



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

TÍTULO:

**“Propuesta para el desarrollo turístico de la playa Santa Marianita,
Cantón Manta con enfoque a la promoción de la práctica de kitesurf”**

AUTOR (A):

Landázuri Sellan Priscilla Yadira

**Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniera
en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Ing. Baldeon Toledo, Amelia Janeth MAE

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **PRISCILLA YADIRA LANDAZURI SELLAN**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
TUTOR (A)

Ing. Janeth Baldeon MAE

REVISOR(ES)

Dra. María Alexa Zambrano Vera, Mgs

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Priscilla Yadira Landázuri Sellan**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Propuesta para el desarrollo turístico de la playa Santa Marianita, Cantón Manta con enfoque a la promoción de la práctica de kitesurf”** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014

LA AUTORA

Priscilla Yadira Landázuri Sellan



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

AUTORIZACIÓN

Yo, **Priscilla Yadira Landázuri Sellan**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Propuesta para el desarrollo turístico de la playa Santa Marianita, Cantón Manta con enfoque a la promoción de la práctica de kitesurf”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014

LA AUTORA:

Priscilla Yadira Landázuri Sellan

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha guiado a lo largo de mi carrera

A mi madre Lourdes Sellan y hermano Félix Landázuri que me han dado todo lo que tengo

A mi abuela que ha sido mi segunda madre y que me ha estado conmigo en las buenas y malas

A mi abuelo que está en el cielo que desde allá me da fuerzas

A mis Tíos Consuelo y Franklin e Hijos que me han ayudado a formarme como persona

A mi eterno amor Mario Martínez y familia por estar ahí apoyándome

Gracias por que sin ustedes no sería nada.

Priscila Landázuri S.

DEDICATORIA

Dedicada primeramente a Dios, a mi madre y hermano, a mi mamita cruz a mi abuelo que está en el cielo y a mi amado Mario Martínez a ustedes va este logro.... Gracias familia.

Priscilla Landázuri S.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1.....	3
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.2 ANTECEDENTES.....	5
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.4 OBJETIVOS	
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
1.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	11
1.6 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DEL ESTUDIO.....	12
1.7 SISTEMA DE VARIABLES.....	13
1.7.1 VARIABLE DEPENDIENTE.....	13
1.7.2 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	14
CAPITULO 2.....	15
2. MARCO TEORICO.....	15
2.1 ASPECTO GENERALES.....	15
2.2 MARCO CONCEPTUAL	
2.2.1 TURISMO AVENTURA.....	19
2.2.2 TURISMO DE SOL Y PLAYA.....	22
2.2.3 KITESURF.....	23
2.2.4 EQUIPO PARA LA PRÁCTICA DE KITESURF.....	24
2.3 MARCO HISTÓRICO.....	30
2.4 MARCO REFERENCIAL.....	32
2.4.1 MUNDIAL Y CAMPEONATOS DE KITESURF.....	33
2.4.2 KITE SCHOOL.....	35
2.4.3 PUBLICIDAD TURÍSTICA.....	36
2.5 MARGO LEGAL.....	38
3. CAPITULO 3.....	42
METODÓLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.2 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	43

3.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA	44
3.4 ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	45
3.5ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	57
CAPITULO 4.	59
PROPUESTA	
4.1 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	59
4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	61
4.3 ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	62
4.4 ESTRATEGIAS ON LINE.....	63
4.5 ESTRATEGIAS DE CLIENTE FINAL.....	63
4.6CAMPAÑA PUBLICITARIA.....	64
4.7 PUBLICIDAD ON-LINE.....	66
4.8PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS TURÍSTICOS.....	67
4.9 PROGRAMAS DESTINO PLAYA.....	68
5.1PROGRAMAS DE MARKETING COLABORATIVO.....	69
5.2 ACUERDOS CON ENTIDADES RELACIONADAS.....	70
5.3 EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN TURÍSTICA EN LA PLAYA.....	71
5.4 PROGRAMA “TURISMO PARA TODOS”.....	73
5.5 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE GUÍAS TURÍSTICOS.....	74
5.6 BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA	75
5.7ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	75
5.8 FASES DE LA PROPUESTA	76
5.9 PRESUPUESTO	77
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES.....	80
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1. Entrada de Extranjeros	8
Tabla #2. Presupuesto.....	77

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen #1. Ubicación de la Playa Santa Marianita.....	16
Imagen #2. Maniobras en el aire.....	23
Imagen #3. Equipo de Kitesurf.....	24
Imagen #4. Modelo de Cometa de Kitesurf	25
Imagen #5. Modelo de Arneses	26
Imagen #6. Escuela de Práctica de Kitesurf en Santa Marianita.....	35
Imagen #7. Carlos, Guayaquileño en práctica de Kitesurf.....	35
Imagen#8. Vista al mar.....	87
Imagen#9. Vista panorámica a la playa.....	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico# 1. Resultado en base a la Edad.....	46
Grafico# 2. Resultado en base a la Nacionalidad.....	47
Grafico# 3. ¿Frecuentemente viaja para la práctica de deportes extremos?.....	48
Grafico# 4. ¿Elegiría visitar Ecuador como destino de práctica de deportes extremos?.....	49
Grafico# 5. ¿Conoce usted el deporte extremo kitesurf?.....	50
Grafico# 6. ¿Conoce que en las playas de Ecuador son muy buenas para la práctica de kitesurf?.....	51
Grafico# 7. ¿Practicaría este deporte con la ayuda de un instructor?.....	52
Grafico# 8. ¿Qué tipo de alojamiento espera encontrar en playas donde se practica este deporte?.....	53
Grafico# 9. ¿Qué atractivos le gustaría encontrar en Santa Marianita?.....	54
Grafico# 10. ¿Le gustaría viajar por medio de?.....	55
Grafico# 11. ¿Sabía que Santa Marianita es una playa ecológica y que se practica deportes extremos?.....	56

RESUMEN

La playa de Santa Marianita, parroquia rural del cantón Manta, provincia de Manabí, es una hermosa playa con una infraestructura natural que le permite ser un atractivo turístico único para la práctica y competencias de deportes extremos.

La playa de Santa Marianita cuenta con una población no muy grande, pero si considerable, lo que le permite tener el título de parroquia rural, en la que podemos exigir que se cumplan las obras de desarrollo local que le compete a esta parroquia. La iniciativa de buenos ecuatorianos aportando con proyectos de desarrollo local, en los distintos ámbitos de desarrollo, sumado a la voluntad política y el apoyo de los agentes privados, hace crecer de forma ordenada y sustentable este punto turístico que cuenta con una riqueza natural enorme.

Muchos turistas visitan la Playa Santa Marianita, aunque este en proceso de desarrollo por eso este proyecto hará incentivar el turismo en estas playas costeras que con la ayuda de los deportes extremos como principal atractivo es el Kitesurf.

Esta es una gran oportunidad que podrá dar fuente de trabajo a sus habitantes nativos, residentes y extranjeros. Ofreciéndonos a todos la oportunidad de contar con un punto turístico seguro para turistas nacionales y extranjeros.

Los informes económicos nos revelan que uno de los rubros significativos para la contribución del producto interno bruto PIB es el tercer sector de bienes y servicios, enfocado al servicio de turismo, lo que nos garantiza que estamos en buen camino.

Palabras Claves: Infraestructura, Natural, Atractivo, Turístico, Deportes, Extremos. Desarrollo, Agentes, Sustentable, Oportunidad, Trabajo.

ABSTRACT

Santa Marianita beach, a rural area of Manta County, in the Province of Manabí, is a wonderful beach with natural infrastructure, which allows this site to be considered a unique touristic attraction to practice and compete in extreme sports.

Santa Marianita Beach counts with a population, not too large but considerable, that might demand from local authorities to accomplish the projects that benefit local development. The initiative that good Ecuadorian people exercise, contributing with development projects in different areas, besides the government policies and the support of private entities, will permit an organized and sustainable development of this touristic place that has a wonderful natural landscape

Even this beach is a development process it is visited by many tourists, so the implementation of the present Project will incentive the tourism in Santa Marianita Beach.

Furthermore, it will constitute a source of employments for its population, as well for the natives, residents and foreign people. Besides, it will offer everyone the opportunity to enjoy of a safe place for domestic and foreign visitors.

Economic information reveals that the touristic Sector contributes greatly to the PIB of Ecuador, since it is considered the third sector of income to the national accounts, which means that this research is in the right way.

Key Words: Natural landscape, touristic attraction, extreme sports, sustainable development, initiative, people

INTRODUCCIÓN

El presente Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, comprende 4 capítulos y una conclusión que se deriva del análisis que de ella se ha realizado.

El capítulo I primero se enfoca en la realización del estudio técnico del proyecto, en la que veremos la Introducción, su justificación, un antecedente de su realidad tan carente de proyectos que impulsen su desarrollo, Por eso la necesidad de plantear su problemática real que permita visualizar objetivos claros, generales y específicos, dando apertura a una hipótesis tan apegada a la realidad que permita contribuir con un análisis y explotar su riqueza natural de manera sustentable.

En el capítulo II, se realiza un análisis de sus principales características naturales, su configuración, abordando sus distintivos sociales, humanos, institucionales. Destaco los principales aspectos económicos que marcan su dinámica. Estudio las principales actividades generadoras de empleo como el turismo, tipo de turismo, e historia de deportes extremos en especial el kitesurf.

En el tercer capítulo, se describe la técnica de investigación, encuesta, entrevistas, analizo los principales planes, proyectos para la segmentación del mercado. , fomento las actividades productivas, preservación del medio ambiente e infraestructura.

Se finaliza el cuarto capítulo con un plan viable de desarrollo armonizado con una plataforma de marketing que se identifique con un turismo serio, responsable, de prácticas y juegos extremos en especial el kitesurf. En la que haremos uso correcto y eficiente uso de los instrumentos de marketing para garantizar el programa de desarrollo turístico, hasta llegar a conclusiones y recomendaciones bien estructuradas.

CAPÍTULO 1

1.1 JUSTIFICACIÓN

Ecuador tiene una ruta costera llena de un sin números de atractivos turísticos, y Santa Marianita es privilegiada por su infraestructura natural llena de encantos y emociones con un potencial turístico en desarrollo.

Posee un clima cálido y las excelentes condiciones propicias para la prácticas de diferentes deportes acuáticos y aéreos, entre uno de ellos el más importante es el deporte de Kitesurf,

Este punto turístico está ubicado en la provincia de Manabí, pertenece al cantón de Manta y está a 30 minutos de su cantón, su actividad económica se enfoca a la pesca artesanal y a un turismo que no ha sido explotado responsablemente.

El gobierno local no le ha dado la atención que se merece esta parroquia para que pueda desarrollarse y mejorar la condición de vida de sus habitantes.

La falta de programas sustentables que le permita un desarrollo armonizado tanto en el ámbito económico, social, urbano, cultural, deportivo y religioso, pone en riesgo la estabilidad de sus habitantes y posibilidad de crecer en una forma organizada y segura.

Identificado sus problemas básicos y el escaso apoyo de los agentes económicos locales y privados, convierten al Plan de desarrollo turístico en la playa Santa Marianita, cantón Manta con enfoque en la práctica de Kitesurf. En un proyecto viable, seguro y generador de un sin número de posibilidades de plaza de trabajos para sus habitantes.

Esta acción abre las posibilidades de que se unan otros proyectos que contribuyan con el desarrollo local de la parroquia.

Santa Marianita es considerada una playa ecológica la han denominado así gracias a sus pobladores que mantienen limpia su playa, su forestación es de coloración verde también conocida como playa bonita es sinónimo de relajación y diversión.

El Kitesurf consiste en deslizarte ayudado por una cometa lo cual está amarrado a una barra por medio de 4 o 5 cuerdas. Las personas que realicen esto deben sostener la barra y sujetarse de la tabla y podrá deslizarse con la ayuda del viento es una combinación entre el surf tradicional y saltos impulsados por una cometa en la playa, hay escuelas que enseñan a realizarlo y a dar el servicio. El kitesurf llama mucho la atención a jóvenes chicos y grandes y a todo tipo de turista nacional y extranjero.

1.2. ANTECEDENTES

Como dato cabe indicar que este programa nace con la idea de impulsar el turismo como desarrollo local, esta playa tiene 4 km de longitud, sus aguas son pacíficas sin olas muy elevadas, brindando seguridad y un ambiente armonizado y de paz, totalmente idóneo para la práctica de los deportes extremo como: kitesurf, navegación, pesca deportiva y la observación de ballenas.

Además su cultura Manteña y grandes yacimientos arqueológicos hace que el lugar se preste para las prácticas deportivas y el esparcimiento.

Extensión:

La parroquia Santa Marianita tiene aproximadamente una extensión de 4 Km desde la punta Tarima hasta la punta Cangrejo en el sector rural de manta.

Ubicación:

Su ubicación geográfica es por el sur de Manta a pocos minutos de San Mateo, es una población dedicada intensamente a la pesca artesanal.

Además su ubicación geográfica montañosa a pegada al mar le da una maravillosa variedad de flora y fauna muy particular.

Clima:

Su ambiente fresco, agradable, con una brisa marina extraordinaria y una temperatura que va desde los 25°C a los 29°C durante el

Población:

Con una población de 3.683 habitantes, se podría decir que su población está dividida muy cerca al 50% hombres y el otro porcentaje de mujeres.

Aproximadamente el número de vivienda está bordando unas 500 residencias.

Su ubicación montañosa a pegada al mar le da un valor agregado extraordinario a la zona, esto le permite tener una excelente actividad turística y recreativa con diferente actividades de deportes extremos, uno de lo más importante y que llama la atención es el Kitesurf internacional, también se practica el windsurf, surf, navegación, la pesca artesanal, pesca deportiva que hacen de esta playa atractiva.

Datos estadísticos de OPTUR dio como resultado que entre agosto del 2012 a agosto del 2013 llegaron al país un total de 112.576 extranjeros lo que supera al año pasado así dándonos a conocer a nivel mundial.

Las playas ecuatorianas son muy atraídas por los turistas por lo que presentan un clima variado, tropical lo que hace satisfacer las expectativas del turista.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La demanda cada vez es más exigente en este punto, la actividad turística se ha movido en busca de un desarrollo sustentable pero no han tenido suficiente éxito. Los operadores turísticos en consulta indican que se podría hacer más mediante una promoción adecuada lo que va a llevar a un incremento de servicios turísticos, y a direccionar a los dueños de establecimientos de la Playa de Santa Marianita a una innovación interna y externa.

Han habido nuevos proyectos turísticos que se han implementado en estos últimos años, pero con resultados muy alentadores, aunque algunos parecen se han tomado la molestia de hacer un mínimo análisis de la situación, ubicación, estado, recursos naturales y económico con lo que cuenta Santa Marianita.

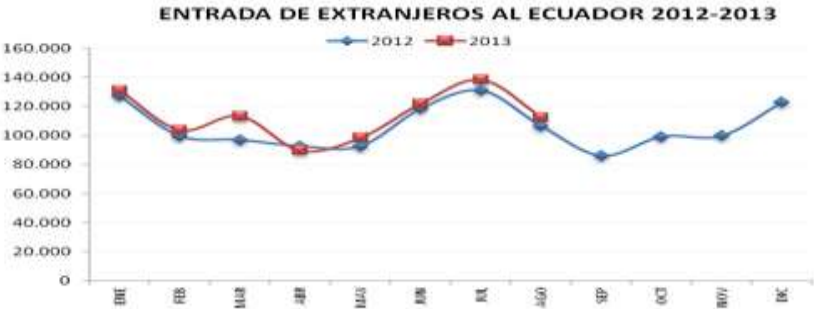
Para poder implementar un plan de desarrollo turístico basado en la promoción de la playa Santa Marianita, parroquia rural del cantón Manta con enfoque en la práctica de Kitesurf, se revisará y analizará cada una de las variables dependientes e independientes que afectan la confirmación de la hipótesis que se plantea.

Ecuador país poderoso en recurso naturales, pero su gente no está en capacidad de aprovecharlo, falta aprovechar las ofertas naturales que tiene nuestro país y difundirlas eficientemente.

Playa de Santa Marianita, privilegiada por su infraestructura natural, que ha sido descubierta a inicio del 2003 por deportistas extremos nacionales y extranjeros, como un lugar propicio para este tipo de deportes extremos como lo es el Kitesurf. El paisaje es maravilloso, lo tiene todo en un solo lugar, parte de su superficie llana y montañosa, que es acariciada por las olas del océano pacifico, por su ubicación geográfica le permite tener un clima agradable con temperaturas que van desde los 25°C hasta los 29°C durante los 12 meses del año.

La playa Santa Marianita, cuenta con una excelente variedad de flora y fauna por su ubicación y clima, sus vientos fuerte y propicio para practicar los deportes extremos como el Kitesurf empiezan desde junio a diciembre, esto le permite navegar hasta una velocidad de 40 km/h sobre la superficie del mar

Tabla# 1



Fuente: OPTUR

Como se desprende del grafico anterior el incremento de turistas que visitan a Ecuador está creciendo aceleradamente. A la playa de Santa Marianita llegan de toda parte, desde Holanda, Canadá, EE.UU, Hungría, Perú, Nueva Zelandia, Australia, Dinamarca, Argentina. Motivados por iniciativas propias de los dueños de los hoteles y sus socios comerciales interno, pero sin ningún estudio y proyecto adecuado que le permita crecer de manera sustentable.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan estratégico de Marketing sustentable que permita el desarrollo turístico con enfoque en la práctica del deporte kitesurf, fortaleciendo el desarrollo, crecimiento y estabilidad local de la parroquia Santa Marianita del cantón Manta provincia de Manabí.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar y analizar información cualitativa y cuantitativa, que permite conocer fortalezas y amenazas, tanto como debilidades y oportunidades como fundamento para el desarrollo de la propuesta.
- Aplicar métodos de investigación de mercado a fin de identificar las preferencias de los turistas que practican este tipo de deporte extremo.
- Diseñar un plan estratégico de Marketing orientado a la promoción de las bellezas y bondades climáticas de la Playa de Santa Marianita, las cuales facilitan la práctica del Kitesurf, y, además contribuye al desarrollo socio-económico de la Playa de Santa Marianita, tanto como la satisfacción de los deportistas.

1.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis tiene como función encausar el trabajo que se desea llevar al efecto. Hayman (1974) cita: además que aclaran acerca de cuáles son las variables, que han de analizarse y las relaciones que existen entre ellas, y permiten derivar los objetivos del estudio constituyéndose en la base de los procedimientos de investigación. De tal manera que el presente trabajo formula la siguiente hipótesis: **“Podrá la práctica del Kitesurf promover el desarrollo turístico de la Playa Santa Marianita, en el Cantón Manabí, a través del uso de instrumentos del Marketing”**.

1.6 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DE ESTUDIO

Tal como se ha mencionado anteriormente se espera que la implementación de esta propuesta contribuya a atraer turistas nacionales y extranjeros que practican este deporte, a través de brindar un producto que satisfaga sus necesidades y supere sus expectativas. Además, de que la implementación del presente proyecto, contribuya para el desarrollo socio-económico de la Playa de Santa Marianita, hasta posicionarla como un punto en la Costas del Pacífico para practicar el Kite Surf. Es decir, se beneficiarán el pueblo costero de Santa Marianita ya que tendrán la oportunidad de una vida mejor, su economía mejorara con la afluencia de turistas y se dará a conocer esta playa ecológica llena de tranquilidad que inspira relajación y motivara a crear más escuelas de deportes extremos y hacer de kitesurf una atracción que desarrolle el turismo en Ecuador.

1.7 SISTEMA DE VARIABLES.

1.7.1 Variable independiente

La Playa de Santa Marianita cuenta con un sin número de recursos naturales que se convierten en variables independientes, que significa esto? Que pueden ser eficientemente aprovechados y fortalecidos para cambiar la situación de esta Playa, que tiene un gran potencial turístico. También se mencionan otras variables independiente que favorece al desarrollo de su habitantes, para elevar su calidad de vida, ya lo hemos indicado varias veces en el desarrollo del tema que es un lugar maravilloso, tiene todo en un solo lugar, parte de su superficie llana y montañosa, que es acariciada por las olas del océano pacifico, por su ubicación geográfica le permite tener un clima agradable con temperaturas que van desde los 25°C hasta los 29°C durante los 12 meses del año.

Cuenta con una excelente variedad de flora y fauna por su ubicación y clima, sus vientos fuerte y propicio para practicar los deportes extremos como el Kite Surf empiezan desde junio a diciembre, esto le permite navegar hasta una velocidad de 40 km/h sobre la superficie del mar.

1.7.2 Variable dependiente

El desarrollo turístico de la Playa Santa Marianita es la variable dependiente de las variables independiente mencionada arriba. Los resultados del estudio indican que desde el 2003 ya el turismo se ha transformado, ahora su turista son el 70% extranjero que vienen desde: Holanda, Canadá, EE.UU, Hungría, Perú, Nueva Zelandia, Australia, Dinamarca, Argentina.

Esto es importante para la economía interna ya que salen servicios turísticos y entran divisas que ayudan a reactivar económicamente a esta parroquia.

El 30% corresponde al turismo nacional, su participación así mismo es importante. Además, fuente de la OPTUR indican que el crecimiento turístico en estos últimos años de comparación 2013 – 2012 ha crecido y se espera un incremento para los años siguientes según sus proyecciones.

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Aspectos Generales.

La Playa de Santa Marianita está ubicada a treinta minutos al sur de la ciudad de Manta, entre el Cabo de San Lorenzo y la Punta de San Mateo, donde forma una ensenada de 2 kilómetros y una extensa playa de 4 kilómetros, en la provincia de Manabí. Es una playa abierta, con el horizonte marítimo completamente despejado. En Playa de Santa Marianita se puede disfrutar de sus cálidas aguas con la tranquilidad propia del sector aislado del bullicio de la urbe.

Datos informativos

- Región: Costa
- Provincia: Manabí
- Clima: 24C-29C
- Población:3683 (estimación 2008)
- Alcalde: Jaime Estrada Bonilla
- Idioma: Español
- Distancia a Guayaquil: 196 km. aprox.

La playa de Santa Marianita tiene una extensión aproximada de 4 km. desde Punta Cangrejo a Punta Tarima. El clima es uno de sus principales atractivos.

Imagen# 1



Fuente: Ubicación de la Playa Santa Marianita, Manabí

La playa de Santa Marianita es una parroquia rural de Manta, poseedora de atractivos turísticos vinculados al mar que le permite desarrollarse como destino turístico.

La playa de Santa Marianita es un poblado costero donde la principal actividad económica gira alrededor de la pesca artesanal.

Además sus habitantes se dedican a la conservación de la playa, manteniéndola limpia y sin contaminación de desechos sólidos. Santa Marianita es considerada como una playa ecológica.

La playa ofrece un paisaje único, desde lo alto se puede observar dos elevaciones conocidas popularmente como Punta Cangrejo y Tarima con un horizonte marítimo completamente despejado que permite el avistamiento de aves como gaviotas, pelícanos, fragatas, entre otros.

La cobertura vegetal en la playa de Santa Marianita es escasa, en los encerramientos inferiores de la cordillera hay vegetación arbustiva espinosa, notándose el contraste con árboles pequeños de barbasco, los cuales mantienen su copa de coloración verde.

En la actualidad, esta hermosa playa se encuentra en un proceso de desarrollo turístico, siendo el sitio privilegiado para la práctica de deportes acuáticos como el kitesurfing.

La playa de Santa Marianita es reconocida como sinónimo de relajación y diversión. Tiene una magia especial, visitantes y residentes por igual, están encantados por sus atractivos y belleza natural.

Santa Marianita posee una infraestructura de hostería bastante buena, basada en habitaciones individuales tipo cabaña, dándole ese ambiente típico de la zona, algo importante de recalcar sus habitaciones ofrecen privacidad, seguridad que le da un ambiente relajante natural y familiar, y algo imprescindible es que esta apartado del quehacer diario de la vida cotidiana.

Además, la Playa de Santa Marianita posee una muy buena variedad de restaurantes y bares con un excelente y variado menú de platos típicos, a sí mismo una carta de bebidas de jugos de frutas tropicales y cocteles deliciosos.

Los aspectos mencionados favorecen al desarrollo turístico del área, y dada sus condiciones climáticas para la práctica de deportes extremos, entre ellos el Kitesurf, y el presente estudio se apoya en ellos.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. TURISMO AVENTURA

El Turismo de Aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico.

El turismo de aventura se desarrolla en zonas remotas o relativamente inexploradas.

El Turismo de Aventura puede definirse más precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura. El turismo de gran aventura es una actividad realizada al aire libre considerada normalmente única y fascinante.

Esta clase de turismo puede entrañar un cierto nivel de riesgo y exigir ciertas capacidades a los participantes. Los medios de transporte suelen ser de tracción humana, por lo que los turistas pueden hacer camping o vivir en cabañas o viviendas alejadas con pocas comodidades.

Los ejemplos incluyen actividades como la práctica de escalada en roca y montañismo, parapente, submarinismo y rafting en ríos con corrientes rápidas.

El turismo de pequeña aventura es menos activo, puede utilizar transporte de tracción mecánica o alojamiento más cómodo, como pensiones con alojamiento y desayuno o un centro turístico. Los viajes típicos de pequeñas aventuras incluyen la observación de aves, las excursiones en globos de aire caliente o la práctica de la bicicleta.

Alemania ha sido el mercado emisor europeo más importante, seguido del Reino Unido y Francia. Sin embargo, en proporción a la población, el turismo de aventura posiblemente sea más popular entre los alemanes que entre los franceses pero menos que entre los británicos.

El sector del Turismo de Aventura en América del Norte es un segmento de mercado fundamental. Algunas fuentes del sector de los viajes afirman que los ingresos anuales generados por el sector de viajes de aventura, incluido el transporte y equipo de alto costo como jeeps y balsas.

El turista de aventura típico es una persona culta, con experiencia de mundo, de unos 40 años, que se encuentra en el apogeo de su carrera y dispone de un volumen importante de ingresos.

Dado que las vacaciones de aventura organizadas son relativamente costosas, gozan de mayor popularidad entre las personas de mediana edad que entre los jóvenes, ya que los primeros disponen de los medios necesarios y pueden permitirse unas vacaciones largas.

Actualmente, no es extraño que las personas entre 40 y 60 años se encuentren lo suficientemente en forma como para practicar el senderismo cinco horas al día o más, o dormir en una tienda de campaña.

El turista de aventura se diferencia del turista habitual en su entusiasmo por estas vacaciones.

Debería atenderse fundamentalmente las emociones del viajero, y emplearse términos que le permitan comprender que sus sueños se harán realidad. Más concretamente, debería ponerse énfasis, en primer lugar, en la actividad y relegar a un segundo plano los pormenores del viaje.

2.2.2. TURISMO DE SOL Y PLAYA

El turismo de sol y playa es un tipo de turismo que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves (de 25 a 30 C).

Este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en los que el clima es lluvioso o nublado durante gran parte del año y/o con temperaturas bajas. También se da en personas que no tienen playas cercas de sus lugares de residencia.

En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

2.2.3. KITESURF

El Kitesurf es un deporte extremo de deslizamiento sobre el agua en el que el viento propulsa una cometa de tracción (kite, en inglés) que se une al cuerpo mediante un arnés, para que pueda navegar en una tabla sobre las olas (wave riding) o la persona pueda realizar maniobras en el aire.

El Kitesurf o también llamado Kiteboarding o Flysurfing consiste en deslizarse, como ya se mencionó, usando una cometa que despliega al deportista por cuatro o cinco cuerdas, dos fijas a la barra y dos más o tres restante pasan por el centro de la barra y se sujetan al cuerpo mediante un arnés, permitiendo deslizarse sobre el agua mediante una tabla o un esquí del tipo Wakeboard (Es un deporte acuático en el cual se desliza sobre el agua encima de una tabla siendo arrastrado con una cuerda llamada palomear por una lancha, también puede hacer la misma función una moto acuática diseñada para el efecto

Imagen# 2



Fuente: Maniobras en el aire

2.2.4. EQUIPO NECESARIO PARA LA PRÁCTICA DEL KITESURF

El kite es el principal elemento de Kitesurf y de ahí viene el nombre del deporte. Las características principales en una cometa que tenga mucha tracción son, mucho depower (tracción) para tener el mayor rango de error posible, buena estabilidad y control de la cometa, un rango muy amplio para aprovechar al máximo las distintas condiciones de viento con una única cometa y una buena capacidad de levantarse del agua cuando ésta se caiga.

Imagen# 3



Fuente: Equipos de kitesurf

El sistema de líneas puede ser de 4 o 5 líneas. Actualmente los dos ofrecen una seguridad excelente, subjetivamente aconsejamos las 4 líneas ya que facilitan la tarea cuando tengamos que montar el material, abaratamos la barra al quitar una línea y

tendremos una línea menos que desenredar en caso que se haga el conocido “spaghetti”. Hay que precisar que algunas cometas necesitan la ayuda de la 5 línea para levantarse del agua, como las cometas en forma de C.

Muy importante estar informados de las condiciones de viento en la zona que se practique este deporte. El viento en la playa de Santa Marianita es ideal por el viento que se origina en esta ensenada, el cual es constante entre 12 y 18 nudos.

Imagen# 4



Fuente: Deportes extremos

Por lo general, para un peso de unos 75kg y lugares donde suele soplar de 13 a 25 nudos una buena única medida sería los 11 metros. Mientras que si nuestro peso fuera de 60 a 65Kg aproximadamente, se utilizará una medida en torno a 9 metros, o si se estuviera hablando de un peso superior a 85Kg nuestra medida más indicada sería una 13 metros.

BARRA DE DIRECCION

La barra de dirección es una pieza fundamental en el equipo de kitesurf, ya que permite controlar la velocidad y la potencia de la cometa.

Tiene forma cilíndrica alargada de unos 45-50 centímetros aproximadamente, aunque dependiendo de la medida de la cometa y del modelo las formas y la longitud de la barra pueden variar, a mayor medida de cometa mayor longitud de barra a menor medida de cometa menor longitud de la barra.

La barra tiene un agujero en el centro por el que pasa el cabo de freno y en los extremos topes de los que salen el pre- líneas y a continuación las líneas traseras o de dirección que van a cada extremo del borde de fuga de la cometa. El pre- líneas pasa por unos tubos de espuma que protegen a los deportistas contra roces y cortes.

El cabo del freno está conectado al chichen look por abajo, que es un cabo de forma de sogas recubierto por un tubito de plástico, que el piloto se lo engancha a su arnés.

ARNÉS

El arnés es una de las partes más importantes en el equipo del kitesurf. El arnés se encarga de transmitir la potencia del cometa, de tal manera que el arnés deberá adaptarse perfectamente a la espalda del deportista para garantizar el absoluto el absoluto confort durante la navegación. La diversidad de modelos puede crear confusiones al momento de elegir el ideal, para cual sería necesario investigar y seleccionar el modelo más adecuado de acuerdo a las necesidades de cada navegador.

Imagen# 5



Fuente: Modelo de arnés

TABLA PARA KITESURF

Las tablas de kitesurf son junto a las cometas, las cuerdas y la barra de dirección y el arnés los componentes indispensables para la práctica del kitesurfing.

Actualmente, existen diversos tipos de tablas, pero en los orígenes allá por el año 1977 se comenzó a practicar con una tabla de surf dotada de footstraps para fijar los pies y un paracaídas.

La evolución de los fabricantes y las tecnologías que estos aplican en el diseño y construcción han llevado a que actualmente se disponga de una gran variedad de tablas que se utilizan de acuerdo al tipo de navegación, el nivel del deportista y las condiciones de viento y mar.

TIPOS DE TABLAS DE KITESURF

- Tablas direccionales son las primeras tablas que se utilizaron para la práctica del kitesurf. Son descendientes directas de las tablas de surf y windsurf con la diferencia de que se le agregaron footstraps (Cinchas para los pies formula windsurfing).
- Tablas wakeboard o Mutant tiene diseño casi simétrico (las puntas tienen pequeñas diferencias). Cada punta influye de forma diferente en la navegabilidad.
- Tablas bidireccionales son simétrica a ambos lados, se puede navegar en ambas direcciones de su eje longitudinal. Utilizan los footstraps para fijar los pies son las más largas y son las más comercializadas, cuentan con una amplia gama de modelos y diseños.

2.3. MARCO HISTÓRICO

El kitesurf como deporte nace en los 80 cuando un estadounidense llamado Dave Clup realizo su primer diseño de cometa desde entonces se ha ido evolucionando en el deporte sus materiales y su técnica.

En los archivos de su historia, pese a que Clup fue el primero en diseñar un borde de ataque que se podía hinchar, está registrado que en octubre de 1977 el inventor Gjisbertus Adrianus patento la primera cometa.

Adrianus usó una tabla de surf con un pequeño paracaídas de tracción unido al cuerpo a través de un arnés, él fue el primer Kitesurfista.

Un año después fue Dave Clup quien diseño la primera cometa más parecida a la actual, tenía un borde de ataque hinchable. En los 80, los hermanos Legainoix navegaron con una cometa sobre esquís que eran llevados por una cometa, a partir de ahí las técnicas se fueron mejorando, evolucionando, hasta que a finales de los 80 el americano Cory Roeseler consiguió cometas capaces de ceñir al viento.

En los 90, algunos windsurfistas profesionales como Robby Naish comenzaron a practicar Kitesurf, y en el 98 comenzó a fabricar las primeras cometas por medio de un acuerdo con los hermanos Legainoix

A partir de ahí, la evolución ha sido imparable, increíble, en España los primeros kitesurfistas se vieron en la playa de Sant Pere Pescador en la costa brava. En esa misma playa se fundó en 1999 la primera escuela de Kitesurf de España, la wind Station.

También llamado Kiteboarding o Kitesurfing a partir de todo esto se ha ido promocionando este deporte que ha hecho a muchos Ecuatorianos lo practiquen han atraído a Kitesurfistas a practicarlos en las costas de Santa Marianita a realizar torneos de este deporte donde llega un ola de turistas de diferentes países amantes a la adrenalina y el viento que caracteriza a esta playa.

A Santa Marianita llega gente Canadá, EE.UU, Hungría, Australia, Dinamarca, Nueva Zelanda, Holanda, Argentina y Perú.

Hay dos escuelas donde se pueden practicar este deporte en Ecuador Kite Surf y Humboldt kites dan clases desde los 12 años en adelante se puede aprender en 8 horas en 3 o 4 días pero se practica más en temporadas de diciembre donde las olas y el viento que hace el mar su costo esta por los \$310 y \$320 se pueden dar clases personalizadas por 40 te dan equipos está avalada por la organización internacional de kiteboarding (Villavicencio, 2010).

2. 4. MARCO REFERENCIAL

Se conoce que desde el siglo XII, que en China e Indonesia se usaban cometas para poder mover de un lugar a otro pequeñas embarcaciones, a principio del siglo XIX el inventor británico George Pocock patentó un sistema de tracción con cometas para carros y embarcaciones. Realizó varios experimentos en la que logró algunos records.

Sus embarcaciones navieras podían navegar en rumbo a menos de 90 grados contra la dirección del viento.

En 1903 el inventor americano Samuel Cody atravesó el canal de la Mancha navegando con cometa.

En 1970 el inglés Peter Powel inventó la cometa de dos líneas y construyó una cometa forma de delta en la que navegó en pequeños botes.

Hasta que en 1977 aparece el inventor y padre de este deporte el kitesurf, quien tiene el crédito de ser el primer inventor de este sistema de navegación sobre una tabla de surf traicionada por una especie de paracaídas,

En Indonesia tienen el arte y la cultura de diseñar una gran variedad de Kiteboarding, por lo que en este sitio se encuentra la industria de este sistema de deporte extremo.

2.4.1. MUNDIAL Y CAMPEONATOS DE KITESURF

A nivel mundial el kitesurf es el deporte acuático de mayor crecimiento y sus principales campeonatos son organizados por la Kite Professional World Tour (KPWT) y la Professional Kiteboarding Riders Association (PKRA).

Cada vez con más fuerza este deporte llegará a ser el “Rey de las aguas”. Los dos organizadores de los campeonatos de kitesurf recorren diversas playas del mundo y realizan sus etapas.

Los campeonatos cuentan con varias categorías Freestyle, Olas, Hang Time y Racing; siendo las de mayor importancia Freestyle y Olas.

Aprovechando la ventaja competitiva de Ecuador, que es tener una playa tan hermosa, con las condiciones climáticas necesarias, y con infraestructura aceptable, se pueden desarrollar estrategias de promoción adecuadas para posicionar Ecuador y su Playa de Santa Marianita como destino turístico enfocado a la práctica del Kitesurf, tal como lo es Australia y Hawái para la práctica del surf.

CAMPEONATOS DE KITESURF DE LA KPWT

Es uno de los campeonatos más importantes, sino el más, donde los kitesurfers profesionales siempre dicen presente. Se organiza desde 1999 y ofrece premios en metálico. Su organizador se llama Frédéric Gravoille. La jovencita española Gisela Pulido en el 2008 y 2010 fue la reina de esta competencia, pero ahora ha comenzado a participar en los campeonatos organizados por la PKRA.

Las fases del campeonato de la KPWT recorre países como: Francia (ST Gilles), Grecia (Paros), Italia (Lago de cómo), Turquía (Estambul), Portugal, Marruecos (Essaouira), Brasil, Nueva Caledonia

MUNDIAL DE KITESURF PKRA

La Profesional Kitesurfers Riders Association (PKRA) es la que se encarga de la organización del Tour Mundial de Kitesurf. Esta es la competencia de mayor importancia de la disciplina a nivel mundial. La principal modalidad que se disputa es estilo libre, pero también se compete en las modalidades wave, Speedy y Racing.

2.4.2. KITE SCHOOL - PLAYA DE SANTA MARIANITA

Imagen# 6



Fuente: Playa Santa Marianita, 2013

La playa de Santa Marianita cuenta con una escuela para este tipo de deporte como lo es el Kitesurf, con el instructor Robert Bedoya, instructor certificado de KiteSurf.

En la Escuela Ecuador Kite Surf, turistas nacionales y extranjeros aprenden técnicas de este deporte.

Imagen # 7



Fuente: Playa Santa Marianita, 2013

Desde el 2003 cuando tomaron la decisión de venir a quedarse en Ecuador. Roberto Bedoya Colombiano, Vladimir y su esposa Nicole Schwarz, después de recorrer todas las playas del Ecuador y ver sus encantos y particularidad de cada playa, se dieron cuenta que en Santa Marianita era el lugar adecuado donde su infraestructura natural es la apropiado para practicar este deporte.

La Playa de Santa Marianita tiene una extensión de 4 Km de superficie navegable, corre viento desde junio a diciembre y puede deslizar al deportista a 40 Km/hora sobre el mar. Con estas condiciones hace el lugar perfecto para practicar, hacer más escuelas de Kitesurf y la oportunidad de incrementar la infraestructura hotelera.

2.4.3. PUBLICIDAD TURÍSTICA

El apoyo de los medios publicitarios para la promoción de un deporte es fundamental, ya que permite la difusión de información de la actividad y promoción nacional e internacional. Los medios publicitarios que promocionan la práctica del Kitesurf nacional son escasos. Hay que entender que en actualidad son cada vez más las personas que se encuentran expuestas ante la Publicidad, por el constante uso que instituciones o individuos realizan en diversos medios de comunicación para promocionar sus productos o servicios. El concepto de Publicidad y Propaganda es muy distinto.

El plan de publicidad hace que coincida la audiencia adecuada con el mensaje y medio adecuado. Según Wells et al. (1996) el primer paso para desarrollar un plan de publicidad, es determinar los antecedentes, en otras palabras, investigar y analizar la

información importante que afecta al mercado, al competidor, al comportamiento del usuario, a la compañía misma y al producto o servicio. La publicidad existe para resolver algún tipo de problema de comunicación que afecta a la venta de un producto o servicio.

La Publicidad en el turismo es utilizada en diferentes etapas, que funciona tanto para presentar un destino por primera vez al mayor número de personas posibles, recordar a las personas de la existencia y características del destino o reposicionarlo cuando tiene poca afluencia turística. Indica que con la Publicidad se deben establecer metas, como por ejemplo, consolidar el país como destino turístico; estimular el interés, la aceptación y la demanda de los productos turísticos del país o aumentar la preferencia de la industria de viajes hacia la venta de programas turísticos del país.

Para llevar a cabo la Publicidad, uno de los principales aspectos a tomar en cuenta son los medios en el cual se pautaran, ya que deben llegar hasta la audiencia meta, por ejemplo, si un anuncio publicitario va dirigido a la industria de viajes, normalmente debe elegirse un medio especializado, como una revista exclusivamente de viajes, ya que presentan un alto grado de selectividad en sus lectores y por consiguiente aseguran una mejor cobertura de la audiencia meta, y por lo general, siempre están dispuestos a recibir el mensaje.

2.5. MARCO LEGAL.

El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020 (PLANDETUR 2020), es propuesta liderada por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y ejecutada por la empresa TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (T&L) Esta compañía se fundó en 1999 y su base está en Barcelona, opera como una subsidiaria de Indra Systems S.A. Las compañías mencionadas son asesoras de turismo a nivel mundial y el Gobierno ecuatoriano ha confiado en ellas para el desarrollo de su plan estratégico de turismo. Este documento representa el Informe Final del trabajo de consultoría, y reúne todos los elementos según los requerimientos de los términos de referencia, aunque la estructura planteada en los mismos no guarde un orden de presentación de los contenidos de forma funcional para el PLANDETUR 2020. Lo que apoya el desarrollo de turismo sustentable en lo que se conoce como turismo aventura, donde se encuadra la práctica del Kitesurf. (Vega, 2006)

El documento se presenta en estos capítulos:

En el Capítulo I, se incluye la introducción, el diagnóstico, la visión y misión; los objetivos, estrategias y políticas; y las bases estratégicas del turismo de Ecuador, o lo que es lo mismo la propuesta programática.

De acuerdo con los términos de referencia este documento considera los insumos del diagnóstico sectorial ejecutado por un equipo multidisciplinario de profesionales con alcance en seis regiones de consulta utilizadas dentro de este proceso.

Se presenta a continuación la visión consensuada por más de 750 actores en 17 talleres ampliamente participativos ejecutados entre el mes de abril y agosto, complementados por los insumos recabados en reuniones de trabajo con los sectores privado, comunitario, público, académico y estudiantil, además de los elementos de visión considerados en el espacio de construcción de la Alianza Global para la Sostenibilidad en el ámbito del turismo, desarrollo y áreas protegidas. También se incluye la misión del PLANDETUR.

Inmediatamente después se establecen los objetivos, las políticas y las estrategias turísticas a seguir con el PLANDETUR 2020. Este conjunto de herramientas son las que guiarán toda la propuesta programática del plan, manifestando a dónde se debe llegar, con qué criterios rectores, y de qué manera se deberá trabajar.

El siguiente punto es la propuesta programática del PLANDETUR 2020, es decir, la propuesta de acciones concretas a desarrollar durante el plan en el transcurso de tiempo planteado. Esta propuesta programática se traduce en las Bases Estratégicas del plan. Se plantea a través de 6 grandes áreas temáticas funcionales, 22 programas y 78 proyectos.

En el Capítulo 2 se hace una propuesta de esquema institucional para la gestión del PLANDETUR 2020. Es importante señalar que lo que se presenta es a nivel propositivo, considerado por el equipo consultor como la mejor manera de estructura y organización institucional del MINTUR para dar respuesta a los requerimientos de gestión del Plan. Se debe advertir que por las características de la propuesta y el criterio de modernización

del MINTUR que se persigue, posiblemente genere reacciones adversas e inclusive propicie una crisis institucional que se espera como positiva, a fin de poder generar los cambios necesarios dentro de la institución para poder hacer frente a las altas demandas de capacidad de gestión ágil y operativa del PLANDETUR 2020.

En el Capítulo 3 se presenta la estructuración del espacio turístico de Ecuador, basado en procesos y trabajos anteriores y que finalmente se cruza con las líneas de producto turístico presentes en cada destino regional del país. Esta estructuración permite tener un primer criterio para el desarrollo turístico de Ecuador, donde se deberán primar aquellas iniciativas que respondan a dicho ordenamiento de productos por destinos. Este ordenamiento se enriquece con la ubicación de los índices de pobreza en relación con la potencialidad turística y las áreas protegidas. También se debe aclarar que la estructuración del espacio turístico es una propuesta, que se pretende que guíe la realización posterior del programa de ordenamiento turístico territorial presente en las Bases Estratégicas del Plan.

Por consiguiente, esta estructuración deberá ser actualizada y trabajada en profundidad para que pueda ser una herramienta que guíe la aplicación del Plan en el territorio. El Capítulo 4 incluye las medidas transversales para asegurar la sostenibilidad del plan. Como herramienta de gestión se incluyen de forma agrupada todos los indicadores de seguimiento, control y gestión de la sostenibilidad del Plandetur. Es importante señalar que aquí se recogen todos los indicadores con sus metas y responsables provenientes de las acciones marcadas en los capítulos anteriores. Estos indicadores se agrupan en ese

capítulo con una finalidad práctica, y para evitar repetirlos cada vez que fueran necesarios en cada acción Dentro del Plan Integral de

Marketing Turístico del Ecuador, se considera al turismo de aventura entre las diez principales líneas de productos, debido a la privilegiada ubicación geográfica, a la presencia de la Cordillera de los Andes y a las corrientes marinas que vienen del norte y del sur, razones que hacen del país un destino incomparable para desarrollar esta actividad.

Hay regulaciones respecto a este Plan que fueron suscritas por la Ministra de Turismo, Verónica Sión, en acuerdo No. 2000780075, publicado en el Registro Oficial No. 105 del 25 de febrero de 2009, documento legal que busca promover un turismo sustentable, que establezca una de las políticas de turismo sostenible: "Oferta de calidad con inclusión social".

Como se puede concluir en este capítulo de la investigación, hay muchos factores que apoyan el presente proyecto, llegando al análisis del marco legal que potencializa positivamente esta propuesta, ya que el Gobierno ha apuntado al desarrollo del turismo sostenible en Ecuador, y el Turismo se encuentra en el tercer sector estratégico de desarrollo en el Plan Estratégico del Gobierno en este periodo.

CAPÍTULO 3.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Son varias Las herramientas de investigación que se aplicaron al presente trabajo:

La investigación bibliográfica, la revisión de documentos, diarios, libros y folleterías permitió encontrar ciertas informaciones que es en ocasiones no se encuentra en otro medio. Gracias a la folleterías, revistas y documentos se pudo profundizar en el tema de los servicios de técnica para el Kitesurf.

La observación de campo, permitió lograr tener información más de cerca tanto del ofertante vendedor de los servicios turísticos y del demandante el turista nacional y extranjero, ver de inmediato las múltiples necesidades y la realidad actual, que ayuda a definir y a enfocar de mejor óptica la problemática del tema.

La encuesta que ayuda a determinar el mercado, meta, gustos y preferencia del mismo.

La utilización de cada una de estas herramienta es imprescindible para poder tener información seria y responsable, para luego poderla analizar y poder tomar decisiones adecuadas.

Esta información la encuesta, nos ayudó a tener los resultados de la variable dependiente

Esta investigación usará la **Metodología cualitativa**, ya que por medio de la observación se busca descubrir las características de las variables formuladas y aprovechar las oportunidades observadas en ellas para poder llegar a una propuesta eficiente en el plan estratégico de Marketing. Con esta metodología tratamos de enfocarnos en una investigación exploratoria se llegó a Santa marianita a ver las carencias y bondades de este sector y ver la realidad de esta situación para poder poner en prácticas los objetivos de este proyecto, que ayudara a las mejora y brindara empleo para tener un excelente desarrollo turístico

Además, se utilizará el **Método cuantitativo** ya que permitirá examinar datos de manera numérica, con la ayuda directa del campo de la Estadística. Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación en línea recta. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual direcciona e indica qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. Esta metodología conduce a una investigación descriptiva la cual permite demostrar lo que prefieren los turistas a la hora de escoger un país para sus vacaciones o de ocio para disfrutar de los deportes extremos u otras preferencias que deseen del país En base a esto se ha conducido una **Encuesta** para recopilar valiosa información cuyo análisis apoyará a la propuesta, conclusión y recomendaciones del presente estudio.

También se realizó entrevistas a algunos de los moradores que brindan hospitalidad y alimentos y al encargado de la escuela de kitesurf que brinda enseñanza a los turistas para una mejora del pueblo costero

3.1. RECOLECCIÓN DE DATOS

Se trata de obtener datos o información de varias personas en la cual sus opiniones tienen mucha importancia para el investigador, se utiliza un gran y cómodo listado de preguntas escritas a fin de que las contesten por escrito.

La encuesta debe estar bien organizada para obtener datos que permiten la obtención de índices fidedignos. Los datos que recoge la encuesta son de actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento, así como los datos de clasificación relativos a medidas de carácter socioeconómico y demográfico, la ventaja de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de información; también presenta debilidades o limitaciones. (Avilés, 2004).

La encuesta se la realizó on-line este es el link **www.onlineencuestas.com**, porque se pensó que de esta manera se contactaría con los potenciales turistas que deseen visitar Ecuador e irlo posicionando como destino turístico. Las preguntas formuladas fueron cerradas y otras múltiples con el fin de definir los gustos de cada extranjero la cual va dirigida a los jóvenes con preferencia los deportes extremos

Se busca que la información obtenida a través de la encuesta permita analizar si los turistas conocen del kitesurf o de la playa Santa Marianita con esto nos ayudaran a ver el total de gente que vendrían a visitar y a disfrutar de las delicias que posee Ecuador, con el fin de hacer turismo en un playa poco conocida donde es privilegiada por sus olas para verificar si es factible incentivar el turismo en este sector

3.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se la calculó en base a la totalidad de personas que visitaron la página y respondieron a las preguntas de la encuesta a través de este link **www.onlineencuestas.com** La encuesta estuvo expuesta en este sitio por 4 meses y 16 días. Respondieron 1790 personas y en base a esto se procedió a la tabulación.

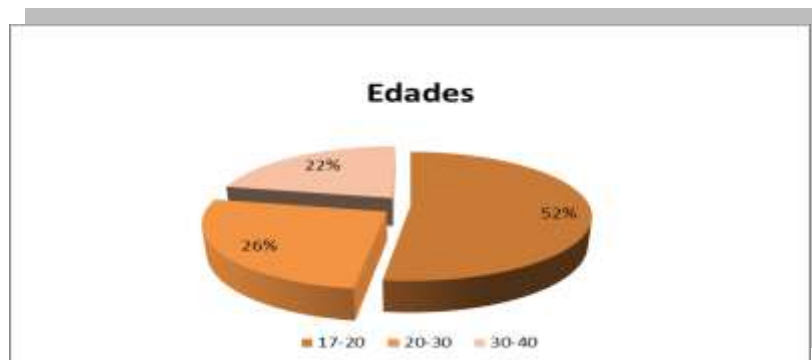
3.3. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

A continuación se presenta un análisis objetivo de la información obtenida basado en el estudio de las variables que conducen a la verificación de la hipótesis:

RESULTADO EN BASE A LA EDAD

Los rangos que presentan en esta encuesta dio como resultado que de 17-20 salió un porcentaje de 52% los jóvenes de este rango practican más deportes extremos, 20-30 dio 26% viajan por curiosidad o salir del stress conociendo otra ciudad, 30-40 no realizan muchos viajes y quizás no practican deportes extremos

Grafico # 1



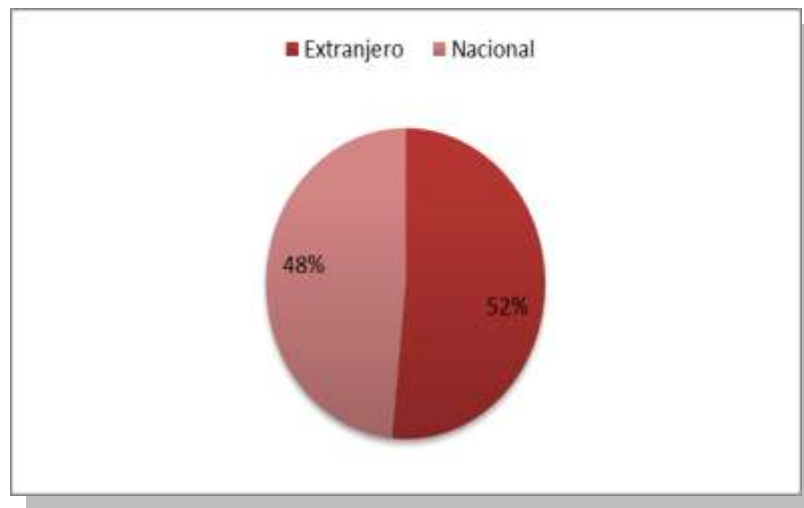
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

El alto porcentaje se dio entre el rango de 17-20 es decir que viajan más lo jóvenes de edad atraídos por la adrenalina de los deportes extremos y experimentar la visita de otros países lo que ayudarían a promover el turismo.

RESULTADO EN BASE A LA NACIONALIDAD

Grafico# 2



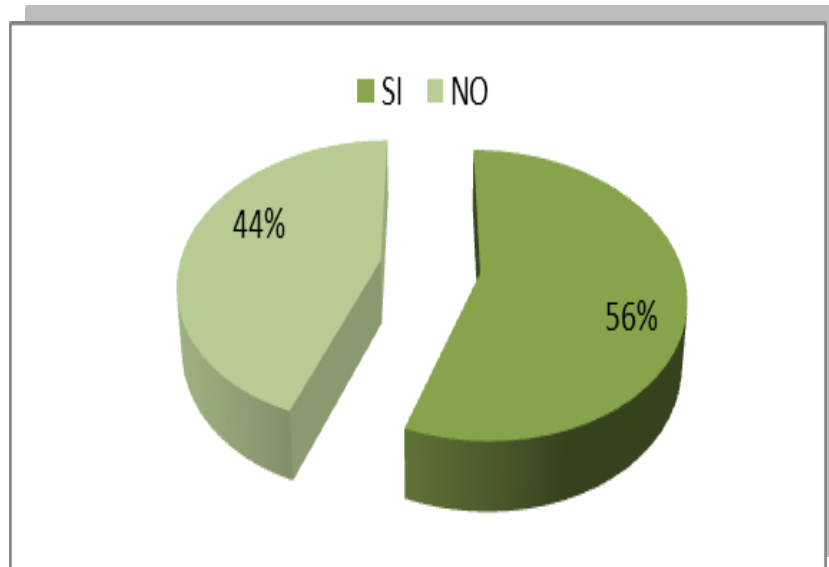
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

Los extranjeros que respondieron dieron un porcentaje de 52%, lo que significa que realizan más viajes que las nacionales gracias, lo que es positivo para la economía de nuestro país por el ingreso de las divisas. Además, las actividades turísticas se expanden lo que da oportunidad de empleo a las personas de un país generando más consumo e ingresando flujo de efectivo a la economía local.

1.- ¿Viaja frecuentemente para la práctica de deportes extremos?

Grafico # 3



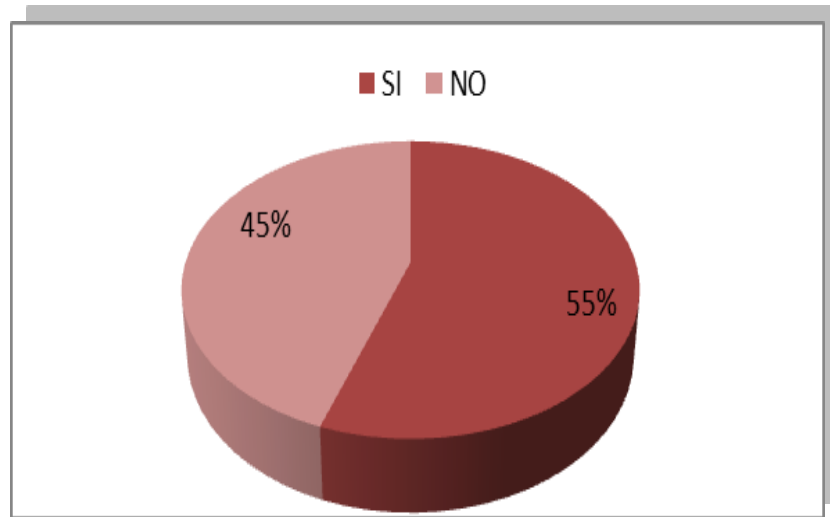
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

El 56% contestaron que frecuentemente viajan motivados por los deportes extremos, lo que apoya la idea de este proyecto, que hay turistas interesados pero deben conocer las bondades de nuestras playas en cuanto a la práctica de deportes extremos como el kitesurf.

2.- ¿Elegiría visitar Ecuador como destino de práctica de deportes extremos?

Grafico# 4



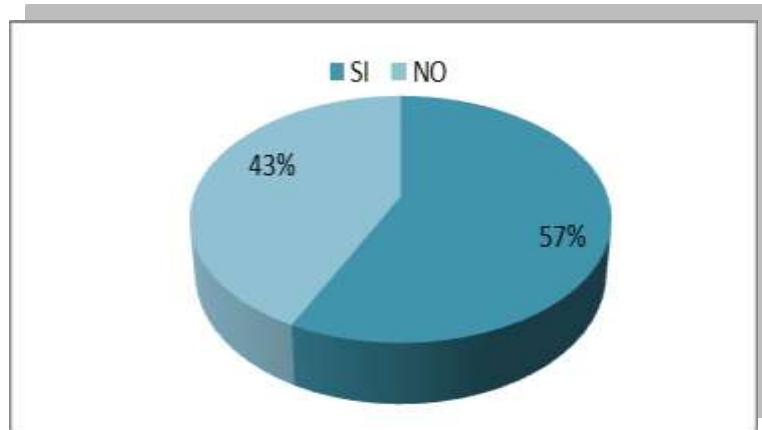
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

Con esta información podemos deducir que Ecuador es una potencia turística, el porcentaje de 67% que afirman que si elegirían Ecuador como destino turístico para practicar deportes extremos, porque son atraídos los turistas a ver las bondades que brinda la belleza de este país, es un punto positivo para la implementación de un plan estratégico de Marketing orientado a la promoción de la Playa Santa Marianita. El posicionamiento turístico que Ecuador ha alcanzado en estos últimos años, como lo nombran muchos artículos de revistas en el mundo, representa una ventaja competitiva en la propuesta del presente trabajo de investigación

3.- ¿Conoce usted el deporte extremo kitesurf?

Grafico# 5



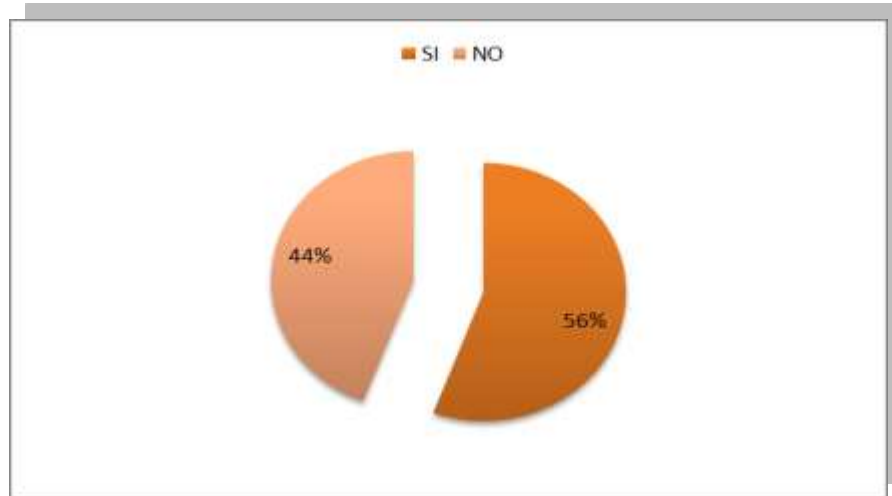
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

La mayoría de personas encuestadas conocen el kitesurf también llamado kiteboarding, lo que dio como resultado un 57% lo que es favorable por que ya van preparados para realizar este deporte en un lugar diferente, que posee las bondades climáticas que les ayudará a deslizarse por el mar sintiendo la adrenalina que provoca esta playa.

4.- ¿Conoce que en las playas de Ecuador son muy buenas para la práctica de kitesurf?

Grafico# 6



Elaborado por: Priscila Landázuri

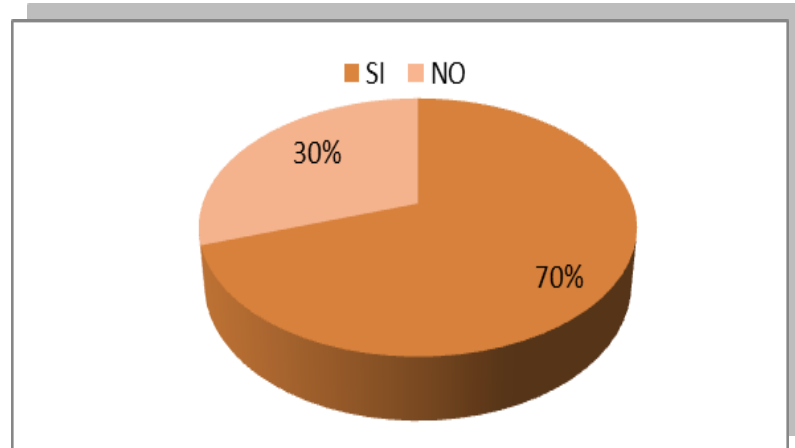
Análisis:

Un 56% respondió que si conocen que las playas de Ecuador son muy buenas para la práctica de los deportes extremos y entre ellos el Kitesurf.

Por lo tanto, constituye otro punto positivo para que se pueda promocionar a Santa Marianita con una mayor afluencia turística mediante un plan de marketing orientado a la promoción de la Playa, lo que permitiría atraer a los turistas a esta parte de la Costa Ecuatoriana para la práctica de este deporte.

5.- ¿Necesitaría un instructor para la práctica de este deporte?

Grafico# 7



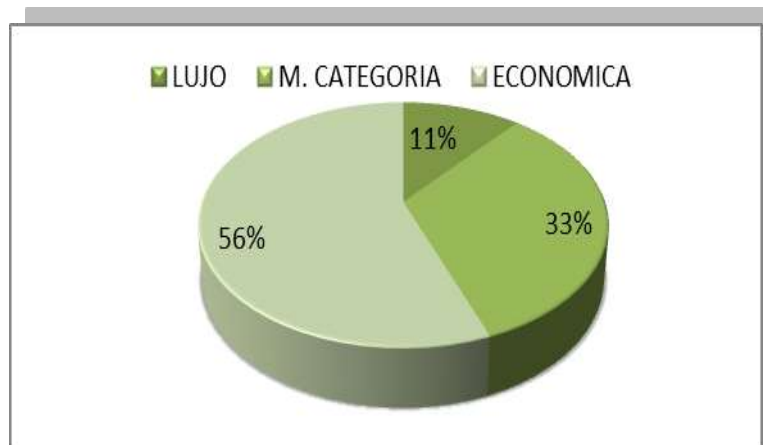
Elaborado por: Priscilla Landázuri

Análisis:

La práctica de kitesurf en principio requiere de un instructor, y los resultados dieron que un 70% necesita la ayuda de un instructor en cambio el 30% no necesita ayuda por lo que se da a entender que ellos si lo practican. Esta información proporciona una valiosa información para contar con instructores y la seguridad necesaria para la práctica de este deporte, ya que utilizar las debidas precauciones al momento de realizarlo evitará problemas que afecten el turismo de este sector. De hecho ya existen 2 buenas escuelas de kitesurf en la Playa de Santa Marianita, como se mencionó en el capítulo anterior.

6.- ¿Qué tipo de alojamiento espera encontrar en playas donde se practica este deporte?

Grafico # 8



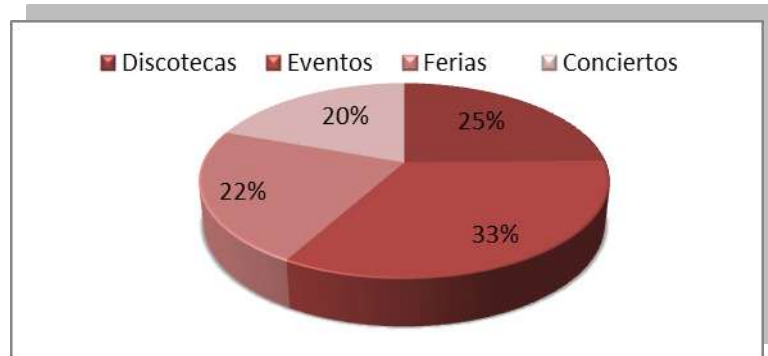
Elaborado por Priscila Landázuri

Análisis:

El alojamiento es importante a la hora de quedarse en un destino turístico. Los encuestados han elegido económico con un 56% no desean gastar tanto en hospitalidad sino en diversas cosas, quedando en a lo último de lujo. Lo que es bueno para el desarrollo de una infraestructura hotelera tipo hostel. Santa Marianita ya cuenta con hostales de clase media, cómodos. Una de las grandes ventajas para el desarrollo turístico de esta Playa, es la cercanía al Cantón Manta, que cuenta con una infraestructura hotelera apta para alojar todo tipo de turistas.

7.- ¿Qué atractivos le gustaría encontrar en la Playa que Ud. practica este deporte?

Grafico# 9



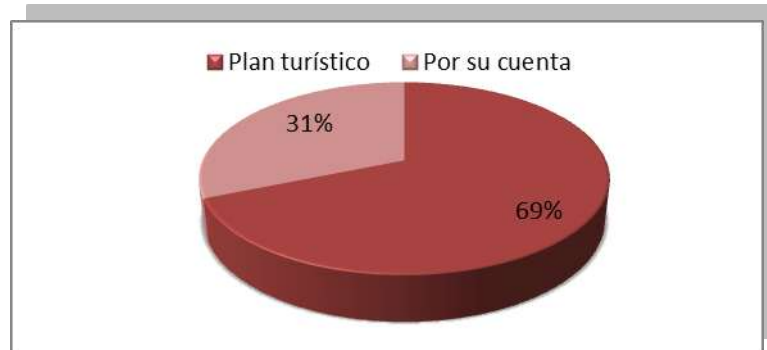
Elaborado por: Priscilla Landázuri

Análisis:

Los turistas que practican deportes extremos, lo que más desean encontrar en un destino turístico para la práctica del kitesurf son campeonatos, lo que sería ideal que las autoridades locales y centrales piensen en apoyar proyectos para comprometerse con organismos internacionales para que la Playa de Santa Marianita se posicione como sede de esta clase de torneos.

8.- ¿Usted viaja a través de operadoras turísticas o por su cuenta?

Grafico# 10



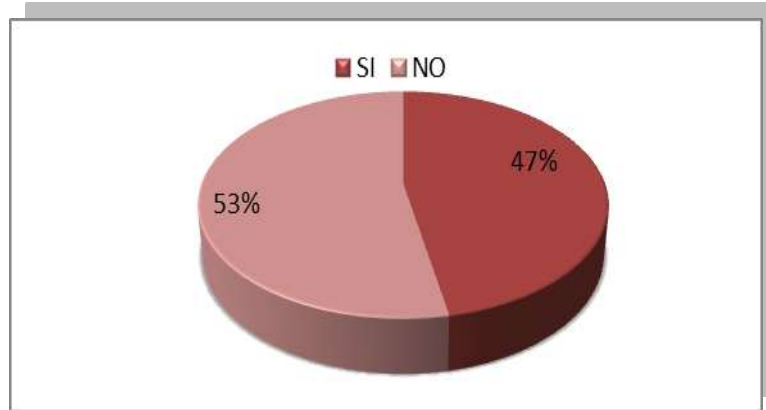
Elaborado por: Priscilla Landázuri

Análisis:

Como se puede analizar de las respuestas, pocos turistas viajarían por su cuenta con un porcentaje del 31%. El 69% lo haría por su cuenta. Esto beneficia mucho a las agencias de viajes y operadoras turísticas que son el canal apropiado para distribuir este producto turístico de Ecuador. Para promocionar la Playa sería excelente, una alianza estratégica con operadoras de turismo.

9.- ¿Conoce que en la Playa de Santa Marianita de Ecuador se practica el Kitesurf como deporte extremo?

Grafico# 11



Elaborado por: Priscilla Landázuri

Análisis:

La playa de Santa Marianita no es conocida como destino de práctica del kitesurf, ya que el 53% de los encuestados lo confirmo así, por lo cual se interpreta que aunque la Playa de Santa Marianita brinde todos los requisitos de ser un potencial turístico por este deporte es poco conocida. La promoción de la playa se hace imprescindible para el desarrollo turístico de la misma, lo que lleva a una propuesta de Marketing potencializando la variable Promoción y sus herramientas

3.4. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Al realizar la entrevista a los instructores y dueños de establecimientos se condujo una Entrevista-no estructurada, ya que es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran por entero en manos del entrevistador. Si bien, el investigador, sobre la base del problema, los objetivos y variables, elabora las preguntas antes de realizar la entrevista, modifica el orden, con el propósito de encausar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones y características particulares de los sujetos de estudio. Al usar este método de entrevista, los entrevistados se sienten más relajados y dispuestos a contestar.

Los entrevistados transmitieron información sobre sus experiencias de lo que los turistas quieren, desean, tienen expectativas, así mismo de la satisfacción que sienten al practicar este deporte en esta zona por sus bondades climáticas para el kitesurf.

También, se determinó de la información lo que desean los turistas para brindarles una mejor atención tratando que se sientan en casa y que deseen volver y transmitir todo esto a otros clientes. Así mismo, se puede prever cual es la propuesta de desarrollo turístico que posee y lo que necesita la Playa de Santa Marianita para que se desarrolle como potencia turística. Ecuador que ya es un país que se encuentra bien posicionado como una potencia turística, lo que representa una ventaja competitiva al momento de elegir el plan estratégico de Marketing enfocado a la promoción de esta Playa.

En entrevista con estos instructores certificados por la escuela internacional de Kitesurf, nos indican que llegan de 4 a 5 turistas nuevos cada semana, ahora el 70% son turistas extranjeros. Viene gente desde Holanda, Canadá, EE.UU, Hungría, Perú, Nueva Zelandia, Australia, Dinamarca, Argentina, motivado por sus ofertas que hacen por internet, ofrecen paquetes desde \$590 clase, hospedaje y alimentación.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA

Apoyándose en los factores y antecedentes expuestos anteriormente, se procede a elaborar una propuesta publicitaria para la difusión de la Playa de Santa Marianita como un destino turístico enfocado a la práctica del Kitesurf.

4.1. OBJETIVOS:

El **objetivo general** de la presente propuesta es:

- “Llegar a la eficiencia en la gestión turística en la Playa de Santa Marianita mediante la coordinación administrativa y colaboración público-privada mediante la implementación de estrategias diferentes de marketing y promoción en el mercado nacional e internacional”

Para llegar al objetivo general se establece los siguientes **objetivos específicos**:

- Construir un mensaje único, coherente y permanente a utilizarse en todas las herramientas publicitarias para seguir posicionando a la Playa de Santa Marianita y sus atributos como destino turístico para la práctica del kitesurf

- Continuar la consolidación de la Playa de Santa Marianita como destino de referencia en marketing online en todos sus soportes y formatos.
- Reforzar la promoción de la Playa de Santa Marianita basada en la segmentación por productos, dirigida a públicos objetivos en especial mediante la utilización de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- Promover la excelencia en la promoción y comunicación con el cliente en destino a través de diferentes redes, teniendo en cuenta las nuevas demandas y necesidades del turista que practica e kitesurf.
- Reforzar la colaboración con otras administraciones turísticas (estatal, provincial o local), así como promover la cooperación público-privada en la realización de actividades de marketing, con el objeto de lograr máxima rentabilidad y eviten duplicidades innecesarias en las actuaciones.

4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

En base de los objetivos y escenario descritos, se definen una serie de estrategias que configuran la segmentación y especialización, tanto por mercados como por productos, para adaptar al máximo el mensaje a las distintas necesidades de cada público objetivo, con una extensa utilización de los distintos soportes, en especial los diferentes soportes online, dada la realidad actual del mercado, que garanticen su máxima difusión y promoción. Estrategias que se dirigen sobre todo al cliente final, aunque sin olvidar el destacado papel que juega las herramientas del marketing, en especial en productos clave como el sol y playa.

Para lograr esto, serán los parámetros controlables del marketing mix del Plan de Marketing –producto, precio, promoción y distribución–, los que permitan la toma de decisiones para generar una respuesta positiva de los potenciales clientes.

4.3 ESTRATEGIA DE MERCADOS

El análisis de mercados lleva a definir una estrategia diferente en función de tres tipos de mercados analizados según el volumen actual en el flujo de turismo y las oportunidades a corto, medio y largo plazo detectadas.

1. Mercados prioritarios

El mercado nacional y Estados Unidos, Francia, Holanda, Bélgica, España, y Alemania es el segmento de mercado prioritario, ya que son quienes han demostrado interés en visitar esta playa como destino turístico para la práctica del kitesurf. Es por ello, que debe destinar un 50% del importe destinado a promoción exclusiva a estos mercados.

2. Mercado con énfasis principal

Tras estos dos mercados, un importe aproximado del 35% de las cantidades destinadas a promoción y marketing se dirigirá a mercados ya conocidos, pero que deben seguir siendo potenciados e impulsados como Perú, Chile, Argentina. Estos mercados requieren de una especial atención por su fuerte incremento actual y potencial de crecimiento a corto y medio plazo.

3. Mercados oportunidad

El importe restante se destinará a mercados emergentes, con una menor importancia actual, pero que pueden determinar oportunidades de desarrollo a medio y largo plazo. En este apartado se incluirían especialmente mercados donde hay interés por el kitesurf ,

como Canadá, China, Japón y países centroamericanos con perspectivas de crecimiento a medio y largo plazo

4.4. ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

La utilización creciente de los sitios online en todo el proceso de información, distribución, selección, compra y de emisión de opiniones sobre los destinos turísticos y su oferta hacen imprescindible, para toda organización de marketing de destino (DMO), contar con una amplia estrategia de marketing online que garantice el buen posicionamiento y distribución de la oferta turística en este tipo de soportes. En este sentido, el presente trabajo define las líneas estratégicas de un plan de marketing online ajustado a la realidad de nuestro destino y a las tendencias y oportunidades en la red, cuyo objetivo prioritario es:

- Facilitar la distribución de la oferta turística de la Playa de Santa Marianita a través de las plataformas de Operadores Turísticas, Agencias, de Viajes y páginas estatales de turismo.

4.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y A CLIENTE FINAL

Tres son los factores que lleva a fidelizar a los clientes conocidos y a captar otros nuevos: las expectativas, la credibilidad de la marca y el valor percibido al cliente

conocido y captar otros nuevos, lo cual constituye algo trascendental en el actual contexto económico complejo y con enorme competencia entre destinos. En unos mercados cada vez más maduros, y donde la competencia se incrementa cada vez, como sucede con el turismo enfocado a la práctica de deportes extremos. Muchos países han visto la oportunidad de mejorar su economía a través de este turismo.

En la actualidad, resulta necesaria la intercomunicación con el consumidor final que permite contar con una información básica para proyectar actuaciones de comunicación, marketing y distribución online que respondan a los criterios de máxima eficacia y eficiencia.

Como se ha mencionado anteriormente, las estrategias de promoción sigue jugando un papel esencial en la comercialización y distribución turística, por lo que resulta indispensable desarrollar actuaciones destinadas a este canal, cuyos principales componentes son las operadoras turísticas y el transporte y el transporte aéreo. A ello, hay que añadir el hecho de que en muchos casos, los mismos hoteles o restaurantes integran a su vez a operadoras turísticas, por lo que en ocasiones resulta necesaria la comunicación y cooperación conjunta con varios actores del turismo en la Playa de Santa Marianita.

Los operadores turísticos son los principales intermediarios para las empresas turísticas en Ecuador. Por ello, el Plan de Marketing prevé mantener las líneas de actuación

dirigidas al canal mediante la realización de actividades conjuntas, tales como jornadas para monitorear los mercados, viajes de familiarización, así como actuaciones de marketing conjunto con las principales agencias que comercializan la oferta turística de la Playa de Santa Marianita en los mayores mercados.

4.6 CAMPAÑA PUBLICITARIA

La campaña se basa además en las siguientes estrategias:

- Unidad en la comunicación, dentro de una estrategia coherente e integral que potencia los atributos positivos de la Playa de Santa Marianita y contribuye a reforzar la imagen de marca de destino.
- Orientación al cliente destacando valores como la experiencia, las vivencias, las emociones y la proximidad, es decir la identificación total del potencial turista, por de una clara segmentación por perfiles del mercado objetivo. Ejemplo: edad, sexo, nacionalidad, etc.
- Priorización de la promoción de la Playa Santa Marianita como destino turístico vinculado a la práctica del Kitesurf, a través del uso de un portal que bien puede ser administrado por el Municipio del Cantón Manabí: www.playasantamarianita.com

- Difusión de valores de sostenibilidad y de respeto al medio ambiente, incorporando contenidos de Sensibilización para proteger el medio y posicionar a la playa de Santa Mariana como un destino turístico responsable.

4.7 ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE

Como segundo punto que se debe considerar en la campaña de publicidad es el desarrollo y realización de una estrategia de marketing online cuyos objetivos son; incrementar la notoriedad y posicionamiento de la Playa de Santa Marianita, favorecer la difusión y comunicación de ésta, dinamizar e incrementar la participación de los usuarios a través de contenidos generados por los mismos visitantes, y aumentar el tráfico hacia el portal **www.playasantamarianita.com**

Las siguientes son estrategias de campañas publicitarias a utilizarse:

- Campaña de video marketing de la Playa de Santa Marianita, a través de un canal de Cable que tiene el programa “Destinos Turísticos para visitar” en Youtube.
- Campaña social media marketing (**SMM**) a través de acciones en las principales redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Tuenti, etc. Tanto en mercado nacional como en los principales mercados extranjeros, que buscarán especialmente la vitalización y generación de contenido por los usuarios.

Google Adwords: Es el programa que utiliza google para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes utilizados en mercados prioritarios: Reino Unido, Alemania y Francia.

- Desarrollo de apps y advergaming para generar notoriedad y fidelizar al cliente.
- Campaña de display y de email marketing en medios online de viajes (se puede exhibir folletos en los aeropuertos, agencias de viajes, y demás lugares donde frecuentan los viajeros).

4.8. PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y CERTÁMENES TURÍSTICOS

Con el objetivo de asegurar el desarrollo turístico de la Playa Santa Marianita, la participación en ferias de turismo se limita a aquellos certámenes consolidados que cuentan con mayor asistencia de público y profesionales, mercados emisores de interés para turismo en Ecuador, Práctica de Kitesurf y ferias de productos específicos como deporte extremo y turismo aventura. , en el caso de ferias internacionales la participación se lleva a cabo dentro del stand de Operadoras Turísticas. O también con la inclusión a las ferias de turismo donde se exponen las bondades de Ecuador a través de la participación del Ministerio de Turismo.

4.9 PROGRAMA “DESTINO PLAYA SANTA MARIANITA EN EL CANTÓN MANTA”

Uno de los instrumentos clásicos de promoción que suele ofrecer una mejor relación coste-beneficio y tiene un mayor retorno es el programa Destino Playa Santa Marianita, que incluye viajes de familiarización de operadores turísticos así como de prensa, online y offline, y presentaciones en los mercados prioritarios.

En 2012 se realizaron más de 30 viajes de familiarización correspondientes a medios y operadoras turísticas internacionales de más de 20 países. En 2013, aumentó la incidencia de manera especial en los viajes de familiarización destinados a productos específicos, como turismo familiar unido a la oferta de sol y playa y parques, turismo cultural y de ciudad, turismo aventura, y ecoturismo.

- **Publicaciones y medios impresos:** segmentación por mercados y productos teniendo como objetivo las principales cabeceras de medios a escala internacional, nacional, regional y local, tales como revistas Conde Nast Traveler de Francia, Destinos de Aventura de Colombia, Kitespain Magazine de España, Kitesurf Style de los Estados Unidos, etc.

- **Bloggers y animadores de redes sociales turísticas** tanto por mercados emisores como de producto

5.1 PROGRAMA DE MARKETING COLABORATIVO (PROMOCION Y COMUNICACIÓN)

Uno de los puntos principales en el Plan Estratégico del Turismo de la Playa de Santa Marianita en el Cantón Manta, es avanzar en la colaboración público-privada en la promoción y marketing de los destinos turísticos. En este sentido, bajo este eje cabe hacer mención a dos tipos de estrategias:

- Apoyo a las estrategias de comunicación y comercialización organizadas por asociaciones y entidades sectoriales a través de convenios de colaboración en los que las autoridades de Santa Marianita actúen como coordinadores y articuladores de las diferentes actuaciones que se contemplan en los acuerdos que se suscriban con las entidades sectoriales más relevantes de la Playa de Santa Marianita.
- Marketing conjunto con operadoras turísticas y líneas aéreas.

5.2 Acuerdos con entidades del sector turístico para la realización de actividades de marketing, comunicación y promoción

La Municipalidad del Cantón Manta debe ser el brazo ejecutor del presente trabajo de Desarrollo Turístico de la Playa de Santa Marianita, con enfoque a la práctica del Kitesurf; de tal manera, que es la entidad indicada para firmar Convenios con asociaciones y federaciones sectoriales entre los que cabe destacar.

Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.

OPTUR es la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, se constituyó con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de la operación turística, el turismo receptivo y de representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico, especialmente en los cuerpos colegiados del sector privado y en aquellos de constitución mixta que se encuentren vigentes o se crearen a futuro.

La cooperación de OPTUR con estrategias de promoción conjunta con operadoras turísticas ecuatorianas centrada en las campañas de publicidad al mercado nacional de forma prioritaria, operadoras turísticas, agencias de viajes agentes de viajes, medios de comunicación o colaboraciones de campañas de promoción a través de las redes sociales a nivel internacional.

AHOTEC

Es la Asociación Hotelera del Ecuador, donde sus miembros están interesados en elevar su cuota turística y siempre están dispuestos a firmar acuerdos de cooperación con diferentes entes privados y públicos para beneficio mutuo. Se puede acordar con AHOTEC la cooperación de sus miembros en cuanto a acciones de marketing con operadores nacionales, la realización de campañas de comunicación y venta de producto

CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE MANABI

La cooperación de la Cámara Provincia de Turismo de Manabí es importante para la implementación de estas estrategias publicitarias para posicionar a la Playa de Santa Marianita como destino turístico enfocado a la práctica del kitesurf. Ya que puede direccionar al usuario de su página al portal de **www.playadesantamarianita.com** y de esta manera ir posicionando este destinando y captar visitantes fieles.

5.3 Excelencia en la atención al turista en la playa de Santa Marianita

La profesionalidad en la atención al turista resulta fundamental para garantizar una experiencia turística satisfactoria, la fidelización al destino y que el turista actúe después Como prescriptor en su mercado de origen. En este contexto,

El **Plan de Calidad** es una herramienta fundamental para alcanzar un estándar en toda gestión de turismo. De tal manera, se debe planificar estrategias destinadas a mantener el liderazgo nacional en los distintivos a la Calidad Turística, sumando criterios de

sostenibilidad y accesibilidad universal; implicar a las oficinas ya certificadas en la asistencia técnica y formación de nuevas oficinas, a través del Comité de Calidad; optimizar las herramientas corporativas de calidad (sistemas estadístico y de encuesta) e incrementar la participación de las autoridades de la Municipalidad de Manta en los foros nacionales e internacionales de normalización y regulaciones turísticas.

Además, el empoderamiento de cada uno de los beneficiarios de la implementación de este plan estratégico, es otro de los aspectos capitales para lograr este objetivo de excelencia y adaptar las estrategias a la nueva realidad del turista de la sociedad de la información. En este sentido, además de mantener el **Programa de Formación** básico sobre contenidos técnicos (técnicas de atención al cliente, sistemas de información, etc.) y la asistencia técnica que prestan los coordinadores a todos los moradores, dueños de establecimientos, residentes temporales, vendedores, se potenciará la formación sobre tecnologías de la información, marketing y distribución online, que permitan la integración total de la Red en los objetivos y actuaciones del Plan de Marketing.

5.4. PROGRAMA “TURISMO RESPONSABILIDAD DE TODOS”

El éxito de la experiencia turística depende en ocasiones de la hospitalidad y acogida de la población local, que se convierte así en la mejor anfitriona de un destino. En el actual contexto de suma de esfuerzos se deben incrementar las acciones encaminadas a mejorar el compromiso del ciudadano como portavoz y prescriptor, generando afinidad con la actividad turística y aumentando el número de contactos útiles de comunicación positiva de la oferta turística de la Playa de Santa Marianita del Cantón Manta.

Por lo tanto, una campaña que se denomine “Turismo responsabilidad de todos”, la municipalidad invita a los residentes a sentirse turistas por un día, participando en un programa de diversas actividades de puertas abiertas en toda la Playa, por ejemplo actividades de recreación, práctica de deportes extremos, conciertos, eventos gastronómicos, para que cada uno de los moradores experimenten cómo se está llevando el turismo en la Playa Santa Marianita, y que debería mejorarse para llegar a la calidad turística.

5.5 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE GUÍAS DE TURISMO

Los guías de turismo son un colectivo profesional que juega un papel clave en la interpretación y puesta en valor de los recursos patrimoniales de la oferta. El abanico de productos turísticos se ha ampliado de forma progresiva, con una demanda creciente de servicios personalizados, especialmente vinculados al desarrollo del turismo aventura.

La evolución del perfil del nuevo cliente exige también disponer de una oferta de profesionales capacitados, con mayor variedad de idiomas y buena comunicación con el cliente. Se debe mantener con procesos de educación de nuevos profesional, con pleno conocimiento de actividades que atraen el turístico con práctica de Kitesurf en la Playa de Santa Marianita.

5.6 BENEFICIARIOS DEL PLAN DE MARKETING

- El turista en primer lugar, ya que recibe servicios turísticos de calidad y así se asegura la fidelización del mismo.
- La población de la Playa Santa Marianita, a través de la generación de nuevos empleos y fomento al desarrollo económico.
- El Cantón Manta a través de la admiración, menos proyectos, y pago de impuestos.

5.7 IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO

Mejoras de la calidad de vida de los empleados, beneficios para el municipio y turismo local, los visitantes generan gastos los cuales se transforman en ingresos para el Cantón Manta y la Playa de Santa Marianita.

IMPACTO ECONÓMICO

Competir con otras playas del país donde también se ofrecen práctica de deportes extremos como el surf.

IMPACTO AMBIENTAL

El Municipio de Manta conjuntamente con el Ministerio de Medio ambiente trabaja en programas de conservación de las playas, las cuales se involucran en el plan estratégico del presente estudio.

RIESGOS ASOCIADOS

ECONÓMICO.- Variación en los precios de servicios de transportes aéreos, terrestres, según la crisis económica y el poder adquisitivo del mercado objetivo.

5.8 FASES DE LA PROPUESTA

-Presentación al Municipio de Manta

-Aprobación

-Firma de Acuerdos con Organismos

-Implementación del programa “El turismo es de todos”

-Socialización del Plan Estratégico de Marketing con todas las partes beneficiadas

-Capacitación a los moradores con Seminarios de Empoderamiento

5.9 PRESUPUESTO DE INVESTIGACION

En esta parte del trabajo se ha hecho una consideración de todos los desembolsos de dinero destinados a financiar y desarrollar toda la investigación, tales como recursos humanos y materiales y otros:

DESCRIPCION		
Viajes para observación		395
Investigación –entrevistas		280
Digitador y tabulación de la Información		350
Suministros y Papelería		350
Encuestas		65
Varios		80
Desarrollo de programas de mkt on line		300
Equipos de trabajo		
Viáticos		150
COSTO DE LA INVESTIGACION		\$1720
Elaborado por Priscila Landázuri		

CONCLUSIONES

El uso de un plan de Marketing orientado a la elección de herramientas de promoción adecuadas, como es la publicidad on- line, traerá el resultado esperado, que comprobaría la hipótesis de este estudio. El desarrollo socio-económico de la Playa de Santa Marianita es la responsabilidad de la Municipalidad del Cantón Manta. La experiencia a través de la observación, los datos históricos, los estudios que se han hecho de la velocidad del viento en esta Playa, que se asienta en una ensenada del Océano Pacífico, han hecho de esta playa un lugar que ya se está posicionando en la mente de los kitesurf nacionales e internacionales.

Un trabajo conjunto de las autoridades de la Playa Santa Marianita y el Municipio lanzado una campaña promocional utilizando el avance de la tecnología, apoyará en gran medida el desarrollo del turismo aprovechando las condiciones climáticas y geográficas de la Playa.

La Playa Santa Marianita cuenta con una ventaja competitiva única, a diferencia de Montañita donde se practica también esta clase de deportes extremos y llegan muchos visitantes a disfrutar del turismo aventura, es la proximidad que tiene con el Cantón Manta que es la Capital de la Provincia de Manabí, y está a tan sólo 20 minutos de esta ciudad, que cuenta con gran infraestructura hotelera y una gran oferta gastronómica.

El marketing y la comunicación turística representan una actividad prioritaria para desarrollar toda actividad turística. Se trata de un ámbito de vital importancia en la gestión de las empresas y destinos turísticos, de cuya optimización depende en gran medida la mejora competitiva del sector turístico de la Playa de Santa Marianita. . Uno de los objetivos del presente proyecto es que se evalúe continuamente la evolución de los mercados, los cambios en los hábitos de consumo turístico de la demanda, las estrategias más apropiadas para captar o fidelizar a los turistas, la influencia de las nuevas tecnologías en las diferentes fases del viaje y la aplicación de las mismas en la gestión del marketing y la comunicación turística. Todos ellos son aspectos en los que hace énfasis este trabajo con el fin de aportar información clave y útil al sector turístico de la Playa de Santa Marianita para facilitar la toma de decisiones estratégicas y operativas para el desarrollo socio-económico de la Playa Santa Marianita del Cantón Manta, enfocándose al turismo aventura como lo es la práctica del Kitesurf.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se dan, ya fueron presentadas en la propuesta del presente trabajo como estrategias de promoción utilizando distintos métodos, como son el uso de las distintas herramientas de publicidad como las TIC, WEB, revistas de turismo, revistas de deporte aventura.

Las recomendaciones del presente trabajo, como se mencionó previamente, son para quien debería ser el brazo ejecutor de este plan estratégico de Marketing, la Municipalidad de Manta, y acaso también apoyándose en los programas de Desarrollo turístico en los que trabaja la Gobernación de Manabí.

Las alianzas estratégicas principalmente, con las Asociaciones Hoteleras, Operadoras Turísticas, Organismos Estatales y Seccionales de Turismo, va a ser clave para la implementación de un Plan de Marketing turístico integral que genere el desarrollo socio-económico de Santa Marianita, del Cantón Manta y de la Provincia, y porque no decirlo también del Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Granda, D. (2013). Kitesurf. “Un Paraiso para el Kitesurf” España, Editorial Alhambra

Gustavo Diaz (Junio, 2012). Perfil de segmentos Turísticos. Guatemala: Inguat.

Kotler, P. (2010). Marketing Estrategico. Edición X. Mc Graw Hill

Steven López, (2013) “Viajemos a Santa Marianita” Revista Editada por la
Gobernación de Manabí

Mónica Pérez de las Heras (2004) “Manual de Turismo Sostenible”, Primera Edición
Editorial Mayorca.

Malhotra, N. (2004). Investigacion de mercados . Mexico : cuarta edición

Pablo Chacón, Joaquin Gomez Varela y Gerardo Sanmartín, 2008 “Locos por las olas”
Colección manuales Grandes Espacios, Editorial Desnivel

Plan DETOUR 2020, Cooperación Tecnica con el BID No. ATT/FG-9903.

Simpson, Laura, (2008) Creación y Dirección en Diseño y Comunicación, Buenos Aires,
Editor Universidad de Palermo

Congreso Nacional del Ecuador, Reglamento General a la Ley de Turismo. Decreto
Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero 2004,

Diario La Hora. (20 de abril de 2012). “Santa Marianita una playa ideal para
aventureros”.

Diario El correo. (16 de Enero de 2010). “Deporte extremo”.

Nomand, (2007) “Manual del Usuario de Kite, Portugal, Editoria Cabrinha

Aprendizaje seguro de kitesurf: http://www.windsurfers.com.ar/kite_aprendiendo.htm

Pagina donde se realiza encuestas Recuperado de: www.onlineencuestas.com

Consejos de kitesurf Recuperado de: <http://www.zonakitesurf.com/consejoskitesurf.htm>

Estadística de Turismo 2011-2012 (s.f.). Obtenido de www.turismo.gob.ec

Turismo Aventura:

http://www.conocecuador.com.ec/web2/html/pag09_4%20turismodeaventura.htm

Aventura Recuperado de: <http://www.ecuador.travel/es/experiencias/aventura>

Deportes extremos Recuperado de: www.optur.org/turismo-aventura-ecuador.html

Definicion de sol y playa Obtenido de:

<http://solyplaya.wordpress.com/el-turismo-de-sol-y-playa-tendencias-del-mismo>

Definicion de turismo rural. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/turismo-rural>

Kitesurf en el mundo. Obtenido de <http://kitesurf.costasur.com>

OPTUR. (2013). *Ingreso de extranjeros al Ecuador*. <http://optur.org/>.

INEC. (2010). *Censo de la poblacion Santa Marianita*. Obtenido de www.inec.gob.ec

ANEXO I

ENTREVISTA A INSTRUCTORES DE SURF EN LA PLAYA DE SANTA MARIANITA

¿Qué tiempo tiene en esta escuela dando práctica de kitesurf?

¿Quiénes practican este deporte?

¿Cuánto es el valor por las clases impartidas?

¿Cuántas son las horas de práctica?

¿Qué precauciones se utilizan a la hora de esta práctica?

¿Cuánto es el costo?

ENTREVISTA A MORADORES

¿Cuáles son las delicias que ofrece santa marianita?

¿Es transcurrido por muchos turistas santa marianita?

¿Cuál es el plato especial que comen los turistas?

¿De que carece este pueblo costero?

¿Cuentan con los servicios básicos?

ANEXO II

ENCUESTA ON-LINE



Esta encuesta nos servirá para la investigación de la Propuesta para el desarrollo turístico de Santa Marianita, Cantón Manta con enfoque a la promoción turística de los deportes extremos.

Edad 17- 20 20-30 30-40

Extranjero Nacional

1.- ¿Frecuentemente viaja para la práctica de deportes extremos?

SI NO

2.- ¿Elegiría visitar Ecuador como destino de práctica de deportes extremos?

SI NO

3.- ¿conoce usted el deporte extremo kitesurf?

SI

NO

4.- ¿Conoce que en las playas de Ecuador son muy buenas para la práctica de kitesurf?

SI

NO

5.- ¿Practicara este deporte con la ayuda de un instructor?

SI

NO

6.- ¿Qué tipo de alojamiento espera encontrar en playas donde se practica este deporte?

De lujo

De media categoría

Económicos

7.- ¿Qué atractivos le gustaría encontrar en santa marianita?

Discotecas

Concursos

Ferías

Conciertos

8.- ¿Le gustaría viajar por medio de

Plan turístico

Por su cuenta

9.- ¿Sabía que santa marianita es una playa ecológica y que se practica deportes extremos?

SI

NO

ANEXOS 3

Imagen# 8 Vista al mar



Fuente: Santa Marianita, 2013

Imagen# 9 Vista al mar



Fuente: Santa Marianita, 2013