos que pueden ser promocionados todo el año.
- Imagen-Relaciones Públicas: Promoción conjunta de los tres cantones bajo el paraguas de la Provincia: Santa Elena, La Libertad y Salinas.
- Gastronomía.
- Destino de playa, con brillo solar los 365 días del año.

Oportunidades

· El turismo de naturaleza, vivencial, de culturas autóctonas que puede ofrecer la península tiene una demanda creciente a nivel mundial.
· El turismo es una actividad económica que crece a un ritmo sostenido del 4 % anual a nivel
mundial.
· El Ecuador se encuentra ejecutando un plan de promoción turística a nivel internacional
basado en el tipo de turismo que está en condiciones de ofrecer la provincia: naturaleza y culturas exóticas.
· Existen fondos disponibles del petróleo para sustentar los proyectos turísticos.
· La tecnología del Internet permite promocionar los atractivos a un costo relativamente bajo.
· Proyecto de provincialización porque permitiría mas recursos a la región.

Debilidades

- Señalización de acceso y señalización específica en cada uno de los cantones que le sirva al turista actual.
- Calidad de los servicios turísticos (hoteles, agencias de viajes)
- Atención al visitante.
- Infraestructura en general: saneamiento, salud, comercio, y vías de acceso.
- Difusión de información turística permanente: mapas, manual de venta del destino, como los principales. Así como folletos especializados por cada producto: observación de mamíferos marinos, observación de aves, deportes, arqueología de distribución a través del "trade" y centros de información turística "in situ". Con el objeto de aglutinar la oferta turística como un todo, persuadir al visitante cautivo a experimentar los productos turísticos y aumentar su estancia.
- Actividades de marketing: desarrollo de "todo" el marketing mix.
- Servicio y trato al visitante por parte de los prestadores de servicio.
- Disponibilidad de guías turísticos calificados y especializados, con habilidades de comunicación oral-escrita bilingüe
- Investigación de Mercados permanente (perfil del visitante en temporada alta y baja) para afinar las estrategias producto-mercado.
- Liderazgo gremial local, trabajo coordinado y en equipo de la promoción.
- Precisión de metas, funciones y procedimientos claros para cada uno de los actores: Cámara Provincial de Turismo, Cámaras de Turismo, Municipios, Agencias Tour Operadoras, Hoteles y Restaurantes.
- El turismo de naturaleza, vivencial, de culturas autóctonas que puede ofrecer la península tiene una demanda creciente a nivel mundial.
- El turismo es una actividad económica que crece a un ritmo sostenido del 4 % anual a nivel mundial.

- El Ecuador se encuentra ejecutando un plan de promoción turística a nivel internacional basado en el tipo de turismo que está en condiciones de ofrecer la provincia: naturaleza y culturas exóticas.
- La tecnología del Internet permite promocionar los atractivos a un costo relativamente bajo
- La " provincialización" porque permitiría mas recursos a la región.

Amenazas

- Alteraciones climáticas por el calentamiento global que se suman al fenómeno del Niño y a la amenaza de sismo en la costa ecuatoriana.
- Presencia de negocios ilícitos como coyoterismo y lavado de dinero.
- Aumento de la marginalidad a causa de la pobreza.
- Perdida de mercado debido a la sobrecarga de las playas con lo que se beneficiaría las playas de sur y norte de Manabí.

4.2.2. Factores clave del turismo

Para poder aprovechar las oportunidades favorables que se le presentan a la Provincia de Santa Elena se deberán solucionar, por lo menos, los siguientes factores internos:

Infraestructura y servicios públicos

- Servicios básicos Agua, energía eléctrica, alcantarillado, funcionando.
- Carreteras y calles en buen estado.
- Eficiente recolección y manejo de deshechos sólidos y líquidos.

Atractivos, conservación equipamiento y facilidades

- Preservación de los atractivos de carácter natural y cultural que poseemos y recuperación de los que se encuentran deteriorados.
- Dotar a los atractivos del equipamiento y facilidades para los turistas como señalización, puntos de información, etc.
- Ordenamiento y mejora de la imagen de los centros poblados cercanos a los atractivos.

Servicios turísticos

- La necesidad de mejorar de la calidad de los servicios turísticos acorde con los estándares internacionales.

Anfitriones

- Necesidad de que la población se encuentre capacitada para dar un adecuado trato al turista.
- La importancia de que se conserven las costumbres y tradiciones de la población ya que son un importante activo turístico que posee la Provincia de Santa Elena.

Visitantes

- Es importante controlar el ingreso del turismo masivo que deteriora los
  atractivos turísticos.

Superestructura

- Necesidad de contar con planes globales de turismo, que tengan el apoyo de las autoridades y la población y que se encuentren debidamente financiados

Promoción y comunicación

- Se deberá contar con planes de promoción y con políticas de comunicación
  coherente y estructurada.

4.2.3. Tendencias del turismo

Según la O.M.T. (Organización Mundial del Turismo), el crecimiento medio previsto a largo plazo es del 4 % anual para este sector. Esto significa que 25 millones de turista se incrementan anualmente en el mundo.

Aunque, como podemos observar, el crecimiento de las llegadas de turistas al Ecuador aún no crece al ritmo promedio de América del sur, el Fondo Mixto de Promoción Turística se encuentra ejecutando un plan de mercadeo que busca incrementar sustancialmente en los próximos años, los arribos de turistas internacionales al Ecuador.

Por otro lado, la tendencia mundial es la de una creciente demanda del turismo ligado a la naturaleza en detrimento del tradicional de sol y playa, por esta razón la promoción turística del Ecuador tiene como grupo objetivo a este tipo de turista, pues según estudios de su perfil, las personas que visitan los entornos naturales gastan alrededor de 100 dólares diarios en dichos viajes, una cantidad superior a los tradicionales turistas de Sol y Playa.

La Provincia de Santa Elena posee en abundancia los atractivos que requieren los turistas de naturaleza (paisajes singulares, flora, fauna, arqueología, artesanías, culturas y costumbres autóctonas, etc.), por lo qué, según esta tendencia, si se toma las medidas necesarias, la provincia de Santa Elena podría, en los próximos años, incrementar sustancialmente el

número de turistas internacionales. Esto no significa que se deba descuidar el importante aporte que genera, para su economía, el turismo interno.

4.3. Investigacion de Mercado

4.3.1. Identificacion del Problema

Antecedentes que enmarcan la definición del problema a solucionar:

Cifras de la OMT al 2006 muestra que el turismo crece a un 4% lo que significa que 25 millones de turistas se incrementan anualmente y en América del Sur hubo un incremento del 10%. El sector del turismo es un motor importante del crecimiento económico del país, según datos ofrecidos por el Ministerio de Turismo se indico que la actividad en el Ecuador experimento un crecimiento de 7%, cifra que se registra hasta el 31 de octubre de 2008. Las estadísticas demuestran que hasta la fecha mencionada se han registrado 918.599 llegadas de visitantes extranjeros, lo que hace prever que hasta el 31 de diciembre se superó el millón de visitantes. Los principales países emisores siguen siendo Estados Unidos con el 24,9 %, seguido por Colombia con el 20.2%, Perú con el 14.2%, Chile 2.5%, Venezuela con el 2.5%. Con respecto al turismo interno el 43 % de los ecuatorianos se desplazaron a destinos turísticos de los Andes, el 34 % a la Costa, el 19% a la Amazonía y el 4% a las Islas Galápagos. Lo que permite destacar nuevos sitios turísticos en el Ecuador.

Al 2008 se invirtió más de doce millones de dólares en la promoción internacional de todos nuestros atractivos turísticos y casi 3 millones de dólares en fomentar el turismo interno; lo cual generó un movimiento económico aproximado de 352 millones de dólares que dinamizó la economía

En el Ecuador comenzó desde el 2003, con una nueva etapa de difusión como destino prioritario para los viajeros del mundo, con un Plan estratégico para la difusión turística comprendido en tres ejes: un Programa Integral de Marketing con la marca Ecuador (PIMTE), la apertura de oficinas de promoción en el extranjero, y una campaña en los medios mas grandes de Europa y América. El plan del gobierno es una iniciativa del Fondo Mixto de promoción turística del Ecuador (FMPT), que es el fideicomiso mercantil financiado por recursos del sector privado y del Gobierno Nacional. Las metas principales del plan son: Integración de la marca turística Ecuador, redefinir al Ecuador como oferta turística en su posicionamiento, determinar productos y mercados prioritarios, lo que se busca es posicionar la marca Ecuador con el mensaje “La vida en estado puro”.

Según PIMTE, éste apunta al “turista de aventura accesible”, mezcla de turista mochilero y burbuja, que busca aventura, tener contacto con el medio, experiencias más reales de calidad y en busca de confort, respetando el medio ambiente, y muchas veces en busca de Ecoturismo, donde su gasto promedio al día es de $100, sin olvidar a los turistas tradicionales en busca de playa y sol. Este PIMTE puede ser usado a nivel micro local, ya que en el año 2006 se empezó con la promoción turística de La Prov. de Santa Elena (siguiendo las faces del PIMTE), el cual debe seguir enfocado en el mismo target turístico del plan, posicionando la marca país donde su principal característica es la “Diversidad”.

Es así como el gobierno mediante consultores profesionales realiza proyectos para potencializar al Ecuador, y desde el mes de Octubre se realizó el compromiso entre el Ministerio de Turismo y el gobierno en la promoción de la “Ruta del Spondylus”, que constituye una herramienta binacional entre Ecuador y Perú, para promover turísticamente las diferentes culturas, costumbres, sitios y demás atractivos que poseen especialmente

las comunas donde se encuentran vestigios de la concha Spondylus, y que la actividad turística sirva de desarrollo económico de las poblaciones inmersa en la ruta, como son: Prov. de Manabí, Santa Elena, Guayas, El Oro, y Loja en el Ecuador, y los departamentos de Lambayeque, Tumbes, Piura, Cajamarca entre otros de la Macro- región Norte del Perú, arrancando con una inversión en 3 años de cinco millones de dólares.

La Prov. de Santa Elena posee los atractivos que requieren los turistas de naturaleza que es flora, fauna, arqueología, culturas autóctonas, lo que marca una tendendencia de incrementar el turismo internacional sin descuidar el interno (Según datos al 2008 del Ministerio de Turismo, el turismo interno en los feriados de la Prov. de Santa Elena se movilizaron 4 millones de personas). Es por ello que se han identificado destinos turísticos en comunas pertenecientes a la Ruta del Spondylus, donde se pueda practicar el Ecoturismo en la provincia.

Definición del Problema :

En Septiembre del 2008 se arranco con la construcción del proyecto de los senderos pertenecientes a la Ruta Spondylus en la Prov. de Santa Elena que comprometen a las comunas de Sinchal, Sacachún, Loma Alta, Salanguillo, Dos Mangas, La Entrada, en cada una se ha identificado cada producto estrella que sea turísticamente operable, éste proyecto base fue realizado por medio de consultores turísticos, ambientales, biólogos, arquitectos, y que hasta la fecha no han sido reconocidos turísticamente por el mercado, por lo que no poseen un plan de marketing que promocione y permita establecer estrategias de mercadeo para el reconocimiento del producto turistico perteneciente a la Ruta del Spondylus, en el mercado nacional e internacional.

Cada comuna posee bosques tropicales secos y húmedos, en estado primarios o semi primario, es decir escasamente visitados o explotados y en algunos se encuentran trayectos de reserva ecológica, con fauna y flora que caracterizan a esta zona como árboles maderables (guayacán, roble), carbón, paja toquilla, platanillos, monos aulladores, tucanes, gallinazos, peces, venados, tigrillos, animales silvestres, etc.

Aunque con distintos ecosistemas, tanto la flora y la fauna son similares entre los senderos escogidos, la relación que poseen con la competencia directa que se ubican en la zona costera del Ecuador, es el turismo alternativo, es decir de "naturaleza" (PIMTE), donde se practica el ecoturismo, en donde éste, ya conlleva hacia una dimensión social. Definido por la sociedad internacional de Ecoturismo, el nuevo Ecoturismo, como "el viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y sustenta bienes de la población local", en ésta definición se engloba el mayor competidor directo que es "El Parque Nacional Machalilla", ubicado en Puerto López, Manabí, y en lo que se enfoca a los senderos de la Ruta del Spondylus.

El problema a solucionar:

Estos bosques contienen el potencial turístico que necesita ser reconocido y promovido, enfocándose en la flora y fauna que posee cada sendero, y las actividades eco turísticas y deportivas que se pueden realizar y disfrutar en ellos, sin embargo no poseen un Plan de Marketing que permita conocer el interés del turista y la captación del interés turístico por visitar los senderos, tanto para el consumidor nacional como internacional, y es allí donde se encuentra el problema que se pretenderá abordar, además que no se ha realizado ningún tipo de promoción en general de la Ruta Spondylus.

Importancia de solucionar el problema:

Es por esto que existe la necesidad de realizar un plan de marketing que permita conocer el mercado meta, que mediante la promoción y difusión del productos poder incentivar al turista y mantener su fidelidad y continuidad en el consumo del producto, implementando estrategias de promoción turística adecuada, generando impactos colaterales en el desarrollo económico de estas comunas, en donde no se ha realizado ningún tipo de inversión económica o social.

En donde la solución del problema se regirá en el enfoque de la marca Ecuador " Diversidad", "La vida en estado puro", como lo establecío el Ministerio de Turismo (PIMTE) y Plandetur, cobrando más protagonismo el Turismo de Naturaleza.

4.3.2. Objetivos de la Investigacion

1. Identificar cual es el perfil del consumidor a la que apunta el mercado turístico de los senderos interpretativos.

2. Conocer la disponibilidad a pagar de los turistas por realizar senderismo en la Prov. de Santa Elena.

3. Determinar la razón de porque los turistas extranjeros y nacionales visitan a la Prov. de Santa Elena.

4. Calificar atributos y actividades realizadas en la actividad del senderismo.

5. Calificar y conocer atributos de los productos complementarios a ofertar.

6. Calificar atributos y actividades realizadas en la Prov. de Santa Elena.

7. Medir el grado de desconocimiento de la Ruta del Spondylus de la Prov. de Santa Elena y en general y de sus productos derivados de ella.

8. Conocer el tiempo de estadía y el gasto incurrido en el turismo para medir la planificación de las actividades a realizarse.

4.3.3. Método de Investigación

Dado los objetivos de la investigación y los de nuestro proyecto de tesis, se recurrió en primer lugar a un método de investigación exploratoria la cual nos permitió recolectar información sobre el mercado turístico y ecoturístico en Ecuador, dada la no existencia de datos sobre el flujo turístico en la Provincia de Santa Elena nos regimos por los datos presentados en el Plan de Marketing de la Provincia, lo cual nos servirá como referencia para probar la existencia de posible mercado potencial.

Luego se procedió a utilizar el método de investigación descriptivo el cual nos permitirá definir hacia que tipo de consumidor nos debemos dirigir, el tipo de información que deseo obtener de los encuestados, la manera de obtener la información y el por que la necesitamos.

4.3.4. Segmentación

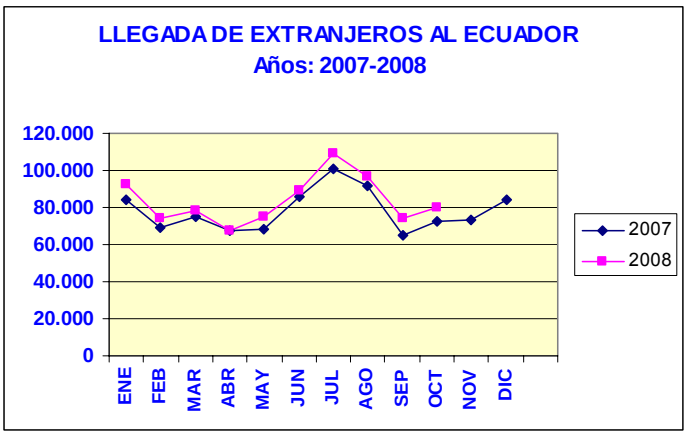
Hemos tomado como grupo objetivo a los Turistas Nacionales y Extranjeros, con una edad comprendida entre los 26 – 45 años, con un nivel socioeconómico medio, medio – alto y alto y niveles de ingreso superiores a los 600 dólares.

4.3.5. Técnicas de Muestreo

Definición del mercado

Nuestro marco muestral deberían ser todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan áreas naturales o los lugares cercanos a los senderos en este caso la Provincia de Santa Elena, ya que ellos son los que podrían darnos información apropiada y su percepción acerca de los senderos.

Figura 12



Fuente: Ministerio de Turismo

En los cuadros se puede observar el crecimiento del ingreso de turistas al Ecuador con datos provisionales hasta el 2008 se observa un incremento hasta el mes de octubre del 2008 en comparación con el 2007 del 7.01%, estas cifras nos indican que el nivel de turismo en el Ecuador cada año se va incrementando lo q permite destacar nuevos sitios turísticos.

Además se logro obtener información acerca de la cantidad de visitantes nacionales y extranjero hacia áreas naturales del país con características muy similares a las de nuestro producto pero con datos hasta el 2004 dado

que no se han realizado estudios posteriores a este lo cual servirá como referencia para probar que en el ecuador se realizan este tipo de actividades, por este motivo se realizo una proyección al año 2007, con la cual podremos estimar la demanda.

No se logro obtener información del ingreso de turistas a la Provincia de Santa Elena dado que solo existe en lo que respecta a la Provincia del Guayas.

Es por esto que se opto por sacar el tamaño de la muestra en base a los datos de visitas de turistas a las Áreas Naturales. (véase el cuadro de Registro de visitas a las Áreas Naturales del Ecuador – ANEXO 33)

Para realizar la proyección de la demanda hasta el año 2008 se utilizo el Método de Proyección de Demanda mediante Tasas de Crecimiento Aritmético.

Para realizar la proyección de la demanda se utilizo el Registro de Visitantes Nacionales y Extranjeros a las Áreas Naturales de Ecuador publicado por la Dirección de Áreas Naturales – Ministerio de Ambiente en el año 2004.

Para empezar se calculo la variación del total de visitantes que hubo tanto a nivel Nacional como Extranjero del 2003 con respecto al 2002 y del 2004 con respecto al 2003.

Cuadro 34: Variacion anual de visitas a Areas Neturales del Ecuador

VARIACION 2003/2002		VARIACION 2004/2003	
NACIONALES	EXTRANJEROS	NACIONALES	EXTRANJEROS
-0,044	0,058	0,185	0,023

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo
Fuente: Registro de visitas nacionales y extranjeras a areas naturales del Ecuador – Ministerio de Medio Ambiente

Luego se procedió a calcular la tasa de crecimiento anual de visitas a las áreas naturales sumando las variaciones a nivel nacional y dividiéndolas para 2, y lo mismo para los extranjeros.

Cuadro 35: Tasa de crecimiento promedio anual de visitas a areas naturales del ecuador

TASA DE CRECIMIENNTO PROMEDIO ANUAL	
NACIONAL	EXTRANJERO
0,0705	0,0409
7,05%	4,09%

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

La proyección para los años 2005, 2006, 2007 y 2008 la realizamos de la siguiente manera:

Para la proyección del año 2005 utilizamos el total de visitas de turistas nacionales del año 2004 y lo multiplicamos por (1+tasa de crecimiento promedio), que en este caso seria:

Proyección del número de visitantes nacionales a las áreas naturales del Ecuador para el año 2005

Total de visitas nacionales en el 2004: 243,436
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

243,436*(1+0.0705)= 260,603

Para el siguiente año 2006 se hizo utilizando la proyección de visitas para el 2005 y multiplicándolo por la misma tasa de crecimiento y así sucesivamente para el resto de años.

Proyección del número de visitantes nacionales a las areas naturales del Ecuador para el año 2006

Total Proyectado de visitas nacionales para el 2005: 260,603
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

260,603*(1+0.0705)= 278,980

Proyección del número de visitantes nacionales a las areas naturales del ecuador para el año 2007

Total Proyectado de visitas nacionales para el 2006: 278,980
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

278,980*(1+0.0705)= 298,653

Proyección del número de visitantes nacionales a las areas naturales del Ecuador para el año 2008

Total Proyectado de visitas nacionales para el 2007: 298,653
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

298,653*(1+0.0705)= 319,714

Para la proyeccion de los visitantes extranjeros se utilizo el mismo metodo que para los visitantes nacionales

Proyección del número de visitantes extranjeros a las areas naturales del Ecuador para el año 2005

Total de visitas extranjeras para el 2004: 149,176
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

149,176*(1+0.0409)= 155,273

Proyección del número de visitantes extranjeros a las áreas naturales del Ecuador para el año 2006

Total Proyectado de visitas extranjeras para el 2005: 155,273
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

155,273*(1+0.0409)= 161,619

Proyección del número de visitantes extranjeros a las áreas naturales del Ecuador para el año 2007

Total Proyectado de visitas extranjeras para el 2006: 161,619
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

161,619*(1+0.0409)= 168,225

Proyección del número de visitantes extranjeros a las áreas naturales del Ecuador para el año 2008

Total Proyectado de visitas extranjeras para el 2007: 168,225
Tasa de crecimiento promedio: 0,705

168,225*(1+0.0409)= 175,101

Cuadro 36: Resumen de Proyección de Visitas Anuales a las Áreas Naturales del Ecuador

PROYECCION	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
2005	260603	155273	415876
2006	278980	161619	440599
2007	298653	168225	466878
2008	319714	175101	494815

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Calculo del Tamaño de la Muestra

La ecuación que vamos aplicar para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * pq}{e^2}$$

Donde se considerara el porcentaje de turistas que visitan las Áreas Naturales del Ecuador como éxito y los que no lo visitan como fracaso.
Dado que estoy trabajando con población infinita utilizo Z= 1.96 con un error permisible del 5%.

Primero, se procedió a calcular de la misma manera, que se realizo para la proyección de visitas nacionales y extranjeras a las areas naturales, para

este calculo se utilizo el Total de Llegada de Extranjeros al Ecuador (VEASE CUADRO 4 - CAPITULO 3).

CUADRO 37: Variacion de llegadas de extranjeros al Excuador

VARIACION 2006/2005	VARIACION 2007/2006
LLEGADA DE EXTRANJEROS	LLEGADA DE EXTRANJEROS
-0,022	0,115

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Tasa de crecimiento promedio anual de llegadas de extranjeros del Ecuador: 0,046418

Proyección del número de llegadas de extranjeros al Ecuador para 2008:

Total de llegadas de extranjeros en el 2007: 937,487
Tasa de crecimiento promedio: 0,046418

937,487*(1+0,046418)= 980,611

Cuadro 38: Proyeccion de llegadas de extranjeros para el 2008

	LLEGADA DE EXTRANJEROS					
	2004	2005	2006	2007	2008	VAR% 2008/2007
ENE	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9,88
FEB	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6,67
MAR	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4,03
ABR	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0,34
MAY	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8,87
JUN	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4,07
JUL	90.882	95.621	89.829	101.088	109.250	8,07
AGO	73.697	80.181	77.826	91.309	96.336	5,51
SEP	59.541	59.431	65.198	64.966	73.757	13,53
OCT	68.377	63.755	66.538	72.365	79.814	10,29
Sub total	681.501	718.378	696.331	780.401	835.141	7,01
NOV	64.036	65.896	65.359	73.273		
DIC	73.390	75.614	78.865	83.813		
TOTAL	818.927	859.888	840.555	937.487	980.611	

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Para el cálculo del tamaño muestral se consideraron los siguientes datos:

Cuadro 39: Resumen de datos para calculo de tamaño muestral

Poblacion Ecuador (según datos del INEC proyectados al 2008)	13805095
Extranjeros que ingresaron a Ecuador (proyectados al 2008)	980611
Total de personas que pisaron el Ecuador (a)	14785706
Nacionales que visitaron Areas Naturales (proyectados al 2008)	319714
Extranjeros que visitaron Areas Naturales (proyectados al 2008)	175101
Total de personas que visitaron Areas Naturales del Ecuador (b)	494815
Probabilidad de éxito (b/a)	0,0334658
Probablididad de éxito en porcentaje (P)	**3,35**
Probabilidad de fracaso (1-P)	0,9665342
Probabilidad de fracaso en porcentaje	**96,65**

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Cuadro 40: calculo del tamaño muestral

z	1,96
n=(z(cuadrado)*probexito*probfracaso)/5%	
n	1242,5966
n final	249

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Obteniendo así una muestra de 249 para el desarrollo de las encuestas.

4.3.6. Diseño de la Investigación

Para la realización del formato de la encuesta se tuvo en cuenta una serie aspectos:

- Objetivo de la investigación
- Grupo objetivo a encuestar

- Definición del tipo de preguntas: dicotomicas y de múltiples opciones, dado que esto nos permitira eliminar sesgo por parte del entrevistador.

Las preguntas a realizarse en las encuestas deberán ser claras, sencillas y objetivas para de esta manera evitarse confusiones por parte del encuestado y lograr la disposición de este por realizar la encuesta.

En la encuesta se plantearan 30 preguntas en las cuales se pedirán: datos demográficos, psicograficos, preferencias, precios, frecuencia, actividades, disposición, orden de importancia.

La encuesta será proporcionada tanto en español como en ingles dado que será realizada a turistas extranjeros.

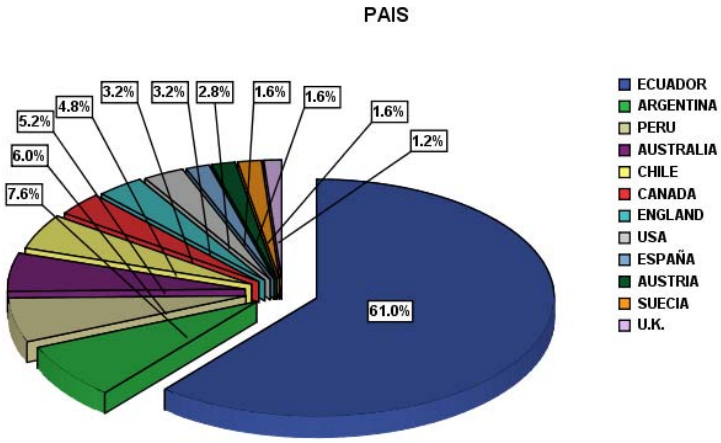
4.3.7. Análisis de Datos

Resultados de las Encuestas

La recolección de datos se la hizo en la Provincia de Santa Elena en las zonas de Salinas, Ayangue y Montañita dado que son los lugares con mayor concentración de turistas, la recoleccion fue realizada en el mes de Diciembre del 2008.

Se introdujo los resultados presentados en las encuestas mediante la tabulacion en el programa SPSS el cual nos permitió obtener los siguientes resultados:

Figura 13



El turismo interno una vez más cobra protagonismo, del total de la muestra realizada en la Prov. de Santa Elena en los cantones de Salinas y Santa Elena los turistas nacionales representan el 61% y los extranjeros el 39% restante. Entre los turistas extranjeros los más representativos son Argentina con el 7.6%, Perú con el 6% y Australia con el 5.2% del total de la muestra.

Dentro de los turistas internacionales y nacionales que visitaron la Prov. de Santa Elena los hombres representan el 63% y las mujeres el 37%. Lo que demuestra a primera instancia la disponibilidad o la facilidad que tiene el género masculino en realizar viajes por diferentes motivos.

El rango de edades más representativo se ubica entre 26-45 años de edad con el 56% del total de la muestra, algunos factores pueden influenciar en este grupo de turistas, como su nivel de independencia, nivel de ingresos, disponibilidad de recursos económicos: movilización, alojamiento, independientemente de que tipo de turismo realizarían, quedando rezagado el grupo de turistas con edades entre 15-18 con el 2.4% y los de la tercera edad con el 6.4%.

Los profesionales representan el 67%, los estudiante representan el 28% y los desocupados el 6% del total de la muestra, estas estadísticas están relacionadas con el rango de edades de los turistas.

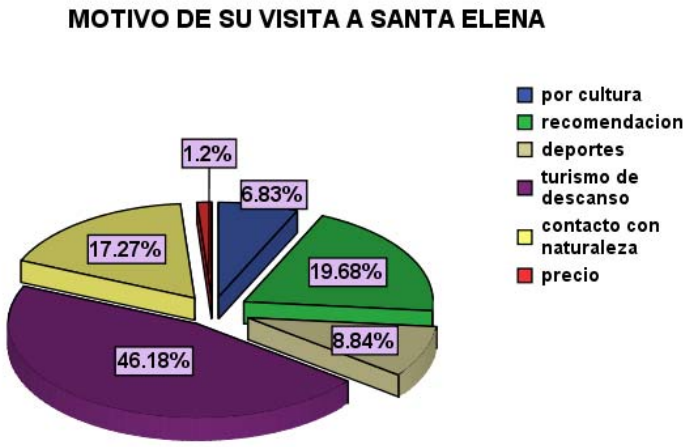
El grupo de turistas solteros tienen el 79%% de la muestra los casados el 10% y los divorciados con el 2%.

El nivel de ingresos mas representativos se encuentra entre 600-1000 dólares con el 24%, seguido con el nivel de ingresos de 1000-2500 dólares con el 23% y mayor a 2500 con el 22%, donde ya se muestra una tendencia en la capacidad de pago de turistas con ingresos superiores a 600.

Se observa que el tipo de lugar de hospedaje de mas afluencia por los turistas son los hostales con un 45.4%, seguidos por los hoteles con el 29.7%, dado las características personales de los encuestados, es decir su ocupación, edad y el nivel de ingresos, de los turistas que visitan estas zonas.

Los viajes turísticos realizados con amigos representa el 57% del total de la muestra seguido de viajes con la pareja del 23%, y viajes en tours con el 2%, recalcando que la recolección de datos se realizo en Salinas y hacia la Ruta del Sol y Ruta Spondylus, por lo que se estima que se necesitan un buen nivel de recursos económicos en los viajes hacia estas rutas, es por ello que los tours no avanzan hasta estas zonas, a excepción de Salinas.
El principal motivo en realizar viajes a diferentes sitios, son las vacaciones con el 75% del total de la muestra.

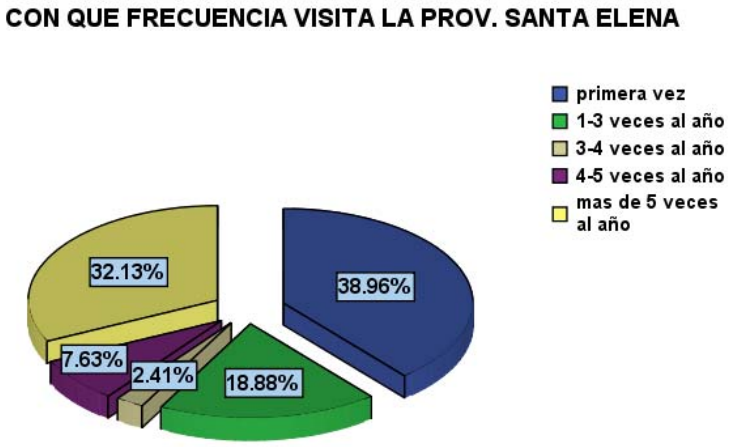
Figura 14



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 15



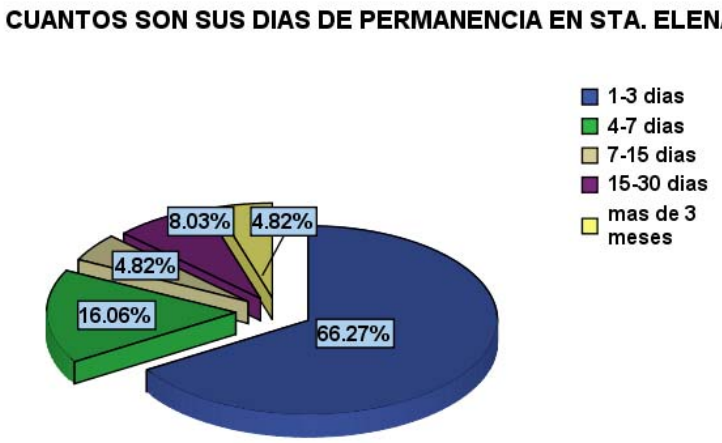
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

El turismo de descanso predomina de las diferentes opciones con el 47%, en la Prov. de Santa Elena, lo cual debe de tener diferentes opciones que se comprobaran en la siguiente pregunta, seguidos por recomendación con el 20%, en lo que respecta a contacto con la naturaleza el 17.3% de los encuestados lo indican como su motivo de visita, con las opciones de precio 1.2% y por cultura el 7% como valores rezagados, lo cual se estimaría que estos resultados ocurren por la presencia de turismo clásico “Sol y Playa”, y la ausencia de la promoción del turismo alternativo.

Según los datos, muestran que la gran parte de los turistas encuestados visitan la Prov. de Santa Elena por primera vez representando por el 39% del total de la muestra, seguido del 32.1% con una frecuencia de mas de 5 veces al año.

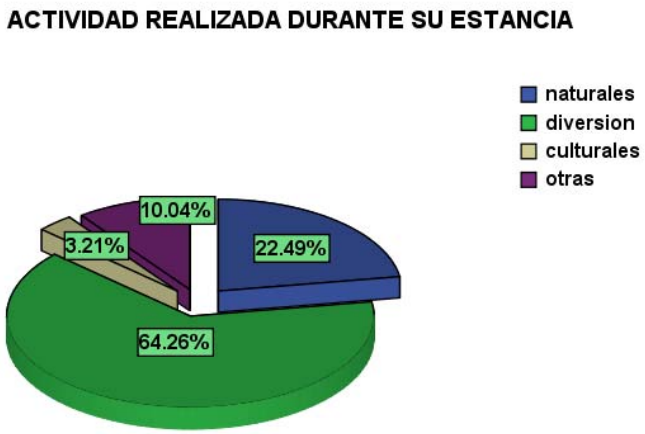
Figura 16



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 17



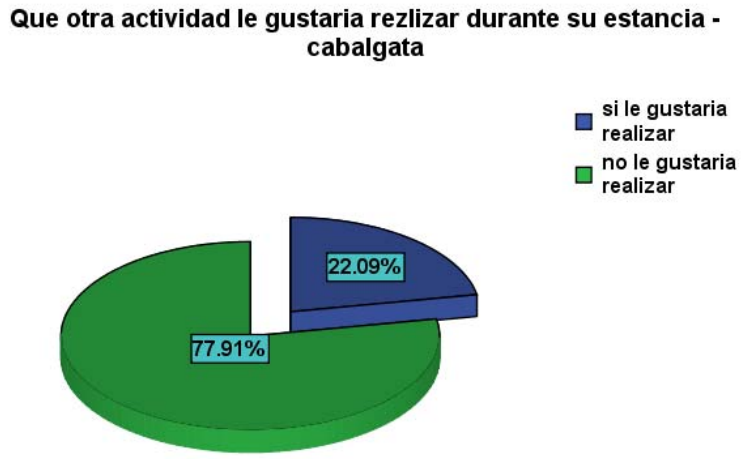
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

El rango de estadía de un turista en la Prov. de Santa Elena va desde 1-3 días con el 66% del total de la muestra seguido del rango de 4-7 días con el 16.1%.

Comprueba los resultados de la pregunta 10 donde predomina el turismo de descanso y los factores que llevan a este motivo, es la diversión que obtengan en la Prov. con el 64%, seguido de las actividades naturales con el 23%, la cual combinadas pueden representar opciones de turismo alternativo como el de “NATURALEZA” .

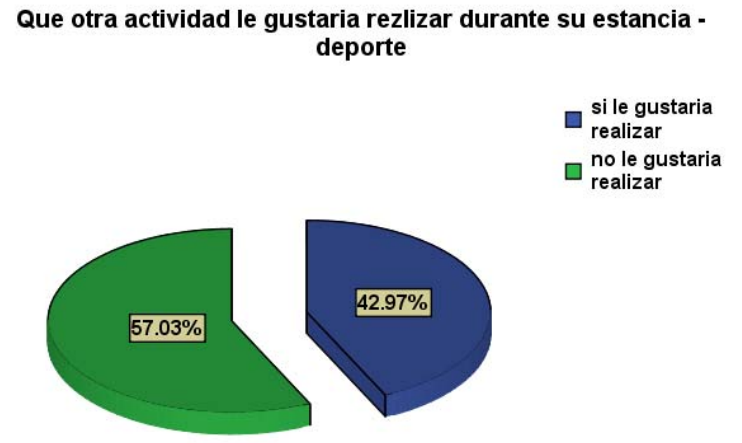
Figura 18



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 19



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

De total de la muestra el 42.97% le gustaría realizar la actividad de deporte como alternativa durante su estancia en la Provincia.

De total de la muestra el 22.09% le gustaría realizar cabalgatas como actividad alternativa durante su estancia en la Provincia.

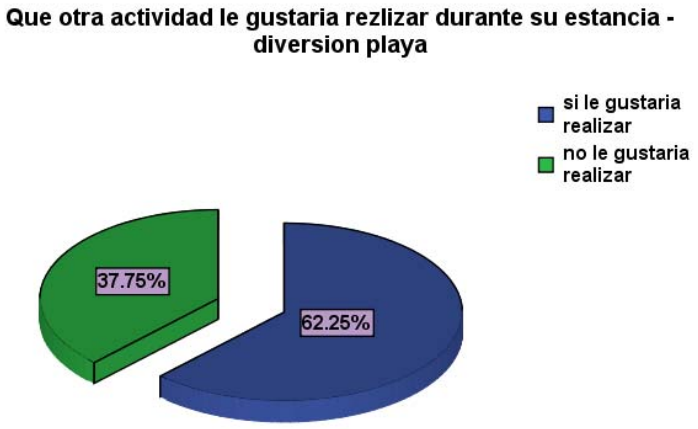
Figura 20

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

De total de la muestra el 12.85% le gustaría realizar cicloturismo durante su estancia en la Provincia.

Figura 21

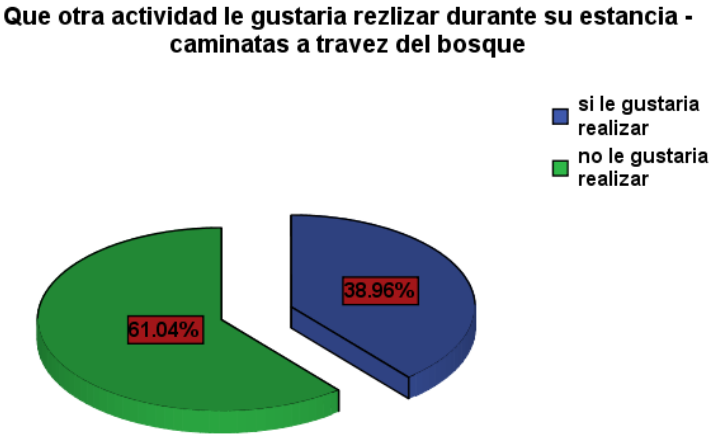


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

De total de la muestra el 63% si le gustaría la diversión en playa como actividad realizada en un viaje de turismo.

Figura 22

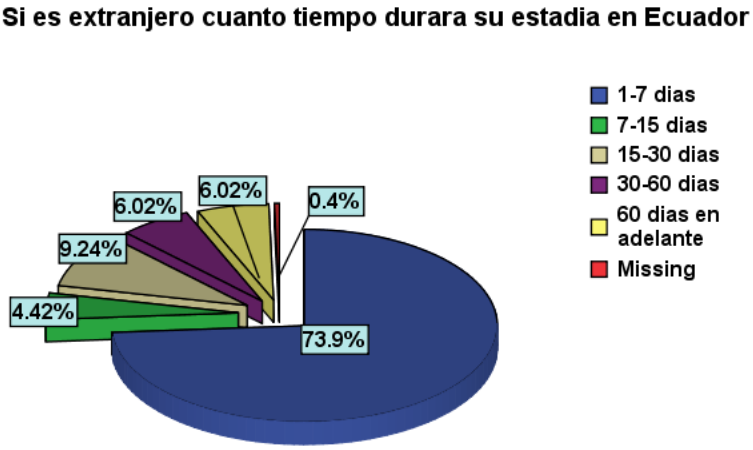


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

De total de la muestra el 38.96% le gustaría realizar caminatas a través del bosque durante su estancia en la Provincia.

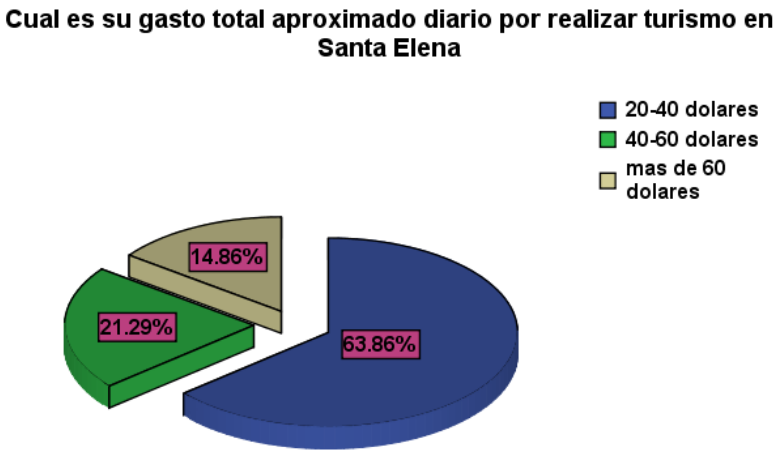
Figura 23



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 24



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

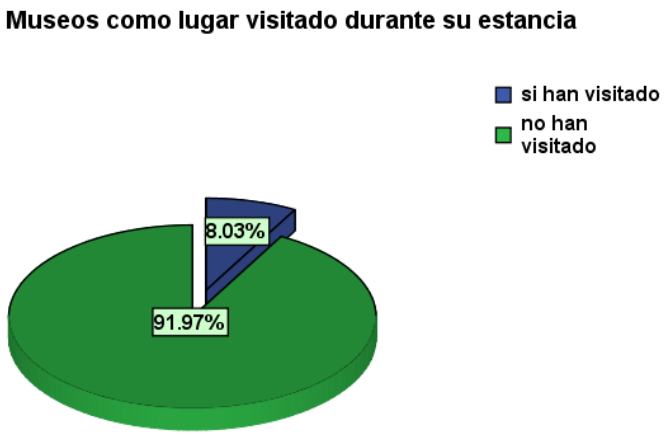
Un turista extranjero permanece en el Ecuador de 1 -7 días con el 74.3%. El 63.86% del total de los encuestados indican que su gato total aproximado por realizar turismo en la Provincia de Santa Elena se encuentra en el rango de 20-40 dólares. Seguido de un 21.29% que realizan un gasto aproximado de 40-60 dólares.

Figura 25

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 26



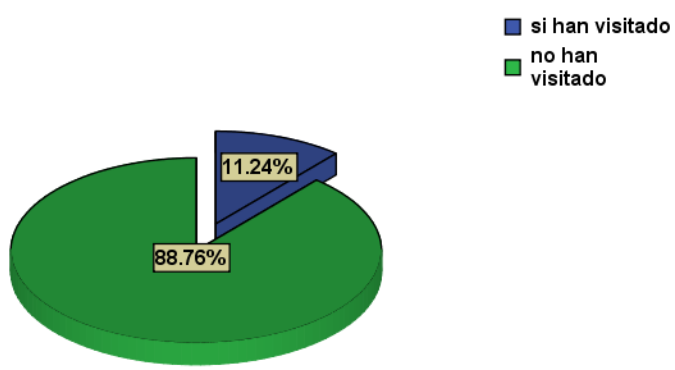
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Del total de encuestados el 100% ha visitado las playas de la Provincia durante su estancia lo que nos demuestra una vez mas que es el producto turistico mas representativo de la Provincia.

Durante la estadía en la Prov. de Santa Elena apenas el 8.03% ha visitado los museos, es decir en lo que respecta a turismo cultural no acapara mayor atención de los turistas.

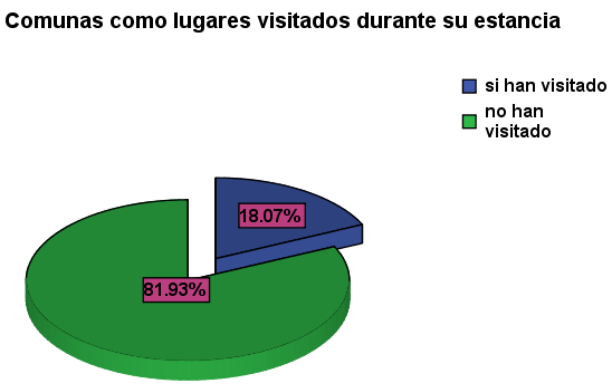
Figura 27



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 28



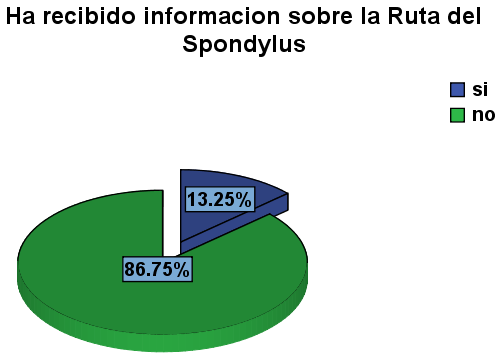
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Durante la estadía en la Prov. de Santa Elena el apenas el 11.24% ha visitado los bosques tropicales, es decir no han realizado o no conocen del turismo de Naturaleza que ofrece la Provincia.

Durante la estadía en la Provincia de Santa Elena el 18.07% ha visitado las distintas comunas de zonas marginales.

Figura 29

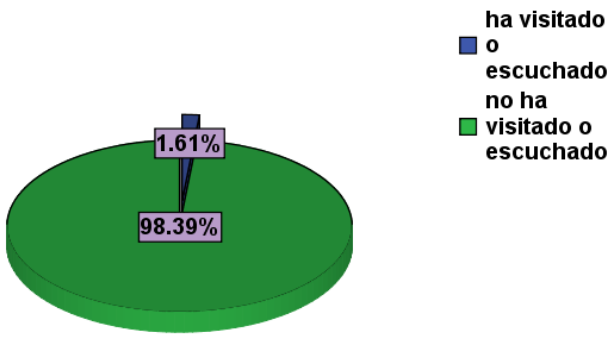


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 30

Ha escuchado o visitado la comuna Sacachun



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

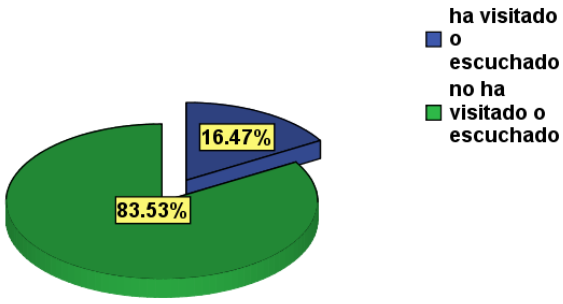
Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

El 87% de los turistas encuestados no conocen la Ruta del Spondylus, esto se puede estar dando dado que es un proyecto tueistico nuevo y no ha contado con la promocion suficiente para hacerla conocer a nivel nacional.

Del total de la muestra el 98% no conoce o visitado la Comuna Sacachún.

Figura 31

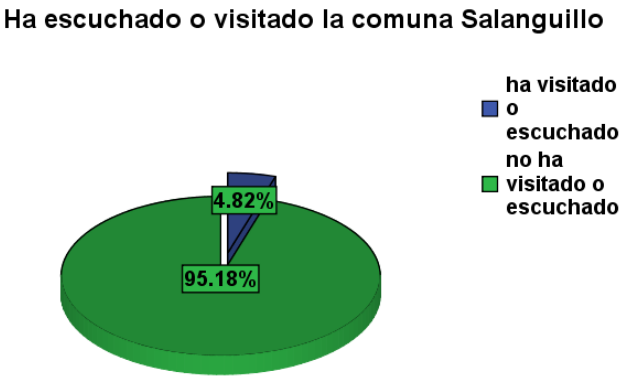
Ha escuchado o visitado la comuna Dos Mangas



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 32



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Del total de la muestra el 84% no conoce o visitado la Dos Mangas.

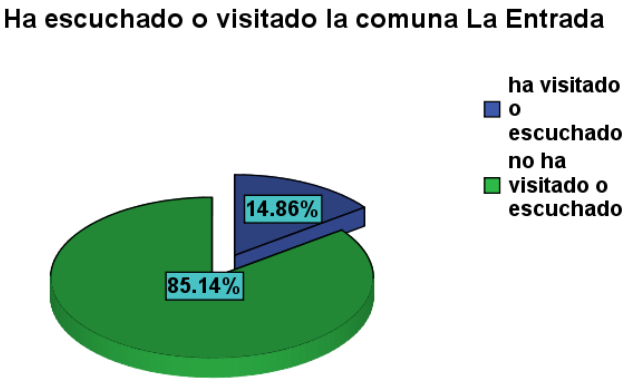
Del total de la muestra el 95% no conoce o visitado la Comuna Salanguillo.

Figura 33

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 34



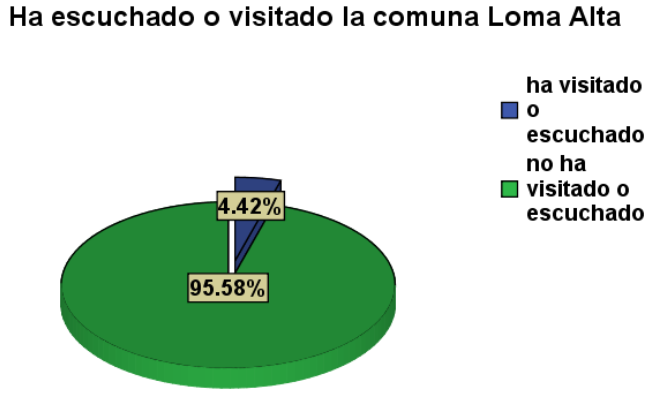
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Del total de la muestra el 95% no conoce o visitado la Comuna Sinchal.

Del total de la muestra el 85% no conoce o visitado la Comuna Salanguillo.

Figura 35

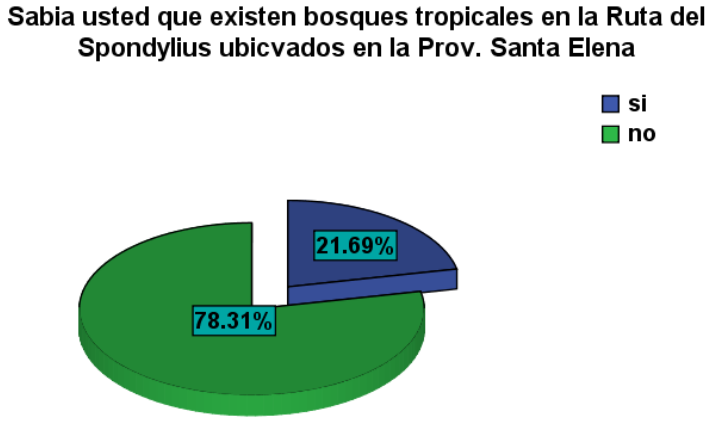


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Del total de la muestra el 96% no conoce o visitado la Comuna Loma Alta.

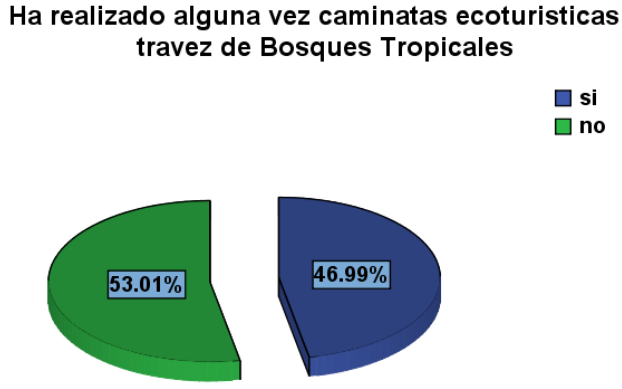
Figura 36



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 37

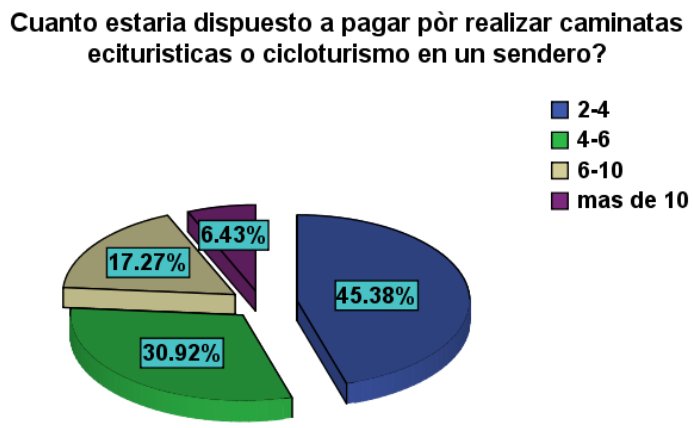


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

El 78% de los turistas encuestados no tienen conocimiento de los recursos naturales como los bosques tropicales ubicados en la Prov. de Santa Elena. A pesar del no conocimiento de la existencia de Bosques Tropicales en la Provincia, el 46.99% si ha realizado caminatas ecoturísticas lo que llegaría a demostrar un interés de los turistas por recorrer los senderos de la Ruta del Spondylus.

Figura 38

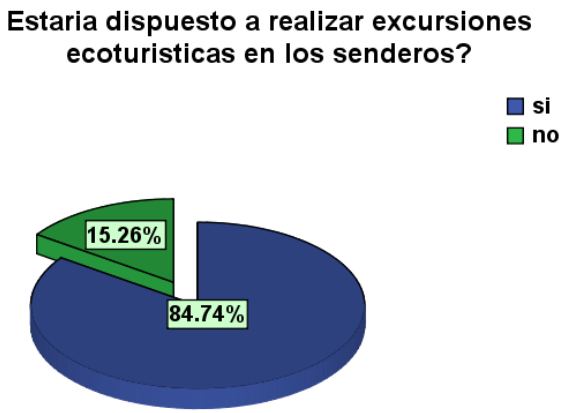


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Se observa que el 45.38% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 2-4 dólares por realizar caminatas ecoturísticas o cicloturismo en un sendero, seguido de un 30.92% que estaría dispuesto a pagar entre 4-6 dólares. Esta pregunta es clave ya que nos permitirá poder establecer el precio indicado.

Figura 39

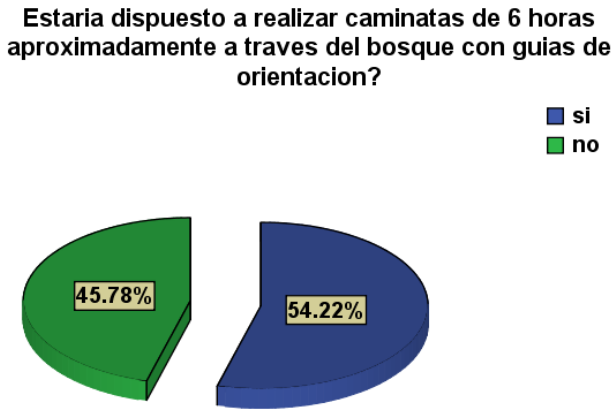


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

El 85% de los turistas muestran aceptación a éste tipo de actividad y turismo, lo que permite potencializar a los senderos de la Prov. como destino turístico, y que debido a la falta de inversión y promoción no conocen, ni realizar este tipo de turismo alternativo en estas zonas.

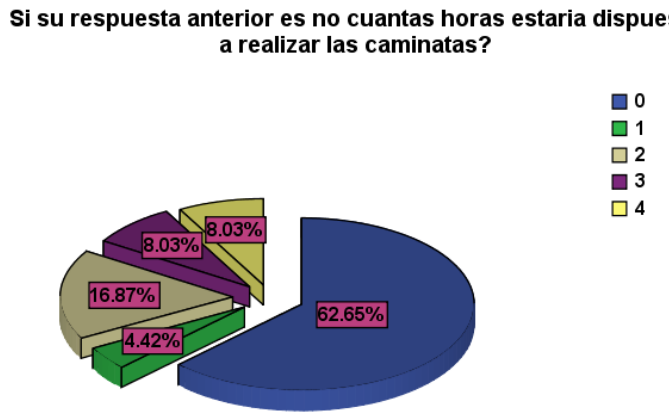
Figura 40



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Figura 41



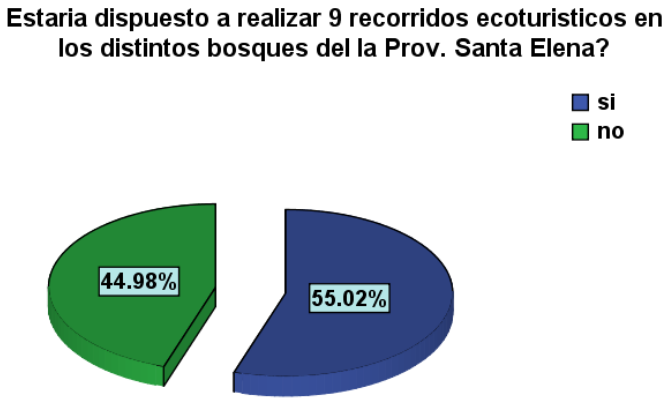
Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Con una aceptación del 54% de la muestran están dispuestos a realizar caminatas a través de bosques de 6 horas aproximadamente, que son la cantidad de horas contempladas en los recorridos, exceptuando en los bosques de mayor número de horas donde se pueda realizar “Camping”. Y el 45% no esta dispuesto a realizar las 6 horas de recorrido.

El 17% de los que no realizarían las 6 horas correspondientes al 46% de la pregunta 25, realizarían dos horas de recorrido a través del bosque. Y la opción de cero no esta dispuesta a realizar ningún numero de horas que representan el 63%.

Figura 42



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

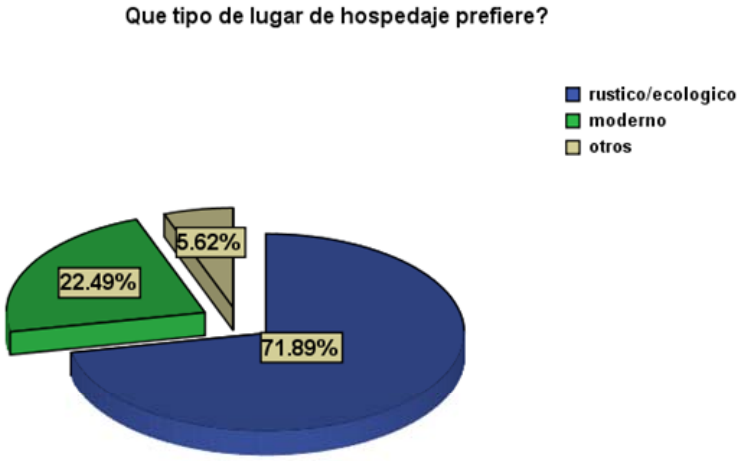
Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Son nueve senderos a operar turisticamente y a promocionarlos, que son relativamente cercanos entre sí, según los resultados el 55% si están dispuestos a realizar los nueve recorridos y el 45% no esta dispuesto.

Las 2 características mas importantes de los turistas para realizar ecoturismo en los senderos son los guías representado por el 37.75% y la seguridad con un 30.12%, en lo que respecta a los letreros interpretativos no le dan mayor grado de importancia ubicándolo el 20.48% de los encuestados en el séptimo lugar, sin embargo se observa que el 24.9% de los encuestados lo ubican en el segundo y tercer lugar. En la característica señalética se observa mucha variabilidad de los resultados, el 24.61% lo ubica en el sexto lugar de importancia y el 19.68% lo ubica en el quinto seguido del 17.27% que lo ubica en un segundo lugar. Los comedores el 21.69% del total de encuestados lo ubica en el cuarto lugar. En la característica sitios de descanso el 47.4% de los encuestados lo ubican entre el tercer y cuarto lugar. El Centro de Interpretación se encuentra entre

el sexto y séptimo lugar como grado de preferencia para la mayoría de los turistas. El hospedaje dentro de la comuna el 55.4% de los encuestados le dan muy poco grado de importancia ubicándolo en el octavo lugar.

Figura 43



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo
Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

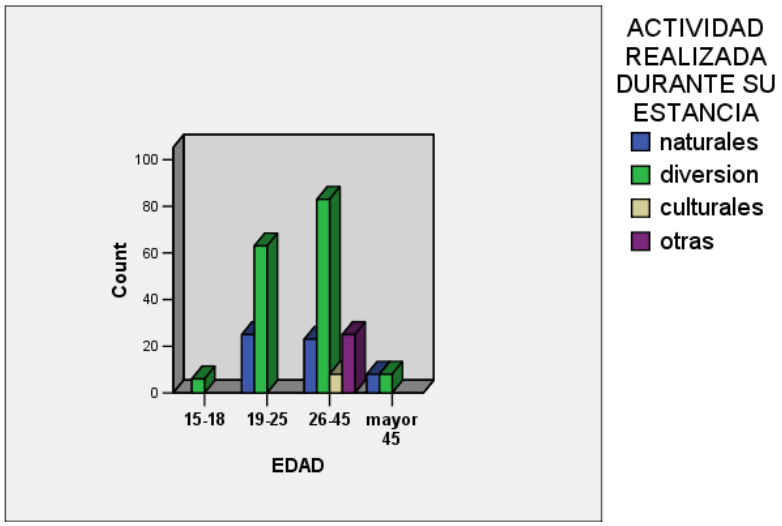
El 72% de los turistas prefiere lugares de hospedaje como rústicos/ ecológicos, esta preferencia sirve en el tipo de oferta de hospedaje de los comuneros.

Del total de encuestados el 22.89% asocia a la Provincia de Santa Elena con la palabra “aventura”, el 86.35% de los encuestados la asocia con la palabra “sol y playa”, apenas el 6.02% la asocia con la palabra “arqueología” y el 25.7% la asocia con la palabra “naturaleza”. Demostrándonos una vez mas los niveles de TOP OF MIND corresponde a la asociación son sol y playa.

(VEASE ANEXO 34 – RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO)

Resultados de Información Cruzada

Figura 44

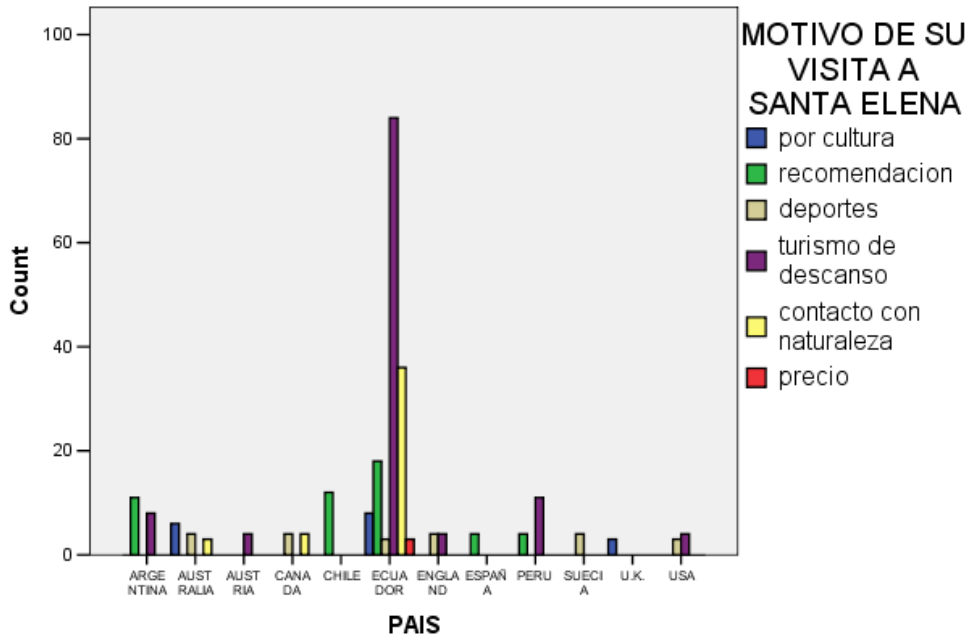


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Se observa que durante la estancia de los turistas tanto nacionales como extranjeros en la Prov. De Santa Elena según la edad en el rango de 26-45 años el 16.5% realiza actividades relacionadas con la naturaleza, el 59.71% realiza actividades de diversión, por otra parte en el rango de 19-25 años de edad se observa que el 28.41% realiza actividades relacionadas con la naturaleza y un 71.59% realiza actividades de diversión.

Figura 45

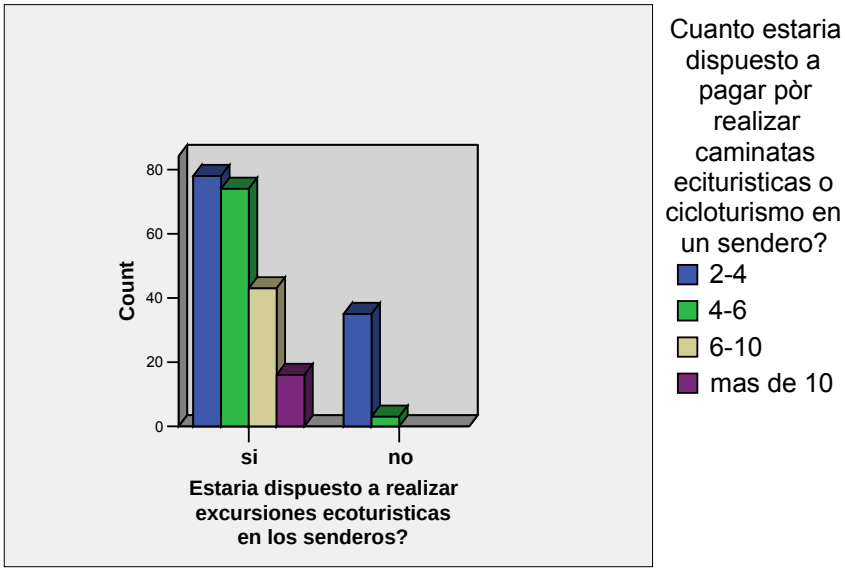


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Se obtuvo del total de encuestados que 152 personas eran turistas nacionales y 97 personas turistas extranjeros, de los cuales el 23.68% de los turistas nacionales encuestados el motivo de su visita a la Provincia era por el contacto con la naturaleza vs un 55.26% el cual su motivo era turismo de descanso, y de los turistas extranjeros apenas 7 personas tuvieron como motivo de su visita contacto con la naturaleza. Lo que se observa mas según la encuesta fue que de los turistas extranjeros 31 tienen como motivo de su visita recomendación.

Figura 46

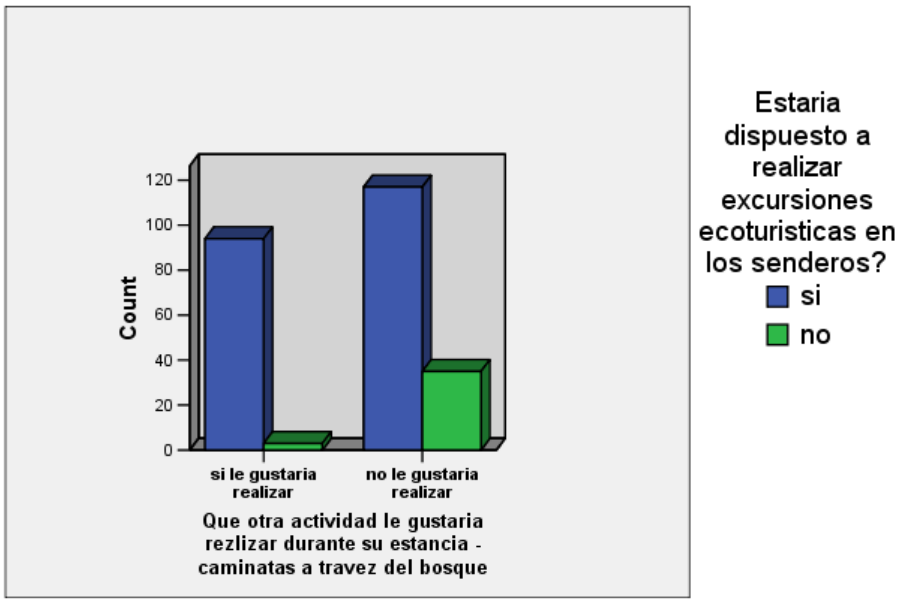


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

De las 211 personas que si se encuentran dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos, el 37% estarían dispuestas a pagar entre $2 - $4, el 35% estarían dispuestas a pagar entre $4 - $6, el 20% estarían dispuestas a pagar entre $6 - $10 y el 7.06% estarían dispuestas a pagar mas de 10 dólares. Sin embargo observamos que del total de 38 personas que no estarían dispuestas a realizar excursiones en los senderos el 92% pagaría entre $2-$4.

Figura 47

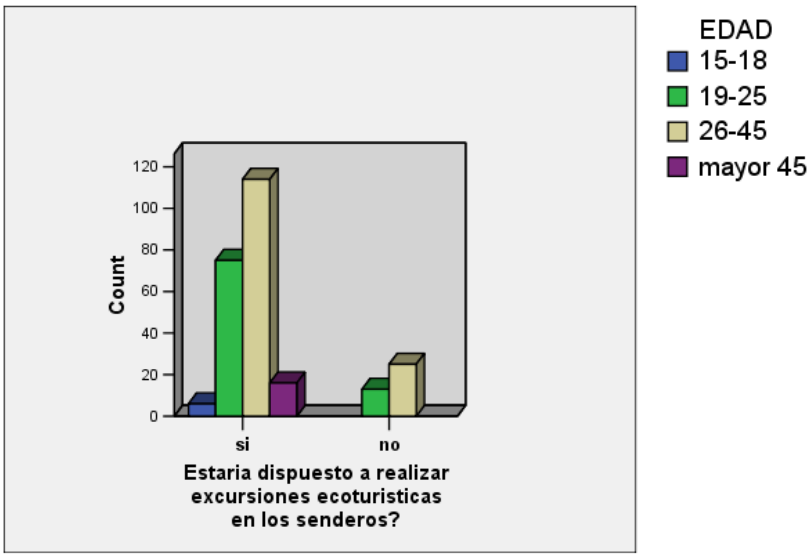


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

En este cuadro observamos que de las 97 personas que le gustaría realizar caminatas a través del bosque como nueva alternativas, el 96.9% estaría dispuesto a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos. Además se observa que de las 152 personas que no les gustaría realizar durante su estancia caminatas a través del bosque el 77% de ellas estaría dispuesto a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos. Lo cual muestra el interés de estas personas en el producto turístico a pesar de no haber querido realizar caminatas en bosques como otra actividad.

Figura 48

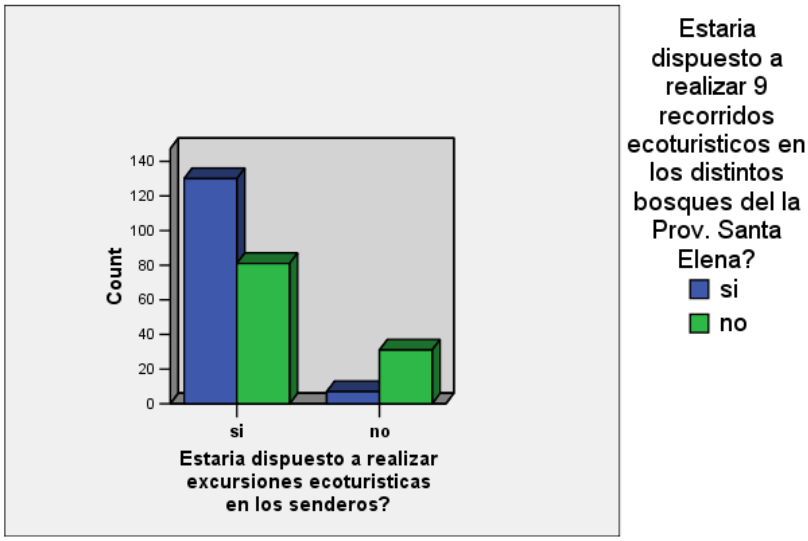


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Del total de 211 personas que si estarían dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas el 54% se encuentran comprendidas entre la edad de 26-45 años, y el 35.5% entre la edad de 19-25 años. Esto nos ayudara a escoger más definidamente nuestro mercado objetivo.

Figura 49

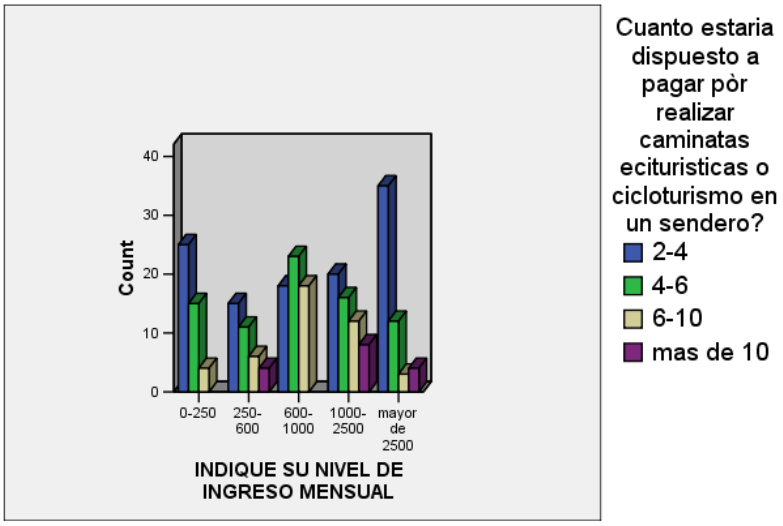


Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Dado que son 9 senderos en total lo que se quieren promocionar, es necesario saber la disponibilidad de los turistas por recorrerlos, es por esto que cruzamos la información de los que si estarían dispuestos a realizar excursiones son su disponibilidad por recorrer los 9 senderos y obtuvimos que de las 211 personas que estarían dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas el 61% estarían dispuestas a realizar los 9 recorridos.

Figura 50



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Observando los niveles de ingreso mensual de los turistas notamos que en su mayoría estarían dispuestos a pagar entre $2-$4 por realizar ecoturismo en los senderos lo que representa el 45.4% del total de los encuestados, sin embargo se observa también que existe un 30.9% dispuesto a pagar $4-$6 esta disponibilidad se observa mas en las personas con niveles de ingreso entre $600-$1000.

4.3.8. Conclusión de las encuestas

1. Mercado Objetivo:

Se apunta a un mercado de turistas extranjeros y nacionales dado que los visitantes en la Prov. De Santa Elena, los turistas nacionales representan el 61% y los extranjeros el 39% restante, con el siguientete perfil:

- Dentro de los turistas internacionales y nacionales que visitaron la Prov. de Santa Elena los hombres representan el 63% y las mujeres el 37%. Lo que demuestra a primera instancia la disponibilidad o la facilidad que tiene el género masculino en realizar viajes por diferentes motivos.
- El rango de edades más representativo se ubica entre 26-45 años de edad: algunos factores pueden influenciar en este grupo de turistas, como su nivel de independencia, nivel de ingresos, disponibilidad de recursos económicos: movilización, alojamiento, independientemente de que tipo de turismo realizarían.
- Los profesionales
- Un turista extranjero permanece en el Ecuador de 1 -7
- El rango de estadía de un turista en general es de en la Prov. de Santa Elena va desde 1-3.
- Turistas solteros, con un nivel de independencia y que realicen viajes en grupos de amigos.
- El nivel de ingresos entre 600 en adelante.
- Unos de los productos complementarios que se ofrecerá en el paquete turístico de la Ruta Spondylus, que más aceptación tiene en los turistas son los hostales comunitarios, es decir que se ubiquen cerca o dentro de la comuna.

- Con una disponibilidad a pagar de 6 a 10 dólares.

2. Motivo en realizar turismo en Santa Elena:

- El principal motivo en realizar viajes a diferentes sitios, son las vacaciones, realizando el turismo de descanso en la Prov. De Santa Elena lo que demuestra que no se ha explotado el turismo de naturaleza, de excursiones. En Santa Elena es un mercado virgen.

3. Actividades a realizar en Santa Elena:

- De total de la muestra el 63% si le gustaría la diversión en playa como actividad realizada en un viaje de turismo.
- De total de la muestra el 42.97% le gustaría realizar la actividad de deporte como alternativa durante su estancia en la Provincia.
- De total de la muestra el 38.96% le gustaría realizar caminatas a través del bosque durante su estancia en la Provincia.
- De total de la muestra el 22.09% le gustaría realizar cabalgatas como actividad alternativa durante su estancia en la Provincia.
- De total de la muestra el 12.85% le gustaría realizar cicloturismo durante su estancia en la Provincia.

Predominando la diversión en playa, deporte, caminatas a través de bosques.

4. Conocimiento y aceptación de los senderos interpretativos en la Ruta del Spondylus-Prov. De Santa Elena.

- Con respecto a el conocimiento de la Ruta del Spondylus el 87% no conocen a esta, información, y apenas el 11.24% ha realizado ecoturismo, y el 18% ha visitado las comunas que ofrece el ecoturismo en la Prov. De Santa Elena, no han tenido mayor conocimiento de la existencia de turismo cultural con una muestra del 8.03% que han visitado los diferentes museos de la arqueología e historia que se encuentran en la Prov. Siendo la cultura Valdivia la más antigua del mundi y la que más predomina en estas zonas.
- EL 78% de los turistas no tienen conocimiento acerca de los diferentes recursos naturales de la Prov.
- E 47% de la muestra ha realizado caminatas ecoturísticas alrededor del mundo lo que llegaría a demostrar un interés de los turistas por recorrer los senderos de la Ruta del Spondylus. Teniendo una aceptación del 85% en realizar este tipo de actividad en la Prov. Y en sus senderos interpretativos:
- El 54% de la muestran están dispuestos a realizar caminatas a través de bosques de 6 horas aproximadamente, que son la cantidad de horas contempladas en los recorridos, exceptuando en los bosques de mayor número de horas donde se pueda realizar “Camping”.
- El 46% realizarían dos horas de recorrido a través del bosque.
- Son nueve senderos a operar turisticamente y a promocionarlos, que son relativamente cercanos entre sí, según los resultados el 55% si están dispuestos a realizar los nueve recorridos y el 45% no esta dispuesto.

Lo que predomina el nivel de aceptacion en realizar los recorridos de 2-6 horas en cada sendero.

5. Características importantes en realizar ecoturismo. En orden de importancia:

- Guías
- La seguridad
- Los letreros interpretativos
- La señalética
- Los comedores el
- En la característica sitios de descanso
- El Centro de Interpretación.
- El hospedaje dentro de la comuna, que sean rústicos y ecológicos con el 72% de aceptación.

Son las características del producto que tendrá al realizar las excursiones por los senderos interpretativos.

6. Análisis de estadísticas cruzadas

- Se observa que durante la estancia de los turistas tanto nacionales como extranjeros en la Prov. De Santa Elena según la edad en el rango de 26-45 años el 16.5% realiza actividades relacionadas con la naturaleza, el 59.71% realiza actividades de diversión, por otra parte en el rango de 19-25 años de edad se observa que el 28.41% realiza actividades relacionadas con la naturaleza y un 71.59% realiza actividades de diversión.
- De las 211 personas que si se encuentran dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos, el 37% estarían dispuestas a pagar entre $2 - $4, el 35% estarían dispuestas a pagar entre $4 - $6, el 20% estarían dispuestas a pagar entre $6 - $10 y el 7.06% estarían dispuestas a pagar mas de 10 dólares. Sin embargo observamos que del total de 38 personas que no estarían dispuestas

a realizar excursiones en los senderos el 92% pagaría entre $2-$4. Dado las características del producto y el nivel de precios que mantiene la competencia se establecerá un precio más alto del que las encuestas arrojaron entre 6-10 dolares.

- En este cuadro observamos que de las 97 personas que le gustaría realizar caminatas a través del bosque como nueva alternativas, el 96.9% estaría dispuesto a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos. Además se observa que de las 152 personas que no les gustaría realizar durante su estancia caminatas a través del bosque el 77% de ellas estaría dispuesto a realizar excursiones ecoturísticas en los senderos. Lo cual muestra el interés de estas personas en el producto turístico a pesar de no haber querido realizar caminatas en bosques como otra actividad.
- Del total de 211 personas que si estarían dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas el 54% se encuentran comprendidas entre la edad de 26-45 años, y el 35.5% entre la edad de 19-25 años. Esto nos ayudara a escoger más definidamente nuestro mercado objetivo.
- Dado que son 9 senderos en total lo que se quieren promocionar, es necesario saber la disponibilidad de los turistas por recorrerlos, es por esto que cruzamos la información de los que si estarían dispuestos a realizar excursiones son su disponibilidad por recorrer los 9 senderos y obtuvimos que de las 211 personas que estarían dispuestas a realizar excursiones ecoturísticas el 61% estarían dispuestas a realizar los 9 recorridos.
- Observando los niveles de ingreso mensual de los turistas notamos que en su mayoría estarían dispuestos a pagar entre $2-$4 por realizar ecoturismo en un sendero lo que representa el 45.4% del total de los encuestados, sin embargo se observa también que existe un 30.9% dispuesto a pagar $4-$6 esta disponibilidad se observa mas en las personas con niveles de ingreso entre $600-$100

Capitulo 5

Planeacion Estrategica

5.1. Analisis FODA del Entornos Turistico del Ecuador

El análisis FODA que se presenta a continuación será en base al presentado en el Informe Final del Plandetur 2020 ya que este fue realizado en el ano 2007 y por lo tanto presenta la información más actualizada.

Fortalezas a potenciar:

Aspectos de Atracción turística

- Gran diversidad natural y paisajística del país.
- Multiculturalidad en la vida cotidiana de la población
- Alto nivel de hospitalidad del pueblo ecuatoriano
- Patrimonios naturales de la humanidad: Parques Nacionales Galápagos y Sangay
- Patrimonios culturales de la humanidad: Quito, Cuenca.
- Potencialidad de las playas con entornos naturales aprovechados con baja intensidad de uso
- Notable regularidad climática durante todo el año.
- Tamaño del país con fácil accesibilidad que permite visitar sus regiones en un mismo viaje.
- Notoriedad internacional de las Islas Galápagos, los Andes y Amazonía
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que alcanza el 18,5% del territorio nacional con una gran diversidad natural.

- Buen estado de mantenimiento de sus principales ciudades coloniales
- Vertiginosa regeneración urbana de Guayaquil: malecones, puentes, etc.
- Desarrollo notable de la oferta de turismo rural comunitario en el país, contando con una organización nacional específica (FEPTCE)

Infraestructuras y servicios básicos y de apoyo

- Mejora de la vialidad en Sierra Norte, Amazonía Norte y Costa Centro, con alta densidad vial y alto porcentaje de vías asfaltadas (FENACAPTUR).
- Existencia de aeropuertos en los principales destinos turísticos urbanos y en comunidades.

Gestión sectorial, oferta y comercialización

- Buena organización de los principales operadores turísticos receptivos, con calificación y fortaleza económica destacadas
- Buen nivel de satisfacción de los turistas actuales
- Existencia de un Plan de Marketing competitivamente adecuado

Aspectos institucionales y legales

- Proceso de descentralización de las competencias turísticas
- Fondo Mixto de Promoción Turística, con su Consejo Directivo
- Ley de Turismo: promoción, incentivos y fomento del sector
- Organización nacional de los sectores privado y comunitario: FENACAPTUR y FEPTCE.

Debilidades a superar:

Aspectos de atracción turística

- Agresión contra ambientes naturales que disminuye el atractivo turístico. (ASEC).
- Actividades y acciones incoherentes con la imagen y posicionamiento del país, como marca y producto turístico (por Ej. Decreto que permite la pesca incidental de tiburón, y suspensión de la modalidad de Tour navegable combinado de tierra y buceo).

Infraestructuras y servicios básicos y de apoyo

- Coste relativamente alto de los vuelos desde Europa y Estados Unidos, así como frecuencias y conexiones comparativamente reducidas
- Falta de agua potable apta para el consumo humano y disposición adecuada de desechos sólidos y líquidos en diversos atractivos
- Disposición inadecuada de desechos sólidos en los destinos turísticos (FENACAPTUR).
- Insuficiencia de los depósitos de combustible para aviones (IATA).
- Malas condiciones de mantenimiento en algunas secciones de la red vial en Sierra Sur, Amazonía Sur, Costa Sur y Costa Norte (FENACAPTUR).
- Insuficiente señalización turística en las carreteras y destinos
- Reducida oferta de capacitación en puestos operacionales del sector (Estudio de Misión Francesa sobre capacitación y formación turística)
- Insuficiente cobertura de los servicios sanitarios para el turismo

Gestión sectorial, oferta y comercialización

- Falta de un sistema de información sectorial para la gestión turística.
- Insuficiente financiamiento crediticio para muchas actividades turísticas
- Insuficiente capacitación de los recursos humanos operacionales y gerenciales del sector turístico
- Deficiente gestión turística en los destinos con turismo masivo nacional de playa
- Falta de un sistema de calidad turística de los servicios y destinos
- Insuficiente calidad de buena parte de los establecimientos turísticos.
- Insuficiente información turística en buena parte de los destinos
- Insuficiente conectividad telemática del sector turístico nacional (FENACAPTUR).
- Reducida cooperación promocional con las líneas aéreas externas (FENACAPTUR).
- Escasa información, promoción y comercialización a través de Internet (FENACAPTUR).

Aspectos institucionales

- Presupuesto del Fondo de Promoción Turística (8,5 millones en el 2006), que se considera bajo respecto a los países vecinos, especialmente Perú (21 millones en el 2006), teniendo en cuenta que Ecuador esta poco posicionado en el mercado. (FENACAPTUR)
- Falta de capacitación y especialización de los medios de comunicación y líderes de opinión en materia turística. Los medios de comunicación no manejan adecuadamente la información o noticias

que podrían afectar el normal desarrollo y posicionamiento de destinos turísticos

- Insuficiencia de las estadísticas turísticas y paralización (por no institucionalización) de la Cuenta Satélite al interior del MINTUR.
- Falta de adecuación de la reglamentación de los establecimientos y actividades turísticas
- Falta de planificación de los días feriados con suficiente antelación para conocimiento del mercado, no habiendo una norma permanente al respecto.
- Falta de coordinación adecuada entre MAE y MINTUR.
- Insuficiente coordinación en la descentralización de la gestión del turismo.

Oportunidades a aprovechar:

Entorno general

- Buenas perspectivas económicas en los principales mercados emisores.
- Persistencia de conflictos y epidemias en regiones potencialmente competidoras: Oriente Medio, Asia y África.

Entorno de mercado

- Buenas perspectivas de crecimiento en los mercados internacionales.
- Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos.
- Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura.
- Mercado norteamericano en recuperación para destinos fuera de su territorio.

- Recuperación mundial del turismo de reuniones, congresos e incentivos.
- Fuerte crecimiento actual de la demanda turística hacia América del Sur.
- Crecimiento sostenido de los viajes de latinoamericanos dentro de su región.

Amenazas a contrarrestar:

Entorno general

- Conflicto colombiano influye en la percepción de inseguridad en Ecuador
- Manejo por los medios que sobredimensionan los hechos negativos.
- Imagen de inestabilidad política en el país durante la última década

Entorno de mercado

- Importante desarrollo de la promoción turística internacional del Perú, especialmente hacia Estados Unidos y Europa.
- Importante promoción de Costa Rica por productos e imagen del país, con importante cooperación del sector privado.
- Captación de importantes flujos de turistas ecuatorianos por Colombia.
- Importante alza de la promoción colombiana con el apoyo de PROEXPORT.
- Impulso de la promoción de Venezuela y apertura oficinas en el exterior.
- Futuro lanzamiento turístico internacional de la Amazonía por Brasil.
- Precios más baratos en países vecinos en cuanto a productos y servicios

5.2. Matriz BCG – Sectores turisticos de Areas Naturales del Ecuador

Cuadro 41: Matriz BCG

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Fuente: Encuestas realizadas en la Prov. Santa Elena

Se ha definido al ecoturismo como un producto estrella basándose en el informe final de PLANDETUR 2020, el cual demuestra que la preferencia de actividad de los turistas por visitar naturaleza o áreas protegidas se encuentra en un segundo lugar, y como preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales, a los sitios naturales se lo encuentra ubicado en primer lugar como atractivo visitado, entonces se concluye que el ecoturismo tiene una alta participación en el mercado turístico ecuatoriano, además de que es el primer producto turístico del Ecuador con mayor volumen de ofertas, encabezando las lista Las Islas Galápagos.

Hasta el 2004 se puede comprobar el crecimiento anual de visitas a las áreas naturales del ecuador lo que comprobaría la definición de producto estrella el ecoturismo.

5.3. Estrategia y Plan de Marketing

5.3.1. Mision

Fomentar el desarrollo y promoción de la actividad turística de los senderos interpretativos de la Ruta del Spondylus, así mismo ofrecer al turista nacional e internacional una experiencia diferente, de aventura, relajamiento y distracción en contacto con el medio ambiente con la oportunidad de interactuar con la flora, fauna y cultura de la región costa, generando mayor satisfacción al turista por medio de los deportes extremos y paseos por senderos ecológicos mediante la supervisión de guías capacitados y con una alta conciencia de ser un motor turístico, preservando al medio ambiente para la generaciones futuras.

5.3.2. Vision

Con el Plan de Marketing Estrategico de los senderos interpretativos de la Ruta del Spondylus en la Prov. de Santa Elena, se consolidara al turismo sostenible en estas zonas y en las regiones de la Ruta del Spondylus, generando oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, posicionara al Ecuador como destino turistico sostenible altamente diverso, competitivo, en el ambito internacional, y en el nacional se posicionara turisticamente entre uno de los productos estrellas como lo es Galápagos, innovando sus medios y procesos de comercializacion.

5.3.3. Objetivos Generales

Realizar un Plan de Marketing estratégico de Marketing para incentivar el turismo hacia los senderos pertenecientes en la ruta Spondylus, ubicados en la Prov. de Santa Elena

5.3.4. Objetivos Especificos

- Promover la imagen de los senderos como destino turístico.
- Diseñar estrategias de promoción del atractivo turístico de los senderos interpretativos que son turísticamente operables.
- Lograr un posicionamiento estratégico de los senderos como destino turístico.
- Incentivar procesos de capacitación técnica y profesional para el sector turístico.

5.3.5. Analisis FODA de los Senderos

Fortalezas:

- Esta zona y sus senderos cuenta con una gran diversidad de flora y fauna lo cual es de gran atractativo para los turistas permitiendo el desarrollo eco turístico.
- Practica de deportes como cicloturismo, caminatas, camping, cabalgatas.
- Gran interés por parte del turista internacional en visitar los senderos, según encuestas realizadas para el análisis de mercado del plan en estudio.
- Estas comunas con sus respectivos senderos ya han sido objeto de estudio turístico y ambiental por parte de investigadores y universidades, lo que muestra el interés y el potencial aun no explotado.
- La ubicación geográfica de los senderos de la ruta del Spondylus es estratégica dada su cercanía a la Ruta del Sol en la Prov. De Santa Elena donde se puede encontrar el turismo clásico de Sol y Playa

Oportunidades:

- El Ecuador cuenta con un Plan Estratégico desde el 2003, comprendido en tres ejes: un Programa Integral de Marketing con la

marca Ecuador (PIMTE), la apertura de oficinas de promoción en el extranjero, y una campaña en los medios mas grandes de Europa y América, para promocionar la marca Ecuador como destino turístico Ecuador en Estado Puro y donde apunta hacia un nicho de mercado turístico “Turista de aventura accesible” donde se busca incentivar al turista excursionista, mochilero, aventurero, que guste del medio ambiente y lo preserve hacia futuras generaciones, ya que estos en promedio gastan mas que los turistas clásico, al día generan un gasto de $100 (según PIMTE)

- Zonas de interés gubernamental, por el ministerio de Turismo, los cuales se arrancaron con el presupuesto de Estado para potencializar esta de tres millones de dólares a cinco años.
- Incentivos de los habitantes de la comuna en el desarrollo del ecoturismo en sus respectivas zonas.
- La región del perfil costanero es continuamente visitada a lo largo del año.
- En diciembre del 2008 se capacitó a guías nativos de cada zona en la Ruta del Spondylus.
- Llegar a convertirse en Áreas Protegidas.
- Ingresar en la Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador.

Debilidades:

- Procesos burocráticos en la ejecución del proyecto base que es “Adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de la comuna Sinchal, Dos Mangas, Sacachún, La Entrada, Salanguillo, Loma Alta del producto Ruta del Spondylus ”. para así poder implementar el plan de marketing.
- Las externalidades ambientales generadas en el futuro por la afluencia de turistas.

- La Ruta del Spondylus no es reconocida en la actualidad ya que el plan estratégico binacional fue propuesto en el mes de octubre del 2008 como compromiso turístico y hasta la fecha no se le ha dado su respectivo reconocimiento, por lo tanto los senderos carecen de reconocimiento como zonas eco turísticas.
- Falta de identificación como herramienta turística.
- Falta de infraestructuras necesarias para la venta derivada del producto de los senderos, como sitios de alojamiento, comedores, y falta de servicios básicos adecuados, como baños, agua potable, existencia de aguas servidas.
- No ser reconocidos como Áreas Protegidas

Amenazas:

- Zonas marginales, sin insumos para complementar el desarrollo turístico de cada una de las comunas.
- Demanda estacional ya que la mayor afluencia del turismo son en épocas de enero a marzo por las estaciones climáticas.
- Organizaciones gubernamentales y ambientales no se han hecho presentes hasta la actualidad en el 2008 por el Ministerio de Turismo, sin mayores aportes de infraestructura y talleres de capacitación ambiental, aunque en algunos sectores como Dos Mangas ya han tenido capacitación turística.
- Falta de conciencia ambiental.
- Falta de actividades de marketing en la promoción turística.

5.3.5.1. Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.

- **Crisis económica**:

La crisis mundial que amenaza la estabilidad económica en el Ecuador, especialmente por las tazas de desempleo que 7.91% y el 38.3 % de las

personas del país viven bajo el nivel de pobreza, retrae el nivel de gasto del consumidor, lo que alcanzarían a cubrir los productos y servicios de primera necesidad, y los productos o servicios de diversión, lujo, culturales, etc., pasarían a segundo plano, o disminuirían su nivel de consumo turístico agregado, como es el caso, como ejemplo se podría generar una disyuntiva entre preferir vestirse o ir a realizar una actividad como el ecoturismo en la Ruta del Spondylus, o si van de turismo a la Prov. de Santa Elena, una disyuntiva de ir a las playas y agotar mi nivel de consumo allí, o recorrer los senderos. Entonces la crisis económica representa una barrera de entrada para éste negocio, a menos que se la compense con campañas publicitarias ofertando productos y servicios que ofrecen los senderos y las comunas de cada uno respectivamente y por medio del plan de marketing poder captar el interés del mercado objetivo.

- **Poder de mercado de la competencia**

En el mercado ecoturístico de la región costa centro, sur, norte, ya existen reservas ecológicas, la cuales representan la competencia directa de los senderos interpretativos, el fin de atraer el interés del consumidor, es poder integrar turistícamente a los bosques a la zona del perfil costanero, y que los mismos consumidores de la competencia, sumando a los nuevos turistas nacionales y extranjeros se interesen en la ruta del Spondylus y sus senderos sin quitarle posicionamiento de la competencia en el mercado turístico**.** No existe conocimiento de la existencia de lugares donde se practique el ecoturismo en la Prov. de Santa Elena esto acentúa la barrera de entrada que representa el poder de mercado de la competencia.

- **Externalidades negativas hacia los senderos**

Las zonas de la ruta del Spondylus en la Prov. de Santa Elena donde se potencializará el ecoturismo, la actividad principal es la agricultura, los materiales tóxicos debido a los pesticidas son esparcidos por los cultivos lo que a su vez son arrojados en el ríos que cruzan por los senderos, las contaminaciones ambientales como el lavado de carros también genera efectos negativos en las aguas que cruzan por los senderos, lo que altera al producto a ofertar, la flora y fauna de cada sendero/bosque es la característica principal que se resaltara en la oferta. Aunque la contaminación en la actualidad no altera de manera significante a los bosques, se prevé externalidades ambientales negativas post- inversión turística va a representar cruciales en desarrollo del ecoturismo, la cual no es una barrera de salida sino puede ser el colapso en el largo plazo de su oferta, a menos que se tomen las medidas correctivas del caso, adicionalmente la migración hacia los alrededores de los senderos y dentro de ellos, aumentaría o haría presente la contaminación ambiental.

- **Falta de conocimiento en ofertar el producto turístico.**

Para las comunas de este sector es preciso que se realice algún tipo de inversión, y la percepción de los comuneros concuerda con el desarrollo de ecoturístico de sus zonas sintiéndose motivados en la venta de sus productos. Pero sin el conocimiento de cómo realizar una venta y lograr la frase: “turista bien servido vale por 1000”, puede representar una barrera de entrada en el negocio lo que con un plan de marketing se atraerá al turista, pero sin un buen servicio no volverá el mismo turista u otros.

- **Falta de insumos que complementen la oferta turística del producto estrella.**

Aún en la situación de que se posean conocimientos necesarios en la oferta del producto, sino se tienen los insumos para poder brindar el servicio

ecoturístico que se basa en el turismo comunitario, no se tendría un producto completo a entregar, partiendo del hecho que son comunas sin los servicios básicos necesarios, mala condición de la mayor parte de las viviendas, no existen lugares de alojamiento de turistas, sin capacitación turística, ambiental, y cultural continua.

5.3.6. Análisis de la Competencia – Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

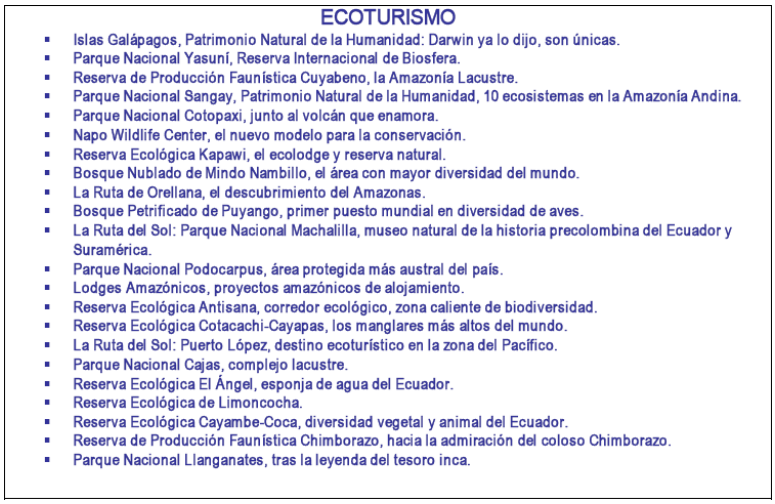
Rivalidades existentes entre competidores

El sector turístico se encuentra en una fase de crecimiento, en el que la oferta crece a ritmo más acelerado que la demanda y, por consiguiente, la rivalidad entre empresas y destinos turísticos cada vez es mayor. En este sentido, ante la constante aparición de destinos turísticos, estos comienzan a intensificar sus actuaciones de marketing y de desarrollo de productos.

Actualmente en el Ecuador, el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, es una de las actividades turísticas más representativas. Sin embargo en lo que respecta a los sitios naturales no se observa una intensa promocion de ellos.

En el siguiente, cuadro presentado en el Informe final de Plandetur 2020 se detalla los sitios donde existen mayor actividad de ecoturismo, realizado según los criterios de: unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta.

Cuadro 42: Areas Turisticas del sector Ecoturismo



ECOTURISMO

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo, son únicas.
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biosfera.
- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre.
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas en la Amazonía Andina.
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora.
- Napo Wildlife Center, el nuevo modelo para la conservación.
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural.
- Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo.
- La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas.
- Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial en diversidad de aves.
- La Ruta del Sol: Parque Nacional Machalilla, museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Suramérica.
- Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país.
- Lodges Amazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento.
- Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad.
- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, los manglares más altos del mundo.
- La Ruta del Sol: Puerto López, destino ecoturístico en la zona del Pacífico.
- Parque Nacional Cajas, complejo lacustre.
- Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador.
- Reserva Ecológica de Limoncocha.
- Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador.
- Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo.
- Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca.

Fuente: Plandetur 2020

Unicidad: Valor del recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina,en el mundo.

Valor Intrínseco: Valor de cada recurso dentro de su categoría.

Carácter Local: Valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador.

Notoriedad: Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional o internacional.

Concentración de la Oferta: Valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona.

Tomado como producto estrella del Ecoturismo Las Islas Galápagos por su fuerte promoción a nivel mundial, y por su gran flujo turístico, seguido de los restos de áreas naturales los cuales se promocionan a través de distintas vías, como afiliación con agencias turísticas, paginas web, distintas estrategias para poder captar la atención de los turistas.

Hemos tomado como nuestro principal competidor directo a los senderos ofrecidos en el Parque Nacional Machalilla, dado que se encuentran cercanos al producto de los senderos interpretativos.

Análisis de la Competencia Directa

Parque Nacional Machalilla

Generalidades

El Parque Nacional Machalilla (PNM) es una de las áreas protegidas más extensas de la costa ecuatoriana y comprende dos zonas: una terrestre (56 184 ha) y una marina (14 430 mn).

Está ubicado al suroeste de Manabí formando parte del corredor hidrogeográfico de la Cordillera Chongón-Colonche, cuyas cadenas montañosas se elevaron durante el Oligoceno (hace 36 millones de años). Sus principales drenajes son los ríos Jipijapa, Salaite, Seco, Punteros, Buena Vista, Piñas y Ayampe. Tanto el área marina como la zona terrestre, por su ubicación geográfica, frente a la zona de convergencia de las corrientes fría de Humboldt y cálida del Niño, particularidad que provoca que las precipitaciones sean muy limitadas, pero con variables de acuerdo a la altitud y a la profundidad (Hernández y Josse 1999). Se muestran diferencias de climas: tropical árido, desde la desembocadura del río Buena Vista, a subcálido pre-montano (sobre los 840 m) en los cerros Perro Muerto y Punta Alta.

Área Marina – Hábitat

Los ecosistemas marino-costeros identificados en el PNM son: arrecifes rocosos y comunidades coralinas; arenales; y acantilados, islas, islotes y roqueros.

Área Terrestre – Flora

La riqueza florística del PNM es muy importante por su abundancia y endemismo. En 1998 se registraron 150 especies endémicas en la zona (Zambrano y Vargas 1998). En las partes altas del Parque existen grandes árboles maderables que tienen categoría de amenazados, como el *Simira standleyi* (Rubiaceae), el cual está en peligro crítico y posiblemente extinto localmente; además, la **tagua** o **cade** (*Phytelephas aequatorialis*), el **molinillo** (*Matisia grandifolia, Capparis heterophylla*), el **chalá** (*Croton rivinifolius*) están catalogadas en peligro por la UICN.

Las familias representativas de la zona son: Bombacaceae, Boraginaceae, Burseraceae, Cactaceae, Caesalpinaceae, Capparaceae, Caricaceae, Convolvulaceae, Euphorbiaceae, Fabaceae, Mimosaceae (dicotiledóneas), Arecaceae, Araceae y Bromeliaceae (monocotiledóneas). La vegetación que se encuentra a orillas de los ríos tiene características de bosque seco semideciduo. Los grandes **matapalos** (*Ficus* sp.) son componentes de esta vegetación de ribera y se han diversificado en un alto número de especies. La variedad de epífitas no es tan alta como su densidad, incluso en el follaje de los árboles se encuentra gran cantidad de musgos adheridos, los cuales retienen la humedad del ambiente. Se han reportado cuatro especies de orquídeas endémicas11C: *Dimerandra rimbaxhii, Erythrodes ecuadorensis, Macrolobiun manabinum, y Rodriguezia strobelli* (Valencia *et al.* 2000).

Formaciones vegetales

El PNM se encuentra ubicado en la Subregión Centro de las formaciones naturales de la costa ecuatoriana (Sierra 1999), con varios tipos de vegetación según sus variaciones altitudinales:

Sector Tierras Bajas

- Bosque Semideciduo de Tierras Bajas: se caracteriza por presentar una vegetación dispersa que crece en pendientes.
- Bosque Deciduo de Tierras Bajas: se caracteriza por perder sus hojas durante los meses de verano.
- Matorral Seco de Tierras Bajas: la flora es seca, espinosa y pequeña, con presencia de cactos solumnares.

Sector de la Cordillera Costera

- Bosque de Neblina Montano Bajo: llega hasta la cumbre de los cerros San Sebastian y Salaite, El efecto de precipitación horizontal y la condensación de la humedad permiten el desarrollo de árboles de gran tamaño, y con mayor diversidad que la de los bosques semideciduos.
- Bosque Semideciduo Piemontano: Su vegetación crece en pendientes fuertes, de suelos pedregosos, y se encuentra dominada por especies espinosas que pierden sus hojas en algunas épocas del año.
- Matorral Seco Litoral – Matorral Seco de Tierras Bajas: La vegetación está compuesta por arbustos espinosos y árboles pequeños, ambos densamente cubiertos por **liquenes** (*Rocella* sp.).

Fauna

Mamiferos

En el parque se han identificado 69 especies de mamiferos terrestres. La mayor diversidad se concentra en los Bosques Seco Tropicales. En los bosques poco intervenidos de las zona alta, los mamiferos mas representativos son: mono machin colorado, venado encerado, puercos sahinos, tigrillos, armadillos, cusumbo, cuchucho, oso lavador, ardilla colorada, oso hormiguero, conejos, guantas, guatusas.

El orden mas abundante y diverso en esta zona es el de los murciélagos, con 21 especies. En cuanto a los mamiferos que habitan la zona baja se puede mencionar: venado de cola blanca, perro de monte de sechura, ardilla sabanera, murciélagos.

El área marina esta representada por 12 especies de mamiferos principalmente cetaceos (ballenas y delfines) pero, ocasionalmente se avistan individuos solitarios de pinipedos (leones marinos).

Aves

En el parque se han registrado 270 especies de aves, las principales especies de la zona alta son: perdiz, gavilan valdivia, pava, loro de cabeza negra, colibríes, trogones, tucan, carpintero negro, trepatroncos castaño, bian bian. Del total de aves terrestres registradas existen algunas con categoría de amenaza, como se muestra en la tabla c-16.

Anfibios y Reptiles

La diversidad de anfibios en el PNM es baja y esto se relaciona con el hecho de que la mayor parte del área está ubicada en una zona seca, con un clima semidesértico que no favorece el desarrollo de los mismos. Sin embargo, se

han registrado 15 especies de anfibios. Entre los reptiles se encuentran las **lagartijas** las **serpientes equis.**

En las playas del PNM anidan tres de las cuatro especies de tortugas marinas presentes en Ecuador: **tortuga marina verde**, **tortuga carey** y **tortuga marina de caparazón de cuero** ha sido reportada en la Isla de La Plata; al igual que la única especie de **serpiente marina** del Pacífico.

Turismo

El PNM es una de las áreas protegidas continentales más visitadas del país, lo cual se relaciona sobre todo con la temporada de avistamiento de ballenas. La principal vía de acceso es la carretera que une Puerto López–Jipijapa hacia el norte y La Libertad hacia el sur. Por esta vía se accede a todos los atractivos del área.

Los Frailes

Se puede caminar desde el sitio de control ubicado en la vía Pto López - Machalilla, a través de un sendero auto guiado que lleva por el bosque seco tropical y su impresionante paisaje costero; las playas de arena blanca, formaciones rocosas e islotes, y el mirador.

El sendero tiene numerosos letreros y señales que identifican los árboles y plantas del bosque seco tropical. Tiene una subida suave al inicio, y llega a un pequeño mirador desde dónde se puede ver albatros que vuelan bajo y observar el Islote Sucre y el pueblo de Machalilla. De este mirador, el sendero desciende a La Playita, una ensenada pequeña arenosa con acantilados de color naranja en los laterales.

Saliendo de La Playita, el sendero lo lleva por una pendiente pequeña que expone a los visitantes la vista del litoral o costa al sur, antes de bajar a La Tortuguita, una bonita playa, en la que se encuentra el Islote la Tortuguita. En bajamar es posible acceder al islote, caminando.

De aquí se puede ver una plataforma rocosa al sur. El sendero sigue por la playa arenosa y una corta subida empinada, atraviesa el bosque del aromático Palo Santo que lleva al Mirador. Un descenso corto, lo traslada a la Playa principal de Los Frailes donde es el final del recorrido.

El tiempo estimado del recorrido es de 2 – 5 horas, con un grado de dificultad: fácil ysu costo por persona de $5

Puerto López:

Esta población es el centro de operaciones del Parque, aquí se encuentran las oficinas administrativas y el Centro de Interpretación Ambiental. Es también el principal puerto de salida de las excur- siones para observar ballenas y visitar la Isla de la Plata. En Puerto López se pueden encontrar servicios de alimentación y hospedaje.

Comuna de Agua Blanca:

Ubicada a 5 km al norte de Puerto López. Es un lugar con restos de cerámica precolombina y estructuras arquitectónicas. En esta zona se han descubierto las ruinas de la capital ancestral del Señorío Salangóme, el cual albergó alrededor de 5 000 personas y cientos de edificaciones, ordenadas con un patrón muy distinto del
andino. Existe un museo arqueológico y un sendero autoguiado de aproximadamente 2,5 km.

El tiempo estimado del recorrido es de 3-5 horas, con un grado de dificultad: fácil, y con un costo por persona de $3 que incluye a entrada al museo y caminata guiada.

Sendero San Sebastián:

Su acceso está a 10 km más al sur de la Comunidad de Agua Blanca, aunque se puede llegar también desde Río Blanco. En este trayecto se pueden diferenciar tres

zonas de vida bien marcadas: el bosque seco caducifolio, junto al mar; el bosque seco semicaducifolio, con una altitud mayor que el anterior y, finalmente, en la parte más alta, se encuentra el bosque húmedo o de garúa. Este lugar es propicio para realizar camping, se puede contratar guías locales en las comunidades, es mejor organizar el viaje a través de uno de los operadores turísticos en Puerto López que proporcionan lo necesario para acampar. El recorrido tambien puede hacerse en caballo.

San Sebastián se visita normalmente en un viaje de dos días a lomo de caballo o a pie con la asistencia de un guía local.

El tiempo estimado de recorrido es de 10-12 horas (2 dias), por lo cual se recomienda camping, con un grado de dificultad alto, y con un costo por persona de $35 el dia

Sendero Bola de Oro

Para el bosque húmedo se presenta como una gran alternativa de visita, este sendero interpretativo que parte del recinto Río Blanco en la Comuna de El Pital.

Un pequeño paraiso verde en donde igualmente sus habitantes estan empeñados en proteger la vida silvestre.

Rios y cascadas de aguas cristalinas, exuberante vegetación, diversidad de especies animales y vegetales, en donde un grupo extrovertido de jóvenes guías, presentan una opción muy esperada, recorridos a pie o a caballo, para adentrarse en la espesura de la selva y poder observar monos aulladors y poder observar animales en un ambiente cargado de misterio,por la Ruta del Cacique de Piedra, hacia el punto más alto del P.N.M.. La Bola de Oro a 800 msnm.

El tiempo estimado del recorrido es de de 5 – 6 horas, con un costo de $30 por persnona.

Sendero El Sombrerito

Es un Bosque seco tropical, con sus especies de fauna y flora ubicado en lacarretera al Norte de Machalilla a 4 Km. de distancia tieneáreas para camping y descenso en el acantilado que nos permite observar aves marinas diferentes crustáceos sobre las rocas y una vista panorámica de la parroquia Machalilla el perfil costero.
El tiempo estimado del recorrido es de de 3 – 4 horas, con un costo de $5 por persnona.

Isla de La Plata

Localizada a 37 km de Puerto López. Esta isla inició el turismo hace pocos años, por lo cual su estado de conservación es bastante bueno.
Operadores Turísticos de Puerto López ofrecen Paseos, o Tours a la Isla de la Plata, el viaje toma aproximadamente una horas quince en llegar a la isla en Yates especialmente diseñados para este viaje, y con autorización del Parque.

Una vez allí, un guía Naturalista del Parque Nacional lo llevara por uno de los dos senderos (2-3 horas de caminata). La belleza paisajística, de sus acantilados, grandes vistas panorámicas de su litoral y paisaje árido comprenden el recorrido. El guía le llevara a través de las colonias de Piqueros (enmascarado, patas azules y patas rojas), la colonia de fragatas que anidan cerca del acantilado y una pequeña colonia de pájaros tropicales.

El Sendero Punta Machete se enrumba hacia el oeste de la Isla pasando por colonias de piqueros y un grupo pequeño de albatros que anidan en el área de Punta Machete, el sitio más alto en la isla (188msnm). También es

posible observar leones marinos jugando o descansando bajo los acantilados.

El tiempo estimado de recorrido es 2-3 horas de caminatas por los senderos, 2 horas por botes y 30 min snorkelling, con un grado de dificultad facil,y con un costo por persona de $30 mas $15 de entrada al parque.

Sendero Ecológico El Rocío

Ubicado a 5 km al norte de Machalilla, cercano a Pueblo Nuevo. Llaman la atención en este sendero los longevos árboles de **cascol** y **guayacán** (300 años de vida) que se encuentran al interior de un bosque seco tropical.
El tiempo estimado de recorrido del sendero es de 4 horas, con un grado de dificultad fácil y con un costo por persona de $5.

Se observa bastante promoción del Parque por medio de la web, además de que cuenta con ayuda de 2 operadores turísticos los cuales se encargan de facilitar paquetes a los turistas.

Naturis Tour Operator

Es una operadora que impulsa el Turismo comunitario en comunidades que se encuentran dentro y fuera del Parque Nacional Machalillla, y realizan tours o paseos en todo e lCantón Puerto López.

El siguiente paquete turístico es el que se realiza por la operadora Naturis Tour.

Parque Nacional Machalilla

TOURS SAN SEBASTIAN - SENDERO BOLA DE ORO- BOSQUE HUMEDO

08:15 Salida desde Puerto López.
09:00 Inicio del recorrido por el Sendero Bola de Oro desde el Sitio Río Blanco
12:30 Lunch
13:30 Regreso a Río Blanco – Sitio de Recepción
16:30 Llegada a Río Blanco y retorno a Puerto López.
17:15 Fin del programa.

INDICACIONES: Este programa se lo realiza en el bosque húmedo caminando o en caballo, hasta la zona de San Sebastián, por el Sendero La Bola de Oro, se observa la flora y la fauna del bosque húmedo. El Mono aullador negro, Pavas de Monte, Guantas, etc. Se puede acampar en la selva.

RECOMENDACIONES: Traer ropa apropiada para este tipo de excursión como son: pantalones largos y camisa mangas largas, repelente de insectos, protector solar, mochila personal.

Costo: $ 35 x pax Mínimo: 3 pax

INCLUYE: Guía (español) Caballos, botas de caucho, Impermeables, binoculares lunch, transporte etc. Por un día.

Entrada Potencial de Productos Nuevos

Con la actual situación turística del Ecuador, la cual se encuentra en crecimiento, en especial, el ecoturismo, existiran áreas naturales las cuales serán explotadas turisticamente y para poder lidiar con la amenaza de algún nuevo producto turístico parecido al nuestro es necesario protegerse con alguna estrategia como en este caso seria la diferenciación del producto

haciéndolo único y atractivo para el turista y de esta manera se generara liderar una cuota del mercado atrayendo a mas.

Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos

Al encontrarse ubicado los senderos en una zona donde predomina el turismo de “Sol y Playa”, y principalmente la “Ruta del Sol”, la hemos tomado a esta como el principal competidor sustituto, ya que el turista puede decidir sustituir el Ecoturismo por el Turismo de Sol y Playa, dado que esta ruta es muy conocida y de gran demanda.

Además se deberá vigilar con atención si tienden a ofrecer ventajas en precio, y valor de uso respecto a los existentes.

La presencia de estos servicios sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los clientes opten por un servicio sustituto, además se debe tomar en cuenta el valor agregado que se añadirá al servicio.

Poder de negociación de los Proveedores

Dado que es un servicio turístico, impulsado por el Ministerio de Turismo tendría como sus proveedores:

- Sector Publico: El Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, Fondo Mixto de promoción Turística del Ecuador, Ministerio de Agricultura, PMRC (Programa de Manejos de Recursos Costeros), Ministerio de Educación
- ONG´S: World Wide Fund for Nature WWF (Fondo Mundial de la Naturaleza), Fundacion Natura.

- Entidades Privadas: Operadoras de Turismo, Cámaras de Turismo, Propietarios de Restaurantes, Escuelas de Turismo, Líneas Aéreas, Cias. De Transporte turístico-Locales, Cias de Telecomunicación, Bancos Privados, Tarjetas de Crédito, Museos

Existirá poder de negociación de estas entidades dado que se necesitara de financiamientos para los mantenimientos, monitoreos de los senderos, además de financiación para los habitantes de las comunas para aperturas de nuevas plazas de trabajo.

Poder de Negociación de Clientes

No podemos establecer un precio sin primero investigar cuanto es la disponibilidad de las personas en gastar por nuestro producto turístico y esto se lo determinara por medio de las encuestas que serán realizadas, además de saber el precio que cobran los competidores.

El cliente es ahora el que tiene el poder de negociación ya que estos son los que eligen entre las diferentes alternativas tienen la ventaja de poder comparar los precios y servicios en otras zonas.

5.3.7. Modelo de Implicacion FCB

Foote, Cone y Belding desarrollaron un modelo donde la “implicación” se ve afectada por la forma en que se “aprehende” la realidad: intelectual, lógica, racional o cerebralmente, o bien de forma emotiva, afectiva o sensorial.

- El modo intelectual de aprehensión de lo real se apoya esencialmente en la razón, la lógica, el razonamiento y las informaciones objetivas.
- El modo afectivo, en cambio, se apoya en las emociones, la intuición, la afectividad, los sentidos y lo no verbal.

Estas dos aproximaciones a la realidad no son completamente diferentes, sino que a menudo son complementarias.

Además, el cruce entre el grado de implicación y el modo de aprehensión de lo real nos lleva a la matriz que se representa en la siguiente figura, donde se pueden identificar cuatro trayectorias diferentes del proceso de respuesta.

Cuadro 43: Matriz de Implicacion FCB

		MODO INTELECTUAL	MODO EMOCIONAL
IMPLICACION	FUERTE	APRENDIZAJE (1)	AFECTIVIDAD (2)
	DEBIL	RUTINA (3)	HEDONISMO (4)

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

El cuadrante #1 se relaciona con una situación de compra donde la implicación es fuerte y el modo de aprehensión de lo real es esencialmente intelectual. Esta situación se refiere al proceso de aprendizaje descrito anteriormente, donde la secuencia seguida es: información – evaluación- acción (learn – feel- do).

El cuadrante #2 describe las situaciones de compra donde la implicación es igualmente elevada, pero donde la afectividad es dominante en la aprehensión de lo real, porque la elección de los productos o de las marcas desvela el sistema de valores o la personalidad del comprador. La secuencia seguida es evaluación- información- acción.

En el cuadrante # 3 es el modo intelectual el que domina, pero la implicación es escasa. Se encuentran aquí los productos rutinarios de implicación mínima que dejan al consumidor indiferente siempre que cumplan correctamente con el servicio básico que se espera de ellos. La secuencia es acción- información- evaluación (do, learn, feel).

Finalmente, el cuadrante #4, en el cual, la escasa implicación coexiste con el modo sensorial de aprehensión de lo real, se encuentran aquí los productos que aportan “pequeños placeres” y para los que la dimensión hedonista es importante.

Este modelo es de gran utilidad para estructurar la información recogida sobre los comportamientos de repuesta, para identificar el posicionamiento de una marca o una empresa en un grupo de compradores y para definir, consecuentemente, las estrategias adecuadas que se deben adoptar.

Para los senderos interpretativos se ha analizado los deseos y expectativas de los consumidores, ubicándolos en un determinado perfil de acuerdo a la personalidad y emociones requeridas para realizar este tipo de turismo alternativo, se lo ha clasificado en el cuadrante dos donde la implicación de compra es fuerte: Afectividad, en el cual se desea, aprender, y hacer, ya que éste producto apela a las emociones, sentidos que tenga el turista como es, ser de espíritu aventurero, que guste del contacto de la naturaleza y de su preservación para las generaciones futuras, es decir que opte por otro tipo de turismo y no el clásico que rompa la rutina, donde también juega un papel importante la personalidad, donde mediante la observación directa aprenda diferentes culturas, diferentes tipos de especies animales y de plantas.

5.3.9. Matriz Importancia – Desempeño Actual del Producto

Este modelo servirá para medir el grado de desempeño de los insumos o recursos que posee el producto a ofertar, es decir los senderos interpretativos, y el nivel de importancia para el consumidor.

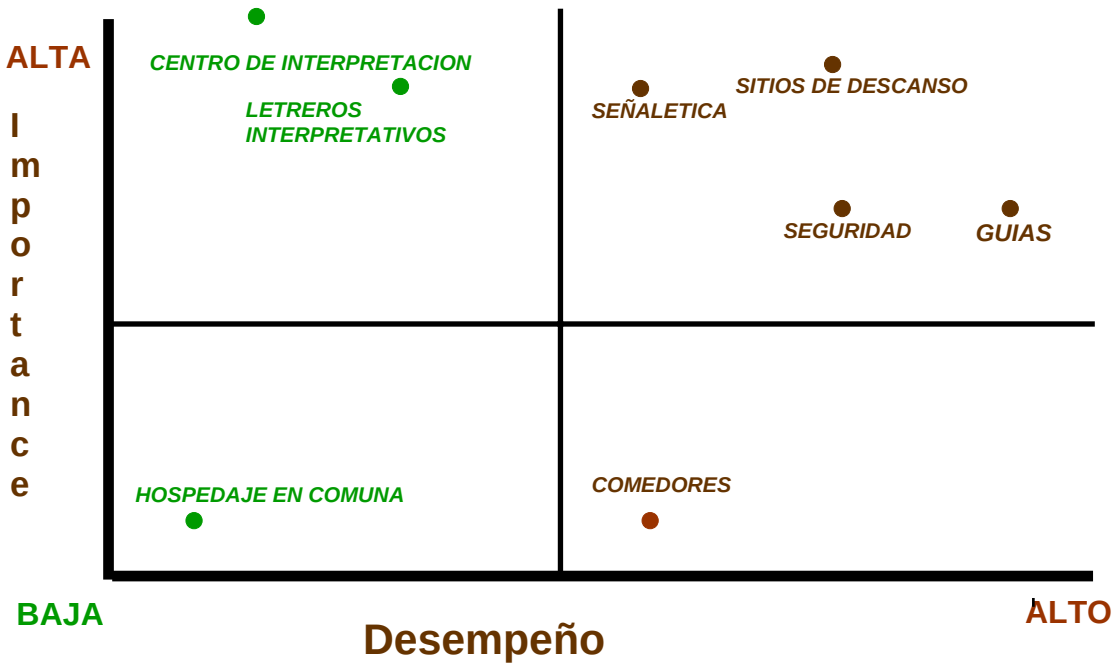
Se ha basado el modelo de acuerdo a la matriz Importancia-Resultado, en donde se mide el grado de satisfacción e insatisfacción de los compradores, mediante atributos que se encuentren en el producto, pero dado que nuestro producto, los senderos interpretativos, se encuentran en ejecución y aun no han salido completamente al mercado, se ha realizado el análisis del modelo, de acuerdo a las "adecuaciones y señalizaciones turísticas de los senderos…" que el Ministerio de Turismo se encuentra realizando (proyecto base para saber si es turisticamente operable), y que mediante el estudio de mercado realizado en éste plan se formuló la siguiente pregunta (Diseño de Investigación): Preg. 28). Características importantes al realizar un recorrido por bosques tropicales. (en orden de importancia enumérelas del 1 al 8 siendo 1 el más importante y 8 el menos importante). Guía, Seguridad, Sitios de descanso, Señalética, Letreros Interpretativos, Comedores, Alojamiento dentro de la comuna, Centros de Interpretación.

Mediante el análisis descriptivo en dicha pregunta, se agrupó a las 8 características (insumos o recursos) en 4 categorías, según su porcentaje de importancia, siendo así:

Cuadro 44: Atributos y Orden Importancia

ATRIBUTOS	UBICACIÓN
GUIA	1
SEGURIDAD	2
SITIOS DESCANSO	3
COMEDORES	4
SEÑALETICA	5
LETREROS INTERPRETATIV	6
CENTRO INTERPRETACION	7
HOSPEDAJE EN COMUNA	8

Cuadro 45: Matriz Importancia Resultado



Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

En el cuadrante superior derecho, se encontrarán los recursos o características más importantes, que se perciben como bien representados o desempeñados dentro del producto estudiado.

En el cuadrante inferior derecho se encontraran los recursos o características medias importantes, es decir, aquellos atributos importantes pero que se perciben como poco o nada presentes en el producto estudiado.

En el cuadrante superior izquierdo, se encontraran los recursos o características poco importantes, es decir los atributos bien representados o desempeñados pero que son poco importantes para el comprador.
Finalmente, en el cuadrante inferior izquierdo, se encuentran los recursos o características nada importantes, y mal representados o desempeñados, pero que son poco importantes para el comprador.

Análisis de las clasificaciones

-GUIAS: se lo clasifica como mas importante para el comprador, con una aceptación de 94 turistas encuestados dándole la prioridad de 1, pero recién en el año 2008 se empezó a capacitar a guías nativos que forman parte de la Ruta del Spondylus, se necesita invertir de inmediato en capacitación turística sobre como, y que recursos se están ofertando, y dada la afluencia de turistas extranjeros, se necesitaría guías que sepan idiomas o el idioma universal que es el Ingles, es por esto que esta característica se lo ubica en un nivel de desempeño medio, es decir recién despegando a pesar de gran importancia para el turista.

-**SEGURIDAD:** se lo clasifica como mas importante para el comprador, con una aceptación de 75 turistas encuestados dándole la prioridad de 2, pero sin notables mejoras para este factor, por lo cual tiene un nivel de desempeño medio-bajo, ya que se espera que se incremente la seguridad, aunque no existe graves casos de inseguridad por parte de delincuentes por las zonas.

- **SITIOS DE DESCANSO:** se lo clasifica como medio importante para el comprador, con una aceptación de 63 turistas encuestados dándole la prioridad de 3, y con un nivel de desempeño alto ya que el Ministerio de Turismo y sus entidades dotan a estos senderos de este recurso o atributo.

- COMEDORES: se lo clasifica como medio importante para el comprador, con una aceptación de 54 turistas encuestados dándole la prioridad de 4, pero este insumo es complementario al producto de los senderos interpretativos, por lo que se encuentra en un nivel de desempeño bajo, ya que son los habitantes de las comunas quienes ofertaran este servicio y aun no se ha realizado con gran éxito a pesar de existir variedades de tipos de comidas de acuerdo a su cultura.

- SENALETICA: se lo clasifica como poco importante para el comprador, con una aceptación de 60 turistas encuestados dándole la ubicación de 5, pero con un nivel alto de desempeño, ya que estas zonas serán dotadas de este tipo de recurso, para la facilidad del turista, contando con logos, figuras y colores que representen a cada zona.

- **LETREROS INTERPRETATIVOS:** se lo clasifica como nada importante para el comprador, con una aceptación de 51 turistas encuestados dándole la ubicación de 6, con un nivel alto de desempeño realizado por el Ministerio de Turismo y sus entidades pertinentes, contando con lagos, figuras y colores que representen a cada zona.

- **CENTROS DE INTERPRETACION:** se lo clasifica como nada importante para el comprador, con una aceptación de 62 turistas encuestados dándole la ubicación de 7, a pesar de que para el turista no es de gran importancia, son una de las primeras inversiones que realiza Ministerio de Turismo y sus entidades pertinentes, por ello tiene un nivel alto de desempeño, y es de gran relevancia porque es desde allí que se informara al turista que visita las áreas, con trípticos, volantes, información, y donde se tendrá el control de los senderos interpretativos.

- HOSPEDAJE DENTRO DE LA COMUNA: se lo clasifica como nada importante para el comprador, con una aceptación de 132 turistas

encuestados dándole la ubicación de 8, y con un nivel de desempeño bajo ya que en las comunas no cuentan con este recurso, y además se encuentran cerca de otras comunidades donde hay alojamientos.
Es necesario mencionar que de las ocho características, se ha analizado a seis que forman parte indispensable de la oferta del producto, estas son: guía, sitios de descanso, señalética, letreros interpretativos, centros de interpretación, y seguridad, sin embargo este análisis sirve para priorizar a las características según su importancia para el consumidor, y tener en cuenta en cuales de ellas se enfatizara al ofertar los senderos interpretativos.

5.3.10. Estrategia a Seguir

Para definir la estrategia nos hemos basado en que actualmente el gobierno esta invirtiendo $2,102, 908 en la Ruta del Spondylus en Provincia de Santa Elena, esta inversión ha sido para construcción de distintos proyectos dentro de la Provincia, sin embargo aun no existen cifras que muestren cuanto se invertirá en la promoción de estos lugares, es por esto que la estrategia que se desarrolle deberá ser especializada hacia un nicho de mercado.

La estrategia que se utilizara será la de Concentración (las 12 estrategias genéricas de Ivan allaire y Mihaela firsirotu), en la cual nos dirigiremos hacia un grupo de compradores. Los senderos interpretativos son un producto turístico nuevo que se dará en la Provincia de Santa Elena, por lo cual se lo ubica en la etapa de introducción dentro del ciclo de vida del producto, es por esto que en base al estudio de mercado realizado tendremos que saber escoger el precio adecuado que no exceda la disponibilidad a pagar del consumidor.

La estrategia de Promoción Publicitaria deberá ser intensiva, ya que se desea captar el mercado objetivo descrito, tanto de nacionales y extranjeros,

y así ganar participación en el mercado del Ecoturismo, llevando a la marca Ecuador hacia niveles más altos (según PIMTE), tanto el producto como la Ruta en el que éste se encuentra no tienen ninguna promoción publicitaria, por lo que con un plan de marketing y sus diferentes acciones como la promoción y publicidad se empezaría de cero.

5.4. Plan Operativo del Marketing Mix

5.4.1. Producto

Los Senderos Turísticos se derivan del Producto Turístico "Ruta del Spondylus", el cual contribuirá a la competitividad del sistema turístico con productos y servicios sostenibles de calidad con valor agregado y destinos con seguridad integral; la optimización de las oportunidades generadas por el turismo que mejora la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor; la capacitación del recurso humano para la profesionalización y la gestión adecuada del turismo sostenible; la valorización y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural sustentado en un desarrollo equilibrado en el territorio; como políticas de Estado para el turismo sostenible.

El desarrollo de la Ruta del Spondylus en el Ecuador es una contribución del Ministerio de Turismo al desarrollo sostenible del perfil costero y de sus comunidades, que incluye la dinamización de las economías locales de las poblaciones que se encuentran asentadas a lo largo de la Ruta (Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas, El Oro y Loja), buscando alternativas productivas relacionadas a las actividades turísticas, que mejoren la calidad de vida de las comunidades, diseñando un modelo de desarrollo ambientalmente responsable, socialmente justo, solidario y económicamente rentable.

Dentro de La Provincia de Santa Elena se desarrollan los siguientes proyectos de la Ruta del Spondylus:

- Museo Valdivia: ubicado en la Comuna Valdivia
- Museo Cacique Baltacho: ubicado en la Comuna San Marcos
- Museo Alfred Inhjof : ubicado en la Comuna Colonche
- Glorieta Cultural – Comuna Sacachun
- Acuario Valdivia: ubicado en la Comuna Valdivia
- Senderos Turísticos: ubicados en las Comunas; La Entrada, Sinchal, Salanguillo, Sacachun, Loma Alta y Dos Mangas
- Ruta del Surf: es una ruta complementaria de la Ruta del Spondylus, en la cual se han identificado 92 puntos de Surf a lo largo de la Costa y Las islas Galápagos, de los cuales 24 puntos corresponden a la Provincia de Santa Elena.

Producto Turístico a Promocionar: "Senderos Turísticos"

Los Senderos Turísticos permitirán el contacto directo de los visitantes con la cultura y naturaleza, dentro de una temática particular. Cada sendero tiene un objetivo específico que se sustenta en el desarrollo de actividades, centrando la atención en un aspecto que el visitante pueda interiorizar y que a la vez sirva de hilo conductor de los contenidos del mensaje.

Su objetivo es la interpretación por parte del guía de fenómenos como la geología, la historia, la flora, la fauna, que puedan surgir a lo largo del recorrido, con su posterior comprensión por parte de los senderistas.

En total son 9 senderos ubicados dentro de la Provincia de Santa Elena dentro de la zona UTM 17 (desde 78 º oeste hasta los 84 º oeste).

En todos los senderos se utiliza la iconografia universal tanto para las señales restrictivas, que norman la conducta del visitante en el lugar, como para los

servicios de apoyo como lo son las facilidades de baterias sanitarias, casetas de información y deposito de desperdicio. Es muy importante que el visitante pueda apreciar esta información fácilmente, por ello debera ser ubicado estratégicamente evitando tautologias y buscando la discreción, lo que eleva la calidad del atractivo.

Cada sendero cuenta con un icono y un color el cual representara la identidad de cada sendero, ademas contaran con letreros denominativos que seran colocados al ingreso de cada sendero, en este se observara: el nombre del sendero y la comuna al cual pertenece, icono representativo del sendero, directorio de actividades (iconografias), tipologia del bosque, distancia y tiempo de recorrido, mapa de sendero con puntos numerados, color que repesenta el sendero, el logo de la Ruta del Spondylus y la marca turistica Ecuador.

Para el sistema de orientación del recorrido se instalaran Paletas Direccionales, en las estaciones se observaran Letreros Interpretativos y Panorámica Ilustrada, ademas que se contara con el servicio de Guias, los cuales se encontraran capacitados para informar a los visitantes por medio de una propuesta de Guion Interpretativo presentado por un grupo de turistologos. (anexo 35 guion interpretativo)

Ademas se construiran diversos tipos de mobiliarios como, bancas en los sitios de descanso, escalinatas, puentes, miradores, el tipo de material de para la costruccion del mobiliario sera tradicional y que se puedan adquirir de manera local siempre y cuando su extracción no deña el medio ambiente, los materiales seran resistentes a las condiciones ambientales.

Figura 51: Bancas ubicadas en senderos de la Schemeeckle Reserve, Stevens Point, Wisconsin

Fuente: Manual para la modificacion de senderos interpretativos en ecoturismo

Mini -Centros de Interpretación

Un centro de interpretación ambiental nos ayuda a fomentar la preservación ambiental, rescatar la diversidad biológica en la zona y valorar las tradiciones culturales de la población, mediante la aplicación de programas diseñados para educar.

En cada comuna habrá un Mini Centro de Interpretación el cual tendrá entre sus actividades:

• Recibir y dar la bienvenida a los visitantes.
• Presentación por parte de los guías
• Mencionar el reglamento y código de conducta.
• Contar con exposiciones permanentes y temporales
• Puede funcionar como Museo Comunitario.
• Tener a la vista el folleto o tríptico guía del sendero
• Venta de recuerdos y artesanías elaboradas por la comunidad local

• Ser la base de comunicación de primeros auxilios y seguridad
• Tener el registro de entrada y salida de visitantes.

Los mini Centros de Interpretacion seran construidos con materiales de la region, Otro aspectos importante a considerar es el tema que abarcara el mini Centro de Interpretacion, estos pueden ser, La vegetación del bosque, reforestación del bosque, historia de la comuna, monitoreo ambiental.

Dentro del Mini Centro de Interpretacion se encontrara información acerca de la Ruta del Spondylus, información general acerca de las comunas, senderos, habran area destinadas para exposición del atractivo mas importante dentro de la comuna.

Ademas esta considerado el espacio para mostrar:

- Ejemplos de las hojas de las principales plantas
- Fichas idenificativas de aves
- Fichas identificativos de plantas
- Panel sobre diferentes culturas prehispanicas que habitaron la zona

Habrá un panel de recomendaciones y prohibiciones durante la visita y recorrido del sendero. Casi al final del recorrido por el mini centro se ubicará una escultura de tamaño real del “tintin” (en Sinchal), “el duende” (en Salanguillo), y los “gigantes de Sumpa” (en Dos Mangas). En el caso de La Entrada, esto se reemplazará con la explicación de alguna otra leyenda o historia.

Figura 52: Ejemplo de los Gigantes de Sumpa , en el Mini Centro de Interpretacion

Fuente: mama-puma.blogspot.com

Los mini centros de interpretación en los senderos de las comunas de la Provincia de Santa
Elena tendrán los siguientes espacios:

- Soportal de ingreso con acceso por escalones y por rampa.
- Boletería y venta de Artesanías
- Modulo de baterías sanitarias
- Espacio de exposición propiamente dicho que comprende los paneles de interpretación.

Recomendaciones para el recorrido del sendero

Para el recorrido de los senderos es recomendable llevar protector solar, gorra, gafas, pantalones largos y camisa manga larga, para protegerse del sol y evitar algun rasguño o picadura de algun insecto.
Utilizar zapatos comodos preferiblemente de caucho y cerrados
Llevar cantimplora con agua o algun ripo de bebida hidratante

No arrojar basura en los senderos
No fumar, no arrancar hojas y flores
No molestar a los animales ni a sus nidos

Detalle de cada Sendero

Sendero La Entrada

El Sendero La Entrada se encuentra localizado en la Comuna La Entrada que pertenece a la Parroquia Manglar Alto de la Provincia de Santa Elena ubicándose en el kilómetro 70 de la cabecera de la provincia. Su nombre se debe a que en esta comuna se encuentra la entrada a la Cordillera de Chongón Colonche.

Caracterización Turística del Sendero La Entrada

Datos Generales

- Comuna: La Entrada
- Tiempo total de recorrido: 2 horas
- Distancia en Km. a la comuna más cercana: 1 Km.
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 1
- Tipo del Suelo: Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 2462 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 1.05 metros de acuerdo a los estándares internacionales
- Meses de Garua: Julio, Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre
- Época propicia de visita al Sendero: Todo el año
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Mes de Agosto

- Horario de visita: desde 9:00 hasta 18:00, este horario es propuesto dado que son las horas que se cuenta con luz natural para poder disfrutar del recorrido.
- La comuna La Entrada cuenta con 296 m2 de parqueadero
- El sendero admite 683 visitas al dia
- Rasgos representativos: cercanía del mar, tagua y frutas orgánicas
- Icono Representativo del Sendero: Palma de Tagua
- Color Representativo del Sendero: Naranja
- Tematica: Actividad Productiva Artesanal Tagua

Directorio de Actividades

- Caminata
- Paisaje de fotografía
- Mirador
- Observación de Flora

Breve descripción del sendero:

Este sendero ha sido diseñado desde cero, ya que no existía. Por esta razón es el único que tiene un diseño circular (*loop*). Recorre una pequeña zona de cerros al norte de La Entrada. El recorrido es muy irregular, con muchas pendientes medianamente fuertes, pero inconstantes. Por la poca variación altitudinal promedio, y por las instalaciones diseñadas, y por lo corto del sendero, este se presta para ser recorrido fácilmente por los visitantes. Este sendero es apropiado para ser visitado a lo largo de todo el año.

Figura 53: Mapa de recorrido del Sendero La Entrada

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 5, en los cuales el visitante podra leer e informarse acerca del atributo a encontrarse en ese punto del sendero.
- Paneles Ilustrados: 3 (anexo…. Señaeletica)

Sendero Circulos de Piedra

El Sendero Circulos de Piedra se encuentra localizado en la Comuna Sacachun que pertenece a la Parroquia Julio Moreno de la Provincia de Santa Elena a 40 minutos en vehículo en una carretera secundaria asentada desde pueblo de Buenos Aires vía la costa del kilometro 70, pasando por Dos Bocas hasta antes de llegar a la Comuna Sacachun, localizándose el sendero cerca de una empresa avícola del lado derecho de la carretera.

Característica Turística del Sendero Círculos de Piedra

El sendero Círculos de Piedra, presenta importancia arqueológica. Esto, sumado al medio biótico del sector, le da un gran valor turístico.

Datos Generales

- Comuna: Sacachún
- Tiempo total de recorrido: 2,5 horas
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 2,8 Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 1
- Tipo de Suelo: Limoso Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 3400 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 1.05 metros de acuerdo a los estándares internacionales
- Meses de Lluvia: Febrero, Marzo y Abril
- Época propicia de visita al Sendero: Todo el año
- Mejor Época del Año para visitar el sendero: Entre los meses de Mayo y Enero
- Horario de visita: desde 08:00 hasta las 15:00
- La comuna Sacachun cuenta con 72 m2 de parqueadero
- El sendero admite 1924 visitas al día

- Zona de Vida: Matorral Desertico Tropical
- Rasgos representativos: Circulos de Piedra
- Icono Representativo del Sendero: Circulos de Piedra
- Color Representativo del Sendero: Café
- Tematica: Arqueologia – Matorral Seco

Directorio de Actividades

- Caminata / Senderismo
- Mirador
- Observación de Flora
- Arqueología
- Paisaje de Fotografía

Breve Descripción del sendero

El recorrido del sendero atraviesa una muestra representativa del ecosistema “matorral
seco tropical”, en el que predominan las plantas caducifolias, y de poca altura. Su
trayectoria es lineal, hasta la parada “Círculos de piedra III”, por lo que se debe retornar por el mismo camino. Esto ayuda a minimizar el impacto todo lo posible, ya que esta es una zona rica en vestigios arqueológicas, y por lo tanto la consideramos especialmente vulnerable.

Inicia en la carretera que va de Buenos Aires a Sacachún, tomando un camino hacia la
derecha (este), internándose en el ecosistema mencionado. Al inicio cruza el lecho de un río (seco de junio a noviembre), para después ascender levemente a la cima de una cadena de cerros, hasta llegar a los 100 msnm. Las condiciones de este sendero son propicias para ser visitado durante todo el año.

Figura 54: Mapa del recorrido del Sendero Círculos de Piedra

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero será la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 8
- Paletas Direccionales: 4

Sendero Salto Chico

El Sendero Salto Chico se encuentra localizado en la Comuna Salanguillo que pertenece a la Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena ubicándose a pocos minutos de la parroquia en mención y a 63 kilómetros de Santa Elena.

Caracterización Turística del Sendero Salto Chico

El sendero Salto Chico de la comuna presenta una gran variedad vegetativa característica de la Cordillera Chongón Colonche, y en sus inicios de recorrido de bosque seco tropical. Por el medio biótico del sector, el sendero Salto Chico es un lugar de interés eco-turístico.

Datos Generales

- Comuna: Salanguillo
- Tiempo total de recorrido: 6 horas y 30 minutos
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 0,1 Km
- Grado de dificultad del sendero: 3
- Tipo del Suelo: Arcilloso – Pedegroso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 7920 metros
- Ancho del Sendero: alrededor de los 2.5 metros
- Meses de Lluvia: desde diciembre hasta abril
- Época propicia de visita al Sendero: Esporádicamente-algunos meses Desde el mes de Mayo hasta el mes de Noviembre.
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Los meses entre Junio y Noviembre son los más propicios para la visita al sendero, ya que no se presentan precipitaciones.
- Horario de visita: entre 9:00 y 18:00
- La comuna Salanguillo cuenta con 37.5 m2 de parqueadero
- El sendero admite 2290 visitas al dia
- Rasgos representativos: Pozas de Agua
- Icono Representativo del Sendero: Camarón de Río
- Color Representativo del Sendero: Verde Claro
- Temática: Ríos de Verano

- Zona de Vida: Bosque Seco Tropical

Directorio de Actividades

- Caminatas
- Cabalgata
- Ciclismo
- Observación de Flora
- Cascada

Breve Descripción del sendero:

El recorrido del sendero atraviesa una muestra representativa del ecosistema “bosque seco tropical”, en el que predominan las plantas y árboles caducifolias. Su trayectoria es lineal, hasta llegar a un pequeño salto de agua que le da el nombre al sendero.
El sendero parte del centro de visitantes (mini- centro de interpretación), hacia el sur de la población, y luego en dirección este. Gran parte del trayecto se efectúa en paralelo al lecho del río, por lo que lo cruza en varias ocasiones. La totalidad del sendero está comprendido por bosque seco tropical en diferentes niveles de intervención. La pendiente varía mucho a lo largo del recorrido, sin llegar a ser muy fuerte en ningún momento. La mejor época del año para visitar este sendero es de mayo a noviembre.

Figura 55: Mapa de recorrido del Sendero Salto Chico

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 8
- Paletas Direccionales: 9
- Señal Denominativa: 1

Sendero Las Campanas

El Sendero Las Campanas se encuentra localizado en la Comuna Salanguillo que pertenece a la Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena ubicándose a pocos minutos de la parroquia en mención y a 63 kilómetros de Santa Elena.

Caracterización Turística del Sendero Las Campanas

Datos Generales

- Comuna: Salanguillo
- Tiempo total de recorrido: 8 horas y 30 minutos
- Distancia en Km. a la comuna más cercana: 0,05 Km.
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 4
- Tipo del Suelo: Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 10800 metros
- Ancho del Sendero: 3.53 metros aproximadamente
- Meses de Lluvia: Enero, Febrero, Marzo, Abril y Mayo
- Época propicia de visita al Sendero: No se puede en invierno
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: En Verano
- Horario de visita: desde 9:00 hasta 18:00
- La comuna Salanguillo cuenta con 37.5 m2 de parqueadero
- El sendero admite 1495 visitas al dia
- Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical
- Rasgos representativos: Cuevas
- Icono Representativo del Sendero: Murcielago
- Color Representativo del Sendero: Amarillo
- Temática: Recorrido a caballo, aprovechamiento de los recursos naturales por parte del hombre.

Directorio de Actividades

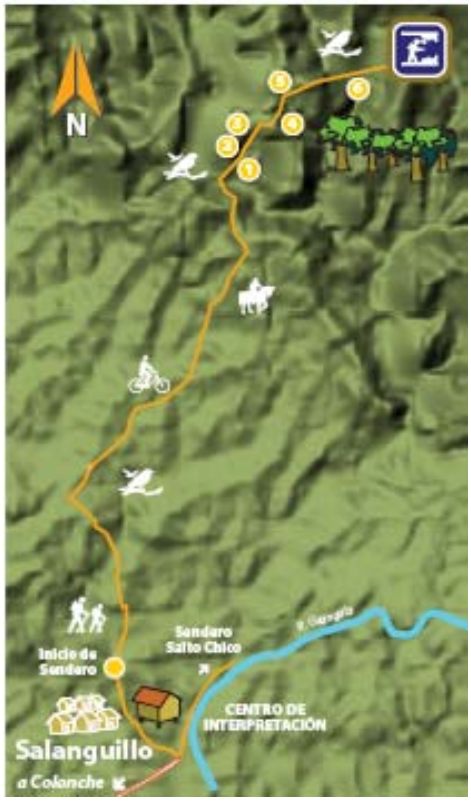
- Caminata
- Cabalgata
- Ciclismo
- Cuevas
- Paisaje de fotografía
- Observación de Flora

Breve Descripción del sendero:

Este sendero inicia su recorrido atravesando el “bosque seco tropical”, donde predominan las plantas y árboles caducifolios, y sigue su recorrido hasta llegar a la cueva de “la campana”, en una zona en la que por su altura predomina el bosque húmedo tropical. Su trayectoria es lineal.

El sendero parte del centro de visitantes (mini centro de interpretación), en sentido norte a través de la población, y luego en dirección nor- este. Las pendientes en este sendero son un poco más pronunciadas que en el sendero Salto Chico, y por su longitud, y variación altitudinal, se recomienda recorrerlo a caballo. Este sendero no puede ser visitado en tiempo de lluvias fuertes.

Figura 56: Mapa del recorrido del Sendero Las Campanas



Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 6
- Paletas Direccionales: 8

Sendero Sinchal

El Sendero Sinchal se encuentra ubicado en la Comuna Sinchal en la provincia de Santa Elena, pertenece a la parroquia Manglar alto, esta población tiene sus orígenes en la cultura milenaria Valdivia.

Caracterización Turística del Sendero Sinchal

Datos Generales

- Comuna: Sinchal
- Tiempo total de recorrido: 2 horas y 30 minutos
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 0,7 Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 2
- Tipo del Suelo: Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 2580 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 2.25 metros
- Meses de Lluvia: Enero, Febrero, Marzo y Abril
- Época propicia de visita al Sendero: Todo el año
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: desde mayo hasta diciembre
- Horario de visita: desde 9:00 hasta 17:00,
- La comuna Sinchal cuenta con 36 m2 de parqueadero
- El sendero admite 1526 visitas al dia
- Zona de Vida: Matorral Seco Tropical
- Rasgos representativos: Miradores
- Icono Representativo del Sendero: Cucube
- Color Representativo del Sendero: Morado
- Temática: Cicloturismo

Directorio de Actividades

- Caminata
- Ciclismo
- Mirador
- Paisaje de fotografia

Breve Descripción del sendero:

El recorrido del sendero atraviesa una muestra representativa del “matorral seco tropical”, en el que predominan las plantas caducifolias y de poca altura. La mayor parte del sendero es plano y lineal, hasta llegar a la base de unas pequeñas colinas al norte del poblado, donde se podría dejar la bicicleta (si se ha llegado en bicicleta), y subir esta loma hasta los miradores donde se aprecia una excelente vista del poblado, su valle, y la cercanía del mar. Este sendero es apto para visitarse todo el año.

Figura 57: Mapa de recorrido del Sendero Sinchal

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 5,
- Paneles Ilustrados: 2
- Paletas Direccionales: 3

Sendero La Bramona

Caracterización Turística del Sendero La Bramona

Datos Generales

- Comuna: Loma Alta
- Tiempo total de recorrido: 4.5 horas
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 4.5 Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 2
- Tipo del Suelo: Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 6965 metros
- Ancho del Sendero: 1.77 metros promedios
- Meses de Lluvia: Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre
- Época propicia de visita al Sendero: Desde Enero hasta Mayo
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Entre los meses de Enero y Mayo
- Horario de visita: desde de las 08:00 hasta las 18:00
- La comuna La Bramona cuenta con 72 m2 de parqueadero
- El sendero admite 1530 visitas al dia
- Rasgos representativos: Bosque capta Agua
- Icono Representativo del Sendero: Mariposa
- Color Representativo del Sendero: Azul Claro
- Tematica: El Bosque capta Agua
- Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical o Monzon – Boeque Sub- Humedo Tropical

Directorio de Actividades

- Caminata
- Cabalgata
- Cascada
- Observación de Flora
- Observación de Aves

Breve Descripción del sendero:

Este sendero recorre las áreas de bosque intervenido del norte del recinto El Suspiro, siguiendo también el lecho de un río, en el que además se puede visitar una pequeña cascada donde la gente se puede bañar.
Por sus características y la presencia de agua en la cascada se recomienda su visita entre enero y mayo.

Figura 58: Mapa de recorrido del Sendero La Bramona

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 8
- Paletas Direccionales: 17

Sendero El Chorrillo

El sendero esta localizado a 45 minutos a pie desde la Bramona, pasando por la zona Vuelta Larga, continuar por dos Ríos hasta llegar al área de interés El Chorrillo donde se pudo apreciar el paisajismo propio del sector, como componente turístico.

Caracterización Turística del Sendero El Chorrillo

Datos Generales

- Comuna: Loma Alta
- Tiempo total de recorrido: 10 horas
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 0,02 Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 5
- Tipo del Suelo: Arcilloso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 11520 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 1.89 metros
- Meses de Lluvia: Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre
- Época propicia de visita al Sendero: Desde Mayo hasta Diciembre
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Mes de Agosto
- Horario de visita: desde 9:00 hasta 18:00
- La comuna La Entrada cuenta con 72 m2 de parqueadero
- El sendero admite 1530 visitas al dia
- Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical o Monzon – Boeque Sub- Humedo Tropical

- Rasgos representativos: Garua
- Icono Representativo del Sendero: Guayacan
- Color Representativo del Sendero: Rojo
- Temática: Sendero de Dificultad

Directorio de Actividades

- Caminata
- Cabalgata
- Observación de flora
- Observación de fauna
- Camping
- Mirador
- Observación de aves
- Paisaje de fotografia

Breve Descripción del sendero

Este sendero inicia al norte de El Suspiro, y se dirige hacia el nor- este subiendo la cordillera. Sus características hacen de este sendero apropiado para los más entusiastas de las caminatas al aire libre. Este sendero inicia alrededor de los 100 msnm, sube hasta los aproximadamente 250 msnm, para bajar nuevamente hasta los 150 msnm, solo para volver a subir hasta los 400 msnm. Todo esto en aproximadamente 11 Km hasta su extremo norte. Desde ese punto uno puede retornar por el mismo camino, o regresar siguiendo el cauce de un pequeño rio hasta El Suspiro. Casi en su punto más distante hay una caseta de madera para alojar turistas y estudiosos bajo techo, por lo que hay la posibilidad de realizar el trayecto en 2 jornadas. Este sendero atraviesa plantaciones de toquilla, frutales, y áreas de bosque en muy buen estado de recuperación.Las condiciones climáticas favorecen su visita entre mayo y diciembre.

Figura 59: Mapa de recorrido del Sendero El Chorrillo

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 7
- Paneles Ilustrados: 1

Sendero Las Cascadas

Caracterización Turística del Sendero Las Cascadas

Datos Generales

- Comuna: Dos Mangas
- Tiempo total de recorrido: 5 horas con 30 minutos
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 3 Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 3
- Tipo del Suelo: Arcilloso – Pedregoso
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 4352 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 2.95
- Meses de Lluvia: Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre
- Época propicia de visita al Sendero: Todo el año
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Desde Enero hasta Mayo
- Horario de visita: desde 9:00 hasta 18:00
- La comuna La Entrada cuenta con 171 m2 de parqueadero
- El sendero admite 2615 visitas al dia
- Rasgos representativos: Toquillales, Pequeños Saltos de Agua
- Icono Representativo del Sendero: Salto de Agua
- Color Representativo del Sendero: Azul Oscuro
- Tematica: Casacadas

Directorio de Actividades

- Caminata
- Cabalgata
- Observación de Flora
- Observación de Fauna
- Observación de Aves
- Cascada

Breve descripción del sendero:

Este sendero parte del costado este de la comuna, en sentido este hasta llegar a la “Y” donde se dividen los 2 senderos de Dos Mangas. Desde ese punto coge rumbo nor- este, ascendiendo casi imperceptiblemente desde los 65 hasta los 130 msnm.

Atraviesa áreas de bosque húmedo medianamente intervenido. Al comienzo siguiendo el cauce del rio, a lo que se separa del otro sendero sigue en paralelo el cauce de un rio menor, cruzándolo constantemente.

Este sendero es lineal, por lo que se debe retornar por el mismo camino. Se lo puede visitar todo el año.

Figura 60: Mapa de recorrido del Sendero Las Cascadas

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 5

Sendero Las Pozas

El sendero Las Pozas se encuentra ubicado en la Comuna Dos Mangas que pertenece a la provincia de Santa Elena, ubicándose a 6 kilómetros de Manglaralto, aproximadamente.

Caracterización Turística del Sendero Las Pozas

Datos Generales

- Comuna: Dos Mangas
- Tiempo total de recorrido: 4 horas y 30 minutos
- Distancia en Km a la comuna más cercana: 3Km
- Grado de dificultad del sendero (1-5): 4
- Tipo del Suelo: Arcilloso+
- Temperatura Minima: 22 º C
- Temperatura Máxima: 38º C
- Longitud del Sendero: 3800 metros
- Ancho del Sendero: Ancho promedio 3.05 metros
- Meses de Lluvia: Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre
- Época propicia de visita al Sendero: Todo el año
- Mejor Epoca del Año para visitar el sendero: Mes de Ostubre ya que las cascadas poseen abundante agua
- Horario de visita: desde 8:00 hasta 18:00
- La comuna Las Pozas cuenta con 171 m2 de parqueadero
- El sendero admite 2010 visitas al dia
- Rasgos representativos: toquillales – pozas naturales de agua
- Icono Representativo del Sendero: Paja Toquilla
- Color Representativo del Sendero: Verde Oscuro

- Tematica: Paja Toquilla

Directorio de Actividades

- Caminata
- Observación de Flora
- Observacion de Fauna
- Observación de Aves
- Camping
- Mirador
- Piscinas Naturales

Breve descripción del sendero:

Este sendero parte del centro de visitantes de la comuna, y sigue el cauce del rio junto con el sendero “Las Cascadas”, hasta llegar a la “Y” donde los dos caminos se separan.

Desde ese punto el sendero sigue rumbo este nor- este, subiendo unas pequeñas lomas hasta los 220 msnm, de manera un tanto brusca.

La primera parte de estos cerros esta comprendida por pastizales y potreros, y luego se interna en un bosque húmedo más denso, intercalado con toquillales. Luego baja, también de manera un tanto abrupta, hasta el riachuelo, donde se forman las pozas y cascadas.

Figura 61: Mapa del recorrido del Sendero Las Pozas

Fuente: Consultora Turidee

La señalética que se observara en el sendero sera la siguiente:

- Letrero de Ingreso: 1
- Letreros Interpretativos: 5
- Paletas direccionales: 2

Alternativas de Turismo dentro de las comunas después de los Senderos

Las ofertas turísticas específicas por cada comuna han sido divididas como Potencial Alto y Potencial Medio:

Potencial Alto

1. Sitios arqueológicos
    - Sacachún (Zacachúm): San Biritute, Cerro Las Negras y sitios contiguos, y como producto de la Ruta del Spondylus se encuentra en proyecto de construccion la Glorieta Cultural
    - Loma Alta: vestigios Valdivia con estudios de diversas entidades internacionales. La Ponga, La Unión.
    - Dos Mangas: varios vestigios diversos Peregrina, Aguacate, Araujo, cinco lugares con entierros.
    - Sinchal: tolas

- Salanguillo: cementerio y caverna
- La Entrada: Museo de la cultura Valdivia

2. Artesanías
    - Sinchal: sombreros de paja toquilla y canastos de bejuco, joyas de diversos materiales

Potencial Medio

3. Gastronomía
    - Sinchal: Manuela de guineo madura, colada de zapallo, pogomas
    - Salanguillo: chiricanos
    - Sacachún: comidas tradicionales del día de difuntos o de las fiestas patronales –chancho. Lácteos durante invierno.
4. Fiestas patronales
    - Sinchal: San Pablo
    - Salanguillo: julio 3
    - Dos Mangas: San Juan
    - Sacachún: San Jerónimo y Santo Domingo
    - La Entrada: Corazón de Jesús
5. Otros
    - Sacachún: recolección y comercio del barbasco

Información turistica adicional de las comunas

Comuna La Entrada

Cuenta con

- 1 hotel
- 2 hospederias

- 2 restaurantes
- 1 instalacion deportiva
- 3 guias
- 1 cabina porta
- Red de agua entubada y alcantarillado

Actualmente en la comuna La Entrada la demanda de los pocos turistas que visitan la zona esta dada por:

- Turistas guayaquileños, Azuay, Quito
- Turistas de EEUU, europeos
- Turistas de Chile y Argentina

Las actividades que realizan los turistas en la comuna actualmente son:

- Compran dulces
- Compran frutas
- Visitan la playa
- Realizan paseos en botes

Comuna Dos Mangas

Actualmente la Comuna Dos Mangas es la que refleja de todas las comunas mayor actividad turistica pero no en grande cantidades, esta actualmente cuenta con:

- 2 restaurantes
- 1 hospedereia
- 1 cancha deportiva
- Alquiler de equipos: 20 caballos y 6 pares de botas
- Guianza

- Cabinas Porta
- Cyber cafes
- Red de Agua Entubada

La demanda de turistas que llegan a la comuna se encuentran conformados en orden de importancia por los comuneros de la siguiente manera:

- Extranjeros
- Estudiantes (universitarios, colegios y escuelas)
- Turistas andinos
- Turistas guayaquileños
- Turistas manabitas
- Turistas peninsulares

Comuna Sacachun

La Comuna Sacachun por ser una comuna muy alejada no cuenta con ningun tipo de oferta turitica adicional, tanto en alojamiento, alimentación, lugares de esparcimiento, no cuenta con ningun otro servicio relacionado al turismo.

Actualmente la demanda de turistas esta dada por:

- Estudiantes de Guayaquil
- Estudiantes de Santa Elena

Esta demanda llega motivada por

- La leyenda de San Biritute
- La visita a los Círculos de Piedra.

Entre las actividades adicionales que los turistas se pueden realizar son:

- Visita al Cerro Las Negras
- Conocer las Albarradas

Comuna Loma Alta

La comuna actualmente cuenta con:

- 1 hostal
- Oferta irregular de caminatas en el bosque y guianza, y entre otras actividades que se puede realizar son: agroturismo, ciclismo, cabalgatas

No cuenta con servicio de alimentación ni con lugares de esparcimiento
La demanda está dada en orden de importancia según los comuneros por:

- Universidades de Guayaquil
- Universidades y Colegios de la Península,
- Pasantes Europeos
- Turistas de Canadá, Alemania, Inglaterra, Costa Rica

Entre las actividades que realizan los visitantes en la comuna y los senderos según el orden de importancia que le dieron los comuneros están las siguientes:

- Estudios científicos
- Observación de flora y fauna
- Tesis
- Prácticas estudiantiles
- Caminatas en los senderos

Comuna Salanguillo

La comuna Salanguillo no cuenta con servicio de alojamiento, cuenta con un kiosko de comida, tiene a disposición 100 caballos de alquiler para acceder a los senderos, 200 pares de botas y con 4 guardabosques.
Ademas ofrecen caminatas y visitas a las Tolas (arqueoligia), si embargo
La demanda turistica está dada en orden de importancia según los comuneros por:

- Estudiantes de la UPSE
- La Universidad Católica
- Peninsulares (en época de invierno)

Entre las actividades que realiza la demanda están:

- Tours
- Alimentación

Comuna Sinchal

La comuna Sinchal no cuenta con ningun tipo de servicio de alojamiento, pero cuanta con 4 comedores, cuanta con 5 guias a disposición

La demanda turistica está conformada en orden de importancia según los comuneros por:

- Estudiantes de la Universidad de la Península de Santa Elena (UPSE)
- La Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
- Turistas de Suiza

Entre las actividades que realizan los visitantes en comunas y senderos según el orden de importancia que le dieron los comuneros están las siguientes:

- Tesis/Estudios
- Turismo vivencial
- Agricultura

Cuadro 46: Epocas Propicias de Visita a los Senderos

	EPOCA PROPICIO DE VISITA											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
LA ENTRADA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CIRCULOS DE PIEDRA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SALTO CHICO					X	X	X	X	X	X	X	X
LAS CAMPANAS					X	X	X	X	X	X	X	X
SINCHAL					X	X	X	X	X	X	X	X
LA BRAMONA	X	X	X	X	X							
EL CHORRILLO					X	X	X	X	X	X	X	X
LAS CASCADAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
LAS POZAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Consultora Turidee

Lo que nos dice este cuadro es que 4 senderos, La Entrada, Circulos de Piedra, Las Cascadas y Las Pozas pueden ser recorridos todo el año, en el mes de mayo todos los senderos estan aptos para recibir visitas, en las epocas de invierno estan aptos para recibir visitas los senderos, La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas. En la epoca de Mayo a Diciembre todos los senderos se encuentran habilitados con excepcion de La Bramona.

Cuadro 47: La Mejor epoca de visita a cada Sendero

MEJOR EPOCA DE VISITA A LOS SENDEROS

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
LA ENTRADA								X				
CIRCULOS DE PIEDRA	X				X	X	X	X	X	X	X	X
SALTO CHICO					x	X	X	X	X	X	X	x
LAS CAMPANAS					X	X	X	X	X	X	X	X
SINCHAL					X	X	X	X	X	X	X	X
LA BRAMONA	X	X	X	X	X							
EL CHORRILLO								X				
LAS CASCADAS	X	X	X	X								
LAS POZAS										X		

Fuente: Consultora Turidee

Este cuadro indica las epocas en las cuales cada uno de los senderos muetran el mayor potencial de sus atributos, el sendero La Entrada su mejor apoca es el mes de Agosto, Circulos de Piedra, Salto Chico, Las Campanas, Sinchal en los meses entre mayo y diciembre, la Bramona en los meses de enero a mayo, El Chorrillo en el mes de Agosto, Las Cascadas en los meses de enero y abril y en Las Pozas en el mes de Octubre.

5.4.2. Precio

Para calcular el precio de los senderos, se tomo en cuenta la disponibilidad a pagar de los turistas y los precios de mercado de la competencia, en este caso el de la competencia directa que es el Parque Nacional Machalilla, ubicado en Puerto López-Manabí.

- La Disponibilidad de los turistas según datos primarios (encuestas realizadas en el Análisis de Mercado) entre $4-$6 por realizar caminatas en el sendero con el 57% de aceptación.
- Parque Nacional Machalilla: Entre $3 y $5 por realizar caminatas por sendero y observar de flora y fauna acuática, y con el precio de $35 por realizar camping.

En base a las dos fuentes de información señaladas, se ha calculado los precios por sendero y de cada una de las actividades adicionales a realizarse en ellos.

Cuadro 48: Precio unitario por sendero

		VALOR ADICIONAL POR ACTIVIDAD				
COSTO POR SENDERO	PVP UNIT. POR RECORRER EL SENDERO	TIEMPO DE RECORRIDO	CABALGATA	CICLISMO	CAMPING	TOTAL
Circulos de Piedra	$ 3,00	10 hrs				$ 3,00
Salto Chico	$ 4,00	7hrs	$ 1,00	$ 1,00	$ 20,00	$ 26,00
Las Campanas	$ 5,00	9 hrs	$ 1,00	$ 1,00	$ 20,00	$ 27,00
Sinchal	$ 3,00	3 hrs		$ 1,00		$ 4,00
La Bramona	$ 4,00	6 hrs	$ 1,00			$ 5,00
El Chorrillo	$ 5,00	5 hrs	$ 1,00		$ 20	$ 26,00
Las Cascadas	$ 4,00	6 hrs	$ 1,00			$ 5,00
Las Pozas	$ 5,00	5 hrs			$ 20	$ 25,00
La Entrada	$ 4,00	2 hrs				$ 4,00

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Se estableció el precio mínimo de $4.00 por realizar el recorrido a través del sendero, donde se observa flora y fauna o su arqueología (depende del tipo de sendero), lo que incluye el uso de botas que se utilizan para este tipo de actividad, por cada actividad adicional dependiendo del sendero es de $1.00, y por realizar camping tiene un precio de $20, ya que represente solo el costo del guía durante el camping, sin incluir los equipos de camping, los que deseen realizar este tipo de actividad deberán tener sus respectivos equipos.

Paquetes Turísticos por realizar recorridos a través de los bosques, para turistas nacionales e internacionales:

A. Objetivos y criterios para establecer paquetes:

- Aumentar el nivel de ingresos por ventas, con ofertas para incentivar al turista a consumir los paquetes en lugar de consumir un solo sendero, ya que se estableció el precio mínimo que están dispuestos a pagar los turistas por los senderos, dada la crisis económica mundial.
- Manejar un precio estándar para los dos grupos de paquetes turísticos, tanto para nacionales como extranjeros, y que no opten por consumir un paquete del otro por ser más económico.

- Lograr que visiten la mayor parte de las comunas que pertenecen al producto y a los subproductos de la Ruta del Spondylus, y que consuman los servicios o productos que cada una ofrece, como también conocer sus culturas, que es un valor agregado de los senderos (productos estrellas ecoturisticos).

- Diferenciar distintos tipos de preferencias por realizar actividades, apuntando al mismo segmento de mercado, relacionando cada paquete al turistas excursionista que gusten de la naturaleza, pero con varias opciones de actividades turísticas, extremos; por ello en cada paquete mencionado, hay un sendero donde se realiza el camping, o el otro sendero de cada paquete tiene un tiempo de duración mas corto paquete, logrando visitar por lo menos 2 comunas por persona que son profesionales, paquete de 1-3 días se realiza en dos días donde puede ser los fines de semana durante todo el año.

- Lograr visitar las 6 comunas, apuntando al mismo segmento de mercado, relacionando cada paquete al turistas excursionista que gusten de la naturaleza, que incluyan las distintas opciones de actividades turísticas, extremos; por ello en cada paquete mencionado, hay dos sendero donde se realiza el camping,

B. Paquete de 1-3 días:

Con una aceptación de Turistas nacionales y extranjeros de 1-3 días del 68.70%, según datos primarios (encuestas realizadas en el análisis de mercado), se realizo 5 paquetes turísticos.
Se logra abarcar a todos los turistas nacionales- profesionales, ya que se los proyecta como paquetes de fin de semana.

- paquete 1/Historia: Círculos de Piedra (Arqueología) y Las Campanas (Las cuevas),
- Paquete 2/Deportes: Sinchal (cicloturismo) y Salto Chico (cabalgar-cicloturismo)
- Paquete 3/Ríos-Fauna Acuática: La Bramona (lagunas-cascadas), Las Pozas (Ríos- lagunas).
- Paquete 4/ recorridos largos-contacto con abundante vegetación: El Chorrillo (recorrido de 10 horas abundante vegetación y animales), La Entrada (abundante árboles de Cade-vista panorámica de playa).
- Paquete 5 / abundante vegetación-cascadas-lagunas-recorridos rápidos: Las Cascadas y Las Pozas

Cuadro 49: Paquetes de venta 1 – 3 dias

XTREM 1, Naturalmente Historico				XTREM 2, Naturalmente deportivo			
Paquete 1	**Comuna**	**PVP**	**Tiempo de Recorrido**	**Paquete 2**	**Comuna**	**PVP**	**Tiempo de Recorrido**
Circulo de Piedras	Sacachun	$ 3	2,5	Salto Chico	Salanguillo	$ 26,00	6,5
Las Campanas	Salanguillo	$ 27,00	8,5	Sinchal	Sinchal	$ 4,00	2,5
PRECIO DE PAQUETE		**$ 30**				**$ 30,00**	**9**

XTREM 3, Naturalmente Acuatico				XTREM 4, Naturalmente Eterno			
Paquete 3	**Comuna**	**PVP**	**Tiempo de Recorrido**	**Paquete 4**	**Comuna**	**PVP**	**Tiempo de Recorrido**
La Bramona	Loma Alta	$ 5,00	6	El Chorrillo	Loma Alta	$ 26,00	10
Las Pozas	Dos Mangas	$ 25,00	4,5	La Entrada	La Entrada	$ 4	2
		$ 30,00	**10,5**			**$ 30**	

XTREM 5, Naturalmente Vivo			
Paquete 4	**Comuna**	**PVP**	**Tiempo de Recorrido**
Las Cascadas	Dos Mangas	$ 5,00	5,5
Las Pozas	Dos Mangas	$ 25	4,5
		$ 30	

Manejo de los 5 paquetes: Como uno de los objetivos es aumentar los ingresos por ventas con un precio estándar de $30 por persona, paquete que se realiza en 2 días (fines de semana) + oferta (por la compra de un paquete el acompañante es gratis), y que visiten como mínimo dos comunas por paquete. Y que se incentive al turista por medio de la oferta a consumir los

paquetes y no solo 1 sendero. El turista también tiene la opción de escoger el recorrido individual de los senderos y pagar por su valor mencionado en la tabla 1, o de realizar cada paquete en los otros días de la semana.

C. Paquete de 1-7 días:

Con una aceptación de turistas extranjeros de 1-7 días del 74%, según datos primarios (encuestas realizadas en el análisis de mercado), se realizo dos paquetes turísticos.

Se lograr abarcar el mercado de los turistas extranjeros, donde se realiza los recorridos en 1 semana durante todo el año.

Cuadro 50: Paquetes de venta 1 – 7 dias

PAQUETES TURISTICOS						
Comunas	**# de Horas**	**XTREM 6**	**P.V.P**	**XTREM 7**	**P.V.P**	**# de horas**
Sacachun	**2,5**	Circulo de Piedras	$ 3,00	Circulo de Piedras	$ 3,00	**2,5**
Sinchal	**2,5**	Sinchal	$ 4,00	Sinchal	$ 4,00	**2,5**
Salanguillo	**8,5**	Las Campanas	$ 27,00	Salto Chico	$ 26,00	**6,5**
Loma Alta	**6**	La Bramona	$ 5,00	EL chorrillo	$ 26,00	**10**
Dos Mangas	**5,5,**	Las Pozas	$ 25,00	Las Cascadas	$ 5,00	**4,5**
La Entrada	**2**	La Entrada	$ 4,00	La Entrada	$ 4,00	**2**
PRECIO PAQUETE	**21,5**		**$ 68,00**		**$ 68,00**	**28**

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Manejo de los Paquetes 6 y 7

Como uno de los objetivos es aumentar los ingresos por ventas se establece un precio estándar de $68 por persona + oferta (por la compra de un paquete el acompañante es gratis), y que visiten todas las comunas en 1 semana, y que se incentive al turista por medio de la oferta a consumir los paquetes y no 1 sendero. El turista también tiene la opción de escoger el recorrido individual de los senderos y pagar por su valor mencionado en la tabla 1.

5.4.3. Plaza

Los turistas llegaran por cuenta propia a los senderos que quedan en la prov. o por paseos organizados por operadoras de turismo si estas, deciden hacerlo. Una vez que los turistas se informen del subproducto por medio de:

Prensa escrita

- Publicidad, artículos, publireportajes, para lanzamiento de campaña, feriados, temporada, por medio de la Revista del Domingo del Diario El Universo donde se abarca a los turistas a nivel nacional, por medio de la Revista Vistazo con insertos de cada edición por cada ciudad Gye, Quio, Cuenca, de donde el turismo en la prov. es el mas representativo.

Lugares turísticos estratégicos

Los tripticos y flyers de los senderos serán proveídos por el Mintur, en sitios estratégicos turísticos donde se abarca a turistas nacionales e internacionales, como son puestos de información, donde no se paga alquiler ya que se cuenta con un convenio con el Mintur, ni demás costos de adecuación y sueldo a empleados, sin embargo para el stand en el Malecón el Mintur asume el costo de Sueldo de 1 persona:

- Aeropuertos de Quito y Guayaquil, el Mintur entregara de 300 trípticos y 2700 flyers mensuales a cada uno en los puestos de información turística varia, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad. Cada turista podrá acercarse a tomar los tripticos/flyers de información.
- Stand de información turística del Ecuador ubicado en la entrada del Ministerio del Litoral, esta ubicado en la entrada del Ministerio del Litoral, donde el Mintur se repartirá 100 tripticos y 900 flyers mensuales), ya que es

de conocimiento publico que allí se puede encontrar información de destinos y rutas turísticas del Ecuador., y se puede incluir la nueva ruta, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad

- En el stand de información de los Senderos Turísticos ubicado en el Malecón Simón Bolívar, este debe de estar ubicado donde comienza las salas de los centros comerciales del Malecón del lado de la ría, ya que allí tendrá mas acogida y contacto con los consumidores nacionales e internacionales que acuden a este sitio, en el centro de información se repartirán (300 trípticos y 2700 flyers mensuales).

- En los Buses de Guayaquil Visión donde se encuentra gran cantidad de consumidores turísticos se entregara 150 trípticos y 1350 flyers mensuales, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad.

- En los Hoteles: Hilton Colon (Guayaquil y Quito), Sheraton (Guayaquil y Quito), Oro Verde (Guayaquil y Quito), Barcelo Colon Miramar (Salinas), en 3 hostales ubicados en Montañita, se entregaran 150 tripticos, y 1350 flyers, y 100 afiches mensuales a cada uno, son los hoteles donde acude el mercado meta del plan, donde tambien son los mas reconocidos de las zonas, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad.

- En las agencias de viajes y operadoras turísticas, que lleguen a promocionar los paquetes turísticos hacia los senderos, se prevé dos agencias por año, donde el acuden solo turistas con diferentes preferencias y motivos de viaje, los cuales se interesarían en conocer mas destinos alternativos , se entregaran 100 tripticos mensuales, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad
- En los 5 departamentos de turismo de la Provincia de Santa Elena son: Salinas, La Libertad, Santa Elena, Prefectura de la provincia de Santa Elena y la Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, 300 tripticos y 2700 flyers

mensuales, ya que es de conocimiento publico que allí se puede encontrar información de destinos y rutas turísticas del Ecuador., y se puede incluir la nueva ruta, no existen costos mas allá de los de las unidades de promoción/publicidad

Website

- Pag. Web: se elaborara una pagina web para los senderos: www.senderosturisticos.com.ec, y será distribuida como link, en la página del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, Consejo Provincial de Santa Elena y en las Operadoras Turísticas y Agencias de Viajes, además podrían aparecer en las paginas web de las aerolíneas ya que la mayoría de estas venden sus boletos aéreos por medio del Internet. Se vincular la pagina web a los dominios mas visitados como: Google y Yahoo. además de realizar convenios con agencias de viajes y operadoras turísticas, los cuales podrán ofrecer los paquetes turísticos de visita a los senderos mediante la pagina web, donde podrá observar información de datos turísticos sobre los senderos, videos, fotos.

Ferias Eco turísticas

- En la Feria Mundial del Ecoturismo celebrada en febrero de cada año, donde se expondrá a los senderos y se los promocionara, dirigiéndose específicamente a este tipo de turistas ya antes mencionados en el análisis de mercado.

Vallas Publicitarias en Carreteras

- Las vallas serán ubicadas vía a la costa, a lo largo de la carretera se colocaran 3 vallas, la primera estaría ubicada a 10km de pasar el peaje de Guayaquil vía a la costa, el segundo en el redondel donde se desvía a Playas y a Santa Elena, y el terceros al ingresar a las Provincia de Santa Elena, donde se abarca agresivamente a todos los turistas que provienen de Guayaquil, donde existe el mayo flujo turístico con el 43% del total de los encuestados en el plan.

5.4.4. Estrategia de Promoción y Publicidad

Imagen de la marca **“Senderos Turísticos”** - Logo

LOGO DE LOS SENDEROS TURISTICOS

En el logo se observa una figura representativas del sol, ya que es una de las caracteristicas principales de la Provincia de Santa Elena y de esta manera involucrarla dentro de la imagen de los Sendero Turisticos, el color naranja fue escojido ya que es llamativo y este simboliza entusiasmo, aventura y exaltación, asi mismo el color verde tenia que estar presente por ser el color propio representativo de las areav verdes, bosques, vegetación de los senderos.

Slogan **“Disfrutando a la naturaleza en su estado más puro y autentico”**

Posicionamiento

Posicionar los senderos turísticos entre los ecuatorianos como la primera opción de senderismo en la costa, y como el producto estrella en ecoturismo de la Provincia de Santa Elena.

MEDIOS

Se deberá comenzar con una campaña fuerte ya que se necesita posicionar los senderos en la mente de las personas como la nueva alternativa de turismo y única en su clase dentro la provincia de Santa Elena.
La campaña esta basada en los cuadros de epocas propicias de visitas a los senderos y las mejores epocas de visitas a los senderos.

Dado esto los mecanismos de promoción a utilizarse serán los siguientes:

Prensa

Para el lanzamiento promocional de los “Senderos Turísticos” se publicara en la sección de Viajemos en La Revista del Diario El Universo un articulo acerca del nuevo producto turístico en la Provincia de Santa Elena “Los Senderos Turísticos”, así como información detallada de cada sendero y sus características, la publicación de este articulo se lo lograría en base a un acuerdo entre el Ministerio de Turismo y los Directivos del Diario en el cual, se les pagara por la publicidad que se publicaría en los meses pautados (detallados mas adelante) a cambio de la publicación del articulo, sin ningún costo.

Para la planificación de la promocion nos hemos basado en las epocas propicias de visitas en cada uno de los senderos asi como de las mejores epocas de visitas.

Las Pautas publicitarias serian las siguientes:

Cuadro 51: Pautas propuestas para Diario El Universo – Primer Año

DIARIO EL UNIVERSO "LA REVISTA"

PRIMER AÑO

	SEMANA			
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA
ENERO	Articulo (GRATIS: POR CONVENIO)			
FEBRERO	Media pagina vertical promocionando los senderos: La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas			
MARZO	Cuarto de pagina vertical, promocionando los senderos: La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas			
ABRIL	Cuarto pagina vertical promocionando los senderos: La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas			
MAYO		Media pagina vertical promocionando todos los senderos		
JUNIO	Cuarto de pagina vertical promocionando todos los senderos menos La Bramona			
JULIO				
AGOSTO	Cuarto de pagina vertical promocionando todos los senderos menos La Bramona			
SEPTIEMBRE				
OCTUBRE	Cuarto de pagina vertical promocionando todos los senderos menos La Bramona			Cuarto de pagina vertical promocionando todos los senderos menos La Bramona
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE		Cuarto de pagina vertical promocionando todos los senderos menos La Bramona		

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Cuadro 52: Pautas propuestas para Diario El Universo – Resto de Años

RESTO DE AÑOS

	SEMANA			
	PRIMERA	**SEGUNDA**	**TERCERA**	**CUARTA**
ENERO		Cuarto pagina vertical promocionando los senderos: La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas		
FEBRERO	Media pagina vertical promocionando los senderos: La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas			
MARZO		Cuarto pagina vertical promocionando los senderos:La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas		
ABRIL	Cuarto pagina vertical promocionando los senderos:La Entrada, Circulos de Piedra, La Bramona, Las Cascadas y Las Pozas			
MAYO		Cuarto de Pagina promocionando todos los senderos		
JUNIO	Cuarto de pagina promocionando todos los senderos menos La Bramona			
JULIO				
AGOSTO	Cuarto de pagina promocionando todos los senderos menos La Bramona			
SEPTIEMBRE				
OCTUBRE	Cuarto de pagina promocionando todos los senderos menos La Bramona			Cuarto de pagina promocionando todos los senderos menos La Bramona
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE		Cuarto de pagina promocionando todos los senderos menos La Bramona		

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Revista Vistazo

De la misma manera por lanzamiento de los “Senderos Turísticos” como nuevo producto turístico de la Provincia de Santa Elena, se realizaría un convenio con los Directivos de la revista para publicar un artículo sin costo y se les pagaría por realizar insertos del flyers de cada sendero y trípticos en los meses estipulados de promoción. Los insertos solo se los realizaría en Guayaquil, Quito y Cuenca ya que son las ciudades de donde proviene el mayor flujo de turista a la provincia.

Las Pautas publicitarias serian las siguientes:

Cuadro 53: Pautas propuestas para Revista Vistazo – Primer Año

REVISTA VISTAZO

PRIMER AÑO

EPOCA DE VACACIONES COSTA (GUAYAQUIL)		EPOCA DE VACACIONES SIERRA (QUITO Y CUENCA)	
DE ENERO A ABRIL		DE JUNIO A SEPTIEMBRE	
TRITICO		TRIPTICO	
DIPTICO	LA ENTRADA	DIPTICO	LA ENTRADA
	CIRCULOS DE PIEDRA		CIRCULOS DE PIEDRA
	LA BRAMONA		SALTO CHICO
	LAS CASCADAS		LAS CAMPANAS
	LAS POZAS		SINCHAL
			EL CHORRILLO
			LAS CASCADAS
			LAS POZAS
En el mes de Enero se públicara el articulo acerca de los senderoscomo lanzamiento oficial		En el mes de Junio se publicara un anuncio publicitario por inicio de temporada de la Sierra	

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Cuadro 54: Pautas propuestas para Revista Vistazo – Resto de Años

RESTO DE AÑOS (BASADO EN LA MEJOR EPOCA DEL AÑO DE VISITA A LOS SENDEROS)

EPOCA DE VACACIONES COSTA (GUAYAQUIL)		EPOCA DE VACACIONES SIERRA (QUITO Y CUENCA)	
DE ENERO A ABRIL		DE JUNIO A SEPTIEMBRE	
TRITICO		TRIPTICO	
DIPTICO	CIRCULOS DE PIEDRA	DIPTICO	LA ENTRADA
	LA BRAMONA		CIRCULOS DE PIEDRA
	LAS CASCADAS		SALTO CHICO
			LAS CAMPANAS
			SINCHAL
			EL CHORRILLO
			LAS POZAS

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Las pautas realizadas para el primer año en la revista vistazo fueron en base a las épocas del año propicias para cada sendero, y para el resto de años nos basamos en la mejor época de visitas para cada sendero.

Tríptico

Comuna Dos Mangas – Sendero Las Cascadas
• Ubicación: La Comuna Dos Mangas pertenece a la provincia Península de Santa Elena, ubicándose a 6 kilómetros de Manglaralto, aproximadamente
• Zona de Vida: Bosque Humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Camping, Observacion de Flora y Fauna
• Puntos Representativos dentro del sendero:
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 5.5 horas
Comuna La Entrada – Sendero La Entrada
• Ubicación: La Comuna La Entrada pertenece a la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, ubicándose en el kilometro 70 de la cabecera de la provincia
• Zona de Vida: Bosque Humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Paisaje de Fotografia, Mirador, Observacion de Flora
• Puntos Representativos dentro del sendero: Tagua, Mirador Tres Cades, Mata Palo Blanco, Matapalo Colorado, Caña Guadua
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 2
Comuna Dos Mangas – Sendero Las Pozas
• Ubicación: La Comuna Dos Mangas pertenece a la provincia Península de Santa Elena, ubicándose a 6 kilómetros de Manglaralto, aproximadamente
• Zona de Vida: Bosque Humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Camping, Observacion de Flora y Fauna, Mirador, Pozas, Observacion de Aves
• Puntos Representativos dentro del sendero: Los Cerris, Palmito, Gigantes de Sumpa, Voces en el Bosque
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 4.5 horas
N
Dos Mangas
Disfrutando la naturaleza en su estado mas puro y autentico
WWW.SENDEROSTURISTICOS.COM.EC
Ecuador

SENDEROS TURISTICOS
LA RUTA DEL SPONDYLUS
Dentro de la Provincia de Santa Elena se ubican Los Senderos Turisticos de la Ruta del Spondylus, sitios ideales para la observación de flora y fauna, cascadas, arqueologia, además de poder realizar diversas actividades como ciclismo, cabalgatas, escalada de montañas, etc.
La Concha Spondylus en la Historia.
El Spondylus o Mullus -en lengua quichua- es un molusco bivalvo, perteneciente a la familia Spondylidae. Este fue considerado un alimento predilecto de los dioses e instrumento de las culturas prehispánicas para el comercio entre ellos.
El primer sitio donde se consiguió esta concha fue en Real Alto, en la Provincia de Santa Elena, en la fase Valdivia 1. En el año 3600 A.C esta cultura marca el uso del Spondylus en esta región y en el resto del área Andina hasta México.
Es así que a partir de este descubrimiento, las civilizaciones situadas a lo largo de la Costa del Pacífico como Valdivia, Machalilla, Chorrera, Manteña Huancavilca se sirvieron de este molusco y lo utilizaron también en la elaboración de cerámica.
La Ruta Comercial Prehispánica
La concha milenaria representó para las culturas del Pacífico un elemento de poder y de valor económico. Por ello, el spondylus es indispensable para el intercambio de productos.
Este fue el motivo que influenció a los indígenas a crear rutas de comercio en torno a este molusco. Así, la ruta comenzó en la Costa del Pacífico desde el Golfo de Guayaquil hasta baja California, área comercial que no sólo fue aprovechada por las culturas del área andina, sino también por las demás regiones de América.
Comuna Sacachun – Sendero Circulo de Piedras
• Ubicación: A 40 minutos en vehículo en una carretera secundaria asentada desde pueblo de Buenos Aires vía la costa del kilómetro 70
• Zona de Vida: Matorral Seco Tropical
• Actividades: caminata, observación de flora, observación de arqueologia, paisaje de fotografia, mirador.
• Puntos Representativos dentro del sendero: Barbasco, Palo Santo, Bototillo, Algodón, Circulos de Piedra, Ceibo
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 2.5 horas
Comuna Salanguillo
- Sendero Las Campanas
• Ubicación: La Comuna Salanguillo pertenece a la provincia Península de Santa Elena, parroquia Colonche, ubicándose a pocos minutos de la parroquia en mención y a 63 kilómetros de Santa Elena.
• Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Cabalgata, Cicloturismo, Observacion de Cuevas, Observacion de Flora, Paisaje de Fotografia.
• Puntos Representativos dentro del sendero: Piñuelo, Bosque Seco, Cordillera Chongon Colonche, Matapalo Colorado, Guasmo, Bosque Protector Chongon Colonche, Palo de Ajo, Salto Chico.
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 8.5 horas
– Sendero Salto Chico
• Ubicación: La Comuna Salanguillo pertenece a la provincia Península de Santa Elena, parroquia Colonche, ubicándose a pocos minutos de la parroquia en mención y a 63 kilómetros de Santa Elena.
• Zona de Vida: Bosque Seco Tropical
• Actividades: Caminata, Cabalgata, Cicloturismo, Observacion de Flora, Paisaje de Fotografia.
• Puntos Representativos dentro del sendero: Piñuelo, Bosque Seco, Cordillera Chongon Colonche, Matapalo Colorado, Guasmo, Bosque Protector Chongon Colonche, Palo de Ajo, Salto Chico.
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 6 horas
Comuna Sinchal – Sendero Sinchal
• Ubicación: Provincia de Santa Elena en la Parroquia Manglar Alto
• Zona de Vida: Matorral Seco Tropical
• Actividades: Caminata, Ciclismo, Mirador y Paisaje de Fotografia.
• Puntos Representativos dentro del sendero: Mirador Sinchal, Mirador Sinchal y El Mar, Maravillas Escondidas, Cucube, Culturas Amerindias
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 2 horas
Comuna Loma Alta
– Sendero La Bramona
• Ubicación: 50 km del cantón Valdivia, pertenece a la parroquia de Colonche, provincia de Santa Elena
• Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical o Monzon – Bosque Sub-humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Cabalgata, Cascada, Observacion de Flora y Observacion de Aves.
• Puntos Representativos dentro del sendero: Palma de Tagua, Guadua, Bosque Protector Loma Alta, Bosque Secundario.
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 4.5 horas
– Sendero El Chorrillo
• Ubicación: 50 km del cantón Valdivia, pertenece a la parroquia de Colonche, provincia de Santa Elena
• Zona de Vida: Bosque Seco Tropical – Bosque Humedo Tropical o Monzon – Bosque Sub-humedo Tropical
• Actividades: Caminata, Cabalgata, Observacion de Flora y Fauna, Camping, Mirador, Observacion de Aves, Paisaje de Fotografia
• Puntos Representativos dentro del sendero: Mirador, Paja Toquilla, Cade Macho, Plantaciones de Toquilla
• Tiempo de recorrido aproximadamente: 10 horas

El triptico sera llamativo en el cual se observara una breve explicación de cada uno de los senderos, el mapa de recorrido de cada uno, una imagen de una persona realizando una de las actividades que se podran realizar dentro de los senderos, ademas constara una breve reseña sobre la Ruta del Spondylus ya que es muy importante destacar que los senderos son un subproducto de la ruta.
Tambien constara el logo de los senderos, el logo de la Ruta del Espondylus, el logo turistici del Ecuador y el logo del Ministerio de Turismo del Ecuador, y la pagina web de los sendero turisticos.

Los tripticos seran distribuidos de la siguiente manera:

- Aeropuertos de Quito y Guayaquil (entrega de 300 trípticos mensuales a cada uno)
- Stand de información turística del Ecuador ubicado en la entrada del Ministerio del Litoral (100 mensuales)
- En el stand de información de los Senderos Turísticos ubicado en el Malecón Simon Bolívar (300 trípticos mensuales)
- En los Buses de Guayaquil Visión (150 trípticos mensuales)
- En los Hoteles: Hilton Colon (Guayaquil y Quito), Sheraton (Guayaquil y Quito), Howard Johnson (Guayaquil y Quito), Barceló Colon Miramar (Salinas), en los hostales ubicados en Montañita (3 hostales), 100 trípticos mensuales por hotel
- En las agencias de viajes y operadoras turísticas, que lleguen a promocionar los paquetes turísticos hacia los senderos. (100 trípticos mensuales)
- En los departamentos de turismo de la Provincia de Santa Elena, en los 5 departamentos (300 trípticos mensuales)

Diptico

Se realizaran Dipticos por cada sendero, en los cuales se obervara el nombre del sendero, datos de su localización geográfica, los atributos naturales del sendero, las actividades que se pueden realizar en el sendero y en la comuna, imágenes representativas de cada uno de los senderos, además constara el logo de la Ruta del Spondylus, el logo de los Senderos Turísticos, Ministerio de Turismo y el logo turístico del Ecuador. La palabra de la Ruta del Spondylus estará presente en los flyers ya que de esa manera se da entender a las persona que los Senderos Turísticos son un subproducto de la Ruta y de esta manera no lo toman como una ruta turística aparte.

Además serán entregados en los mismos sitios en los que se entregaran los trípticos.

Pagina Web

Se diseñara una pagina web de los senderos, www.senderosturisticos.com.ec , en el cual el turista podrá tener acceso a una información mucho mas detallada acerca de todos los senderos, las actividades que se pueden realizar en ellos, los subproductos turísticos que se encontraran en las comunas como alternativa para realizar después del senderismo.

La página de los senderos podrá ser colocada como link en la página del Ministerio de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, Consejo Provincial de Santa Elena y en las Operadoras Turísticas y Agencias de Viajes, además podrían aparecer en las páginas web de las aerolíneas ya que la mayoría de estas venden sus boletos aéreos por medio del Internet.

Vincular la pagina web a los dominios mas visitados como: Google y Yahoo

Se realizaría convenios con agencias de viajes y operadoras turísticas, los cuales podrán ofrecer los paquetes turísticos de visita a los senderos mediante la pagina web.

Vallas Publicitarias

Las vallas serán ubicadas vía a la costa, a lo largo de la carretera se colocaran 3 vallas, la primera estaría ubicada a 10km de pasar el peaje de Guayaquil – via a la costa, el segundo en el redondel donde se desvía a Playas y a Santa Elena, y el terceros al ingresar a las Provincia de Santa Elena.

Promoción en Feria

Feria Mundial del Ecoturismo: en esta feria se presenta los atractivos ecoturísticos del Ecuador, el Ministerio de Turismo se encarga de la promoción turística de las 4 regiones: Amazonía, Andes, Costa y Galápagos.

En esta Feria se tiene la oportunidad de dar a conocer los Senderos como nuevo producto turístico del Ecoturismo en Ecuador ante el resto de los países que participan en la feria. Se podrá posicionar a los senderos competitivamente en el mercado del ecoturismo a nivel nacional, para posteriormente en un futuro potencializarlo internacionalmente.

Para la ultima feria dada entre el 21 y 23 de febrero del 2009 asistieron mas de 60.000 personas a la feria lo que demuestra una gran oportunidad para promocionar los senderos, tanto a nivel nacional como internacional.

Dentro de esta feria se podrá comunicar la esencia de la marca Senderos Turísticos, difundir sus atractivos, elaborar materiales colaterales (plumas, botones, llaveros, CDS con el video promocional de los senderos…)

Video Promocional

El video promocional que se realizara de los Senderos Turísticos mostrara el atractivo principal de cada uno, imágenes de su flora y fauna del centro de interpretación y de personas realizando recorridos, este se lo presentaría en la inauguración de los senderos, en las ferias, y posteriormente podría aparecer en canales de tv, pero esto podria ser cuando comienzan las temporadas de vacaciones y feriados.
El video seria subido en la pagina web oficial de los senderos

Relaciones Publicas

Se invitara a los distintos medios de comunicación tanto prensa escrita como hablada, al lanzamiento oficial de los senderos para de esta manera exista una difusión a nivel nacional como internacional del nuevo producto ecoturístico que se presentara en el Ecuador.

No se ha pensado en la publicidad por medio de la televisión ya que el ministerio de turismo podría presentar mediante cadena nacional los Senderos Turísticos, así como también, pedir a los distintos canales de TV. En sus programas de entretenimiento promocionar los Senderos.

Monitoreo

Este plan deberá ser monitoreado año a año por medio de investigaciones del mercado es decir, registro de los visitantes a los senderos, encuestas de satisfacción de los turistas, buzones de sugerencias e inquietudes.

Para de esta manera saber si hay aceptación y si habría que mejorar algún aspecto negativo encontrado por los turistas en los senderos tanto en servicio como infraestructura.

Ademas se contara con un Plan de Monitoreo Ambiental, proporcionado a los encargados del mantenimiento de los senderos el cual permitira conocer el estado de conservación de los senderos, saber si exite algun impacto ambiental negativo como consecuencia de la actividad turistica para que de esta manera se puedan tomar las medidad correctivas pertinentes que solucionen dichos problemas.(anexo).

Capitulo 6

Presupuesto de Costos de Promocion y Publicidad

6.1. Ventas por Turismo

6.1.1. Demanda Proyectada Real

La demanda potencial de cada año se la obtuvo por medio de la tasa de crecimiento de los turistas que visitan las áreas naturales del Ecuador (capitulo IV Análisis de mercado, datos del Ministerio de Turismo (datos provisionales al 2008; vease cuadro 34) y del Ministerio del Ambiente (datos hasta El 2004).

Los turistas que comprarían el producto se lo obtuvo mediante el ajuste de demanda, donde se multiplico a la demanda potencial de cada año por los porcentajes obtenidos de de la proyección de tasas nacional y extranjeros.

La demanda potencial Del 2009 y 2010 se las multiplico por (1+tasa de crecimiento de loa turistas a las áreas naturales del Ecuador de nacionales y extranjeros respectivamente).

Ejemplo de demanda potencial del 2009

Demanda potencial de nacionales del 2008: 319,714 personas

Tasa de crecimiento de los turistas nacionales al Ecuador nacionales: 7,052%

Demanda potencial del 2009: 319714*(1+ 0,7052)= 342259,7206.

El mismo procedimiento se lo aplico para la demanda potencial del 2010

Cuadro 55: Demanda Potencial - Demanda Real Proyectada

PROYECCION DE DEMANDAS	DEMANDA POTENCIAL			DEMANDA REAL		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Nacionales que visitaron Areas Naturales	319714	332781	356249	37467	40110	42938
Extranjeros que visitaron Areas Naturales	175101	182258	189707	22103	23007	23947
Total de pers. que visitaron las Areas Naturales del Ecuador	494815	515039	536090	59571	63116	66885

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

Los Turista nacionales e internacionales que compran el producto al 2008, 2009, y 2010 se lo calculo a cada uno ajustando la demanda potencial con los porcentajes obtenidos de las encuestas realizadas en el proyecto, según las características del perfil de consumidor estimado y concluido de las encuestas del proyecto, de la sgte. Manera:

Ejemplo de la demanda real del 2009:

Cuadro 56: Demanda Real Proyectada

Demanda Real de turistas Nacional al 2009		Demanda Real de turistas Internacionales al 2010	
(a)Personas que visitan Areas Naturales	332781	(a)Personas que visitan Areas Naturales	189707
(b)Dispuestas a recorrer los senderos	84,74%	(b)Dispuestas a recorrer los senderos	84,74%
(c)Entre 26 - 45 años	54%	(c)Entre 26 - 45 años	54%
(d)Dispuestos a pagar $4-$6	57%	(d)Dispuestos a pagar $4-$6	57%
(e)Ingresos superiores a $600	65,40%	(e)Ingresos superiores a $600	65,40%
(f)Dias de estadia 1-3 dias	68,70%	(f)Dias de estadia 1-7 dias	74,00%
Total de pers. que recorrerian los senderos al año = (a*b*c*d*e*f*g*h)	**40110**	**Total de pers. que recorrerian los senderos al año = (a*b*c*d*e*f*g*h)**	**23947**

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

El mismo procedimiento se lo realizo para el 2010

- Con la demanda real del 2010 se proyecto la demanda real hasta el 2014, por medio de las tasas proyectadas de crecimiento de turistas nacionales e internacionales que visitan las áreas naturales del Ecuador (al 2004).

Ejemplo de la demanda real del 2011-2014:

- demanda real de turistas nacionales del 2010: 1703
- Tasa de turistas nacionales: 7,052%
- Demanda real del 2011:1703*(1+0,7052): 1823.
-

EL mismo procedimiento para los sgtes. años posteriores.

6.1.2. Ventas por Turismo proyectadas a cinco años

Cuadro 57: Ventas por Turismo Proyectadas

	DEMANDA REAL DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS AREAS NATURALES DEL ECUADOR				
	2010	2011	2012	2013	2014
Numero de extranjeros	42937,96815	44692,92423	46519,60869	48420,9532	50400,00926
numero de nacionales	23946,92384	25635,62266	27443,40582	29378,67096	31450,40792
Total de Turistas	66884,89198	70328,54688	73963,01451	77799,62416	81850,41718
Tasa de Crecimiento Anual del Turista Nacional que visitan las Areas Naturales del Ecuador	0,070518403	7,052%			
Tasa de Crecimiento Anual del Turista Extranjero que visitan las Areas Naturales del Ecuador	0,040871894	4,087%			
Tasa Pomedio del Turismo en Areas Naturales del Ecudor	0,055695148	5,570%			
Precio del Paquete 1 - 2 dias	30	30	30	30	30
Precio del Paquete 1-7 dias	$ 68	$ 68	$ 68	$ 68	$ 68
TOTAL DE VENTAS POR TURISMO	$ 3.638.189,55	$ 3.808.187,53	$ 3.986.635,57	$ 4.173.984,95	$ 4.370.712,87

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

6.2. Presupuesto de Costos y Publicidad

Para calcular el presupuesto de promoción y publicidad se debe de proyectar las cantidades de unidades que se necesitaran para cada tipo o medio de promoción/publicidad, y se la realizo en base a la demanda real proyectada hasta el 2014, ya que las ventas están representadas por el

numero de turistas nacionales e internacionales que visitan las áreas naturales del Ecuador (datos del 2004-proyección hasta el 2014), los cuales son los 5 años donde se espera recuperar los costos pre-operativos incurridos en el año 0 y los costo de publicidad/promoción que comienzan desde el año 1: año de inicio de campaña (ver promoción)

6.2.1. Costos Pre-Operativos

Cuadro 58: Costos Pre-Operativos

COSTO PREOPERATIVOS								
Senderos	La Entrada	Dos Mangas	Loma Alta	Sinchal	Salanguillo	Sacachun	Inversion Total	TOTAL AÑO 0
Costo del Sendero	$ 12.759,71	$ 23.112,12	$ 28.732,75	$ 11.586,85	$ 26.758,01	$ 19.614,82	$ 122.564,26	$ 245.128,52
Costo del Centro de Interpretacion	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 165.929,46	$ 331.858,92
INVERSION TOTAL	**$ 40.414,62**	**$ 50.767,03**	**$ 56.387,66**	**$ 39.241,76**	**$ 54.412,92**	**$ 47.269,73**	**$ 288.493,72**	**$ 576.987,44**

Elaboración: V. Rojas y D. Naranjo

6.2.2. Costos de Promoción y Publicidad

- Se describe en el detalle de unidades de promoción en las que se van a incurrir en cada mes del año.(ver promoción).
- Se calculo las unidades de promoción como plumas, botones, cubriendo al numero de turistas nacionales e internacionales que visitan las áreas del Ecuador al 2010: 3156~3200, donde se estimo que comprarían en ese año los senderos, luego se multiplico las unidades del año anterior por la tasa de crecimiento promedio de los turistas nacionales e internacionales que visitan las áreas naturales del Ecuador, ya que se obsequiara estas unidades de publicidad a los visitantes que acudan a los senderos.

Ejemplo de las unidades de promoción al 2011:

Unidades de promoción al 2010: 3200

Tasa de crecimiento promedio: 5.70%

Unidades de promoción al 2010: 3100*(1+ 0,057)= 3382 unidades de promoción como botones y plumas al año, para turistas nacionales e internacionales que visitan las áreas naturales del Ecuador.

* De la misma manera se procedió a calcular para los sotes. Años:

- Para estimar las unidades de trípticos, flyers e impresión de los mismos, se las calculo mediante los canales de distribución y plazas que son sitios turísticos estratégicos, donde se pretende abarcar mas allá de la demanda real de cada año, y llegue a mas consumidores turísticos en las ciudades que representen mayor flujo turístico en Santa Elena, según encuestas realizadas en el proyecto: Costa representa el 45% (Guayaquil 43%), Sierra representa el 12% (Quito 5%, Cuenca 4%) y con el 43% de extranjeros distribuyendo en hoteles, aeropuertos, etc. (ver promoción), detalladas en el cuadro sgte:

Presupuesto de Marketing en unidades: promoción y Publicidad

TIPO DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	COSTO UNITARIO	DETALLE DE UNIDADES DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	UNIDADES DE PROMOCION ANUALES				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Afiches a Full Color	$ 2,50	1 afiche general, en los hoteles mas importantes (150 en c/u en el año 1)	8400	8400	8400	8400	8400
Botones	$ 1,25	1 solo modelo de botones para los senderos	67000	70732	74671	78830	83220
Plumas	$ 0,80	1 solo modelo de plumas para los senderos	67000	70732	74671	78830	83220
impresión papel couche del triptico full color c/u	$ 0,15	1 triptico en general de los 9 senderos (cuadro de cantidades de f y t)	52200	52200	52200	52200	52200
impresión papel bond de 65 gramos flyers inen full color c/u	$ 0,09	1 flyer para cada sendero: 9 flyers (cuadro de cantidades de f y t)	469800	469800	469800	469800	469800
Diseños de flyers, afiches, website, tripticos , logo	$ 45,00	9 tipos de diseños para flyers por los 9 senderos:1*9, 1 logo 1 tipos de diseño para cada uno: triptico, afiche, website: 1*3	13	0	0	0	0
Mantenimiento de pag web	$ 15,00	cada mes	12	12	12	12	12
Promocion de video	$ 900,00	por la inaguracion de los senderos en el mes de Enero del año 1 y sera subido a la pag web para el resto de los años	1	0	0	0	0
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) ANO 1	$ 0,05	Gye:1 triptico en 5000 ejem: Ene, feb, mar, abr; 5 dipticos: ene, feb, mar, abril Quio:1 triptico en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept. 8 dipticos en 5000 ejem: ene, feb, mar, abr	300000	0	0	0	0
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) SGTES. ANOS	$ 0,05	Gye:1 triptico en 5000 ejem: Ene, feb, mar, abr; 3 dipticos: ene, feb, mar, abril Quio:1 triptico en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept. 7dipticos en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept	0	240000	240000	240000	240000
1 pagina de publicidad en la Revista Vistazo, en temporada de Sierra (Cuenca Quio), mes de Junio, ANO 1	$ 3.260,00	1 pagina de publicidad, 1 vez al año en junio, temporada de Sierra (Quio y Cuenca), precio por campaña de los 10000 ejemplares	1	0	0	0	0
1 articulo en la Revista Vistazo, en Enero en Gye, Quio, Cuenca ANO 1	$ 0,00	Por convenio con el medio y Mintur, dado que se hara la promocion de los senderos y la publicidad en los anos respectivos	1	0	0	0	0
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo ANO 1	$ 965,00	1x mar,abr, jun, agos, 2x oct, 1x dic	7	0	0	0	0
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo SGTES. ANOS	$ 965,00	1X ene, mar, abr, may, jun, agos, 2x oct, 1x dic	0	8	8	8	8
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo ANO 1	$ 1.930,00	1x feb, mayo	2	0	0	0	0
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo , SGTES. ANOS	$ 1.930,00	1X feb	0	1	1	1	1
Lanzamiento oficial de la promocion de Los senderos en la la seccion de VIAJEMOS en la Revista del Domingo del Diario El Universo	$ 0,00	Convenio con el diario y el Mintur por lanzamiento en Enero por la publicidad que sera por medio de esta prensa	1	0	0	0	0
3 Vallas en carretera por temporada de Costa	$ 4.000,00	3 vallas por tres meses temporada Costa:	3	3	3	3	3
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Gye Convenio con Mintur	$ 0	Colocacion 12 veces al año de tripticos en puestos de informacion turistica.	12	12	12	12	12
Puesto de informacion en el Centro Comercial El Malecon Simon Bolivar, pago de Sueldo y no se paga alquiler por convenio de Mintur	1: $350, Ano 2: $357, Ano 3: $364, Ano 4: $371, $	1 pers. Ofertando informacion turistica por parte del Mintur donde se encuentre info sobre los senderos todos los meses del año	12	12	12	12	12
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Quio Convenio con Mintur	$ 0	Colococacion 12 veces al año de tripticos. en puestos de informacion en temporada de sierra:Jul, Agos, Sept	12	12	12	12	12
Stand en Feria Mundial del Ecoturismo de 18 mts.2, con 6 mts. De frente y 3 mt. de fondo, y el derecho unico de registro de $40	$ 760	1 vez al año en el mes de Febrero, el valor del stand es de $40 por mt.2,que incluye todos los beneficios de la Furia Mundial de Ecoturismo y los mobiliarios + registro de participacion $40	1	1	1	1	1

Presupuesto de Marketing en dólares de E.U.A. : promoción y Publicidad

TIPO DE PROMOCION	COSTO UNITARIO	DETALLE DE UNIDADES	PROYECCION DE COSTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD ANUALES INICIO DE VENTAS Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Afiches a Full Color	$ 2,50	1 afiche general, en los hoteles mas importantes (150 en c/u en el año 1)	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00
Botones	$ 1,25	1 solo modelo de botones para los senderos	$ 83.750,00	$ 88.414,47	$ 93.338,73	$ 98.537,24	$ 104.025,29
Plumas	$ 0,80	1 solo modelo de plumas para los senderos	$ 53.600,00	$ 56.585,26	$ 59.736,78	$ 63.063,83	$ 66.576,18
impresión papel couche del triptico full color c/u	$ 0,15	1 triptico en general de los 9 senderos (cuadro de cantidades de f y t)	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50
impresión papel bond de 65 gramos flyers inen full color c/u	$ 0,09	1 flyer para cada sendero: 9 flyers (cuadro de cantidades de f y t)	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00
Diseños de flyers, afiches, website, tripticos , logo	$ 45,00	9 tipos de diseños para flyers por los 9 senderos:1*9, 1 logo 1 tipos de diseño para cada uno: triptico, afiche, website: 1*3	$ 585,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Mantenimiento de pag web	$ 15,00	cada mes	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00
Promocion de video	$ 900,00	por la inaguracion de los senderos en el mes de Enero del año 1 y sera subido a la pag web para el resto de los años	$ 900,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) ANO 1	$ 0,05	Gye:1 triptico en 5000 ejem: Ene, feb, mar, abr; 5 dipticos: ene, feb, mar, abril Quio:1 triptico en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept. 8 dipticos en 5000 ejem: ene, feb, mar, abr	$ 15.000,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) SGTES. ANOS	$ 0,05	Gye:1 triptico en 5000 ejem: Ene, feb, mar, abr; 3 dipticos: ene, feb, mar, abril Quio:1 triptico en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept. 7dipticos en 5000 ejem: jun, jul, agos, sept	$ 0,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00
1 pagina de publicidad en la Revista Vistazo, en temporada de Sierra (Cuenca Quio), mes de Junio, ANO 1	$ 3.260,00	1 pagina de publicidad, 1 vez al año en junio, temporada de Sierra (Quio y Cuenca), precio por campaña de los 10000 ejemplares	$ 3.260,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1 articulo en la Revista Vistazo, en Enero en Gye, Quio, Cuenca ANO 1	$ 0,00	Por convenio con el medio y Mintur, dado que se hara la promocion de los senderos y la publicidad en los anos respectivos	$ 3.260,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo ANO 1	$ 965,00	1x mar,abr, jun, agos, 2x oct, 1x dic	$ 6.755,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo SGTES. ANOS	$ 965,00	1X mar, abr, may, jun, agos, 2x oct, 1x dic					
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo ANO 1	$ 1.930,00	1x ene, may.	$ 3.860,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo , SGTES. ANOS	$ 1.930,00	1X Ene	$ 0,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00
Lanzamiento oficial de la promocion de Los senderos en la la seccion de VIAJEMOS en la Revista del Domingo del Diario El Universo	$ 0,00	Convenio con el diario y el Mintur por lanzamiento en Enero por la publicidad que sera por medio de esta prensa	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
3 Vallas en carretera por temporada de Costa	$ 4.000,00	3 vallas por tres meses temporada Costa:	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Gye Convenio con Mintur	$ 0	Colocacion 12 veces al año de tripticos en puestos de informacion turistica.	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Puesto de informacion en el Centro Comercial El Malecon Simon Bolivar, pago de Sueldo y no se paga alquiler por convenio de Mintur	$ 350	1 pers. Ofertando informacion turistica por parte del Mintur donde se encuentre info sobre los senderos todos los meses del año	$ 4.200,00	$ 4.281,06	$ 4.363,68	$ 4.447,90	$ 4.533,75
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Quio Convenio con Mintur	$ 0	Colococacion 12 veces al año de tripticos. en puestos de informacion en temporada de sierra:Jul, Agos, Sept	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
Stand en Feria Mundial del Ecoturismo de 18 mts.2, con 6 mts. De frente y 3 mt. de fondo, y el derecho unico de registro de $40	$ 760	1 vez al año en el mes de Febrero, el valor del stand es de $40 por mt.2,que incluye todos los beneficios de la Furia Mundial de Ecoturismo y los mobiliarios + registro de participacion $40	**$ 760,00**	**$ 760,00**	**$ 760,00**	**$ 760,00**	**$ 760,00**
		TOTAL DE COSTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION	**$ 259.091,50**	**$ 247.132,29**	**$ 255.290,69**	**$ 263.900,48**	**$ 272.986,72**

CONCLUSIONES

El turismo esta logrando grandes niveles de desarrollo en todo el mundo aunque no deje de estar influenciado por las situaciones sociales politicas economicas de un pais y su cultura, paises que no tienen el potencial que tiene el Ecuador son mas reconocidos a nivel mundial y donde sus habitantes valoran sus recursos y saben venderlos, sin embargo implementando un adecuado plan estrategico de marketing se puede posicionar en la mente de los turistas a zonas del Ecuador que tienen potenciales turisticos altos.

Una muestra de ello es que el Ecuador tiene una megabiodiversidad que es reconocida a escala mundial con la declaración de patrimonios mundiales de la humanidad por parte de la Unesco otorgadas al parque nacional Galápagos y el parque Nacional de Sangay, así como el estatus de reserva de la biosfera del parque nacional Yasuní, y la denominación de regalos a la tierra otorgados por parte del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) al parque nacional Galápagos y al corredor ecológico llanganates Sangay. Además, Ecuador alberga a dos de los 25 “hot spots”, (los hotspots son áreas de gran biodiversidad, endemismo y extremadamente amenazadas. se han identificado 25 hotspots en el mundo, que abarcan el 2,3% de la superficie mundial.). A nivel de especies, el ecuador alberga 107 de las 455 áreas de mayor importancia para la conservación de aves (aicas) en Los Andes tropicales, lo cual la posiciona como un destino prioritario para los ornitólogos y turistas que aprecian la observación de aves, concentrando el 18% de las especies de aves en el planeta. Así mismo, cuenta con el 18% de las orquídeas, que constituye un gran atractivo en particular en los bosques nublados y húmedos en las estribaciones de Los Andes. En cuanto a endemismo, el país se ubica en el segundo lugar de especies vertebradas,

tercero en diversidad de anfibios, y quinto en diversidad de mariposas, en las estadísticas a nivel mundial (informe final de Plandetur 2020)

Un ejemplo de ello es la prov. de Santa Elena, zona bordeada por distintas playas y rodeada por la cordillera Chongon Colonche, lo que permite tener dos tipos de turismo: el clasico sol y playa y el alternativo ecoturismo o turismo de naturaleza. El cual el Ecuador apunta hacia este tipo de turismo.

Segun investigaciones del Plandetur 2020, en Ecuador hay tres líneas de productos claves: ecoturismo-turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo de deportes-aventura donde el ecoturismo es la actividad mas valorada, que configuran el mayor volumen de la oferta. Según el Plan Integral de Marketing Turístico, Ecuador ofrece y tiene el potencial de proporcionar una mayor diversidad de productos turísticos basados en sus atractivos naturales y culturales que satisfagan las exigencias y requerimientos del mercado, especialmente en turismo de naturaleza, turismo de aventura y turismo cultural, así como en circuitos combinados que permitan conocer en relativamente en un tiempo reducido su gran diversidad.

Con la realización del proyecto se logro concluir:

- Enfocarse al perfil del consumidor que tiene el pimte: turista excursionista, que guste de la naturaleza, y que no contamine el medio ambiente para las futuras generaciones, como grupo objetivo a los Turistas Nacionales y Extranjeros, con una edad comprendida entre los 26 – 45 años, con un nivel socioeconómico medio, medio – alto y alto y niveles de ingreso superiores a los 600 dólares.

- El 47% de los turistas encuestados van por turismo por descanso a la Prov. de Santa Elena, el 76% no conocen la existencia de bosques tropicales

humedos en la zona. Pero sin embargo el 75% lo elige como destino turístico por vacaciones en realizar solo el turismo clásico de sol y playa.

- El 82% no han visitado ni conocen las comunas que forman parte del subproducto de la ruta del Spondylus, y el 86% no tiene conocimiento de la existencia de esta ruta.

- Las zonas como los senderos interpretativos tiene gran potencial turistico, sobretodo por su ubicación geografica, el 84% esta dispuesto a realizar excursiones ecoturisticas en los senderos de la Prov. de Santa Elena, lo que permite potencializar a los senderos de la prov. como destino turístico, y que debido a la falta de inversión y promoción no conocen, ni realizar este tipo de turismo alternativo en estas zonas.

- El 55% esta dispuesto a realizar los 9 recorridos de los senderos y el 45% no lo esta, lo cual se establecieron paquetes de los senderos de dos dias y siete dias, con la finalidad de recorrer como minimo dos senderos en un fin de semana y 6 senderos en 1 semana, tanto para turista nacionales como internacionales.

- Se estableció los paquetes con un precio estándar para que el consumidor no opte por marginar un paquete del otro por ser mas economico, sino por los atractivos que en ellos se disfrute, y se tenga un nivel alto de ventas por turismo, ya que se establecio un precio minimo según la disponibilidad a pagar del turista, la competencia, y los efectos de la crisis economica mundial que afecta al poder adquisitivo del consumidor, estableciendo ofertas para no desviar al turista por pagar el valor de un solo sendero.

- Las ventas y los costos proyectados de marketing seran en un horizonte de cinco años de recuperacion de la inversion inicial

- Los habitantes de las comunas estan a la espera de ejecución de los proyectos propuestos que benefician drásticamente a las zonas marginales, se encuentran incentivados por vender los recursos que poseen, pero no cuentan con las debidas capacitaciones turisticas, culturales, ambientales.

- No existen levantamientos de información estadistica turistica actualizada y detallada de las zonas del Ecuador , en este caso una de las mas importantes es la Prov. de Santa Elena, ademas de estadisticas demograficas, sociales y economicas, que permiten y faciliten el estudio de los proyectos de inversion que se deseen realizar, y obtener resultados optimos.

- Se generaran contaminaciones ambientales que se produzcan por la afluencia turistica de las zonas objetivos, la cual su prevencion y mitigacion depederan del plan de monitereo ambiental que el Mintur implemente.

- La Ruta del Spondylus forma parte de la cartera de Estado, en su desarrollo, ejecución y promocion turistica entre las tres Rutas que son Ruta del Capacñam y Ruta tradicional del tren que tienen un enorme potencial, Se beneficiara con circuitos turísticos regionales y bi-nacionales para incentivar el turismo en el mercado fronterizo y transfronterizo. Además, para las comunidades locales tendran al turismo como estrategia de desarrollo propio y como factor diferenciador de producto.

Recomendaciones

1) Adecuar lo caminos de vias de acceso a las comunas, para facilitar a los turistas la entrada y de esta manera no generar inconvenientes ni desalientos por mal estado de las vias.

2) Fomentar a los pobladores de las comunas y capacitarlos en cuanto al comportamiento que deban tener con los tutistas, asi como la manera correcta de recibirlos.

3) Convenios con agencias turisticas las cuales vendan los paquetes de visita a los senderos, y de esta manera ayuden a promocionar los senderos de manera nacional e internacional.

4) Realizar campañas de concienciacion ambiental para el correcto cuidado de los senderos, evitando impactos ambientales negativos que traigan consigo la perdida del atractivo turistico,

5) Realizar un monitoreo del comportamiento turistico, es decir comprobar si se ha logrado la satisfacción del turista, esto puede ser mediante una pequeña encuesta al momento del regreso al minicentro de interpretación, colocar buzon de recomendación para poder corregir cualquier error que se pudiera estar dando tanto dentro del sendero con en la comuna.

6) Adecuar estaciones de transporte o terminales dentro de las comunas que permitan un rapido acceso

7) Facilitar a las comunas materiales para ofrecer a los turistas para el recorrido de los senderos como: botas, biciletas (por el ciclismo), carpas para camping, etc.…

8) Implementar un plan de mejoramiento de los servicios basicos de las comunas, yas que estos son elementos muy mportantes para el desarrollo turistico.

9) Establecer monitoreos de control que permitan conocer desarrollo del plan de marketing.

10) Es importante desarrollar una campaña fuerte de promocion de los senderos ya que estos nunca han sido promocionados.

11) Financiar a las comunas, que se encuentran con diposicion de implementar algun tipo de servicio turistico.

12) Repartir periódicamente medicamentos y materiales de primeros auxilios a las comunas

Bibliografía:

Proyectos y Publicaciones consultadas:

- Proyecto de adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de la comuna La Entrada, Sinchal, Loma Alta, Salanguillo, Dos Mangas, Sacachún del producto de la Ruta del Spondylus, Septiembre del 2008, Ministerio de Turismo-Turidee Cía. Ltda.
- Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2003, pdf.
- Informe Final del Plandetur 2020.
- Plandetur 2020, documento completo.
- Plan de Marketing de la Prov. De Santa Elena.
- Guía del Patrimonio de Aéreas Naturales Protegidas del Ecuador.

Tesis consultadas:

- "Análisis y Plan de Marketing para redefinir el manejo del complejo terma turístico teleforo Villacrés.- Baños termales San Vicente", por Viviana Carrera y Ana Lainez, 2002.
- Estudio de mercado y Plan de Marketing para el sector turístico comprende el sector de la costa norte de la provincia de Manabí por Erika Mora y Hyo Yin Kwon Shin, 2002.
- Plan de Marketing para desarrollo turístico de Mompiche de la Prov. de Esmeraldas, por Maria Arrollo y Vanesa Godoy, en 2007.
- Proyecto de estudio de mercado y Plan de Marketing para el desarrollo turístico de la Ruta Tena-Banoa Ecuador, por Ana Chica y Fabricio Frugone, en 2005.

Datos estadísticos:

- Ministerio del Ambiente, estadísticas hasta el 2004, pagina web.
- Centro de Estudios y Dirección (Cepar) Ecuador: Principales Indicadores provinciales de población, educación, salud y vivienda., pagina web.
- Inec, Población y Censos, proyecciones hasta el 2010, pagina web.
- Dirección Nacional de Migración (2004-2005) Jefaturas Provinciales de Migración (2004) y Gerencia Nacional y cooperación Externa (2004-2005).
- Organización Mundial de Turismo, datos del Flujo turístico mundial, y datos económicos del turismo en relación al Pib del Ecuador, pagina web.
- Itur, Departamento de Turismo del cantón La Libertad.

Páginas Web:

- www.feriamundialdelecoturismo.com
-www.puertolopez.com

- www.eluniverso.com
-www.ecoturismo.org.ec.

ANEXOS

ANEXO 1: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

	Llegadas de turistas internacionales (millones)						Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2006	2007*	2007*	06/05	07*/06	'00-'07*
Mundo	**436**	**536**	**683**	**803**	**847**	**903**	**100**	**5,5**	**6,6**	**4,1**
Europa	**262,6**	**311,3**	**393,5**	**440,3**	**462,2**	**484,4**	**53,6**	**5,0**	**4,8**	**3,0**
Europa del Norte	28,6	35,8	43,7	52,8	56,4	57,6	6,4	6,8	2,2	4,0
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	142,4	149,5	154,9	17,1	5,0	3,6	1,5
Eur. Central/Oriental	31,5	60,6	69,4	87,8	91,5	95,6	10,6	4,2	4,5	4,7
Eu. Meridional/Medit.	93,9	102,7	140,8	157,3	164,8	176,2	19,5	4,7	7,0	3,3
Asia y el Pacífico	**55,8**	**81,8**	**109,3**	**154,6**	**167,0**	**184,3**	**20,4**	**8,0**	**10,4**	**7,8**
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	87,5	94,3	104,2	11,5	7,7	10,6	8,6
Asia del Sudeste	21,1	28,2	35,6	48,5	53,1	59,6	6,6	9,4	12,2	7,6
Oceanía	5,2	8,1	9,2	10,5	10,5	10,7	1,2	0,4	1,7	2,2
Asia Meridional	3,2	4,2	6,1	8,1	9,1	9,8	1,1	11,8	8,2	7,1
Américas	**92,8**	**109,0**	**128,2**	**133,4**	**135,8**	**142,5**	**15,8**	**1,9**	**4,9**	**1,5**
América del Norte	71,7	80,7	91,5	89,9	90,6	95,3	10,6	0,8	5,2	0,6
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,4	19,5	2,2	3,4	0,1	1,9
América Central	1,9	2,6	4,3	6,4	7,1	7,7	0,9	9,9	9,6	8,6
América del Sur	7,7	11,7	15,3	18,2	18,7	19,9	2,2	2,8	6,4	3,9
África	**15,2**	**20,1**	**27,9**	**37,3**	**41,4**	**44,4**	**4,9**	**11,0**	**7,4**	**6,9**
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	15,1	16,3	1,8	8,4	7,9	6,8
África Subsahariana	6,8	12,8	17,7	23,3	26,3	28,2	3,1	12,6	7,1	6,9
Oriente Medio	**9,6**	**13,7**	**24,4**	**37,8**	**40,9**	**47,6**	**5,3**	**8,2**	**16,4**	**10,0**

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 2: INGRESOS OR TURISMO INTERNACIONAL

Ingresos por turismo internacional	Variación monedas locales, precios constantes (%)			Cuota (%)	$ EE.UU. Ingresos (miles de millones)		por llegada	Euro Ingresos (miles de millones)		por llegada
	05/04	06/05	07*/06	2007*	2006	2007*	2007	2006	2007*	2007
Mundo	3,1	5,1	5,6	100	742	856	950	591	625	690
Europa	1,7	3,9	2,7	50,6	376,9	433,4	890	300,2	316,2	650
Europa del Norte	8,4	7,7	3,9	8,1	60,3	69,7	1.210	48,0	50,8	880
Europa Occidental	-0,2	3,7	2,1	17,4	131,6	149,1	960	104,8	108,8	700
Eur. Central/Oriental	0,1	8,2	8,6	5,6	38,2	48,3	510	30,4	35,3	370
Eu. Meridional/Medit.	1,4	1,6	1,1	19,4	146,9	166,4	940	117,0	121,4	690
Asia y el Pacífico	4,2	11,1	11,3	22,1	156,5	188,8	1.020	124,7	137,8	750
Asia del Nordeste	7,9	12,1	12,5	10,4	75,2	89,2	860	59,9	65,1	620
Asia del Sudeste	0,0	16,0	12,7	6,3	43,6	53,9	900	34,7	39,3	660
Oceanía	1,0	2,5	8,1	3,8	26,6	32,3	3.020	21,2	23,6	2.200
Asia Meridional	4,1	10,7	5,4	1,6	11,2	13,4	1.370	8,9	9,8	1.000
Américas	4,3	1,8	6,6	20,0	154,1	171,5	1.200	122,7	125,1	880
América del Norte	4,5	0,8	7,4	14,6	112,5	125,1	1.310	89,6	91,3	960
El Caribe	3,3	1,9	0,9	2,7	21,7	22,9	1.180	17,3	16,7	860
América Central	9,3	10,3	8,9	0,7	5,5	6,3	810	4,4	4,6	590
América del Sur	2,0	6,8	8,0	2,0	14,4	17,2	860	11,5	12,5	630
Africa	10,9	10,6	7,4	3,3	24,6	28,3	640	19,6	20,6	460
África del Norte	15,3	19,1	8,7	1,2	8,7	10,3	640	6,9	7,5	460
Africa Subsahariana	8,8	6,6	6,6	2,1	15,9	17,9	640	12,7	13,1	460
Oriente Medio	2,5	3,5	5,8	4,0	29,8	34,0	710	23,8	24,8	520

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 3: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES - RANGO

Llegadas de turistas internacionales

Rango		Series[1]	Millones 2006	Millones 2007*	Variación (%) 06/05	Variación (%) 07*/06
1	Francia	TF	78,9	81,9	3,9	3,8
2	España	TF	58,2	59,2	4,1	1,7
3	Estados Unidos	TF	51,0	56,0	3,6	9,8
4	China	TF	49,9	54,7	6,6	9,6
5	Italia	TF	41,1	43,7	12,4	6,3
6	Reino Unido	TF	30,7	30,7	9,3	0,1
7	Alemania	TCE	23,5	24,4	10,1	3,9
8	Ucrania	TF	18,9	23,1	7,4	22,1
9	Turquía	TF	18,9	22,2	-6,7	17,6
10	México	TF	21,4	21,4	-2,6	0,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

ANEXO 4: INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

Ingresos por turismo internacional

Rango		$ EE.UU. Miles de millones		$ EE.UU. Variación (%)		Monedas locales variación (%)	
		2006	2007*	06/05	07*/05	06/05	07*/06
1	Estados Unidos	85,7	96,7	4,8	12,8	4,8	12,8
2	España	51,1	57,8	6,6	13,1	5,6	3,6
3	Francia	46,3	54,2	5,3	17,0	4,3	7,2
4	Italia	38,1	42,7	7,7	11,9	6,7	2,5
5	China	33,9	41,9	15,9	23,5	15,9	23,5
6	Reino Unido	33,7	37,6	9,8	11,6	8,5	2,7
7	Alemania	32,8	36,0	12,4	9,8	11,4	0,6
8	Australia	17,8	22,2	5,8	24,7	7,3	12,2
9	Austria	16,6	18,9	3,7	13,5	2,7	4,0
10	Turquía	16,9	18,5	-7,2	9,7	-7,2	9,7

(Cifras procedentes de la OMT, 200

ANEXO 5: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES ASIA Y EL PACIFICO

Destinos principales	Series[1]	Llegadas de turistas internacionales (1000) 2005	2006	2007*	Variación (%) 06/05	07*/06	Cuota (%) 2007*	Ingresos por turismo internacional (millones $ EE.UU.) 2005	2006	2007*	Cuota (%) 2007*
Asia y el Pacífico		154.641	166.981	184.329	8,0	10,4	100	134.964	156.537	188.795	100
Australia	TF	5.020	5.064	..	0,9	..	..	16.866	17.840	22.244	11,8
Camboya	TF	1.333	1.591	1.873	19,4	17,7	1,0	840	963	1.263	0,7
China	TF	46.809	49.913	54.720	6,6	9,6	29,7	29.296	33.949	41.919	22,2
Fiji	TF	550	545	539	-0,9	-1,1	0,3	439	433	..	..
Guam	TF	1.228	1.212	1.225	-1,3	1,1	0,7	..	..	..	..
Hong Kong (China)	TF	14.773	15.822	17.154	7,1	8,4	9,3	10.294	11.638	13.766	7,3
India	TF	3.919	4.447	4.977	13,5	11,9	2,7	7.493	8.634	10.729	5,7
Indonesia	TF	5.002	4.871	5.506	-2,6	13,0	3,0	4.521	4.448	5.346	2,8
Japón	VF	6.728	7.334	8.347	9,0	13,8	4,5	6.630	8.469	9.334	4,9
Corea, Rep. de	VF	6.023	6.155	6.448	2,2	4,8	3,5	5.806	5.788	5.797	3,1
R. Dem.P. Lao	TF	672	842	..	25,3	..	..	147	173	..	..
Macao (China)	TF	9.014	10.683	12.945	18,5	21,2	7,0	7.979	9.828	..	..
Malasia	TF	16.431	17.547	20.973	6,8	19,5	11,4	8.847	10.424	14.047	7,4
Maldivas	TF	395	602	676	52,3	12,3	0,4	287	434	494	0,3
Nueva Zelandia	VF	2.383	2.422	2.466	1,6	1,8	1,3	4.865	4.750	5.427	2,9
Filipinas	TF	2.623	2.843	3.092	8,4	8,7	1,7	2.265	3.501	4.931	2,6
Singapur	TF	7.079	7.588	7.957	7,2	4,9	4,3	5.914	7.194	8.664	4,6
Taiwan (pr. de China)	VF	3.378	3.520	3.716	4,2	5,6	2,0	4.977	5.136	5.137	2,7
Tailandia	TF	11.567	13.822	14.464	19,5	4,6	7,8	9.576	13.401	15.573	8,2
Vietnam	VF	3.468	3.583	4.172	3,3	16,4	2,3	1.880	3.200	3.461	1,8

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 6: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES AMERICAS

Destinos principales	Series[1]	Llegadas de turistas internacionales (1000) 2005	2006	2007*	Variación (%) 06/05	07*/06	Cuota (%) 2007*	Ingresos por turismo internacional (millones $ EE.UU.) 2005	2006	2007*	Cuota (%) 2007*
Américas		**133.357**	**135.846**	**142.494**	**1,9**	**4,9**	**100**	**145.321**	**154.104**	**171.458**	**100**
Argentina	TF	3.823	4.173	4.562	9,2	9,3	3,2	2.729	3.344	4.313	2,5
Bahamas	TF	1.608	1.601	1.528	-0,5	-4,6	1,1	2.069	2.056	2.187	1,3
Brasil	TF	5.358	5.017	5.026	-6,4	0,2	3,5	3.861	4.316	4.953	2,9
Canadá	TF	18.771	18.265	17.931	-2,7	-1,8	12,6	13.760	14.632	15.486	9,0
Chile	TF	2.027	2.253	2.507	11,1	11,3	1,8	1.109	1.222	1.419	0,8
Colombia	TF/VF	933	1.053	1.193	12,9	13,2	0,8	1.222	1.554	1.669	1,0
Costa Rica	TF	1.679	1.725	1.973	2,7	14,4	1,4	1.671	1.732	1.974	1,2
Cuba	TF	2.261	2.150	2.119	-4,9	-1,4	1,5	2.150	1.969	1.982	1,2
Rep. Dominicana	TF	3.691	3.965	3.980	7,4	0,4	2,8	3.518	3.917	4.026	2,3
Ecuador	VF	860	841	953	-2,2	13,4	0,7	486	490	637	0,4
El Salvador	TF	1.127	1.279	1.339	13,5	4,7	0,9	543	793	847	0,5
Guatemala	TF	1.298	1.482	1.448	14,2	-2,3	1,0	869	1.013	1.199	0,7
Honduras	TF	673	739	831	9,8	12,6	0,6	463	488	557	0,3
Jamaica	TF	1.479	1.679	1.704	13,5	1,5	1,2	1.545	1.870	1.841	1,1
México	TF	21.915	21.353	21.424	-2,6	0,3	15,0	11.803	12.177	12.901	7,5
Nicaragua	TF	712	749	800	5,2	6,8	0,6	206	231	255	0,1
Panamá	TF	702	843	1.103	20,1	30,8	0,8	780	960	1.185	0,7
Perú	TF	1.486	1.635	1.812	10,0	10,9	1,3	1.308	1.577	1.938	1,1
Puerto Rico	TF	3.686	3.722	3.687	1,0	-0,9	2,6	3.239	3.369	3.414	2,0
Estados Unidos	TF	49.206	50.977	55.986	3,6	9,8	39,3	81.799	85.720	96.712	56,4
Uruguay	TF	1.808	1.749	1.752	-3,2	0,2	1,2	594	598	809	0,5
Venezuela	TF	706	748	771	5,9	3,0	0,5	650	768	817	0,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) © (Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 7: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES AFRICA

Destinos principales	Series[1]	Llegadas de turistas internacionales (1000) 2005	2006	2007*	Variación (%) 06/05	07*/06	Cuota (%) 2007*	Ingresos por turismo internacional (millones $ EE.UU.) 2005	2006	2007*	Cuota (%) 2007*
África		**37.260**	**41.369**	**44.430**	**11,0**	**7,4**	**100**	**21.820**	**24.618**	**28.257**	**100**
Argelia	VF	1.443	1.638	1.743	13,5	6,4	3,9	184	215	..	..
Angola	TF	210	121	194	-42,2	59,8	0,4	88	75	..	
Botswana	TF	1.675	..	..	..	..	..	562	537	546	1,9
Cabo Verde	TF	198	242	267	22,2	10,4	0,6	127	228	344	1,2
Etiopía	TF	227	290	303	27,7	4,3	0,7	168	162	177	0,6
Ghana	TF	429	497	..	16,0	..	..	836	861	..	..
Kenya	TF	1.536	1.644	..	7,0	..	..	579	688	909	3,2
Lesotho	VF	304	357	300	17,6	-15,9	0,7	31	36	37	0,1
Madagascar	TF	277	312	344	12,4	10,4	0,8	183	159	176	0,6
Malawi	TF	438	638	714	45,8	11,9	1,6	24	24	27	0,1
Malí	TF	143	153	164	6,9	7,4	0,4	148	175	..	
Mauricio	TF	761	788	907	3,6	15,1	2,0	871	1.007	1.299	4,6
Marruecos	TF	5.843	6.558	7.408	12,2	12,9	16,7	4.621	5.967	7.264	25,7
Namibia	TF	778	833	..	7,1	..	..	348	384	434	1,5
Reunión	TF	409	279	381	-31,8	36,5	0,9	442	309	446	1,6
Senegal	TF	769	866	..	12,6	..	..	242	250	..	..
Seychelles	TF	129	141	161	9,3	14,7	0,4	192	228	285	1,0
Sudáfrica	TF	7.369	8.396	9.090	13,9	8,3	20,5	7.327	7.875	8.418	29,8
Sudan	TF	246	328	..	33,5	..	89	252	262	0,9	
Swazilandia	THS	839	873	870	4,1	-0,4	2,0	78	74	32	0,1
Rep. Unida Tanzania	TF	590	628	692	6,4	10,2	1,6	824	950	1.037	3,7
Túnez	TF	6.378	6.550	6.762	2,7	3,2	15,2	2.143	2.275	2.555	9,0
Uganda	TF	468	539	642	15,1	19,2	1,4	380	309	356	1,3
Zambia	TF	669	757	897	13,2	18,5	2,0	98	110	138	0,5
Zimbabwe	VF	1.559	2.287	..	46,7	..	..	99	338	..	..

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) © (Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 8: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES ORIENTE MEDIO

Destinos principales	Series[1]	Llegadas de turistas internacionales (1000) 2005	2006	2007*	Variación (%) 06/05	07*/06	Cuota (%) 2007*	Ingresos por turismo internacional (millones $ EE.UU.) 2005	2006	2007*	Cuota (%) 2007*
Oriente Medio		37.842	40.930	47.633	8,2	16,4	100	27.250	29.830	34.005	100
Bahrein	TF	3.914	4.519	..	15,5	..	..	920	1.048	1.105	3,2
Egipto	TF	8.244	8.646	10.610	4,9	22,7	22,3	6.851	7.591	9.303	27,4
Jordania	TF	2.987	3.547	3.431	18,8	-3,3	7,2	1.441	2.060	2.312	6,8
Líbano	TF	1.140	1.063	1.017	-6,7	-4,3	2,1	5.532	4.965	4.993	14,7
Qatar	TF	913	946	964	3,6	1,9	2,0	760	874	..	..
Arabia Saudita	TF	8.037	8.620	11.531	7,3	33,8	24,2	5.418	4.961	5.228	15,4
Rep. Arabe Siria	TCE/TF	3.368	4.422	4.566	31,3	3,3	9,6	1.944	2.025	..	..
Emir.Arabes Unidos	THS	7.126	..	..	..	..	..	3.218	4.972	..	..
Yemen	THS	336	382	379	13,8	-0,8	0,8	181	181	..	..

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, 2008)

ANEXO 9: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

	Llegadas de turistas internacionales (millones) 1990	1995	2000	2005	2006	2007*	Cuota (%) 2007*	Variación (%) 2006/05	2007*/06	Crecimiento medio anual '00-'07*
Mundo	436	536	683	803	847	903	100	5,5	6,6	4,1
Origen:										
Europa	252,7	311,4	399,2	455,3	475,2	502,0	55,6	4,4	5,6	3,3
Asia y el Pacífico	58,9	86,2	113,9	154,0	165,9	181,9	20,1	7,7	9,6	6,9
Américas	99,8	108,4	131,0	135,8	142,8	149,7	16,6	5,1	4,8	1,9
Oriente Medio	8,2	9,6	13,8	22,6	24,3	27,8	3,1	7,5	14,3	10,6
África	9,9	12,8	16,3	21,8	24,9	26,7	3,0	14,0	7,3	7,4
Origen no especificado[1]	6,6	7,5	9,2	13,9	14,2	15,2	1,7	2,6	7,1	7,4
Misma región	349,9	431,4	541,0	638,0	668,9	710,2	78,6	4,9	6,2	4,0
Otras regiones	79,5	97,1	133,1	152,3	164,2	177,9	19,7	7,8	8,3	4,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, 2008)

[1] Países que no pueden ser asignados a una región concreta de origen. Como la información procede de datos del turismo receptor, esto ocurre que cuando falta el país de origen o cuando se usan categorías como "otros países del mundo" agrupando países que no están específicamente separados.

ANEXO 10: GASTOS POR TURISMO INTERNACIONAL

Rango		Gasto por turismo internacional ($ EE.UU. miles de millones)		Monedas locales variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población 2007	Gasto per cápita
		2006	2007*	2006/2005	2007*/2006	2007*	(millones)	($ EE.UU.)
	Mundo	**742**	**856**			**100**	**6.586**	**130**
1	Alemania	73,9	82,9	-1,5	2,7	9,7	82	1.008
2	Estados Unidos	72,1	76,2	4,5	5,6	8,9	302	252
3	Reino Unido	63,1	72,3	4,6	5,4	8,5	61	1.189
4	Francia	31,2	36,7	1,2	7,8	4,3	62	595
5	China	24,3	29,8	11,8	22,5 ($)	3,5	1.321	23
6	Italia	23,1	27,3	2,2	8,4	3,2	59	464
7	Japón	26,9	26,5	3,8	-0,2	3,1	128	207
8	Canadá	20,5	24,8	5,7	14,4	2,9	33	755
9	Fed. de Rusia	18,2	22,3	4,6	22,1 ($)	2,6	142	157
10	Corea, Rep. de	18,9	20,9	22,4	10,8 ($)	2,4	48	431

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©
(Cifras procedentes de la OMT, 2008)
($) = porcentaje derivado de las series en $ EE.UU. en lugar de en moneda local

ANEXO 11: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR REGIONES

Llegadas de turistas internacionales por regiones (millones)

	Año de referencia	Previsiones		Crecimiento medio anual (%)	Cuota (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Total	**565**	**1.006**	**1.561**	**4,1**	**100**	**100**
África	20	47	77	5,5	3,6	5,0
Américas	109	190	282	3,9	19,3	18,1
Asia Oriental/Pacífico	81	195	397	6,5	14,4	25,4
Europa	338	527	717	3,0	59,8	45,9
Oriente Medio	12	36	69	7,1	2,2	4,4
Asia Meridional	4	11	19	6,2	0,7	1,2
Intrarregional (a)	464	791	1.183	3,8	82,1	75,8
Larga distancia (b)	101	216	378	5,4	17,9	24,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©
Notas: a) El concepto de «intrarregional» incluye las llegadas cuyo país de origen no está especificado.
b) Se entiende por «larga distancia» cualquier viaje distinto de los intrarregionales.

ANEXO 12: MAPA DE UBICACIÓN COMUNA DOS MANGAS

ANEXO 13: FLORA SENDERO LAS CASCADAS

Tabla 1: Flora del sendero Las Cascadas

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Achiote	*Bixa Orellana*	BIXACEAE	Arbusto
Banano	*Musa acuminata Colla*	MUSACEAE	Herbácea
Cade	*Phytelephas microcarpa*	ARECACEAE	Árbol
Colorado	*Erythrina velutina*	FABACEAE	Árbol
Caña Guadúa	*Bambusa Guadúa*	POACEAE	Planta leñosa
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Cedro	*Cedrela Odorata*	MELIACEAE	Árbol
Ciruelo	*SponDÍAs purpúrea*	ANACARDÍACEAE	Árbol
Chala	*Croton ribinaefolium*	EUPPHORBIACEAE	Arbusto
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Figueroa	*Carapa guinensis*	MELIACEAE	Árbol
Fernán Sánchez	*Triplaris cuminngiana*	POLYGONACEAE	Árbol
Guayacán	*Tabebuia chrisantha*	BIGNONACEAE	Árbol
Jigua Amarilla	*Ocotea cooperii*	LAURACEAE	Árbol
Jigua Prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Guineo blanco	*Tripliodes sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Guineo de seda	*Tripliodes acuminata*	MUSACEAE	Herbácea
Laurel	*CorDÍA alliodora*	BORAGINACEAE	Árbol
María	*Calophyllum brasiliense*	CLUSIACEAE	Árbol
Mamey	*Prunus colonchensis*	ROSACEAE	Árbol
Manguillo	*Chrysophyllum venezueanense*	SAPOTACEAE	Árbol
Matapalo	*Ficus benjamina*	MORACEAE	Árbol
Ortiguilla	*Dalechampia scandens*	EUPPHORBIACEAE	Planta voluble
Pechiche	*Vitex gigantea*	VERBENACEAE	Árbol
Paja Toquilla	*Carludovica palmata*	CYCLANTHACEAE	Arbusto
Piñuela	*Bromelia pinguin*	BROMELIACEAE	Planta Terrestre
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Sangre de Gallino	*Vismia obtusa*	CLUSIACEAE	Árbol

ANEXO 14: FAUNA DEL SENDERO LAS CASCADAS

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Azulejo/Tangara	*Thraupis sp.*	TRAÚPIDOS	PASSERIFORMES
Cacique	*Icterus galbula*	ICTERIDAE	PASSERIFORMES
Garza pequeña	*Egretta thula*	*ARDEIDAE*	*CICONIFORMES*
Gallinazos	*Coragyps atratus*	CATHARTIDAE	FALCONIFPRMES
Pacharaca	*Ortalis erythoptera*	CRACIDAE	GALLIFORMES
Perdiz	*Tinamus Mayor*	PHASIANIDAE	GALLIFORMES
Tucán	*Raphastus sp.*	RAMPHASTIDAE	PICIFORMES

Fuente: TURIDEE

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	CLASE
Asnos	*Equus asinus*	EQUIDAE	MAMMALIA
caballos	*Equus caballus*	EQUIDAE	MAMMALIA
Guanta	*Agouti sp.*	AGOUTIDAE	MAMMALIA
Guatusa	*Dasyprocta sp.*	DASYPROCTIDAE	MAMMALIA
Mono aullador	*Alouatta palliata*	ATELIDAE	MAMMALIA
Saíno	*Pecari tajacu*	TAYASSUIDAE	MAMMALIA
Serpiente x	*Bothros asper*	VIPERIDAE	REPTILIA
Venado	*Mazama americana*	CERVIDAE	MAMMALIA

Fuente: TURIDEE

ANEXO DE IMÁGENES DE FLORA Y FAUNA SENDERO LAS CASCADAS

Figura 2: Garza pequeña (*Egretta thula)*

Fuente: TURIDEE

Figura 6: Cade (*Phytelephas microcarpa*)

Fuente: TURIDEE

Figura 8: Cascada en el sendero

Fuente: TURIDEE

ANEXO 15: FLORA DEL SENDERO LAS POZAS

Tabla 4: Flora del sendero Las Pozas

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Colorado	*Erythrina velutina*	FABACEAE	Árbol
Caña Guadúa	*Bambusa Guadúa*	POACEAE	Planta leñosa
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Cedro	*Cedrela Odorata*	MELIACEAE	Árbol
Chala	*Croton ribinaefolium*	EUPPHORBIACEAE	Arbusto
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Figueroa	*Carapa guinensis*	MELIACEAE	Árbol
Fernán Sánchez	Triplaris cuminngiana	POLYGONACEAE	Árbol
Guayacán	*Tabebuia chrisantha*	BIGNONACEAE	Árbol
Jigua Amarilla	*Ocotea cooperii*	LAURACEAE	Árbol
Jigua Prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Guabo colorado	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Laurel	*CorDÍA alliodora*	BORAGINACEAE	Árbol
Mamey	*Prunus colonchensis*	ROSACEAE	Árbol
Manguillo	*Chrysophyllum venezueanense*	SAPOTACEAE	Árbol
Matapalo	*Ficus benjamina*	MORORACEAE	Árbol
María	*Calophyllum brasiliense*	CLUSIACEAE	Árbol
Ortiguilla	*Dalechampia scandens*	EUPPHORBIACEAE	Planta voluble
Pechiche	*Vitex gigantea*	VERBENACEAE	Árbol
Paja Toquilla	*Carludovica palmata*	CYCLANTHACEAE	Arbusto
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Piñuela	*Bromelia pinguin*	BROMELIACEAE	Planta Terrestre
Sangre de Gallino	*Vismia obtusa*	CLUSIACEAE	Árbol

ANEXO 16: FAUNA DEL SENDERO LAS POZAS

Tabla 5: Avifauna observada en el recorrido del sendero

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Azulejo	*Thraupis sp.*	TRAÚPIDOS	PASSERIFORMES
Cacique	*Icterus galbula*	ICTERIDAE	PASSERIFORMES
Pacharaca	*Ortalis erythoptera*	CRACIDAE	GALLIFORMES
Tucán	*Raphastus sp.*	RAMPHASTIDAE	PICIFORMES

Fuente: TURIDEE

ANEXO DE IMÁGENES DE FLORA Y FAUNA SENDERO LAS POZAS

Figura 11: Caña Guadúa (*Bambusa Guadúa*)

Fuente: TURIDEE

Figura 14: Paja toquilla (*Carludovica palmata*)

Fuente: TURIDEE

Figura 15: Salamanquesa

Fuente: TURIDEE

ANEXO 17: UBICACIÓN DE LA COMUNA LOMA ALTA

ANEXO 18: FLORA DEL SENDERO EL CHORRILLO

Tabla 1: Flora del sendero El Chorrillo

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Anona	*Annona glabra*	ANNONACEAE	Árbol
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Café	*Heisteria acuminata*	OLACEAE	Arbusto
Caña Guadua	*Bambusa guadua*	POACEAE	Planta Leñosa
Figueroa	*Carapa guianensis*	MELIACEAE	Árbol
Guayaba	*Gloeospermum sphaerocarpum*	VIOLACEAE	Árbol
Guaba de monte	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Guarumo	*Cecropia sp.*	CECROPIACEA	Árbol
Hortigo Macho	*Urtica huresns*	URTICACEAE	Arbusto
Jigua prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Llantén	*Plantago major*	PLANTAGINACEAE	Hierba
María	*Calophyllum brasiliense*	CLUSIACEAE	Árbol
Matapalo	*Ficus benjamina*	MORACEAE	Árbol
Matapalo Colorado	*Ficus sp.*	MORACEAE	Árbol
Miguelillo	*Sorocea jaramilloi*	MORACEAE	Árbol
Musgo	*Tillandia usneoides*	BROMELIACEAE	Epífita
Naranjo	*Aspidosperma myristicifolium*	APOCYNACEAE	Árbol
Paja Toquilla	*Carludovica palmata*	CLUSIACEAE	Arbusto
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Sapan de paloma	*Trema micrantha*	ULMACEAE	Árbol
Sangre de Gallina	*Vismia obtusa*	CLUSIACEAE	Árbol
Tillo	*Brosimum lactescens*	MORACEAE	Árbol
Tutumbe	*Cordia sp.*	BORAGINACEAE	Árbol

ANEXO 19: FAUNA DEL SENDERO EL CHORRILLO

Tabla 2: Fauna del sector de la comuna Loma Alta

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Cacique	*Cacisus sp.*	ICTERIDAE	PASERIFORMES
Chachalaca cabecirrufa	*Ortalis erythroptera*	CRACIDAE	GALLIFORMES
Garza Pequeña	*Egretta thula*	ARDEIDAE	CICONIFORMES
Gavilán Gris	*Buteo nitidus*	ACCIPITRIDAE	FALCONIFORMES
Martín pescador	*Megaceryle torquita*	ALCEDINIDAE	CORACIIFORMES
Pájaro carpintero	*Piculus robirosus*	PICIDAE	PICIFORMES
Diostedé	*Raphastus Sp*	RAPHASTIDAE	PICIFORMES

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Mastofauna del sector de la comuna Loma Alta

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Ardilla colorada	*Sciurus granatensis*	SCIURIDAE	RODENTIA
Ardilla sabanera	*Sciurus stramineus*	SCIURIDAE	RODENTIA
Armadillo	*Dasypus novemcinetus*	DASYPODIDAE	RODENTIA
Cabeza de Mate	*Eira barbara*	MUSTELIDAE	CARNÍVORA
Cuchucho	*Nasua nasua*	PROCYONIDAE	CARNÍVORA
Cusumbo	*Potos flavus*	PROCYONIDAE	CARNÍVORA
Mico	*Cebus albifrons*	CEBIDAE	PRIMATE
Mono aullador	*Alouatta palliata*	ATELIDAE	PRIMATES
Murciélago frutero	*Artebeus jamaicensis*	PHYLLOSTOMIDAE	CHYROPTERA

ANEXO DE IMÁGENES DE FLORA DEL SENDERO EL CHORRILLO

Figura 2: Café *(Heisteria acuminata)*

Figura 4: Paja toquilla *(Carludovica palmata)*

Fuente: TURIDEE

ANEXO 20: ANEXO DE FLORA DEL SENDERO LA BRAMONA

Tabla 4: Flora del sendero La Bramona

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Anona	*Annona glabra*	ANNONACEAE	Árbol
Algarrobo	*Prosopis juviflora*	MIMOSOIDEA	Árbol
Café	*Heisteria acuminata*	OLACEAE	Arbusto
Caña Guadua	*Bambusa guadua*	POACEAE	Árbol
Ciruelo	*Spondias purpurea*	ANANCARDIACEAE	Arbol
Beldaco	*Pseudobombax mille*	BOMBACACEAE	Árbol
Bototillo	*Cochlospermun vitifolium*	BIXACEAE	Árbol
Figueroa	*Carapa guianensis*	MELIACEAE	Árbol
Guayaba	*Gloeospermum sphaerocarpum*	VIOLACEAE	Árbol
Guaba de monte	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Guarumo	*Cecropia sp.*	CECROPIACEA	Árbol

ANEXO DE IMÁGENES DE FLORA DEL SENDERO LA BRAMONA

Figura 10: Anona *(Annona glabra)*

Fuente: TURIDEE

Figura 15: Hortigo Macho *(Urtica huresns)*

ANEXO 21: UBICACIÓN DE LA COMUNA SINCHAL

ANEXO 22 : FLORA DEL SENDERO SINCHAL

Tabla 1: Flora del sendero Sinchal

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACIÓN
Algarrobo	*Prosopis sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Algodón de Montaña	*Gossypium sp.*	MALVACEAE	Arbusto
Aromo	*Acacia farneciana*	MIMOSACEAE	Árbol
Barbasco	*Euphorbia cotinifolia*	EUPHORBIACEAE	Arbusto/Arbolito
Bejuco	*Combretum pavonii*	COMBRETACEAE	Árbol
Bototillo	*Cochlospermum vitifolium*	COCHLOSPERMACEAE	Árbol
Cascol	*Caesalpinia paipai*	CAESALPINACEAE	Árbol
Ceibo	*Ceiba pentandra*	BOMBACACEAE	Árbol
Cedro	*Cadrela Odorata*	MELIACEAE	Árbol
Charán	*Caeselpinia corimbosa*	FABACEAE	Árbol
Ébano	*Diospiros pavonica*	EBENACEAE	Arbusto /Arbolito
Guasango	*Loxopterigium huasango*	ANACARDIACEAE	Árbol

ANEXO 23: FAUNA DEL SENDERO SINCHAL

Tabla 2: Fauna del sector de la comuna Sinchal

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	CLASE
Ardilla	*Sciurus sp.*	SCIURIDAE	MAMMALIA
Equis	*Botrops asper*	CROTALIDEAE	REPTILIA
Lagartijas	*Phyllodactylus sp.*	GEKKONIDAE	REPTILIA
Matacaballo	*Boa contrictor*	BOIDAE	REPTILIA
Oso hormiguero	*Tamandua sp.*	MYRMECOPHAGIDAE	MAMMALIA
Zorro	*Didelphys marsupialis*	DIDELPHYDEAE	MAMMALIA
Curiquingue	*Poliborus plancus*	FALCONIDAE	AVIIS
Gallinazo	*Caragyps atratus*	CATHARTIDAE	AVIIS
Garza pequeña	*Egretta thula*	ARDEIDAE	AVIIS

ANEXO DE IMÁGENES DEL SENDERO SINCHAL

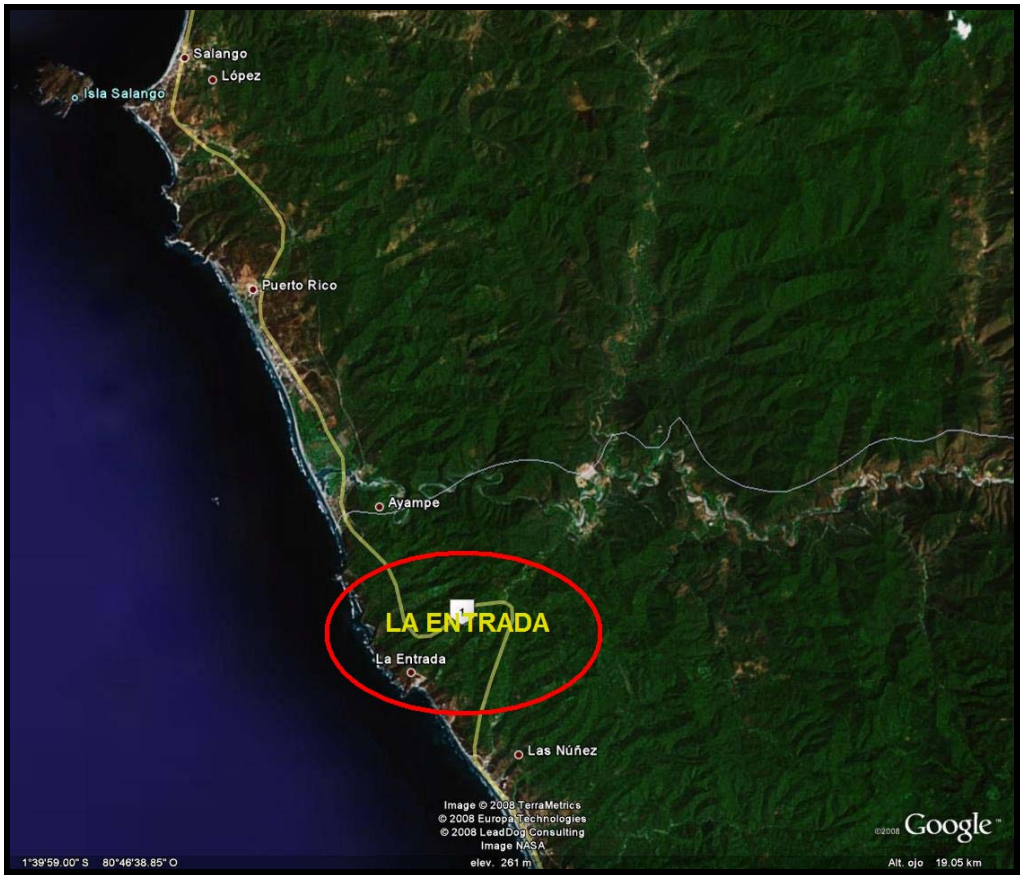
Figura 2: Garza pequeña *(Egretta thula)*

Fuente: TURIDEE

Figura 3: Cedros (*Cadrela Odorata)*

Fuente: TURIDEE

ANEXO 24: UBICACIÓN DE LA COMUNA LA ENTRADA



ANEXO 25: FLORA DEL SENDERO LA ENTRADA

Tabla 1: Flora del sendero La Entrada

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACIÓN
Anturio	*Anthurium sp.*	ARACEAE	Herbácea
Cade	*Phytelephas microcarpa*	ARECACEAE	Árbol
Café	*Heisteria acuminata*	OLACACEAE	Arbusto
Caimito	*Chrysophyllum argenteum*	SAPOTACEAE	Árbol
Caña Guadúa	*Bambusa GUADÚA*	POACEAE	Planta leñoso
Caoba	*Swetenia macrophylla*	MEIACEAE	Árbol
Cedro	*Cadrela odorata*	MELIACEAE	Árbol
Cocobolo	*Cynometra bauhiniaefolia*	CAESALPINACEAE	Árbol
Higuerón	*Ficus máxima*	MORACEAE	Árbol
Jigua prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Jigua	*Nectandra laevis*	LAURACEAE	Árbol
Laurel	*Cordia alliodora*	BORAGINACEAE	Árbol
Limón agrio	*Citrus sp.*	RUTACEAE	Árbol
María	*Calophyllum brasiliense*	CLUSIACEAE	Árbol
Matapalo	*Ficus citrifolia*	MORACEAE	Árbol
Naranjo	*Aspidosperma myristicifolium*	APOCYNACEAE	Árbol
Paja Toquilla	*Carludovica palmata*	CYCLANTHACEAE	Arbustiva
Pechiche	*Vitex gigantea*	VERBENACEAE	Árbol
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Sangre Gallina	*Vismia obtusa*	CLUSIACEAE	Árbol
Tillo	*Brosimum lactescens*	MORACEAE	Árbol
Tutumbe	*Cordia sp.*	BORAGINACEAE	Árbol
Zapotillo	*Capraris Scabrida*	CAPPARIDACEAE	Árbol

ANEXO 26: FAUNA DEL SENDERO LA ENTRADA

Tabla 2: Fauna del sector de la comuna La Entrada

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	CLASE
Armadillo	*Dasypus novemcinetus*	DASYPODIDAE	MAMMALIA
Cabeza de mate	*Eira barbara*	MUSTELIDAE	MAMMALIA
Conejo	*Ctolagus cuniculus*	LEPORIDAE	MAMMALIA
Guanta	*Agouti sp*	AGOUTIDAE	MAMMALIA
Guatusa	*Dasyprocta sp.*	DASYPROCTIDAE	MAMMALIA
Lorito	*Forpus coelestis*	PSITACIDAE	AVIIS
Mico	*Cebus albifrons*	CEBIDAE	MAMMALIA
Mono aullador	*Alouatta palliata*	ATELIDAE	MAMMALIA
Pacharaca	*Ortalis erythoptera*	CRACIDAE	AVIIS
Saíno	*Pecari tajacu*	TAYASSUIDAE	MAMMALIA
Tucán /Diostedé	*Ramphastos sp.*	RAMPHASTIDAE	AVIIS
Venado	*Mazama americana*	CERVIDAE	MAMMALIA

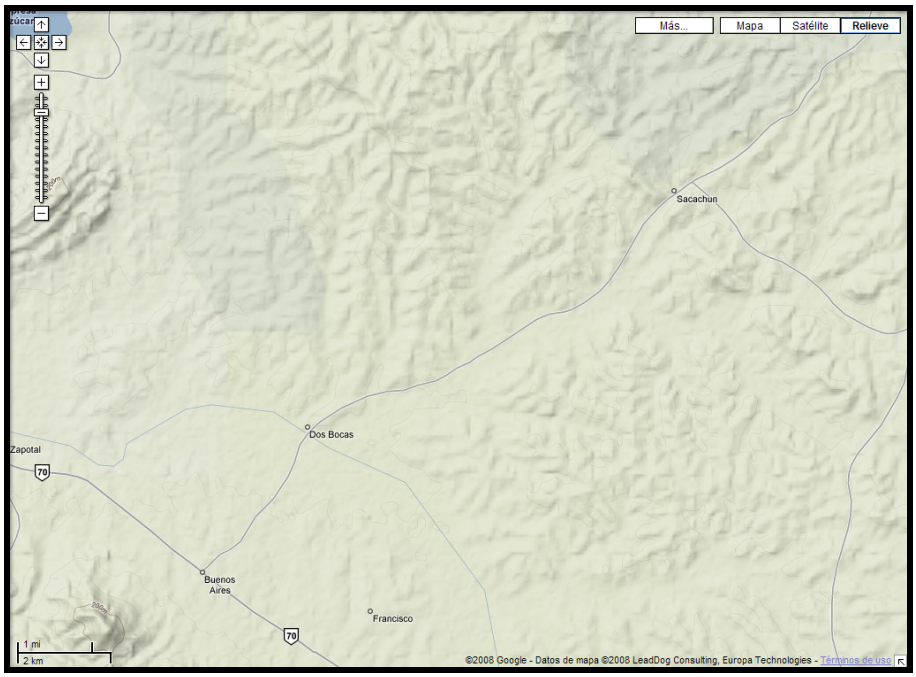
ANEXO DE IMÁGENES DEL SENDERO LA ENTRADA

Figura 2: Cade (Phytelephas microcarpa)

Fuente: TURIDEE

Figura 5: Paja toquilla (*Carludovica palmata*)

ANEXO 27: UBICACIÓN DE LA COMUNA SACACHUN



ANEXO 28: FLORA DEL SENDERO CIRCULOS DE PIEDRA

Tabla 1: Flora del sendero Círculos de Piedra

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Algarrobo	*Prosopis sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Algodón de Montaña	*Gossypium sp.*	MALVACEAE	Arbusto
Aromo	*Acacia farneciana*	MIMOSACEAE	Árbol
Barbasco	*Euphorbia cotinifolia*	EUPHORBIACEAE	Arbusto
Bejuco	*Combretum pavonii*	COMBRETACEAE	Árbol
Bototillo	*Cochlospermum vitifolium*	COCHLOSPERMACEAE	Árbol
Cascol	*Caesalpinia paipai*	CAESALPINACEAE	Árbol
Cactus	*Armathocereus cartwrigthianus*	CATACEAE	Planta espinosa
Ceibo	*Ceiba pentandra*	BOMBACACEAE	Árbol
Ébano	*Diospiros pavonica*	EBENACEAE	Arbusto
Guasango	*Loxopterigium huasango*	ANACARDÍACEAE	Árbol
Matacabra	*Ipomoea carnea*	CONVOLVULACEAE	Arbusto
Moyuyo	*Cordia lutea*	BORAGINACEAE	Arbusto
Palo Santo	*Bursera graveolens*	BURSERACEAE	Árbol
Seca	*Geoffroea spinosa*	FABACEAE	Árbol
Zapote	*Quararibea cordata*	BOMBACACEAE	Árbol

ANEXO 29 FAUNA DEL SENDERO CIRCULOS DE PIEDRA

Tabla 2: Fauna del sector de la comuna Sacachún

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	CLASE
Ardilla	*Sciurus sp.*	SCIURIDAE	MAMMALIA
Serpiente X	*Brotops asper*	COTRALEIDAE	REPTILIA
Mata caballo	*Boa contrictor*	BOIDAE	REPTILIA
Oso hormiguero	*Tamandua sp.*	MYRMECOPHAGIDAE	MAMMALIA
Zorro	*Didelphys marsupialis*	DIDELPHYDAE	MAMMALIA
Curiquingue	*Poliborus plancus*	FALCONIDAE	AVIIS
Gallinazo	*Caragyps atratus*	CATHARTIDE	AVIIS

Fuente: TURIDEE

ANEXO DE IMÁGENES DEL SENDERO CIRCULOS DE PIEDRA

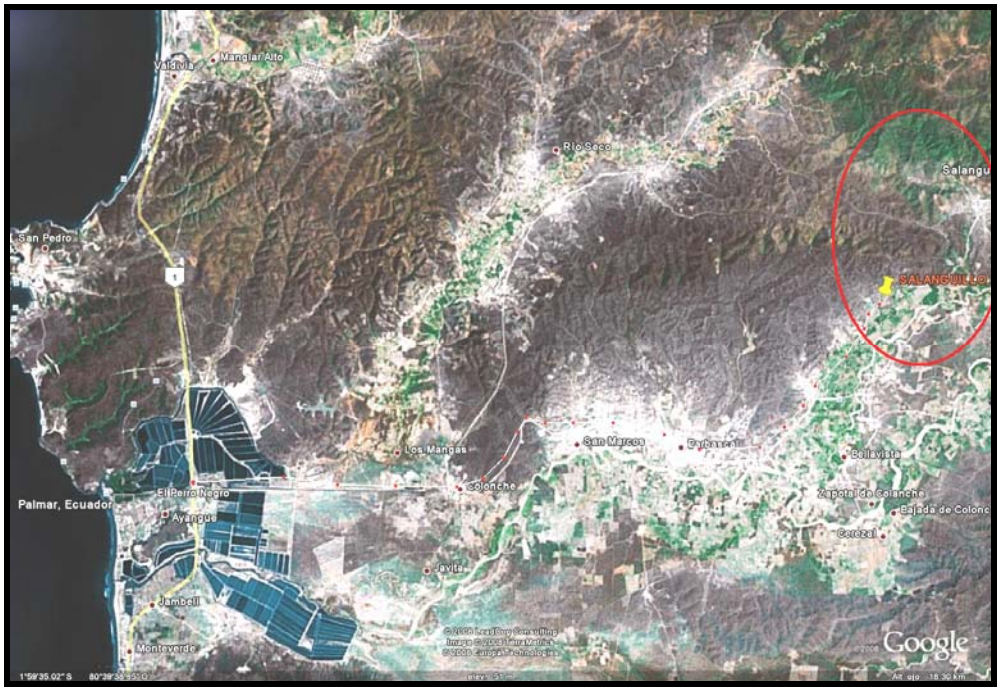
Figura 3: Algarrobo *(Prosopis sp.)*

Fuente: TURIDEE

Figura 6: Círculo de Piedra observado en el sendero

Fuente: TURIDEE

ANEXO 30: UBICACIÓN DE LA COMUNA SALANGUILLO



ANEXO 31: FLORA DEL SENDERO LAS CAMPANAS

Tabla 2: Flora del sendero Las Campanas

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Cade	*Phytelephas microcarpa*	ARACEAE	Árbol
Café	*Heisteria acuminata*	OLACACEAE	Arbusto
Caña Guadua	*Bambusa guadua*	POACEAE	Planta leñosa
Chala de Montaña	*Croton ribinaefolium*	EUPPHORBIACEAE	Arbusto
Cojojo	*Acnistus arborenscens*	SOLANACEAE	Árbol peq.
Fernán Sánchez	*Triplaris cuminngiana*	POLYGONACEAE	Árbol
Guabo	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Guayacán	*Tabebuia chrisanta*	BIGNONACEAE	Árbol
Guarumo	*Cecropia sp.*	CECROPIACEAE	Árbol
Guasmo	*Guázuma ulmifolia*	STERCULIACEAE	Árbol
Jigua	*Ocotea sp.*	LAURACEAE	Árbol
Jigua prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Laurel	*Cordia alliodora*	BORAGINACEAE	Árbol
Majagua	*Hibiscus tiliaceus*	MALVACEAE	Árbol
Mandarina	*Citrus reticulata*	RUTACEAE	Árbol
Matapalo Blanco	*Ficus yoponensis*	MORACEAE	Árbol
Matapalo Colorado	*Ficus sp.*	MORACEAE	Árbol
Membrillo	*Gustavia sp.*	LECYTHIDACEAE	Arbolito
Moyuyo	*Cordia lutea*	BORAGINACEAE	Arbusto peq.
Paja toquilla	*Carludovica palmata*	CYCLANTHACEAE	Arbusto
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea

ANEXO DE IMÁGENES DEL SENDERO LAS CAMPANAS

Figura 13: Araña Tigre

Fuente: TURIDEE

Figura 15: Cade (*Phytelephas microcarpa*)

Fuente: TURIDEE

ANEXO 32: FLORA DEL SENDERO SALTO CHICO

Tabla 1: Flora del sendero Salto Chico

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	TIPO DE VEGETACION
Barbasco	*Euphorbia cotinifolia*	EUPHORBIACEAE	Arbusto/árbol peq.
Cade	*Phytelephas microcarpa*	ARACEAE	Árbol
Café	*Heisteria acuminata*	OLACACEAE	Arbusto
Caña Guadua	*Bambusa guadua*	POACEAE	Planta leñosa
Cabo de Hacha	*Machaerium milei*	FABACEAE	Árbol
Cascol	*Caesalpinia paipai*	CAESALPINACEAE	Árbol
Chala de Montaña	*Croton ribinaefolium*	EUPPHORBIACEAE	Arbusto
Cojojo	*Acnistus arborenscens*	SOLANACEAE	Arbolito
Ébano	*Diospiros pavonica*	EBENACEAE	Arbusto/Árbol peq.
Fernán Sánchez	*Triplaris cuminngiana*	POLYGONACEAE	Árbol
Guaba tres esquinas	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Guabo	*Inga sp.*	MIMOSACEAE	Árbol
Guachapelí	*Albicia guachapele*	MIMOSACEAE	Árbol
Guayacán	*Tabebuia chrisanta*	BIGNONACEAE	Árbol
Guarumo	*Cecropia sp.*	CECROPIACEAE	Árbol
Guasmo	*Guázuma ulmifolia*	STERCULIACEAE	Árbol
Jaboncillo	*Sapindus saponaria*	SAPINDACEAE	Árbol
Jigua	*Ocotea sp.*	LAURACEAE	Árbol
Jigua prieta	*Nectandra subbullata*	LAURACEAE	Árbol
Laurel	*Cordia alliodora*	BORAGINACEAE	Árbol
Majagua	*Hibiscus tiliaceus*	MALVACEAE	Árbol
Mandarina	*Citrus reticulata*	RUTACEAE	Árbol
Matapalo Blanco	*Ficus yoponensis*	MORACEAE	Árbol
Matapalo Colorado	*Ficus sp.*	MORACEAE	Árbol
Mate	*Crescentia cujeti*	BIGNONACEAE	Árbol
Membrillo	*Gustavia sp.*	LECYTHIDACEAE	Arbolito
Moyuyo	*Cordia lutea*	BORAGINACEAE	Arbusto/Arbolito
Paipai	*Prodosia nutans*	SAPOTACEAE	Árbol
Paja toquilla	*Carludovica palmata*	CYCLANTHACEAE	Arbusto
Platanillo	*Heliconia sp.*	MUSACEAE	Herbácea
Sebastián	*Capparia sp.*	CAPPARIDACEAE	Arbusto/Arbolito
Seca	*Geoffroea spinosa*	FABACEAE	Árbol
Tutumbe	*Cordia sp.*	BORAGINACEAE	Árbol

ANEXO DE IMÁGENES DEL SENDERO SALTO CHICO

Figura 2: Fernán Sánchez (*Triplaris cuminngiana*)

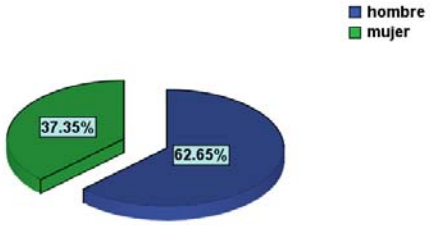
Fuente: TURIDEE

Figura 6: Cascol (*Caesalpinia paipái*)

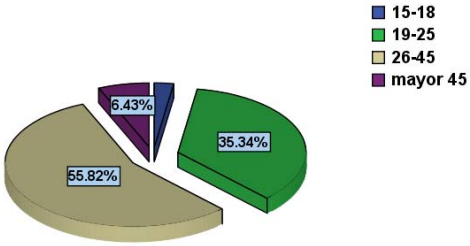
Fuente: TURIDEE

ANEXO 34 DE CUADROS SPSS – INVESTIGACION DE MERCADO

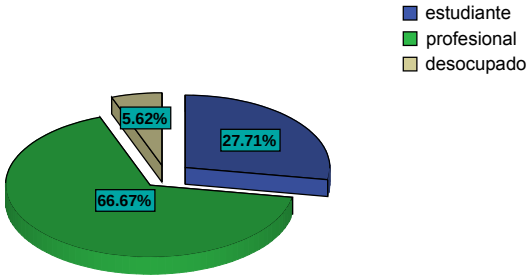
GENERO



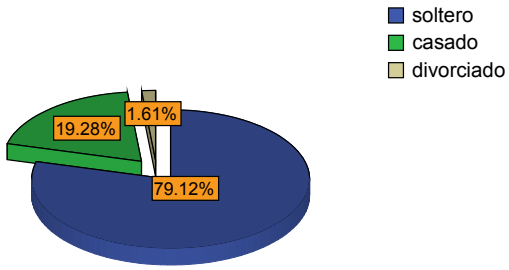
EDAD



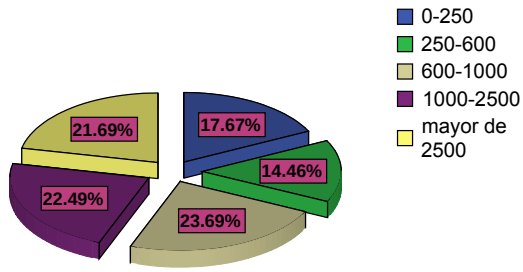
OCUPACION



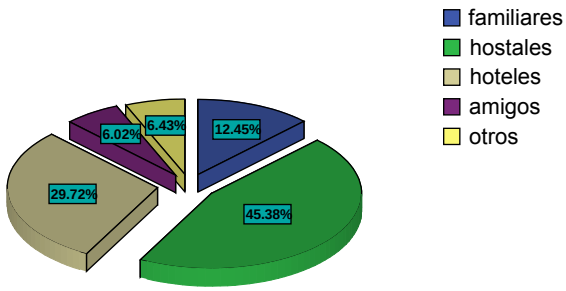
ESTADO CIVIL



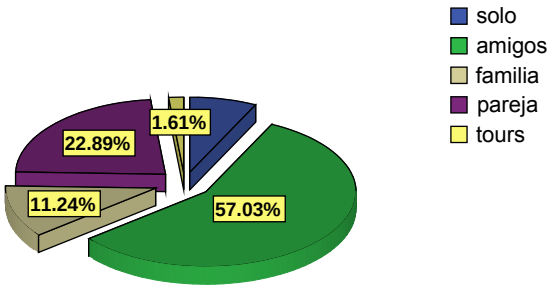
INDIQUE SU NIVEL DE INGRESO MENSUAL



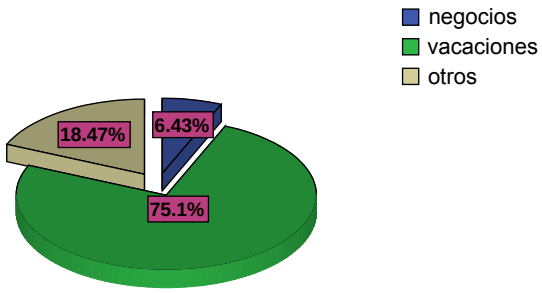
LUGAR DE HOSPEDAJE



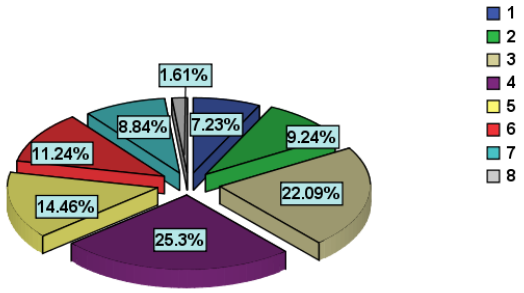
CON QUIEN ESTA VIAJANDO EN ESTOS MOMENTOS



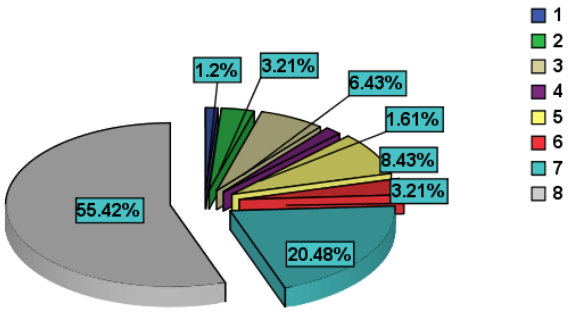
CUAL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE



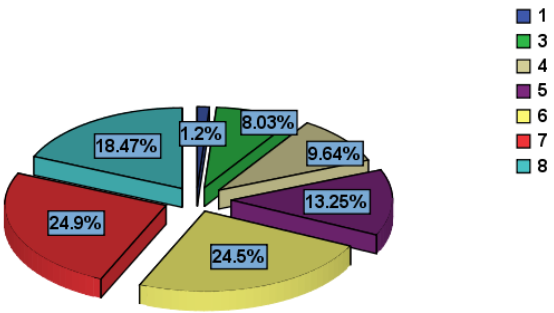
Grado de importancia que tienen de la caracteristica SITIOS DE DESCANSO para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



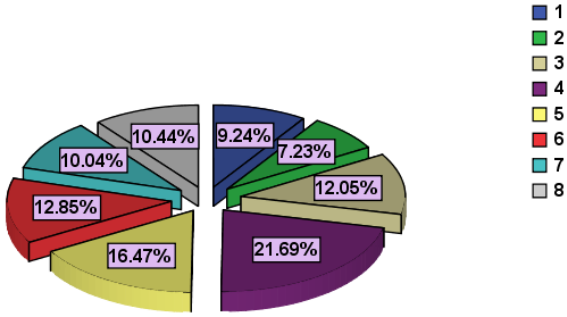
Grado de importancia que tienen de la caracteristica HOSPEDAJE DENTRO DE LA COMUNA para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



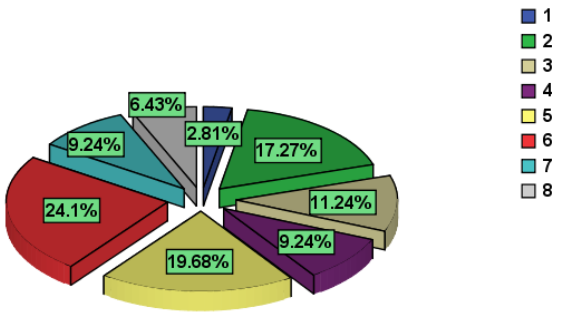
Grado de importancia que tienen de la caracteristica CENTRO DE INTERPRETACION para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



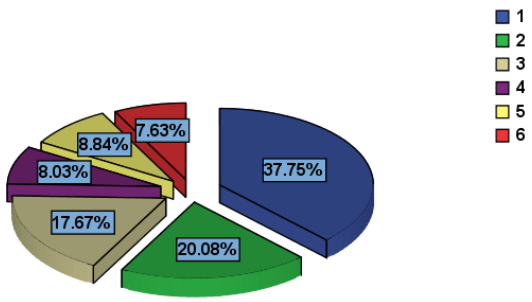
Grado de importancia que tienen de la caracteristica COMEDORES para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



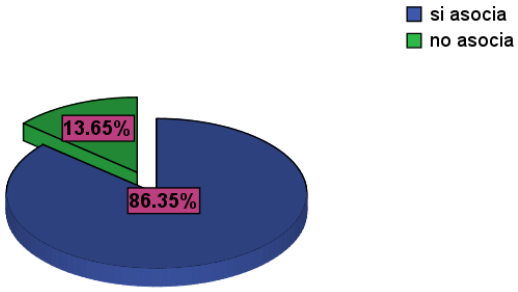
Grado de importancia que tienen de la caracteristica SEÑALETICA para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



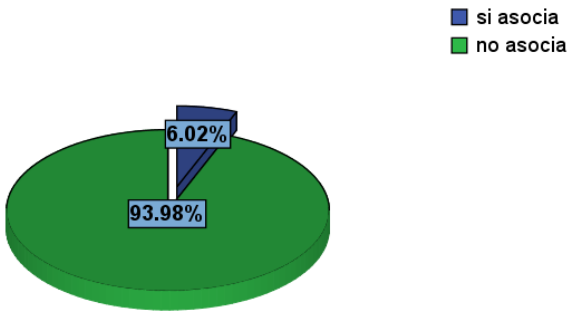
Grado de importancia que tienen de la caracteristica GUIA para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



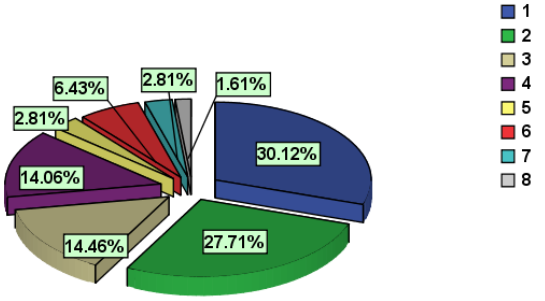
Al pensar en la Prov. Santa Elena la asocia con la palabra sol y playa?



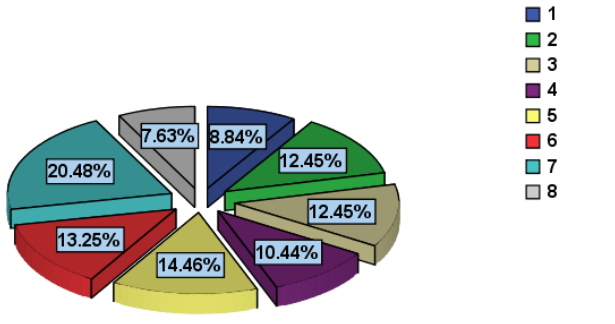
Al pensar en la Prov. Santa Elena la asocia con la palabra arqueologia?



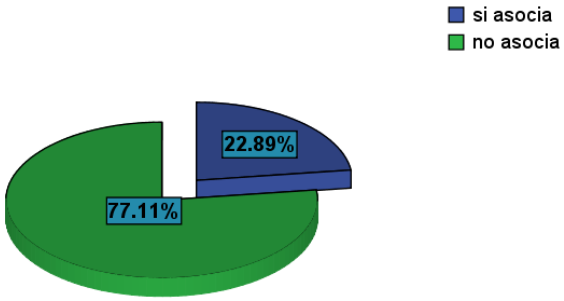
Grado de importancia que tienen de la caracteristica SEGURIDAD para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



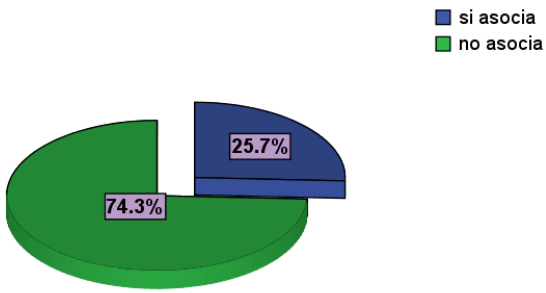
Grado de importancia que tienen de la caracteristica LETREROS INTERPRETATIVOS para relizar un recorrido por bosques tropicales, siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante



Al pensar en la Prov. Santa Elena la asocia con la palabra aventura?



Al pensar en la Prov. Santa Elena la asocia con la palabra naturaleza?



Anexo 35 guion interpretativo pata la Comuna La Entrada

GUIÓN INTERPRETATIVO

Presentación:

Buenos días, mi nombre es (…….) les doy una cordial bienvenida a mi comuna La Entrada, nosotros somos parte de la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Somos la última comuna de la provincia de Santa Elena por la carretera E 15 y la primera viniendo desde la provincia de Manabí, uno de los motivos por los cuales se nos denomino La
Entrada.

Recomendaciones:

• El sendero que vamos a visitar hoy tiene una duración estimada de 2 horas (2.462 metros de
longitud).
• Es recomendable llevar protector solar, gorra, gafas, pantalones largos y camisa manga larga
para protegerse del sol y evitar algún rasguño o picadura de insectos.
• Por favor tener presente usar zapatos cómodos preferiblemente de caucho y cerrados.
• Llevar consigo una cantimplora con agua o en su defecto alguna bebida hidratante.
• Es importante que me dejen saber si entre los visitantes existen personas que tengan alergia,
sobretodo a la picadura de algún insecto o asma para estar prevenidos.
• Se les pide a todos su cooperación, preocupándose por no dejar basura a lo largo del recorrido.
• No rayar los árboles, no arrancar las flores y hojas, no fumar mientras se esté en el sendero,
ver bien dónde se pisa y de dónde se agarra (hay muchos animales que se mimetizan con el
entorno).
• No molestar los animales, ni a sus nidos.

Información:

En nuestra comuna se localiza uno de los inicios de la cordillera Chongón COlónche, motivo por
lo cual el ecosistema difiere al típico de la costa, presentándose como podrán observar un bosque
de garúa o bosque húmedo.
El bosque gracias a la garúa se mantiene permanentemente verde, lo que permite una diversidad
vegetal que sirve de hábitat de para la variedad de animales que podrán admirar durante el recorrido.
Gran parte del bosque es secundario, puesto a que ha ido creciendo luego de la intervención que
se dio en el mismo. La población con ayuda de organismos nacionales e internacionales se ha
preocupado por la reforestación en el lugar.
En cada punto de estacion dentro del sendero el guia debera dar una breve explicación acerca del atributo encontrado en ese punto

Parada: 1.- Tagua
Familia: ARECACEAE
Nombre Científico: *Phytelephas macrocarpa, P. aequatorialis*
Nombre Común: Tagua, cade, cadi, mococha, marfil vegetal, corozo
Brinda informacion

Parada: 2.- Matapalo Blanco
Familia: MORACEAE

Nombre Científico*: Ficus sp.*
Nombre Común: Matapalo blanco, higuerón blanco, higuerote
Parada: 3.- Matapalo Colorado
Familia: MORACEAE
Nombre Científico*: Ficus sp.*
Nombre Común: Matapalo blanco, higuerón, higuerote
Parada: 4.- Mirador Tillos Gemelos
Los invitamos a contemplar parte de la vista, desde aquí pueden tener una pequeña idea de lo
que la Cordillera Chongón - COlónche a través del bosque húmedo tropical tiene guardado para
ustedes. Los invitamos a descansar, mientras purifican sus pulmones y se compenetran con la
naturaleza.
Esperamos de ustedes aprecien este remanente de bosque y nos ayuden a preservarlo e incluso
soñar con recuperarlo, aprendiendo como seres racionales que somos a convivir con él, e incorporar a nuestro diario vivir acciones que vayan modificando nuestro estilo de vida y nos vuelvan mas consciente de que en nuestra costa ecuatoriana aun podemos disfrutar de pequeños
espacios.
Esperamos que generaciones futuras también puedan disfrutar de estos espacios por ello es
importante para nosotros que a través de este recorrido conozcan un poquito más de lo que tenemos y a través de estos recorridos lo valoricemos y enpoderemos de que son parte nuestras y
no solo de las comunidades que aquí habitamos.
Parada: 5.- Mirador Colorado
Desde aquí puede observarse la riqueza y variedad de especies naturales de esta zona, donde
predominan árboles maderables con usos para la construcción primordialmente. Entre las características de este sendero vemos como estando junto a la línea costera (mar), existen diferentes tipos de plantas, tales como el Fernán Sánchez, Amarillo, Cade (también conocido
como Tagua). La presencia de elevaciones leves junto al mar ayuda a la formación de garúas que
ayudan al crecimiento constante y sostenido de una gran riqueza de plantas que son el hábitat de
animales propios de bosques húmedos.
Parada: 6.- Mirador 3 Cades
Desde aquí a mas de tener una vista amplia del paisaje podemos aprender algo más sobre esta
especie, la misma que crece en forma silvestre conformando bosques llamados taguales. La Tagua, mejor conocida como Marfil Vegetal, es un fruto de color blanco, duro, pesado, liso y opaco que adquiere brillo en la medida en que este está siendo pulido.
La planta tarda de 14 a 15 años desde que se la siembra hasta colectar los primeros frutos y no se
interrumpe la producción en todos los años y aún en siglos. Ofrece 3 cosechas al año aproximadamente. Se calcula que un ejemplar de dos metros de alto no tiene menos de 35 a 40
años de edad. Las ciclantáceas bien desarrolladas producen anualmente de 15 a 16 cabezas,
también conocidas como mococha. En cada mococha se reúnen aproximadamente 40 a 50 pepas.

Como pueden ver el cade es un arbusto con tallos generalmente cortos, leñosos y protegidos exteriormente por una fuerte capa. La copa está constituida por hojas gigantes similares a las de palmeras comunes. Sus hojas son de color verde oscuro y se las utiliza como cubiertas en las construcciones costeras.
Adicionalmente la madera del cade sirve para la fabricación de pisos, la semilla es comestible, y tiene usos medicinales. La tagua se la puede utilizar para diversas artesanías como botones, figuras artesanales, bisutería e instrumentos musicales.
Esta especie tiene importancia nacional ya que su uso estimula parte de la economía de nuestro país y ofrece una alternativa a la tala para la agricultura. Internacionalmente evita el asesinato de los elefantes para el uso del marfil de sus colmillos, ya que la tagua tiene muchas propiedades como el marfil del elefante, por lo que es conocida como marfil vegetal.

Parada: 7.- Caña Guadúa.-

Familia: POACEAE
Nombre Científico*: Bambusa GUADÚA*
Nombre Común: Caña Guadúa, bambú
Información a ser dada durante el recorrido:
El componente herbáceo del sendero se encuentra constituido por la vegetación innata, sectores reforestados y vegetación de cultivo. En los sectores reforestados se encuentra árboles como el cedro, laurel, jigua, caoba y pechiche. Entre los cultivos del área se encuentra naranja, toronja, café, papaya, paja toquilla, caña guadúa. Existen otras especies de flora que veremos a los largo del recorrido como caimito, anturio, cade, cedro, caoba, cocobolo, higuerón, pechiche, platanillo, sangre de gallina, tillo, limón agrio, maría, tutumbe y zapotillo.
Así mismo con suerte y manteniéndonos callados podremos ver algunos animales como loritos y dios-te-dé, armadillos, cabezas de mate, conejos, gauntas, guatusas, micos, monos aulladores, pacharacas, saínos, venados.

DESPEDIDA:
Agradecemos su visita, esperamos haber cumplido con sus expectativas y sobre todo transmitido información que les permita valorizar un poco más nuestro patrimonio natural. Estamos prestos para servirles en una próxima ocasión.
Aplaudimos cualquier tipo de sugerencia que nos permita mejorar o complementar el servicio hasta ahora ofrecido.
Esperamos verlos pronto y no olviden recomendar el lugar. Gracias
Se recomienda que los guías reciten amorfinos, como parte de las tradiciones vivas de la comuna.

ANEXO 33 REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A LAS AREAS NATURALES DEL ECUADOR
AÑOS : 2000 - 2004

AREAS NATURALES	2000			2001			2002			2003			2004		
	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL
PARQUE NACIONAL CAJAS	1 865	2.056	3 921	6.925	2.778	9.703			0	13.116	9.796	22 912	29.669	478	30.167
PARQUE NACIONAL COTOPAXI	26.478	21.346	49 826	34.920	31.378	66.298	31.330	34.393	65.725	24 712	26.944	51 656	45.582	27.414	73.296
PARQUE NACIONAL GALAPAGOS	15.031	56.536	71 567	21.503	59.746	81.249	22.939	59.287	82.226	27.637	62.896	90 533	33.225	75.211	108,436
PARQUE NACIONAL LLANGANATES										12	4		0	3	3
PARQUE NACIONAL MACHALILLA	23.532	7.337	30 869	21.086	7.277	28.363	16.500	7.748	24.248	19.205	8.366	27 571	20.196	7.672	27.868
PARQUE NACIONAL PODOCARPUS	2 404	357	2 961	1.982	641	2.623	1.502	804	2.306	1.691	312	2 503	1 831	624	2 455
PARQUE NACIONAL SANGAY	120	253	373	127	298	423	305	190	495	793	299	1 092	1 199	276	1 475
PARQUE NACIONAL SUMACO				8	14	22	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PARQUE NACIONAL YASUNI	42	88	130	37	56	93	10	22	32	0	0	0	0	0	0
RESERVA BIOLOGICA LIMONCOCHA	236	45	281	628	52	680	143	30	173	134	59	193	223	167	390
RESERVA ECOLOGICA ANTISANA													828	63	891
RESERVA ECOLOGICA EL ANGEL	827	466	1 293	813	331	1.144	1.009	261	1.270	517	526	1 043	802	628	1 430
RESERVA ECOLOGICA CAYAMBE-COCA	1 093	135	1 228	1.741	4	1.745	2.889	67	2 956	2.634	103	2 737	2 506	71	2 577
RESERVA ECOLOG.COTACACHI-CAYAPAS	75.298	25.591	100 889	75.261	23.240	98.501	86.948	22.602	109.550	65.891	23.057	88 948	69.497	24.243	93.740
RESERVA ECOLOGICA LOS ILINIZAS	82	101	183	576	814	1.390	865	1.396	2.261	1.534	975	2 509	759	778	1 537
RESERVA ECOLOGICA MACHE CHINDUL										20	1		0	0	0
RESERVA ECOLOG. MANGLARES-CHURUTE	1 053	103	1 156	690	111	801	829	107	936	272	100	372	738	143	881
RESERVA GEOBOTANICA PULULAHUA	4 592	125	4 717	5.173	404	5.577	5.920	519	6.439	7.380	461	7 841	6.335	404	6 739
RESERVA PRODUC.FAUNIST. CUYABENO	1 448	5.420	6 868	869	3.685	4.574	685	3.370	4.055	769	4.363	5 132	822	4.310	5 132
RESERVA PRODUC.FAUNIST. CHIMBORAZO	4 037	4.938	8 975	4.811	4.604	9.415	4.617	5.454	10.071	7.030	5 843	12 873	4.457	5.261	9 718
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	16.533	2.018	18 551	16.961	1.405	18.366	13.171	1.188	14.359	13.219	928	14 147	12.128	1.206	13.334
AREA DE RECREACION BOLICHE	8 226	123	8 349	13.364	131	13.495	25.200	292	25.492	18.939	250	19 189	12.319	224	12.543
TOTAL VISITANTES	184.897	127.240	312.137	207.495	136.969	344.464	214.862	137.710	352.592	205.495	146.783	351.241	243.436	149.176	392.612

The reason for our survey is for catching whichever interest exists in the tourists to realise eco-tourism in the forests of the Prov. Santa Elena. ... Thank you for your cooperation

1. Place of Residence: City:_____ County:_____
2. Sex. Male___ Female____
3. Age . Between . 15 – 18.___ 19 – 25.___ 26 – 45.____ Over 45:___
4. Occupation. Student___ Professional___ Unemployed person___ Rejoiced___
5. Civil State. Single ____ Married_____ Divorced____ Others (Specify)_____
6. Check your level of monthly income. ____
7. Who are you travelling with ?.
   Alone____ Friends_____ Family _____ Couple____
   Tours ____ Collegues____
8. In which of this option are you staying.
   ___ Hostals___ Hotels___ Friends house___ Others (especifique) ___
9. Main reason of your travel.
   Business:___ Holidays:___ Others (Specify):_____
10. Reason for visit. Why you choose this destination (Santa Elena)
    Culture___ Friends reference___ Sports____ Adventures____
    Natural atractiveness___ Price____
11. Frecuency with wich you visit Santa Elena?
    First time___ 1 – 3 times a year___ 3 – 4 times a year ___ 4 – 5 times a year ___ more than 5 times a year ___
12. How long are you planning to stay in Santa Elena : _____
13. During your staying wich activities have you done.
    Nature___ Fun___ Culture____ Others (specify)_____
14. Wich other activities would you like to do During your visit.
    Sports____ Ride____ Cycling_____
    Fun at beach____ Walking through forest___ Others especify _____
15. If you are foreing how long are you staying in Ecuador :_____
16. How much money do you usually spend on your trip daily including hotel in Santa Elena

The reason for our survey is for catching whichever interest exists in the tourists to realise eco-tourism in the forests of the Prov. Santa Elena. ... Thank you for your cooperation

$20 - $40___ $40-$60___ more than $60___

17. During your staying wich places have you visited?

Beaches___ Museum___ Forest___ Communes/Downtown___

18. Do you receive information about Ruta del Spondylus?
Yes ___ No___

19. Have you visited or listened about the following Communes/Downtowns of Santa Elena, choose which have you visited.
Yes___ No___
Sacachún ___ Sinchal___ Salanguilo___
Loma Alta ___ Dos Mangas ___ La Entrada___

20. Do you know that exist Tropical forest on Ruta del Spondylus situated in Communes/downtowns of Santa Elena
Yes___ No___

21. Have you ever done walkings through Tropical Forest?
Yes___ No___

22. Would you like to make excursions through the tropical forestEstanía of Santa Elena at communes previously mentioned
Yes___ No___

23. Would you like to make ciclying during your saiying at Santa Elena
Yes___ No___

24. How much Money would you like to spend for walkings or ciclying through the forest at Santa Elena
$2-$4___ $4-$6___ $6-$10___ more than $10___

25. Would you willing to realice walkings at the forest about 6 hours with guides
Yes___ No___

26. If the last question is Negative How many time are you willing to realice this walking.
___horas

27. Would you willing to realice 9 routes i in the diferences forest at Santa ElenaEstanía :
Si___ No___

28. Wich characterisiics are tha most important for you to realice a walking through the forest (put in order of importance from 1 to 8). 1: most important, 8-. Less important
Guide___ Signs___ Places of resi ___
Security___ Restaurants___ Interpretations Center ___
Interpretive signs___ Hosting inside communes___

The reason for our survey is for catching whichever interest exists in the tourists to realise eco-tourism in the forests of the Prov. Santa Elena. ... Thank you for your cooperation

29. What kind of posting are you prefer
    Rustic/Ecological _____ Modern____ Others (specify)____

30. When you thinking about Santa Elena with wich of these word are you asiciated (choose more than one if is necesary)
    Education___ Business___ Culture___ Adventur___
    Sun and beach___ Archeology___ Hystory___ Nature___

El motivo de nuestra encuesta es para captar cuanto interés existe en los turistas por realizar ecoturismo en los bosques de la Prov. Santa Elena… Gracias por su colaboración

1. Lugar de Residencia. Cuidad:_____ Pais:_____
2. Sexo. hombre___ mujer____
3. Edad : 15 – 18 años:___ 19 – 25:___ 26 – 45:____ mayor 45:___
4. Ocupación. Estudiante___ Profesional___ Desocupado___ Jubilado___
5. Estado Civil. soltero ____ casado_____ divorciado____ separado_____
6. Indique su nivel de ingresos mensual. ____
7. Con quien esta viajando en estos momentos
   Solo____ Amigos_____ Familia _____ Pareja____
   Tours organizados____ Grupo estudiantiles____
8. Lugar de Hospedaje
   Familiares___ Hostales___ Hoteles___ Amigos___ Otros (especifique) ___
9. Cual es el principal motivo de su viaje
   Negocios:___ Vacaciones:___ Otros:(especifique)_____
10. Motivo de su Visita. Porque escogió a la provincia de Santa Elena como su Destino Turistico
    Por cultura___ Recomendación___ Deporte____ Turismo de descanso____
    Contacto con la naturaleza___ Precio____
11. Con que frecuencia visita la Provincia de Santa Elena?
    Primera vez___ 1 – 3 veces al año___ 3 – 4 veces al año___ 4 – 5 veces al año___ mas de 5 veces al año___
12. Cuantos son sus dias de permanencia en Santa Elena : _____dias
13. Durante su estancia que actividades ha realizado.
    Naturales___ Diversion___ Culturales____ Otras especifique_____
14. Que otras actividades le gustaria realizar durante su visita
    Deportes____ Montar a caballo____ Cicloturismo_____
    Diversión en playa____ Caminatas a través de bosques___ Otras especifique_____
15. Si es extranjero Cuanto tiempo durara su estadia en el Ecuador:_____
16. Cual es el gasto total aproximado diario por realizar turismo en la Provincia de Santa Elena.

El motivo de nuestra encuesta es para captar cuanto interés existe en los turistas por realizar ecoturismo en los bosques de la Prov. Santa Elena... Gracias por su colaboración

$20 - $40___ $40-$60___ mas de $60___

17. Duranie su estancia en Santa Elena que lugares ha visitado?

Playas___ Museos____ Bosques____ Comunas___

18. Ha recibido información sobre la Ruta del Spondylus?
Si ____ No___

19. Ha escuchado o visitado las siguientes comunas de Santa Elena, señale cual de ellas ha visitado.
Si___ No____
Sacachun ___ Sinchal___ Salanguilo___
Loma Alta ___ Dos Mangas ___ La Entrada___

20. Sabia usted que existen bosques tropicales en la Ruta del Spondylus ubicados en las comunas de la Provincia de Santa, citadas en la pregunta anterior
Si____ No___

21. Ha realizado alguna vez caminatas ecoturisticas a través de bosques tropicales?
Si____ No____

22. Estaria dispuesto a realizar excursiones Ecoturisticas en los senderos (bosque tropicales en Santa Elena ubicados en las comunas anteriormente mencionadas)
Si____ No____

23. Le gustaria realizar cicloturismo en el transcurso de su estadia en la provincia.
Si____ No____

24. Cuanto estaria dispuesto a pagar por realizar caminatas ecoturisticas o cicloturismo en un sendero de la Prov. de Santa Elena. (costo de entrada).
$2-$4___ $4-$6___ $6-$10____ mas de $10___

25. Estaria dispuesto a realizar caminatas de 6 horas aproximadamente a través del bosque con guias de orientación. Si___ No___

26. Si su respuesta anterior es no cuantas horas estaria dispuesto a realizar las caminatas.
___horas

27. Estaria dispuesto a realizar 9 recorridos ecoturisticos en los distintos bosques de la Provincia de Santa Elena : Si___ No___

28. Que caracteristicas son importante para usted al realizar un recorrido por bosques tropicales.(en orden de importancia enumerelas del 1 al 8 siendo 1 el mas importante y 8 el menos importante)
Guia____ Señalética____ Sitios de descanso _____

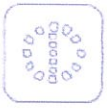
El motivo de nuestra encuesta es para captar cuanto interés existe en los turistas por realizar ecoturismo en los bosques de la Prov. Santa Elena... Gracias por su colaboración

Seguridad____ Comedores____ Centros de Interpretacion ____
Letreros Interpretativos____ Hospedaje dentro de la comuna (ubicación de senderos)
___

29. Que tipo de lugar de hospedaje prefiere
Rustico/ecológico Moderno Otros (especifique)

30. Al pensar en la Provincia de Santa Elena con que palabra la asocia (elija mas de una opcion si es necesario)
Educación___ Negocio___ Cultura___ Aventura___
Sol y playa___ Arqueologia___ Historia___ Naturaleza___

Discurso Iconográfico y Cromático de Identidad por sendero

SENDERO / COMUNIDAD	ICONO		COLOR	
Círculo de Piedra / Sacachún		Círculo de Piedra		Café
Salto Chico / Salanguillo		Camarón de río		Verde Claro
Las Campanas / Salanguillo		Murciélago		Amarillo
Sinchal / Sinchal		Cucube		Morado
La Bramona / Lomal Alta		Mariposa		Azul Claro
El Chorrillo / Loma Alta		Guayacán		Rojo
Las Cascadas / Dos Mangas		Salto de Agua		Azul Oscuro
Las Pozas / Dos Mangas		Paja Toquilla		Verde Oscuro
La Entrada / La Entrada		Palma de Tagua		Naranja

Discurso Iconográfico de actividades y atractivos

Observación de Fauna

Observación de Flora

Observación de Aves

Caminata

Cabalgata

Ciclismo

Camping

Pozas

Cascada

Paisaje de Fotografía

Arqueología

Mirador

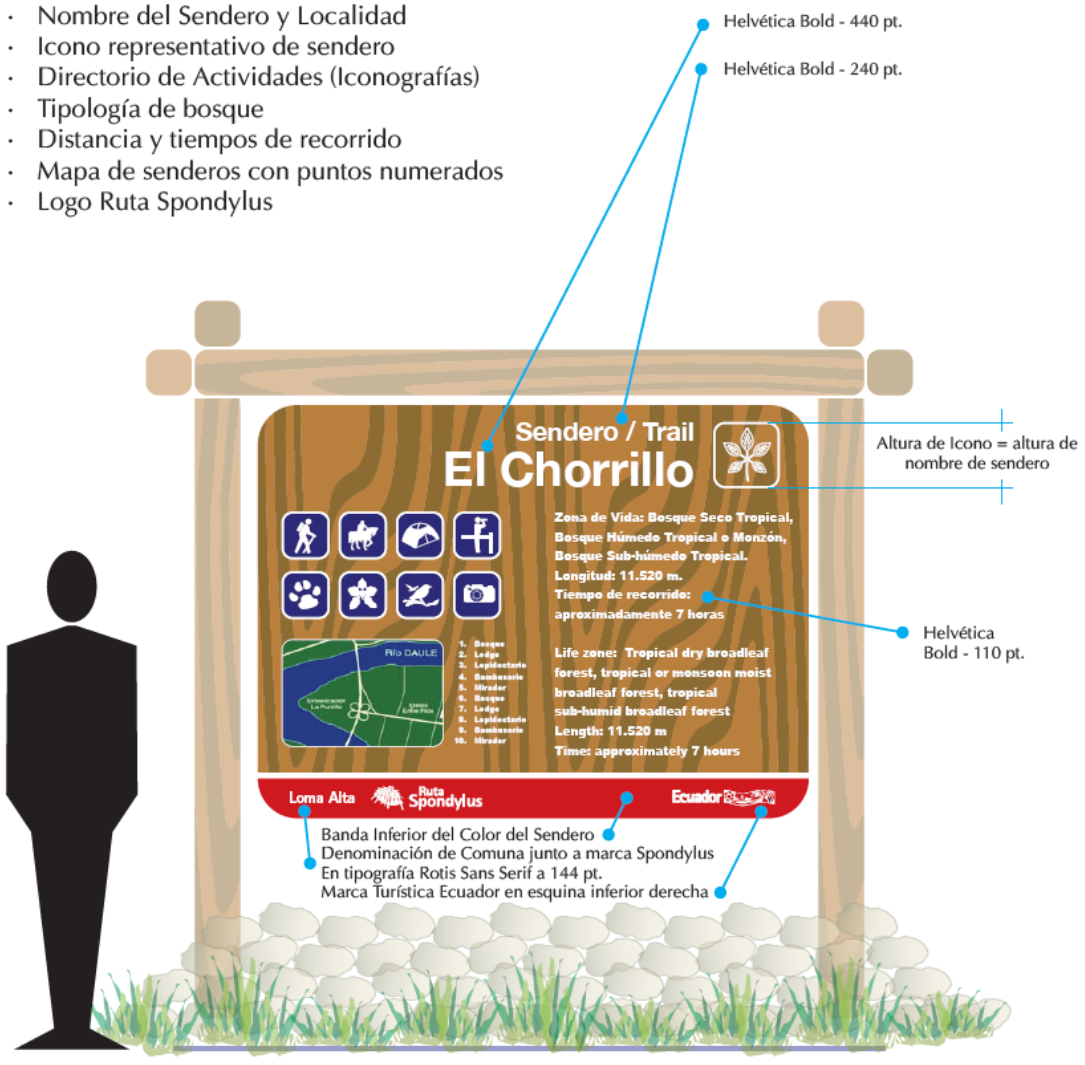
Cuevas

Letrero Denominativo al Ingreso de Senderos

MEDIDAS :
- Panel Interior : 180 cm. x 120 cm.
- Franja Inferior : 180 cm. x 13 cm.

MEDIDAS :
- Panel Interior : 180 cm. x 120 cm.
- Franja Inferior : 180 cm. x 13 cm.

CONTENIDO :
- Nombre del Sendero y Localidad
- Icono representativo de sendero
- Directorio de Actividades (Iconografías)
- Tipología de bosque
- Distancia y tiempos de recorrido
- Mapa de senderos con puntos numerados
- Logo Ruta Spondylus



ANEXO 40: MATRIZ IMPORTANCIA RESULTADOS

Rangos de Porcentajes	Grado de Importancia
1-2	mas importante
3-4	medio importante
5-6	casi importante
7-8	nada importante

GUIA	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	57.9%
3-4	25.7%
5-6	16,4

HOSPEDAJE EN COMUNA	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	4,4
3-4	8
5-6	11,6
7-8	75,9

SEGURIDAD	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	57,8
3-4	28,6
5-6	9,2
7-8	4,4

SEÑALETICA	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	20,1
3-4	20,4
5-6	43,8
7-8	15,6

COMEDORES	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	16,4
3-4	33,7
5-6	29,4
7-8	20,4

LETREROS INTERP.	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	21,2
3-4	22,8
5-6	27,8
7-8	28,1

CENTRO INTERP.	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	1,2
3-4	17,6
5-6	37,8
7-8	43,4

SITIOS DE DESCANSO	
Grado Imp	Porcentaje
1-2	16,4
3-4	47,4
5-6	25,7
7-8	10,4

	MAS IMPORTANTE	Rango de %
94 personas	Guía	57.9%
75 personas	Seguridad	57,80%
	MEDIO IMPORTANTE	Rango de %
63 personas	Sitios de Descanso	47,40%
54 personas	Comedores	29,40%
	POCO IMPORTANTE	Rango de %
60 personas	Señaletica	43,80%
	NADA IMPORTANTE	Rango de %
51 personas	Letreros	28,10%
62 personas	Centros interpretación	43,40%
138 personas	Hospedaje en la comuna	75,90%

MINISTERIO DE TURISMO

Ecuador

MEMORANDO ASUB 07-2009-0018

PARA: Arq. María Mercedes Zeballos
DPTO. PROYECTOS

DE: Leonor Posligua

ASUNTO: Proyecto de Graduación de estudiantes de ESPOL

FECHA: GYE, 27 de febrero de 2009

De acuerdo a la sumilla inserta de la Subsecretaria de Turismo, sírvase brindar el apoyo necesario a las señoritas Vanessa Rojas Rodriguez y Dominique Naranjo León, estudiantes de la ESPOL, quienes se encuentran realizando su proyecto de graduación (Estudio para la Adecuación y Señalización Turística de los Senderos Interpretativos de las Comunas La Entrada, Salanquillo, Dos Mangas, Loma Alta, Sinchal y Sacachún, del Producto Ruta del Spondylus).

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Leonor Posligua Ch.
Secretaria del Despacho

Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo, Edificio Gobierno del Litoral, 8vo. Piso
Telf.: 04-2683979 - 2684274 / Fax: 04-2683371
Guayaquil – Ecuador

MINISTERIO DE TURISMO

Ecuador

Oficio No. SUBLIT No. 20090093

Guayaquil, 27 de febrero de 2009

Señor
Xavier Arosemena O.
Gerente General
Consultora TURIDEE Cía. Ltda.
Ciudad

De mis consideraciones:

Acuso recibo de su atento oficio, mediante el cual las señoritas Vanessa Rojas Rodríguez y Dominique Naranjo León, estudiantes de la ESPOL, quienes se encuentran realizando su proyecto de graduación (Estudio para la Adecuación y Señalización Turística de los Senderos Interpretativos de las Comunas La Entrada, Salanguillo, Dos Mangas, Loma Alta, Sinchal y Sacachún, del Producto ruta Spondylus), pueden realizar su trabajo de investigación.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,

Rocío Ojeda Pimentel
SUBSECRETARIA DE TURISMO DEL LITORAL

C.c. Vanessa Rojas Rodríguez
Dominique Naranjo León