



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TEMA:**

**Propuesta de Actualización del Plan de Marketing Turístico para la  
Reserva Ecológica Manglares Churute**

**AUTORA:**

**Sánchez Rivas, Arianna Mishelle**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Sánchez Rivas Arianna Mishelle**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Sánchez Rivas Arianna Mishelle**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **“Propuesta de Actualización del Plan de Marketing turístico para la Reserva Ecológica Manglares Churute”**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**

**LA AUTORA**

---

**Sánchez Rivas Arianna Mishelle**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Sánchez Rivas Arianna Mishelle**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Propuesta de Actualización del Plan de Marketing turístico para la Reserva Ecológica Manglares Churute”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**

**LA AUTORA:**

---

**Sánchez Rivas Arianna Mishelle**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de Actualización del Plan de Marketing turístico para la Reserva Ecológica Manglares Churute**, presentado por la estudiante **Sánchez Rivas Arianna Mishelle**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Documento	<a href="#">TT-ARIANNA SÁNCHEZ - docx</a> (D48096473)
Presentado	2019-02-19 11:57 (-05:00)
Presentado por	moramirtha@gmail.com
Recibido	mirtha.mora.ucsg@analysis.orkund.com

1% de estas 42 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

---

**Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.**

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme dado la oportunidad de comenzar y finalizar una etapa muy bonita, a mis padres Leonel Sánchez Duque y Cecilia Rivas Espinoza por ser un gran ejemplo de perseverancia para mí y mis hermanos, porque su sacrificio a como el resultado el que yo culmine esta etapa tan maravillosa en mi vida. Extiendo un sincero agradecimiento a mi tutora quien me ha brindado ayuda para poder formarme en esta última etapa.

Arianna Mishelle Sánchez Rivas

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de titulación a mis padres quienes a pesar de las dificultades que se presentaban, a mi madre que nunca dejó de mostrarme su apoyo incondicional cuando yo pensaba que era muy difícil alcanzar mi meta.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Mirtha Mora Veresoto, Mgs.**  
TUTORA

---

**Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. José Medina Crespo, Mgs.**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Sánchez Rivas, Arianna Mishelle	

---

**Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.**

**TUTORA**

# Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación del problema .....	6
Justificación del problema.....	6
Objetivos .....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos.....	8
CAPITULO I.....	9
Marco teórico .....	9
Sistemas turísticos.....	11
Sistema turístico de Robert Boullón .....	11
Sistema turístico de Neil Leiper .....	12
Sistema turístico OMT .....	13
Marketing turístico .....	13
Marketing mix.....	13
Turismo .....	13
Tipos de turismo.....	15
Turismo Cultural .....	15

Turismo de aventura.....	15
Ecoturismo .....	16
Componentes del turismo.....	17
Enfoques para desarrollar formas de turismo.....	19
Marco Conceptual .....	26
Marco legal.....	28
Marco referencial .....	33
CAPÍTULO II .....	35
Marco metodológico .....	35
Diseño de investigación .....	35
Métodos de Investigación .....	35
Tipo de investigación .....	36
Enfoque de la investigación .....	36
Instrumentos de recolección.....	36
Modelo de entrevista.....	37
Población.....	38
Muestra.....	38
Tamaño de la muestra .....	38
CAPÍTULO III .....	40
Situación actual de la Reserva Ecológica Manglares Churute y análisis de resultados .....	40
Análisis de los aspectos físicos – naturales.....	40

Hidrología .....	40
Clima y temperatura .....	40
Flora .....	40
Fauna .....	40
Infraestructura turística de apoyo .....	41
Atractivos turísticos .....	41
Diagnóstico del sector .....	42
Zonificación de la Reserva Manglares de Churute .....	45
Distancia.....	47
Demanda .....	48
Atractivos naturales.....	48
Resultados y análisis de resultados .....	50
Resultados de las entrevistas al técnico .....	50
Resultados de entrevistas al administrador y guardaparques .....	52
Análisis de la encuesta .....	53
Análisis de los aspectos socios- económicos .....	63
Análisis de la demanda.....	64
CAPÍTULO IV .....	70
Propuesta.....	70
Objetivo general de la propuesta.....	71
Objetivos específicos .....	71

Análisis situacional .....	71
Análisis FODA.....	71
Segmentación de mercado.....	72
Productos.....	73
Estrategia de relaciones públicas (Plaza) .....	74
Estrategia: Difusión en redes .....	77
Estrategia: Socialización con la comunidad y alquiler de transporte.....	80
Plan de acción .....	81
Acciones estratégicas de producto .....	81
Capacitación a los comuneros.....	82
Alquiler de bicicletas.....	82
Acciones estratégicas de plaza .....	82
Acciones estratégicas de promoción .....	83
Campaña de publicidad en instituciones educativas .....	83
Cronograma de actividades del plan de marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute .....	83
Conclusiones .....	84
Recomendaciones.....	85
Referencias Bibliográficas .....	86
Apéndices.....	91

## Índice de Tablas

Tabla 1: Gobernanza de la Reserva Ecológica Manglares Churute .....	44
Tabla 2: Zonificación de la Reserva Ecológica Manglares Churute.....	45
Tabla 3: Recorridos en tiempo .....	47
Tabla 4: Demanda de visitas a la Reserva.....	48
Tabla 5: Sitios de interés turístico natural en la Reserva Ecológica Manglares Churute	49
Tabla 6: Visitas de turistas nacionales a la Reserva Ecológica Manglares Churute .....	64
Tabla 7: Visitas de turistas internacionales a la Reserva Ecológica Manglares Churute.	66
Tabla 8: FODA.....	71
Tabla 9:Fam trip.....	75
Tabla 10: Press trip.....	77
Tabla 11: Cronograma de actividades del plan de marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute .....	83

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Sistema turístico según Robero Boullón .....	12
<b>Figura 2:</b> Sistema turístico según Neil Leiper .....	12
<b>Figura 3:</b> Sendero Aulladores .....	41
<b>Figura 4:</b> Mapa del área protegida .....	42
<b>Figura 5:</b> Sistema turístico diseñado .....	43
<b>Figura 6:</b> Turismo en cifra .....	43
<b>Figura 7:</b> Ingreso a la Reserva Ecológica Manglares Churute.....	47
<b>Figura 8:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a las edades de los encuestados .....	54
<b>Figura 9:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia al género de los encuestados.....	55
<b>Figura 10:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia al lugar de origen de los encuestados. ....	55
<b>Figura 11:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a la visita de turistas a sitios naturales o áreas protegidas.....	56
<b>Figura 12:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a la frecuencia de visitas a sitios naturales. ....	56
<b>Figura 13:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a visitas anteriores a la Reserva por parte de los turistas. ....	57
<b>Figura 14:</b> Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a los tipos de grupos que visitan la Reserva. ....	58

<b>Figura 15:</b> Resultado de encuesta en referencia a los motivos de visita por parte de los turistas. ....	58
<b>Figura 16:</b> Resultado encuesta en referencia a los atractivos que más llamaron su atención. ....	59
<b>Figura 17:</b> Resultado de encuesta en referencia a las actividades atractivos que debe mejorar la Reserva.....	59
<b>Figura 18:</b> Resultados de la encuesta en referencia a los medios por los cuáles el turista conoció la Reserva. ....	60
<b>Figura 19:</b> Resultados de la encuesta en referencia a si la visita de los turistas es por medio de tour operadoras, agencias de viajes o personalmente.....	61
<b>Figura 20:</b> Resultado de encuesta en referencia a si se debe implementar medios de difusión electrónicos para dar a conocerlos atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva, eventos, etc. ....	62
<b>Figura 21:</b> Resultado de encuesta en referencia a si e turista visitaría nuevamente la Reserva.....	62
<b>Figura 22:</b> Porcentajes de pesca y turismo.....	63
<b>Figura 23:</b> Actividad productiva del sector.....	64
<b>Figura 24:</b> Gráfico demostrativo de visitas nacionales a la Reserva .....	65
<b>Figura 25:</b> Gráfico demostrativo de visitas internacionales a la Reserva .....	67
<b>Figura 26:</b> Afiche de Fam Trip .....	75
<b>Figura 27:</b> Afiche del Press Trip.....	76
<b>Figura 28:</b> Página de Facebook.....	78
<b>Figura 29:</b> Cuenta Twiter.....	79
<b>Figura 30:</b> Cuenta de Instagram.....	80



## Índice de Apéndices

Apéndice A: Modelos de entrevistas .....	91
Apéndice B: Modelo de encuesta.....	93
Apéndice C: Entrevistas.....	96
Apéndice D: Resultado de observaciones.....	123
Apéndice E: Oficio dirigido y recibido por el Ministerio de Ambiente .....	124
Apéndice F: Fotografías de entrevistas y visitas en la Reserva .....	126
Figura B 1: Entrada a la Reserva.....	126
Figura B 2: Flora y fauna de la Reserva.....	126
Figura B 3: Servicios higiénicos de la Reserva.....	127
Figura B 4: Oficinas administrativas .....	127
Figura B 5: Mapa de la Reserva.....	128
Figura B 6: Vía hacia la sala de conferencias .....	128
Figura B 7: Mapa de la Reserva.....	129
Figura B 8: Lcdo. Rómulo Gainza, técnico.....	129
Figura B 9: Encargado de viveros. Sr.Fortunato Solorzano.....	130
Figura B 10: Sr. Carlos Torres, guardaparques.....	130
Figura B 11: Ing. Simón Peñafiel, Guía.....	131
Figura B 12: Ing. Carlos Vivas, guardaparques .....	131
Figura B 13: Realizando encuestas a turistas .....	132
Figura B 14: Muelle de la Reserva.....	132

## Resumen

Este trabajo propone la presentación de un plan de marketing actualizado para la Reserva Ecológica Manglares Churute, ubicada en Naranjal perteneciente a la provincia del Guayas, la cual se encuentra con un plan de visitas turísticas no satisfactorio en los actuales momentos.

La investigación se realiza dentro del área protegida y para poder llevar a cabo la misma se recabó mucha información tanto de fuentes primarias como secundarias, es decir, entidades gubernamentales, diarios, páginas web certificadas, documentación fidedigna y además entrevistas y observación directa de los datos.

Luego del estudio y de llegar a concluir lo que estaba sucediendo, se decidió proponer entonces un plan de mejoramiento para el actual plan de marketing de la Reserva, el cual se basa principalmente en el uso de redes por parte de la administración de la Reserva, ya que actualmente no cuentan con un plan de manejo actualizado desde el año 1998 en el cual fue puesto en marcha el plan de manejo vigente.

Con este plan se busca principalmente fomentar el uso de redes para promoción turística del área protegida porque cabe recalcar que hace unos años atrás cuando se puso en vigencia este plan las redes sociales no existía y de esta manera se espera no solo la afluencia de visitantes a la Reserva Ecológica Manglares Churute sino que también la comunidad residente se sienta parte de esta y ayudar a la conservación del área brindando así una mejor calidad en cuanto a actividades turísticas dentro de la Reserva.

**Palabras Claves:** Redes sociales, área protegida, marketing, comunidad, flora y fauna, actividades turísticas.

## ABSTRACT

This work proposes the presentation of an updated marketing plan for the Manglares Churute Ecological Reserve, located in Naranjal belonging to the province of Guayas, Which is currently under a tourism plan that is not satisfactory at present.

The research is carried out within the protected area and in order to carry out the same, a lot of information was gathered from both primary and secondary sources, that is, government entities, newspapers, certified web pages, reliable documentation and also interviews and direct observation of the data. .

After the study and to conclude what was happening, it was decided to propose then an improvement plan for the current marketing plan of the Reserve. This one is based mainly on the use of networks by the reserve administration, since they do not currently have an updated management plan since 1998, in which the current management plan was put into effect.

With this plan, the main objective is to promote the use of networks for tourist promotion of the protected area because it is worth noting that a few years ago, when this plan was put into effect, social networks did not exist and in this way not only the influx of visitors to the area is expected, but also the resident community feels part of it and helps the conservation of the area thus providing a better quality in terms of tourist activities within the reserve.

Keywords: Social networks, protected area, marketing, community, flora and fauna, tourist activities.

## **Introducción**

"Propuesta de actualización del plan de marketing para la Reserva Ecológica Manglares de Churute"

El turismo a nivel mundial desde la antigüedad ha venido contribuyendo directamente a la sociedad a través de la creación de nuevas oportunidades de desarrollo social, económico y cultural. Hoy en día, se han desarrollado varios tipos de turismo, los cuales se los ha ido clasificando y estudiando de acuerdo al perfil del turista o las personas que quieren acudir hacia nuevas experiencias de viajes, por lo que es necesario cubrir las nuevas necesidades de los turistas.

Ecuador se caracteriza por ser un país en el que se pueden apreciar diferentes climas, su diversidad cultural y ecosistemas. A más de ello se atiza la biodiversidad, por lo que es un destino turístico interesante. Como precursor de estas cosas, desde la perspectiva del turismo, se destacan los lugares más atractivos, y estas atracciones son favorecidas por los turistas que se sienten atraídos por los paisajes naturales y los recursos naturales y culturales existentes. Estas áreas son habitadas por comunidades que por su amabilidad conducen al desarrollo del turismo.

Es importante mencionar que la Reserva Ecológica de Manglares de Churute se torna en medio de una gran extensión tanto en su vegetación como en el marino. La Reserva Ecológica tiene entre sus bondades territoriales mantener manglares que logran ser fuente de vida de muchos crustáceos, cangrejos, camarones y diversas especies. Lo que da como resultado que la comunidad logre activar en cierta forma la economía con la recolección de muchos crustáceos. Sin embargo cabe destacar que durante los últimos meses la Reserva Ecológica ha mantenido un desequilibrio turístico, lo que ha generado que disminuya el ingreso de remesas de turistas dando como resultado la poca participación que tiene actualmente el sector en el aspecto turístico.

Mediante la propuesta de actualización del plan de marketing se busca procedimientos aplicables como técnicas y estrategias para la solución a los diversos

problemas económicos que se dan cotidianamente en la Reserva. Con la aplicación de esta propuesta se estará buscando el desarrollo turístico integrando sus elementos tangibles e intangibles de forma responsable ya que la actualización periódica de estrategias causa nuevas expectativas en el turismo lo que da como resultado obtener empleo a las comunidades aledañas lo que permite mejorar el turismo y la situación económica de la Reserva Ecológica .

## **Antecedentes**

Con el pasar de los años el desarrollo del turismo sostenible tiene como objetivo mejorar la implementación del turismo mediante el uso de estrategias, planes o medidas de turismo, cambiar la ubicación aleatoria de destinos o lugares y mejorar la economía de las personas y los sectores. De esta manera muchos sectores turísticos emplean estrategias que permite agregar recursos a productos naturales que pueden usarse para actividades turísticas para satisfacer las necesidades de los visitantes, y ahora usarlos responsablemente para mantenerlos en el futuro. En este sentido para tener mayor relevancia en el enfoque de este trabajo investigativo será esencial tomar como referencia trabajos de otros autores con el fin de alinear los objetivos que se buscan llevar a cabo y de esa manera lograr obtener resultados durante y después de la investigación.

## **Planteamiento del Problema**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señalo que el año 2017 fue muy significativo para el turismo sostenible, debido a que el impacto que ha generado en el medio ambiente es indicador, ya que representa el 5% de las emisiones globales, cerca del 4% son formadas por el transporte (el 40% de los viajes aéreos y el 32% de los viajes en automóvil) y casi el 1% del sector de hospedaje. (OMT, 2018)

Esto debido a que hoy en día los impactos negativos que se generaban en días anteriores han ido menguando, ya que se han generado estrategias o modelos turísticos hacia formas más sostenibles, basados en los pilares económicos, sociales y

medioambientales; los cuales deben equilibrarse para garantizar el desarrollo sustentable a largo plazo, los que direcciona al buen funcionamiento y la supervivencia de la industria turística.

Siendo el eco-turismo y el turismo de naturaleza sostenible, las nuevas tendencias que se han convertido en el abanico de cambio natural, es una industria que en la actualidad de su contexto se mueve en un mundo totalmente globalizado e interconectado. Es así que estas preferencias cada día son tomadas como ejemplos e iniciativas por diversos países, que requieren una óptica diferente en cuanto al manejo de turístico.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) “el ecoturismo se caracteriza por un viaje responsable a las áreas naturales que promueve la conservación del medio ambiente”, este es uno de los segmentos del área turística que crece de manera ligera a nivel mundial, otorgando cifras de más del 20% anual, se podría señalar que dos o tres veces más rápido que la industria turística de forma general. (OMT, 2016)

Es aquí en donde han sido consideradas como uno de los campos de acción más importante de conservación y biodiversidad las áreas protegidas, las que han sido establecidas como el eje que contribuirá al logro del Desarrollo Sostenible desde la escala local a la regional, nacional y global, ya que se enmarca dentro del concepto más amplio de turismo sostenible.

De esta manera se podría definir que las áreas protegidas son áreas determinadas por un estado, que se encuentran sujetas a una etiqueta legal e institucional, las mismas que están definidas para garantizar la conservación de sus particularidades ambientes y riqueza cultural. Las áreas se dividen básicamente en cinco grupos: Áreas de Protección de Flora y Fauna, Parques Nacionales, Áreas Protegidas de Recursos Naturales, Reservas de Biosfera y Áreas de Recreación Urbana.

Las áreas protegidas constituyen espacios creados por la sociedad en su conjunto, coordinando esfuerzos que garantizan la vida humana y la de otras especies en

condiciones de bienestar; es decir que se fundamentan en la conservación de la biodiversidad, así como el mantenimiento requerido a través de procesos ecológicos para su preservación.

Ecuador es el segundo país de América Latina con mayor territorio consagrado a la protección de sus ecosistemas, con 33,26% de su territorio bajo conservación o manejo ambiental. De esta manera alberga 1.642 especies de aves, 4.300 especies de orquídeas, 540 de anfibios y 403 de mamíferos, de la misma manera habitan 26 nacionalidades indígenas, las mismas que abarcan las cuatro regiones geográficas del Ecuador y 20 provincias, debido a ello son la principal estrategia nacional de conservación in situ de la biodiversidad.(Ministerio del Medio Ambiente , 2015). Según el Centro de Conservación del Medio Ambiente, el país se localiza en el sexto puesto del grupo de 17 países mega diversos del planeta, que de manera incorporada albergan más de las dos terceras partes de toda la biodiversidad del mundo.

Datos del Ministerio de Turismo y Medio Ambiente señalan que las áreas protegidas contribuyen con más de USD 527 millones por año a los ingresos turísticos nacionales. Este monto representa 35% del total del ingreso turístico del Ecuador. Es por ello que este trabajo investigativo se ha enfocado en la Reserva Ecológica Manglares Churute ubicada en la margen occidental del estuario que el río Guayas forma cuando desemboca en el golfo de Guayaquil. Esta Reserva yacen 11 comunidades dedicadas principalmente a la agricultura, la pesca y la captura de mariscos, en especial del cangrejo rojo o guariche; estas actividades se ejecutan en coordinación con la administración de la Reserva.

En el contexto situacional de la Reserva se pueden encontrar cinco especies de manglar, rodeados de bosques seco en donde crecen arboles de guayacán, la tagua, el moral bobo y el palosanto. De la misma manera existe gran diversidad de peces, moluscos y crustáceos, como cangrejos rojos, jaibas, conchas prietas, mejillones y ostiones. Uno de los grupos más característicos es el de las aves. Conjuntamente existen más de 300 especies, encerrando aves acuáticas como garzas, cormoranes e ibis, así como aves migratorias como zarapitos y chorlitos, que habitan en la época invernal para poder conseguir alimento y refugio.

La Reserva Ecológica Manglares Churute posee como ente direccional el Plan de Manejo que fue establecido bajo el mando del Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre (INEFAN) y la Fundación Natura, en donde se destaca como único punto de referencia la Coordinación y Participación comunitaria en Programas de Capacitación sobre Turismo y Recreación, para ello señala que las acciones que se ejecutan están dirigidas de manera específica a fomentar la participación comunitaria en la actividad turística y recreativa apropiada con los objetivos de la Reserva; las mismas que son direccionadas a la capacitación, coordinación y ejecución de convenios con las instituciones que participen en la ejecución de los proyectos.(INEFAN & Fundación Natura, 1999)

Por todo lo anterior expuesto, este trabajo de investigación pretende realizar una actualización del plan de manejo de la Reserva Ecológica Manglares Churute, el mismo que se direccionara a las nuevas tendencias de redes (social media marketing), que actualmente son aplicadas para fomentar y difundir los sitios turísticos. El mismo que permitirá la adecuada manipulación y administración de los recursos naturales y a su vez será ilustrativo y de fácil comprensión de manera que influya a todas la población que decida visitar sitios que brinden turismo de naturaleza.

## **Formulación del problema**

¿Qué está incidiendo en el Plan de Manejo aplicado en la Reserva Ecológica Manglares de Churute, que no está contribuyendo con la promoción turística y el desarrollo de la región?

## **Justificación del problema**

Se establece que toda área protegida es un destino turístico en potencias debido a que por las nuevas tendencias turísticas se inclinan a un tipo de turismo más activo y participativo. Es decir que la mayor parte de ellos ya no anhelan actividades programadas en sitios con multitudes; sino que prefieren áreas donde exista la menor



intervención posible. Sin embargo estas tenencias y los recursos turísticos del área no garantizan el éxito del destino, ya que es necesario contar con una planificación de las actividades con controles eficaces, así como los medios adecuados de promoción y comercialización y con una excelente relación entre el binomio público-privada, los mismos que trabajaran en conjunto en la toma de decisiones.

Es por ello que este trabajo de investigación pretende actualizar el Plan de Manejo en el área de difusión turística aplicado en la Reserva Ecológica Manglares de Churute, el mismo que estará basado en acciones que fomenten la actividad turística del sitio, el mismo que tendrá ejes direccionales que además de dar a conocer el espacio, incentiven a los interesados o visitantes a preservar el medio que los acoge, ya que el incremento del turismo representa una oportunidad para el desarrollo de la Reserva, pero también podría entablar una serie de amenazas para la sustentabilidad y conservación de los atractivos.

En justificación a ello el plan comunicacional será basado en herramientas actuales como son (social media marketing), las mismas que estarán enfocadas en la promoción y concientización del uso de los atractivos del sitio. Estas estrategias brindaran la oportunidad de compartir la belleza de la Reserva, consiguiendo beneficios sociales y económicos que resulten del desarrollo turístico fundamentado en una programación sustentable, enmarcado en una estrategia innovadora utilizando las herramientas tecnológicas asociadas al ecoturismo o turismo de naturaleza.

De esta manera el objetivo de las estrategias es diseñado con el fin de optimar el desarrollo turístico de las 11 comunidades que existen en la zona, de la misma manera se pretende que mejore la entrada económica, en donde los primeros beneficiados serán la población residente en de la Reserva Ecológica de Manglares de Churute, así como indirectamente se beneficiarán actores secundarios que asisten en la actividad turística.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la situación actual del Plan de Manejo en el área de difusión turística aplicado en la Reserva Ecológica Manglares de Churute, para determinar la contribución que realiza a la promoción y desarrollo de la región.

### **Objetivos Específicos**

1. Analizar las teorías y conceptos de las estrategias del Plan de Manejo aplicado en la Reserva Ecológica Manglares de Churute.
2. Identificar el estado actual y desarrollo turístico desde la aplicación del Plan de Manejo.
3. Desarrollar la actualización del Plan de Manejo Manglares Churute en el área de difusión turística, que permita la dinamización y mejora del turismo en la Reserva.

# **CAPITULO I**

## **Marco teórico**

El turismo y ecoturismo se ha convertido en una importante actividad económica por la actividad en espacios naturales de todo el mundo. Proporciona oportunidades para que los visitantes experimenten poderosas manifestaciones de la naturaleza y la cultura para aprender sobre la importancia de la conservación de la biodiversidad y culturas locales. Al mismo tiempo, el ecoturismo genera ingresos para la conservación y beneficios económicos para comunidades que viven en zonas rurales y remotas. El ecoturismo, más que cualquier otra fuerza, es directamente responsable de mantener las Reservas operativas.

Según el estudio de la autora Vela (2017) titulado “Plan de marketing para promover el ecoturismo y lograr incrementar el lujo de turistas nacionales en Tarapoto”, con el fin de impulsar el turismo generando una propuesta y fortaleciendo el ecoturismo, siendo un subcomponente del campo turístico sostenible, se busca elaborar un plan de marketing que sea concertador y busque reactivar el ecoturismo en la zona para así poder repotenciar y fomentar en general el turismo, generando ingresos económicos.

La percepción del ecoturismo es el potencial como herramienta eficaz para el desarrollo sostenible siendo la razón principal por la que los países en desarrollo lo están adoptando e incluyéndolo en su desarrollo económico y estrategias de conservación. El ecoturismo, como turismo alternativo, implica la visita a áreas para aprender, estudiar o realizar actividades respetuosas con el medio ambiente, es decir, un turismo basado en la experiencia de la naturaleza, que posibilita el desarrollo económico y social de las comunidades locales. (pág. 25)

Cabe destacar, que el desarrollo sobre la percepción del Ecoturismo se enfoca principalmente en experimentar y aprender sobre la naturaleza, su paisaje, flora, fauna y sus hábitats, así como artefactos culturales de la localidad. Una relación simbiótica y compleja entre el medio ambiente y el turista. Las actividades son posibles cuando esta filosofía puede traducirse en una política apropiada, práctica de planificación y tacto. Sitios de ecoturismo cuidadosamente planeados y operados, especialmente Si está

basado en el pueblo e incluye la participación local, es capaz de proporcionar beneficios directos que podría compensar la presión de otras actividades menos sostenibles que hacen uso de recursos naturales y recursos culturales.

Nicolalde & Rugel (2014) en su tesis “Plan de marketing ecológico para incrementar el impacto ambiental con el turismo”, cuya introducción es que el turismo ayuda en el desarrollo de la comunidad al proporcionar una fuente alternativa de sustento a la comunidad local que es más sostenible. Su objetivo es conservar los recursos, especialmente la diversidad biológica, y mantener un uso sostenible de los recursos, lo que experiencia ecológica a los viajeros, conservar el medio ambiente ecológico y obtener beneficios económicos.

Sin embargo, el logro de los objetivos en Ecoturismo depende de si son Ambiental y ecológicamente sostenible y económicamente aplicable. El turismo de naturaleza a la vez decide dónde y cómo planificar adecuadamente el desarrollo del ecoturismo, como opción de desarrollo económico compatible, los administradores de áreas protegidas se enfrentan al desafío de controlar y limitar los impactos de los no restringidos.

Es decir, que el turismo puede ser un medio para ayudar a lograr la sostenibilidad en la Reserva forestal como la protección del importante sitio del patrimonio mundial. El turismo bien planificado podría proporcionar incentivos económicos y políticos para una gestión adecuada y para la conservación y podría traer beneficios adicionales a las comunidades locales y las economías regionales.

El turismo basado en la naturaleza está aumentando en todo el mundo, la mayor parte se basa en parques nacionales y zonas restringidas. La (UNESCO ) ha declarado que el 28% de los mayores bosques de manglares, los Sundarbans, como un sitio del patrimonio mundial en 1987. Pero teniendo el mundo población más densa, es difícil proteger la flora y la fauna a menos que existan beneficios tanto para el país como para la población local.

Este artículo sugiere que, orientado a la naturaleza, sobre el Ecoturismo, recursos naturales, patrimonio cultural, teniendo como objetivo el estilo de vida rural y turismo integrado, ya que es un tipo de actividades económicas locales. Por lo tanto, el

ecoturismo en la naturaleza y áreas culturales se llevó a cabo con una serie de elementos en su paisaje natural y paisaje cultural (agua, vista, topografía, vegetación, aire limpio), así como en la variedad de actividades recreativas adecuadas para todo tipo de ambientes. Por lo tanto, el Ecoturismo y su activos naturales y materias primas para crear, así como dirigir a las personas a viajar es una fuerza atractiva.

De acuerdo Martínez & López (2015) en su tema “Desarrollo de un plan de marketing para incrementar el turismo en el Telesforo” cuya importancia son la flora y fauna que bordean todo el complejo turístico, los cuales atraen a una gran variedad de público, lo que los convierte en un hábitat biológicamente rico. Las bellezas ocultas de los Sundarbans son enormes, la belleza de los bosques de color verde oscuro en la madrugada y la tarde, los cocodrilos peregrinos a lo largo de los márgenes de los arroyos y ensenadas, los movimientos rápidos y delicados de los ciervos las piscinas, así como la hermosa orilla del mar, acelerarán los corazones de las personas más vestidas del mundo viajero.

Estas atracciones pueden consistir en una combinación de especies raras o endémicas de flora, fauna, abundante fauna, altos índices de especies. Diversidad, formaciones geomorfológicas inusuales o espectaculares, o histórico único o cultural contemporáneo. Manifestaciones en un contexto natural.

### **Sistemas turísticos**

En su libro Introducción a la teoría general de los sistemas Beroglio (1993) define sistema como “un conjunto de partes coordinadas y en interacción para alcanzar un conjunto de objetivos”. Detrás de lo que se denomina sistema existen varias predominantes entre ellas la de sistema turístico la cual tiene varias definiciones como son:

#### **Sistema turístico de Robert Boullón**

Define el sistema turístico como un “conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, productos turísticos interrelacionados que propiciarán satisfacción a necesidades de uso de tiempo libre” (Lohman & Panosso, 2012).

Es decir que el uso de los productos turísticos de un área se determina con la oferta y demanda que se ve atraída por dichos productos.

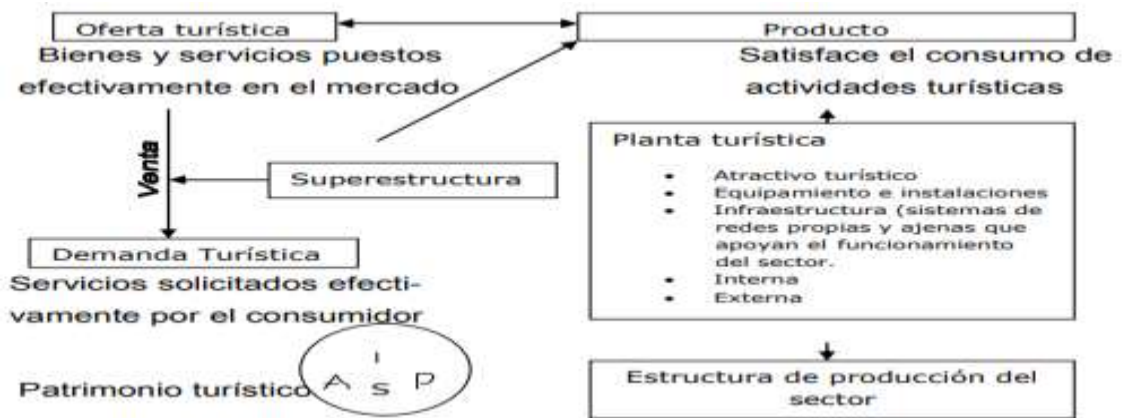


Figura 1 Sistema turístico según Robero Boullón  
Adaptado de: (Boullón, 2006)

### Sistema turístico de Neil Leiper

Es un sistema integrado por tres aspectos específicos los cuales son: turistas, elementos geográficos e industria turística. Este sistema se basa en dar a conocer la oferta y demanda que integra un producto turístico y como se relacionan.

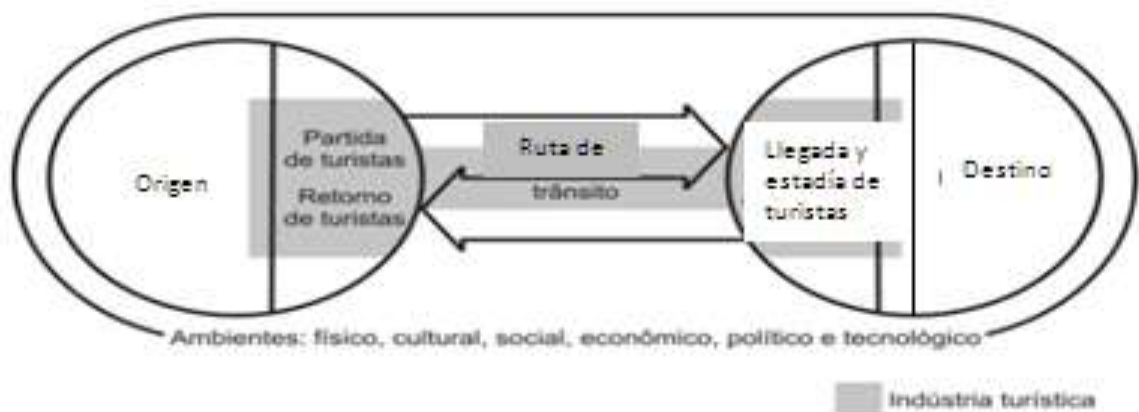


Figura 2: Sistema turístico según Neil Leiper  
Adaptado de: (UNEG, 2017)

## **Sistema turístico OMT**

El sistema turístico de la OMT integra los sistemas de Boullón y Leiper, es decir los elementos que ayudan a la satisfacción de necesidades turísticas y los componentes que la integran para dar así mayor profundidad a los aspectos internos y externos que pueden traducirse en un beneficio para el sector turístico de un área determinada.

## **Marketing turístico**

Ojeda & Mármol (2016) definen el marketing turístico como una herramienta que permite conocer y comprender el mercado siendo así capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto turístico ofertado.

Estos sistemas se relacionan con el marketing turístico por el uso de la oferta, demanda y el atractivo turístico el cual comprende una característica muy importante debido a que es el centro de atracción para turistas que deciden visitar estos lugares con un fin común, el de sentirse satisfechos con el servicio ofertado.

## **Marketing mix**

El marketing mix es el resultado de un conjunto de elecciones, acciones y decisiones de una organización con respecto a cada una de las áreas de las 4P. De esta manera podríamos pensar en infinitos conjuntos de opciones para responder a las necesidades que plantean distintos mercados, productos y clientes. (Dvoskin, 2004)

Es decir que el marketing mix permite distribuir actividades con el fin de poder llevar a cabo los 4 procesos de producción con los cuáles se puede obtener resultados favorables para el mercado que la esté llevando a cabo y satisfacer sus necesidades.

## **Turismo**

El turismo es una industria dinámica y competitiva que requiere la capacidad de adaptarse constantemente a las necesidades y deseo cambiante de los clientes, ya que la satisfacción, la seguridad y el disfrute del cliente son particularmente el enfoque de las empresas turísticas. (Saltos, 2018)

El turismo es un fenómeno que implica el movimiento de personas dentro de su propio país o a través de las fronteras nacionales. Que implica:

- El hombre: Elemento humano como creador del acto de turismo.
- Espacio: Elemento físico debe ser necesariamente cubierto por el acto mismo.
- Hora: Elemento temporal que está compuesto por el viaje en sí y la estancia en el destino.

Todos estos elementos constituyen las condiciones esenciales para la existencia del fenómeno del turismo, no podría existir un turismo sin ellos. El turismo es el total de los operadores, principalmente de una naturaleza económica que se relaciona directamente con la entrada, estancia y movimiento de extranjeros dentro y fuera de un país determinado.

Según Fernández(2015) Define:

“El turismo es una industria de servicios en constante expansión con un gran potencial de crecimiento y por lo tanto, se ha convertido en una de las preocupaciones cruciales de las naciones no solo, sino también de la comunidad internacional en su conjunto. De hecho, ha surgido como un eslabón decisivo en acelerando el ritmo del desarrollo socioeconómico en todo el mundo”. (pág. 6)

**Las principales características del turismo son las siguientes:**

- El movimiento de carácter temporal y para un período relativamente de corta duración que lo hace diferente de la migración.
- Actividades diferentes a las de la población anfitriona del lugar visitado.
- El principal objetivo de la participación en el turismo en general, es la recreación y ciertamente no es el propósito de buscar residencia permanente o empleo remunerado desde el lugar visitado.
- El turismo en un sentido abstracto es básicamente una actividad de placer que implica el uso de ingresos fácilmente disponibles, de tiempo libre y de libre albedrío.



## **Tipos de turismo**

Determina la forma de viajar y el turismo, por lo que el turismo podría clasificarse de la siguiente manera, según Pérez (2016)

### **Turismo Cultural**

- **Turismo arqueológico:** Es una forma alternativa de turismo cultural, cuyo objetivo es promover la pasión, para la arqueología histórica y la conservación de los sitios históricos.
- **Patrimonio cultural:** Es una rama del turismo orientado hacia el patrimonio cultural del lugar donde se produce el turismo.
- **Turismo de peregrinación:** En religión y espiritualidad, una peregrinación es un largo viaje o búsqueda de grandes significado moral. A veces, es un viaje a un lugar sagrado o santuario de importancia para las creencias y la fe de una persona.

### **Turismo de aventura**

- **Aventura:** El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, exóticas y posiblemente hostiles, donde el viajero debería esperar el inesperado.
- **Agro-turismo:** El agroturismo es un estilo de vacaciones que normalmente se realiza en granjas esta incluye la posibilidad de ayudar con las tareas agrícolas durante la visita. El agroturismo es a menudo se practica en regiones vitivinícolas de Italia y España.
- **Turismo atómico:** El turismo atómico es un estilo de turismo relativamente nuevo en el que los turistas viajan a sitios significativos en la historia atómica.
- **Librería de turismo:** El turismo de librería es un tipo de turismo cultural que promueve la independencia de librerías como destino de viaje grupal. Comenzó como un esfuerzo de base para apoyar librerías de propiedad y operación local, muchas de las cuales han luchado para competir con grandes cadenas de librerías y minoristas online.

- **Turismo de excursión:** Una excursión es un viaje de un grupo de personas, generalmente hecho para el ocio o propósitos educativos.
- **Turismo de jardín:** El turismo de jardín es un tipo de turismo de nicho que implica visitas o viajes a Jardines botánicos y lugares significativos en la historia de la jardinería.
- **Turismo médico:** Turismo médico (también llamado viaje médico, turismo de salud o mundial) es un término inicialmente acuñado por las agencias de viajes y los medios de comunicación para describir, la práctica cada vez mayor de viajar a través de las fronteras internacionales para obtener atención.
- **Turismo espacial:** Es el fenómeno reciente de los turistas que pagan por vuelos a espacio. La curvatura de la Tierra vista desde la órbita proporciona una de las principales atracciones para turistas pagando para ir al espacio.

Es importante agregar que se pueden encontrar tres tipos distintos de organismos en zonas de manglares. Las primeras son las especies típicas como el cangrejo de manglar, el telescopio, conchas, el cangrejo violinista o los cocodrilos de estuario, que son exclusivos habitantes de los manglares. Sin embargo, tanto las especies marinas como las de agua dulce también frecuentan los bosques de manglares.

### **Ecoturismo**

Los atributos del ecoturismo lo convierten en una herramienta valiosa para la conservación. Su implementación puede:

- Dar valor económico a los servicios ecosistémicos que protegen las áreas objeto de atracción para el turismo.
- Generar ingresos directos para la conservación de las áreas protegidas.
- Generar ingresos directos e indirectos para los actores locales, creando incentivos para la conservación en locales comunidades.
- Construir circunscripciones para la conservación, a nivel local, nacional e internacionalmente.

- Promover el uso sostenible de los recursos naturales, y reducir las amenazas a la biodiversidad.

### **Componentes del turismo**

De acuerdo a (Murphy, 2013), el turismo es una combinación de sectores para formar una industria:

a) Sector de atracción: son recursos provistos por la naturaleza o contruidos para el desarrollo de productos turísticos. Hay tres tipos principales de atracciones (Murphy, 2013):

- Atracción natural: son servicios públicos provistos por la naturaleza como océanos, lagos, montañas, playas, clima, vida silvestre, ríos, etc.
- Las atracciones culturales: son elementos secundarios de atracciones que comprenden el modo de vida de la comunidad indígena en un área particular (entorno natural) que no se ha visto muy afectada por la modernización. Los elementos culturales incluyen aldea rural, entorno remoto, arquitectura, vestimenta, arte, artesanía, creencias, religión, idioma, comida local, etc.
- Atracciones especiales: son un elemento terciario de atracción que consiste en un entorno construido por el hombre, p. ej.: Museos, centros de entretenimiento, acuarios, estadios deportivos, parques temáticos, casinos y centros de juego, zoológicos y orfanatos. Añaden valor a los atractivos culturales y naturales. Los hoteles y sitios para acampar también se pueden clasificar aquí.

b) Sector de transporte: forma un elemento dinámico del turismo que involucra modos y medios de transporte e infraestructura de viajes como puertos y aeropuertos. También es un producto / servicio turístico y determina la experiencia de los turistas en el tránsito. Según Murphy, (2013) sus cualidades son:

- Confiabilidad
- Accesibilidad
- Conveniencia
- Variedad
- Confort etc.

c) Sector de la hospitalidad: Comprende la organización de alojamiento, la organización de catering y las actitudes de la comunidad hacia los turistas y las empresas turísticas (ya sean hospitalarias u hostiles). Por lo tanto, se subdivide en subsectores como subsector de alojamiento (alojamiento), subsector de servicios de comida (catering) y entretenimiento. Como se muestra abajo (Murphy, 2013):

El alojamiento comprende hoteles, apartamentos, campings, bandas, cabañas de madera, albergues, villas, resorts, posadas y casas en los árboles, etc. El subsector de servicios de comida incluye operadores de comida rápida, puntos de venta, restaurantes, catering funcional / catering institucional, etc.

En cuanto, el catering funcional ofrece comidas en los locales y los transporta para consumos durante eventos como bodas, conferencias, hospitales, escuelas, etc. Los subsectores de entretenimiento comprenden organizaciones que ofrecen música en vivo o grabada, discotecas, clubes, música de entretenimiento tradicional, etc (Maitland & Newman, 2014).

d) Sector de la organización: comprende todas las operaciones dentro del sistema de distribución de turismo que determinan el movimiento de paquetes de viaje de fabricantes a turistas a través de intermediarios y servicios de apoyo.

Los directores incluyen hoteles, compañías de seguros, vías aéreas y compañías aeroportuarias que fabrican elementos de viaje que están empaquetados y tasados por operadores turísticos (mayoristas) (Maitland & Newman, 2014). Los operadores

turísticos también hacen itinerarios (horario), mapas; difundir la información de viaje, organizar los requisitos de viaje como Reservar y hacer Reservas para los viajeros por una tarifa. El paquete se entrega a los turistas a través de agencias de viajes (minoristas) a comisión. Los operadores turísticos también pueden utilizar otros miembros de soporte como consolidadores, agentes aéreos y representantes de ventas para vender sus boletos.

e) Infraestructura turística: incluye un entorno construido como estatuas, ferrocarriles, parques temáticos, monumentos, sistema de suministro, suministro de teléfono y alcantarillado e instalaciones de transporte como carreteras, etc. Ellos determinan colectivamente el estado de los visitantes. Son elementos terciarios de atracción que pueden considerarse atracciones especiales porque facilitan la satisfacción de los recursos / atracciones culturales y naturales (Briassoulis & Van Der Straaten, 2013).

f) Servicios de destino: son servicios que los turistas consumen a lo largo del ciclo de vida del destino. Incluyen información sobre viajes, seguros, entretenimiento, transporte, catering, alojamiento, traducción de idiomas, seguridad, banca, guía de turismo, autoridad, etc. (Briassoulis & Van Der Straaten, 2013).

Alsayad (2013) nos indica que las etapas del consumo turístico son:

- Antes de la visita
- Tránsito
- Quedarse en el destino.
- Salida

### **Enfoques para desarrollar formas de turismo.**

1) Enfoque de turismo masivo: movimiento de turistas con un interés en la base de vida silvestre, playas y fines comerciales. Están acusados de degradación ambiental, alteración de la estructura social de la comunidad y privacidad y marginación de comunidades alejadas de la vida silvestre y las playas. Crea ingresos a corto plazo pero no es sostenible en el futuro debido a su efecto en el medio ambiente, la economía y la

sociedad. Consume muchos recursos naturales e involucra a muchos viajeros irresponsables que no tienen acceso a la educación ambiental (Mowforth & Munt, 2015).

2) Enfoque de turismo alternativo: enfoque para desarrollar el turismo mientras se utilizan menos recursos con el objetivo de generar beneficios a largo plazo y conservar el medio ambiente, por lo tanto, no es consuntivo e involucra a viajeros responsables. Las formas de turismo aquí incluyen turismo cultural, turismo basado en la naturaleza, turismo ecológico, turismo agrícola, turismo de intereses especiales, etc (Mowforth & Munt, 2015).

Las necesidades de los turistas incluyen novedad, aventura, libertad, cambio, espiritualidad, etc.

Los elementos de los productos turísticos incluyen (Briassoulis & Van Der Straaten, 2013):

- Productos tangibles
- Servicio
- Hospitalidad
- Precio
- Libertad de Elección

Kotler y Armstrong (2010) dice que estos productos se desarrollan en tres niveles, que son:

a) Productos actuales: son los paquetes turísticos que los turistas compran, por ejemplo, Productos culturales.

b) Producto principal: es la satisfacción esperada de la consumida real, es decir, la capacidad del producto de turismo cultural para satisfacer la búsqueda de novedad.

c) Productos aumentados: son los servicios adicionales o beneficios adicionales que se espera que agreguen valor a los productos reales y productos principales por ejemplo, una visita guiada gratuita a una casa de campo cultural, interpretación de idiomas gratis.

### **Características del destino**

De acuerdo con Turtureanu (2010) las características del destino son las siguientes:

a) Accesibilidad: debe proporcionar diversos medios y modos de transporte y la infraestructura de transporte.

b) Diversidad de atracciones: debe proporcionar diversas atracciones naturales, por ejemplo: paisajes, vida silvestre, flora y fauna, museos, parques de villas, centros de entretenimiento, centros de entretenimiento, atracciones culturales y étnicas y entornos construidos.

c) Proximidad (cercanía) a otros destinos cercanos: debe estar interconectado al estar cerca de otros destinos para complementar la experiencia de turismo saludable. Esto facilita las comunicaciones, la comercialización conjunta, la planificación fácil y la mejora de la satisfacción de los turistas y el desarrollo del circuito turístico.

d) Presencia de esfuerzos de conservación para la sostenibilidad futura: debe tener autoridad para planificar y conservar los recursos naturales y crear áreas protegidas como parques nacionales y Reservas para facilitar su uso y uso futuro y beneficiar a la comunidad.

e) Presencia de estrategias de desarrollo de productos para el consumo: debe haber desarrollado un producto para ser consumido por los turistas y debe satisfacer sus necesidades.

f) Diferenciación: deben ser únicas en sus características físicas, es decir, vida silvestre, atracción de la comunidad y atracciones construidas. Deben ser distintos en imagen y diferentes en comparación con otros destinos.

### **Tipos de destinos**

Turtureanu (2010) clasifica los destinos en seis tipos:

1. Destinos étnicos: lugares que promueven la etnia y el estilo de vida de una comunidad indígena, p. ej.: Bailes, religión, ceremonias etc.
2. Destinos culturales: lugares que promueven el estilo de vida que desaparece, p. ej.: entornos locales, aldeas remotas y áreas rurales con actividades como consumir medios locales, realizar festivales de disfraces, espectáculos de bailes folclóricos, arte y artesanías de estilo antiguo.
3. Destinos históricos: áreas que promueven elementos históricos con atracciones como ciudades antiguas, iglesias, monumentos, sitios arqueológicos y museos, y actuaciones de luz y sonido realizadas de forma antigua.
4. Destinos ambientales: áreas que promueven atracciones naturales y ambientales, por ejemplo, Parques nacionales, montañismo, piragüismo y camping, etc.
5. Destinos recreativos: son centros de deportes como campos de golf, tenis, pistas de esquí, playas con poco encanto que promueven juegos y contactos sociales en ambientes relajados. Las formas de turismo aquí son el deporte y el turismo de playa.
6. Destinos de negocios: áreas que promueven intercambios comerciales, transacciones y reuniones, conferencias con otras actividades como recreación y ocio.

### **Impactos del turismo en el destino**

1) Impactos físicos: explica los efectos del turismo en los componentes no vivos del medio ambiente como el aire, el agua, las rocas y el suelo (Briassoulis & Van Der Straaten, 2013).

### **Beneficios**

- Promueve el programa de forestación como una necesidad de embellecer el ambiente, lo que conduce a la purificación del aire.



- Retención de áreas de vertido y captación de agua que promueven la retención del nivel freático.
- Contribuye a la investigación a través de la capacitación que podría proporcionar pautas para la conservación del aire, el agua, el suelo y las rocas.
- La floricultura, la forestación y la plantación de pasto en destinos turísticos impiden la erosión del suelo por la escorrentía superficial. Esto conduce a la retención del perfil del suelo, la fertilidad y la catena del suelo.
- La protección del paisaje contra la destrucción humana, como la erosión de las rocas, la desnudación del suelo, etc. resulta en la conservación de cuevas, sitios arqueológicos, acantilados del valle del Rift, monumentos históricos, etc.

### **Efectos**

a) La emisión de CO<sub>2</sub> de los vehículos puede causar la acumulación del gas en la capa de ozono, lo que lleva al efecto invernadero y al calentamiento global.

b) La descarga de efluentes que contienen trazas de metales pesados como plomo, sulfuro, mercurio, aluminio, etc. de los hoteles turísticos podría depositarse en los ríos cercanos causando la contaminación del agua y la acidez del suelo.

c) El derrame de petróleo por los cruceros en los océanos puede causar una reducción de oxígeno en la superficie del mar, causando la muerte del fitoplancton como las algas, luego la muerte del zooplancton como las bacterias y la muerte del nekton como los peces debido a la falta de alimentos.

d) La construcción de hoteles e instalaciones turísticos como el aeropuerto implica la destrucción del perfil del suelo, la materia rocosa que desorganiza el suelo y la disposición de la roca.

2) Impactos ambientales: estos son los efectos del turismo en organismos como plantas y animales (flora y fauna)(Briassoulis & Van Der Straaten, 2013).

### **Beneficios**

a) Contribuye a la conservación de la biodiversidad mediante la creación de parques y Reservas nacionales y la conservación de especies en peligro de extinción.

b) La forestación resulta en la retención de bosques indígenas que son hábitats de vida silvestre. Los ingresos generados por el turismo pueden utilizarse para la forestación y la creación de áreas protegidas.

### **Efectos**

a) Conduce a la remoción de vegetación para desarrollar aeropuertos y otras instalaciones que podrían llevar a la pérdida de hábitat de vida silvestre.

b) Las actividades turísticas como la caza, la pesca y la caza furtiva dan como resultado la rareza y la extinción de algunas especies de vida silvestre.

c) La introducción de especies de plantas exóticas como las flores conduce a la reducción de las especies indígenas.

d) La conducción fuera de carretera provoca la pérdida de la erosión del césped y del suelo.

e) Conducir, disparar y hacer fogatas en los parques nacionales, aterrizar y despegar de aviones y globos aerostáticos asustan a la vida silvestre de sus comportamientos naturales, como la alimentación y la reproducción. Se vuelven frágiles y mueren por lo tanto perdiendo composiciones genéticas fuertes.

### 3) Beneficios económicos

De acuerdo con Briassoulis & Van Der Straaten (2013) estos son los siguientes beneficios económicos:

### **Beneficios**

a) Contribuye a los ingresos directos a un país cuando las personas venden productos directamente a los turistas.

b) Desarrollo de infraestructura.

c) Causa el efecto goteo (la cantidad de tiempo que un dólar gasta un turista tarda en circular dentro del sistema local) y el efecto multiplicador (capacidad del turismo para desencadenar el desarrollo de otras empresas en zonas de promoción turística).

4) Efectos socioculturales.

De acuerdo con Murphy (2013) estos son los siguientes beneficios socioculturales y sus efectos\_

a) Contribuye al bienestar social, a la nacionalidad común, a la paz nacional y al entendimiento regional, a la vez que minimiza la etnicidad.

b) Es el resultado de la cohesión social cuando varios grupos étnicos de países lejanos viajan a otros lugares para practicar negocios.

c) Entendimiento internacional. Resultados cuando los países desarrollan acuerdos comerciales bilaterales promoviendo así la paz.

d) Promueve la preservación de elementos culturales.

e) Modernización de las comunidades a través de la tecnología.

f) Intercambio cultural entre comunidades de acogida y turistas.

### **Efectos**

a) Etnicidad: resultado de un conflicto de intereses entre las comunidades que compiten por los recursos y el espacio y el surgimiento de la estratificación social, por ejemplo: Clase rica y clase pobre.

b) Terrorismo: puede causar terrorismo y delitos sociales, tráfico de personas, tráfico de drogas, etc.

c) Congestión en los servicios turísticos debido al aumento en el número de visitantes que puede causar vandalismo en las instalaciones y propagación de enfermedades.

d) Mercadeo de la cultura: mayor comercialización de la cultura para atraer a más turistas hasta que la cultura se convierta en una mercancía y pierda su significado previsto, por ejemplo: Canto de canciones sagradas destinadas a los turistas para conseguir dinero.

e) Efecto de demostración: el acto de demostrar y practicar la cultura de otras personas en lugar de la propia. P.ej. los jóvenes consideran que la cultura occidental es superior y abandonan sus culturas como son vestido y lenguaje.

f) Contribuye al cambio cultural. Causa distorsión o desaparición completa de elementos de una cultura como el lenguaje. La exposición a la cultura de la comunidad anfitriona causa transformación a través de:

1) Asimilación de la cultura: absorción completa de uno o más elementos de la cultura más débil por la cultura superior.

2) La aculturación de las culturas. Pérdida de uno o pocos elementos de la cultura durante el intercambio cultural entre las culturas superior e inferior. Los elementos culturales podrían ser recuperados a través del proceso de revitalización.

3) Trivialización de la cultura: un ligero cambio en la cultura donde un elemento como el lenguaje podría ser más pronunciado o sobre enfatizado que otros, aunque no estén completamente perdidos.

## **Marco Conceptual**

Contaminación: Efectos nocivos para el medio ambiente como un subproducto de la actividad turística. Los tipos incluyen: aire; ruido; agua; y estética.

Cultura: Costumbres, vestimenta, comida, casas, lengua, baile, música, teatro, literatura y religión.

Ecoturismo: Una combinación de turismo y medio ambiente (por ejemplo, planificación antes del desarrollo; sostenibilidad de los recursos; viabilidad económica de un producto turístico; ningún impacto negativo ni en el medio ambiente ni en las comunidades locales; responsabilidad del medio ambiente por parte de los desarrolladores, la industria turística y turistas; prácticas respetuosas con el medio ambiente por parte de todas las partes interesadas y beneficios económicos que fluyen a las comunidades locales).

Ecosistema: Un sistema dinámico de comunidades de plantas, animales, hongos y microorganismos, y los factores físicos y químicos no vivos asociados.

Ecotour: Un tour diseñado para enfocarse en preservar el medio ambiente de áreas ambientalmente sensibles.

Impactos: Los efectos, que pueden ser positivos o negativos, se sienten como resultado de la actividad asociada al turismo. Los turistas tienen al menos tres tipos de impactos en un destino: económico, sociocultural y ambiental. El turismo también tiene efectos en los turistas, en términos de posibles actitudes y cambios de comportamiento.

Infraestructura: Construcción necesaria para apoyar el desarrollo económico.

Medio ambiente: las diversas actividades y culturas comunitarias de los habitantes de un país, así como sus recursos naturales escasos y sensibles.

Sociocultural: Relacionado tanto con temas sociales como culturales.

Turismo cultural: Viajes con el fin de aprender sobre culturas o aspectos de las culturas.

Turista: Cualquier persona que pase al menos una noche fuera de casa, sin importar el propósito.

Gobernanza: Se identifica los distintos agentes reguladores que apoyan el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes realizados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística. (Ricaurte, 2009), p. 23.

Población: La población según (Tamayo y Tamayo, 2003) “se refiere a la cuantificación total datos de una población que comparten ciertas características que se deben integrar para realizar el análisis de un fenómeno”.

Muestra: Así mismo (Tamayo y Tamayo, 2003) definen la muestra como “un grupo de individuos de la población los cuales son tomados para realizar un estudio específico”

## **Marco legal**

De acuerdo a la ley de turismo Ecuador (Ministerio de Turismo, 2002) se especifica lo siguiente:

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas c)

Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Unica de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha

de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Unica de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

De acuerdo al Código Orgánico del Ambiente (Ministerio del Ambiente, 2017), se especifica lo siguiente:

Art. 16.- De la educación ambiental. La educación ambiental promoverá la concienciación, aprendizaje y enseñanza de conocimientos, competencias, valores deberes, derechos y conductas en la población, para la protección y conservación del ambiente y el desarrollo sostenible. Será un eje transversal de las estrategias, programas y planes de los diferentes niveles y modalidades de educación formal y no formal.

Art. 51.- Del Registro Nacional de Áreas Protegidas. El Registro Nacional de Áreas Protegidas registrará las declaratorias, límites y demás información relevante sobre estas



áreas, una vez realizado el registro se notificará a: 1. La Autoridad Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; 2. La Autoridad Única del Agua; 3. La Autoridad Nacional de Turismo; 4. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, según corresponda; 5. La entidad nacional encargada del catastro nacional integrado georreferenciado; y, 6. Las demás que la Autoridad Ambiental Nacional considere necesarias. La Autoridad Ambiental Nacional dispondrá la inscripción de las declaratorias de las áreas protegidas en el respectivo Registro de la Propiedad cantonal.

Art. 52.- Del turismo y recreación en las áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. La Autoridad Ambiental Nacional, en coordinación con la Autoridad Nacional de Turismo y demás autoridades competentes, definirá las condiciones para el turismo y recreación en función de cada plan de manejo de las áreas protegidas, y con el propósito de generar iniciativas de turismo sostenible.

Art. 64.- Conservación y manejo ex situ. La conservación ex situ procurará la protección, conservación, aprovechamiento sostenible y supervivencia de las especies de la vida silvestre, a fin de potenciar las oportunidades para la educación ambiental, la investigación y desarrollo científico, desarrollo biotecnología) y comercial de los componentes de la biodiversidad y sus productos sintetizados. La conservación ex situ constituye un soporte complementario para la conservación in situ. Además, deberán servir como mecanismos de promoción del conocimiento de la importancia de las especies de vida silvestre. La Autoridad Ambiental Nacional evaluará la sostenibilidad de dichas actividades periódicamente.

Art. 65.- Especies objeto de conservación ex situ. Entre las especies de vida silvestre susceptibles de una conservación ex situ se incluyen:

1. Las que se encuentren reducidas en su tamaño poblacional o de distribución restringida, las amenazadas de extinción, las amenazadas por erosión del patrimonio genético nacional o por cualquier otra causa, y las que no puedan ser conservadas in situ;
2. Las que posean particular importancia científica, económica, alimentaria o medicinal, actual o potencial;

3. Las que sean aptas para la crianza, cultivo o mejoramiento genético de sus parientes;
4. Las que hayan sido objeto de mejoramiento, selección, cultivo y domesticación o que se encuentren en colecciones y bancos de germoplasma;
5. Las que cumplan una función clave en las cadenas tróficas;
6. Las que no pueden ser reintroducidas a su medio natural de conformidad con criterios técnicos;
7. Las que sean de utilidad para el control biológico; y, 8. Las demás que determine la Autoridad Ambiental Nacional.

Art. 66.- Medios de conservación y manejo. Son medios de conservación y manejo ex situ de especies de vida silvestre, los que se detallan a continuación:

1. Viveros;
2. Jardines botánicos;
3. Zoológicos;
4. Centros de cría y reproducción sostenible;
5. Centros de rescate y rehabilitación;
6. Bancos de germoplasma;
7. Acuarios; y,
8. Otros establecidos por la Autoridad Ambiental Nacional.

Los medios de conservación y manejo ex situ se considerarán centros de documentación y registro de biodiversidad, administrada y regulada por la Autoridad Ambiental Nacional, excepto los bancos de germoplasma, que serán administrados y regulados por el Instituto Público de Investigación Científica sobre la biodiversidad. Estos medios servirán para la recuperación, uso y manejo sostenible de la biodiversidad. Se

establecerán sistemas de trazabilidad de las especies de vida silvestre, cadenas de custodia o certificados de origen de las especies de cría y reproducción autorizadas.

Los Herbarios y Museos se considerarán como centros de documentación y registro de la biodiversidad. De conformidad con los criterios técnicos y veterinarios, los centros de conservación ex situ para especies de vida silvestre, deberán contemplar los mecanismos técnicos necesarios para mantener a los animales bajo condiciones de bienestar animal establecidas en este Código.

### **Marco referencial**

Araúz (2015) en su tema de trabajo “Diseño de un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, cantón Chone y Tosagua.” tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador tuvo como objetivo el diseño de un producto turístico para la explotación del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, cantón Chone y Tosagua, tomando como referencia la metodología de la Dra. Esther Lidia Machado Chaviano y Yanet Hernandez (2007), puesto que engloba tema de estudio, una vez constituida la metodología se efectuó un levantamiento de información general sobre la parroquia San Antonio del Cantón Chone.

En donde el punto de inicio para la llegada hacia el humedal la Segua y donde se encuentra el 75% del atractivo, para después realizar un diagnóstico de la situación actual del Humedal la Segua con su respectivo inventario turístico, mediante la matriz DAFO se determinaron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que existe en el Humedal, Con la información recopilada se procedió al estudio de mercado mediante encuestas a los visitantes del humedal y entrevistas a los propietarios.

Se diseñó el respectivo slogan, logotipo e itinerario y se determinó el marketing mix del producto con sus propias estrategias. Se puede concluir que existe interés por parte de las autoridades competentes en preservar un ecosistema tan vasto como lo es el

Humedal la Segua. Por otra parte se considera factible el producto diseñado ya que los actores sociales creen que puede ser una ayuda para el desarrollo de los cantones donde se encuentra el recurso, los mismos que están interesados en involucrarse en la actividad turística.

Avecillas(2018), en su tema de investigación “Gestión del Ecoturismo y su relación con la experiencia del visitante de la Reserva Ecológica Manglares Churute en Ecuador”, tesis de posgrado, Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú mide el nivel de satisfacción de los visitantes tanto nacionales como extranjeros, además se recomendó tener acceso al Plan de Manejo de visitantes de la Reserva así como la conservación del hábitat, capacitaciones, etc.

## **CAPÍTULO II**

### **Marco metodológico**

El presente capítulo muestra los resultados de la investigación de campo realizada sobre el Plan de manejo de la Reserva Manglares Churute, concretamente concentrada a evaluar el plan de Marketing turístico, razones por las cuales esta área protegida no es reconocida como tal. Se presenta la importancia de la investigación, los objetivos, sus limitantes, así como también el tipo de investigación, la técnica y el instrumento utilizado. Para finalizar, la presentación, el análisis e interpretación de los resultados, con sus respectivas conclusiones.

#### **Diseño de investigación**

Para el desarrollo de la siguiente investigación se ha utilizado un diseño de investigación cuali-cuantitativa o mixta en el cual de acuerdo a lo que mencionan Hernández, Fernández & Baptista (2006, pág. 34) “las ideas constituyen el primer acercamiento a la realidad subjetiva (desde la perspectiva cualitativa), y la realidad objetiva que habrá de investigarse (desde la perspectiva cuantitativa)”.

La observación, entrevistas y encuestas permiten el uso sistematizado de la información recabada dentro del área de investigación y organismos autorizados dando lugar a posibles soluciones que puedan desarrollarse a favor de la mejora de la Reserva.

#### **Métodos de Investigación**

Se ha elegido el método cuali-cuantitativo o mixto de investigación debido a que se está realizando un trabajo basado en la observación del objeto de investigación en conjunto con una recolección de datos lo cual ayuda a registrar información que permita construir premisas y posteriormente encontrar una solución a un problema.

Según Blasco y Pérez (2007, pág. 25), “la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que

se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes”.

Los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2006, pág. 5), “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

### **Tipo de investigación**

Por la naturaleza de la investigación se ha establecido que es de carácter:

**BIBLIOGRÁFICA:** Se revisará y se hará uso de toda información que sean publicadas en los distintos medios como lo son: periódicos, revistas, libros, los cuales estén relacionados al tema de investigación, así como también se utilizarán las diversas publicaciones que existan en las páginas web, con el propósito de conocer qué tipos de actividades se pueden realizar en el lugar, turísticamente hablando.

**DESCRIPTIVA:** Se emplea este método ya sea para recopilar información de manera independiente o conjunta del sitio o lugar donde se va a realizar la investigación, para conocer a ciencia cierta cuál es el problema que rodea al sitio y así poder darle una posible solución.

### **Enfoque de la investigación**

La recolección de datos se realiza con el propósito de mejorar el plan de marketing que actualmente se está ejecutando dentro de la REMCH, debido a que no se han visto resultados favorables, además del fuerte desarrollo tecnológico que se vive en la actualidad de manera mundial y del cual no se encuentra inmerso la Reserva.

### **Instrumentos de recolección**

#### **Fuentes primarias**

Es la fuente documental que se considera material de primera mano relativo a un fenómeno que se desea investigar, a través de entrevistas.

### **Entrevistas**

Información que se adquirió de 21 trabajadores que actualmente laboran y velan por el desarrollo del turismo local de la Reserva Manglares de Churute.

### **Encuestas**

Se utilizaron encuestas con el objetivo de conocer la opinión de turistas que visitaron la Reserva Ecológica Manglares Churute entre nacionales y extranjeros.

### **Fuentes secundarias**

Están sujetas a revisión de pares, están bien documentadas y están normalmente originadas mediante instituciones donde la precisión metodológica es importante para el prestigio del autor.

De donde se extrajo las fuentes secundarias:

Se visitaron fuentes gubernamentales tales como el Ministerio de Ambiente del cual se extrajo el plan de manejo perteneciente a la Reserva, las oficinas administrativas de la Reserva Ecológica Manglares Churute, páginas de internet del ministerio de ambiente [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec). También se pudo recolectar información a través de tesis entre estas se encuentran: Vela, M. (2017). *Plan de marketing ecológico para incrementar el impacto ambiental* . Ecuador-Guayaquil: Universidad Politecnica Salesiana . Saltos, A. (2018). *Estrategias de marketing social para la playita Santa Marianita del Cantón Año 2018-2019*. (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas), entre otras.

### **Modelo de entrevista**

Las guías de entrevistas fueron diseñadas para realizarlas en la Reserva Ecológica Manglares Churute, con respecto a las actividades que se realizan dentro de la Reserva y las personas o entidades encargadas.

## **Población**

El universo este compuesto por los registros de afluencia turística que visitaron la Reserva Ecológica de Manglares de Churute durante los años de 2001-2018, estos datos fueron tomados de los registros de visita de las áreas protegida otorgada por el Ministerio del Medio Ambiente (MAE, 2015). La población de estudio elegida fueron los 21 trabajadores de la Reserva a los cuales se les realizó entrevistas y mediante estas se pudo realizar un análisis detallado de la situación actual de la Reserva.

## **Muestra**

Según (Moreno, 2007) define la muestra como “una parte de la población de estudio, seleccionada de manera que en ella queden representadas las características que distinguen a la población de la que fue tomada”.

En el presente trabajo de titulación se establece la muestra basada en la cantidad de turistas que visitan la Reserva durante un fin de semana regular ya que según datos proporcionados por trabajadores del área estos días son más concurridos por visitantes de distintas partes.

## **Tamaño de la muestra**

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(n - 1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N: Población

E: Margen de error

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{(1,96)^2 (200) (0,5) (0,5)}{(200-1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{3,8416 (200) (0,25)}{199 (0,0025) + 3,8416 (0,25)}$$

$$n = \frac{768,32 (0,25)}{0,4975 + 0,9604}$$



$$n = \frac{192.08}{1,4579}$$

$$n = 132$$

## **CAPÍTULO III**

### **Situación actual de la Reserva Ecológica Manglares Churute y análisis de resultados**

#### **Análisis de los aspectos físicos – naturales**

##### **Hidrología**

La Reserva ecológica manglares de Churute se encuentra rodeada por ríos que nacen en la cordillera occidental entre los ríos Taura, Cañar, Ruidoso los cuales colindan al sur de la Reserva. Los ríos Churute y ruidoso forman la laguna “El Canclón”, se localiza al noroeste de la Reserva y cuenta con una extensión de 800 ha.

##### **Clima y temperatura**

El promedio de temperatura fluctúa entre los 25 y 30 grados centígrados. El periodo de lluvias es entre enero y marzo, siendo estos meses los más calurosos de la época.

##### **Flora**

En la Reserva se puede apreciar cuatro formaciones vegetales

- ✓ bosque de manglar
- ✓ bosque seco
- ✓ bosque húmedo de neblina
- ✓ vegetación acuática

Dentro de esta área se encuentran 10 de los 37 árboles maderables en proceso de extinción.

##### **Fauna**

En la REMCH se hallan dos ecosistemas acuáticos (estuarino y lagunar) y uno terrestre, que a su vez desarrollan diferentes tipos de hábitats. Se han reportado unas 45 especies de mamíferos de las cuales se menciona: los principales mamíferos presentes se pueden observar el mono aullador, ardilla, venado de cola blanca, tigrillo, nutrias y delfines en el área estuarina. La diversidad de aves da lugar a 269 especies, de las cuales 50 son aves acuáticas migratorias.



**Figura 3:** Sendero Aulladores

### **Infraestructura turística de apoyo**

La Reserva cuenta con un centro de interpretación situado cerca del sendero El mate, la cual está dividida en una sala de exposiciones y una pequeña biblioteca. En este lugar se encuentra la oficina de la intendencia de la Reserva, asimismo, aquí se encuentran también el grupo de guías y guardaparques que trabajan para esta área del estado, sin embargo, los guías no están capacitados para recibir la visita de observadores de aves, es por lo que en ocasiones los grupo que visitan la Reserva cuentan con su propio guía especializado.

### **Atractivos turísticos**

En la actualidad se encuentran habilitados los siguientes lugares para realizar diferentes actividades, tanto recreativas con de investigación.

- ✓ Sendero El Mate
- ✓ Sendero la Cascada
- ✓ Sendero de la Laguna El Canclón
- ✓ Sendero Cerro El Mirador
- ✓ Sector La Flora
- ✓ Circuito estero soledad- estero potrero

## Diagnóstico del sector

A través de este estudio se analizó la situación actual del área protegida; la información recopilada sirve para desarrollar la propuesta de actualización del plan de marketing para la Reserva Ecológica Manglares Churute.

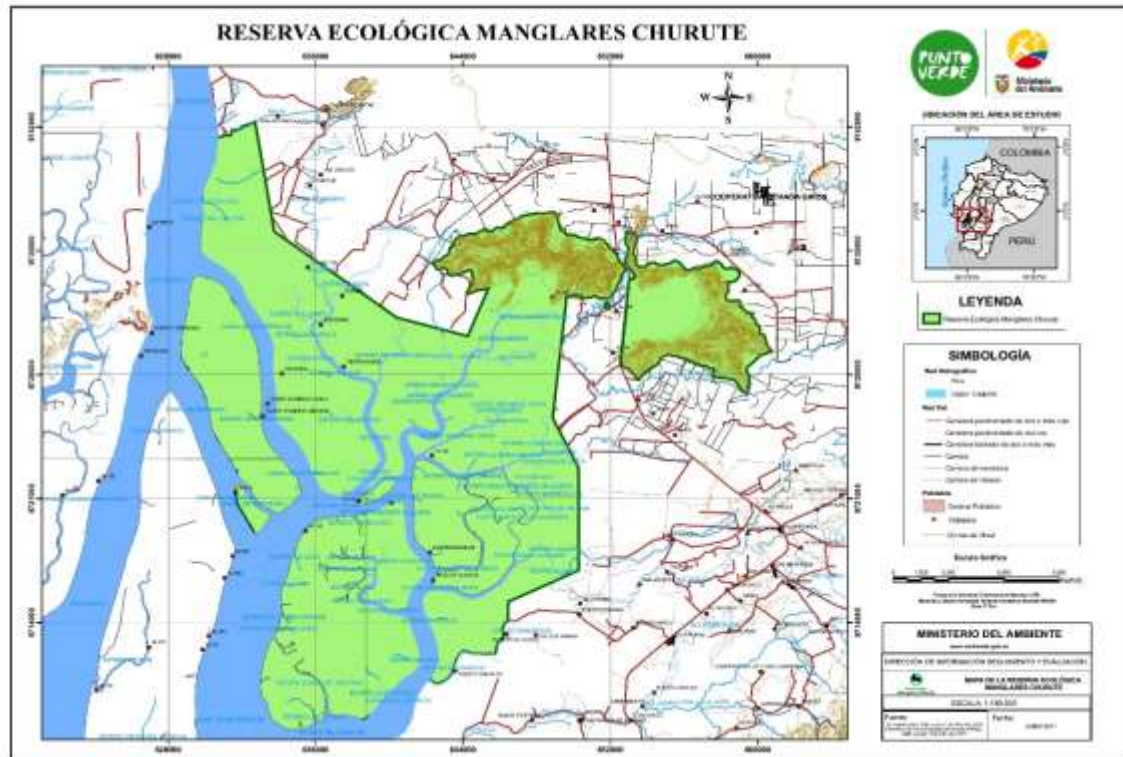
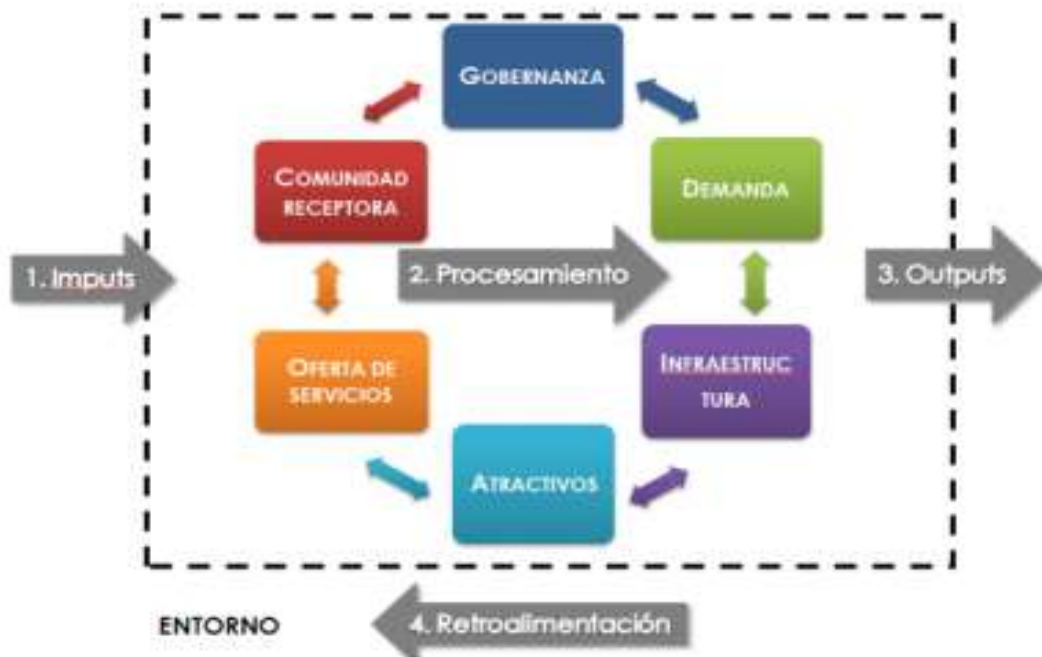


Figura 4: Mapa del área protegida

Fuente: Tomada de (Ministerio del Ambiente, 2011)

Para efectuar el diagnóstico, la investigación se apoyó en el sistema turístico diseñado por Ricaurte (2009), el cual expone 6 componentes que regularizan el turismo del sector, permitiendo un control en las actividades relacionadas a este ramo que se ejecutan junto a la comunidad.



*Figura 5:* Sistema turístico diseñado por Ricaurte.  
Fuente: Tomado de (Ricaurte, 2009)



*Figura 6:* Turismo en cifra  
Fuente: Tomado de (Ministerio de turismo, 2017)

Actualmente el turismo en el Ecuador representa el tercer ingreso de divisas no petroleras y el gobierno busca posicionarlo al primer lugar. “Durante diciembre del 2017 llegaron al país un total de 1’608.433 turistas, lo que significó un incremento del 30,6% en relación con igual periodo de 2017”.

**Tabla 1:**  
*Gobernanza de la Reserva Ecológica Manglares Churute*

<b>Institución</b>	<b>Nombre</b>	<b>Tipo de organización</b>	<b>Actividad</b>
Nacionales	Ministerio de Ambiente	Pública	Administra el patrimonio de área naturales protegida
	Ministerio de Turismo	Pública	Información de guías naturalistas, regula la actividad turística
	Policía Nacional	Pública	Vigilancia a través de la policía ambiental
	Gobernación del Guayas	Pública/ Provincial	Coordinación entre entidades publicas
	Municipio de Naranjal	Pública/ Local	Permisos de funcionamiento en coordinación con la administración del Área protegida.
	MIES (Instituto de economía popular)	Pública/ Local	Apoyo al desarrollo de la participación y organización comunitaria
	Red de Organizaciones Pesqueras	Local	Participación en la implementación de acción que ayude a la conservación y

## Zonificación de la Reserva Manglares de Churute

**Tabla 2:**  
*Zonificación de la Reserva Ecológica Manglares Churute*

Zona	Actividades		
	Permitidas	Condicionadas	Prohibidas
Zona de Uso Múltiple	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asentamientos y actividades en el estuario.</li> <li>Asentamiento y actividades en los ecosistemas terrestres.</li> <li>Áreas ocupadas por piscinas camaroneras</li> </ul>	<p>Se permite la pesca artesanal, la recolección de cangrejos, conchas, ostiones, jaibas, larvas de camarón, en los sitios especificados para esta actividad.</p>	<p>No se renovará los convenios a las camaroneras que no se encuentren en operación.</p>
		<p>Se permite la agricultura de subsistencia y la ganadería.</p> <p>Se permite la extracción de madera de mangle o de otras especies forestales para la construcción o reparación de las viviendas, así como la leña de los sitios</p>	

			y en las cantidades señaladas y autorizadas por la administración.
Zona de Uso Público	<p>-Se permitirá únicamente la construcción de infraestructura mínima destinada a educación, interpretación y recreación, tales como miradores, senderos, señalización y otros.</p> <p>-Las actividades recreativas serán limitadas a: pesca deportiva, donde sea permitido, excursión en embarcaciones por los sitios autorizados; fotografías y filmaciones.</p> <p>En el sector del estuario comprende algunos canales y sitios de manglar que serán recorridos</p>	<p>-Las excursiones dentro de la zona protegida se realizarán solo por los senderos señalados para tal fin y con el acompañamiento de guías.</p> <p>-En el Cerro Pancho Diablo (desde los 40 m.s.n.m. hasta la cima) en circunstancias especiales se permitirá la visita de hasta un máximo de 10 personas con guía.</p>	<p>-No se permitirá hacer campamentos ni fogatas al aire libre.</p> <p>- En los Cerros Cimalón y Masvale no se permitirá ningún tipo de actividad turística comercial.</p>



---

por bote y particularmente los sitios de observaciones de aves acuáticas alrededor de la Isla de los Ingleses y el canal de entrada por el estero de Churute.

---

### Distancia

**Tabla 3:**  
*Recorridos en tiempo*

Lugar	Km	Auto personal	Bus
Guayaquil	41	1 hora	1 hora y 18 minutos

---



**Figura 7:** Ingreso a la Reserva Ecológica Manglares Churute

## **Demanda**

**Tabla 4:**

*Demanda de visitas hacia la Reserva*

<b>Días</b>	<b>Visitantes</b>
Lunes a Viernes	30
Sábados y Domingos	70
Feridos	100

**Fuente:** Elaborado por la autora con información de las entrevistas (2019)

De acuerdo al criterio del técnico de la Reserva, la frecuencia de la demanda dentro de la esta varía dependiendo del tipo de estación climática, p.ej.: en estación invernal los visitantes nacionales no llegan a la Reserva por la cantidad de insectos que habitan pero es la temporada preferida para los visitantes internacionales que realizan exploraciones.

Sin embargo en el verano las visitas incrementan un poco más debido a que es temporada seca y la calzada dentro de la Reserva se encuentra en mejores condiciones para realizar caminatas.

### **Atractivos naturales**

Los atractivos naturales son el potencial de vida con el que cuenta un área; gracias a estos el mundo cuenta con una variedad de especies tanto en flora y fauna los cuales deben ser cuidadosamente tratados para preservar el hábitat.

Tal como mencionan Goeldner y Ritchie (2011, pág. 329), “un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes. Los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares”.

**Tabla 5:***Sitios de interés turístico natural en la Reserva Ecológica Manglares Churute*

ATRACTIVO	TIPO	CARACTERISTICAS
Laguna El Canclón	<b>Río</b>	Recorre un kilómetro observando variedad de especies de flora y fauna nativas.
Río Ulpiano		Recorrido de 1 hora en la cual se aprecia gran cantidad de aves, diferentes tipos de manglares y actividades de pesca artesanal.
Mangle Colorado	<b>Mangles</b>	Senderos que atraviesan matorrales de bosque seco y húmedo.
Mangle Gelo		
Mangle Iguanero		
“El Mate”		Recorrido de 3 y horas. Se pueden visualizar aves, monos, ardillas, invertebrados, etc.
“Pancho Diablo”	<b>Senderos</b>	Fácil acceso desde la carretera, posee extensa vegetación y se pueden encontrar palmas reales, matapalos, etc.

“El Mirador”	Corto recorrido donde se puede ver a 360° un hermoso paisaje.
Manglar Estuario	Un recorrido acuático que atraviesa tres esteros y termina en la isla de los ingleses.

Fuente: Elaborado por autora con información del MAE(2014)

## **Resultados y análisis de resultados**

### **Resultados de las entrevistas al técnico**

De acuerdo con la entrevista realizada al Técnico de turismo éste indicó que actualmente la Reserva cuenta con 21 personas: 3 jefes de área; 2 técnicos y 16 guardabosques, asimismo, en cuanto a la estructura organizacional de la Reserva esta cuenta con un jefe área, técnico, guardaparques. Los horarios de atención son de lunes a Domingo de 8:50 a 17:00 durante todo el año. En cuanto a la demanda turística mensualmente la Reserva recibe alrededor de 100 visitantes, los días más llenos son los fines de semana.

Por otro lado, las mejores temporadas para visitar la Reserva es en temporadas lluviosas donde se forman cascadas que son de atracción para turistas nacionales, pero no tanto para internacionales debido a que la tierra es resbaladiza y tiende a ser poco estable, además los ríos aumentan su altura debido a las fuertes lluvias.

En estación seca se pueden realizar caminatas y navegaciones sin ningún tipo de inconveniente ni peligro.

En cuanto a indicaciones para turistas antes y durante su visita a la Reserva se debe respetar las normas de medio ambiente como: no tirar basura, hacer silencio, no molestar o perturbar a los animales que habitan la Reserva. Seguir las normas de conducta dictadas por el guía. No desviarse o separarse del grupo.

A su vez, la Reserva lleva a cabo proyectos tales como: en estación lluviosa se llevan a cabo reforestaciones en las zonas que son propensas a sufrir incendios forestales y tala de árbol ilegal. También se imparten charlas de educación ambiental a la comunidad.

Con respecto al papel que tiene la comunidad dentro de la Reserva, la comunidad es la proveedora de servicios. Estos son capacitados por medio de personeros del Ministerio de Turismo, los cuales les brindan las herramientas necesarias para desenvolverse dentro del turismo en la zona.

En las escuelas y colegios de la zona se llevan a cabo charlas de conciencia ambiental con dinámicas (títeres, películas).

También a los pesqueros les dan charlas de ordenamiento pesquero.

Por otra parte, el número de guías asignados para turistas, generalmente se direcciona 1 guía por cada 15 visitantes.

Llevan a cabo una Metodología de Gestión del destino el cual conlleva un plan de manejo de áreas protegidas. Este se denomina ROVAP (Rango de Oportunidad para Visitantes en Áreas Protegidas) el cual consiste en llevar a cabo las políticas del área y educar a los turistas para que así se puedan respetar turnos, quiere decir que cuando un determinado grupo se encuentre en una zona el otro debe esperar a que este siga o se retire para poder avanzar. Esto debido a la capacidad de carga y los efectos a los que puede llevar si no se controlan debidamente.

Generalmente todos los turistas son inspeccionados por sus guías a que no dejen desperdicios en la zona. Existen lugares a los que se puede tener acceso sin necesidad de un guía, pero eso no quiere decir que no se los va a inspeccionar. Normalmente un técnico visita las zonas para verificar que no exista ningún tipo de problema. En caso de ser así se retira al turista de la Reserva.

La Reserva cuenta con 50.000 hectáreas en las cuales existen camaroneras en su mayor parte. Estas son inspeccionadas cada semana para prevenir daños, pero en caso de haberlos se lleva a cabo la CIRCULACION DE AGUA un proceso que conlleva tiempo y personal, este trabajo es realizado por los guardaparques, en caso de llegar a necesitar

de mayor personal intervienen la DIRECCION PROVINCIAL DEL AMBIENTE Y GRUPOS DE APOYO.

Normalmente existen tour operadoras que realizan viajes en tours de ida y vuelta a la zona.

También se puede visitar de manera particular, pero en caso de requerir guía es recomendable realizar una Reserva con 1 día de anticipación utilizando cualquiera de los 2 métodos: Página web y contacto telefónico.

Recomendaciones:

Llevar ropa fresca y repelente de mosquitos.

### **Resultados de entrevistas al administrador y los guardaparques**

En la entrevista realizada al administrador y a los guardaparques de la Reserva Ecológica Manglares Churute se pudo constatar que la cantidad de visitantes que llegan a la Reserva no supera los 100 mensualmente, la mayoría de estos son extranjeros. Los turistas nacionales prefieren visitar el área en temporadas de feriado y vacaciones.

La comunidad forma parte de las actividades de la Reserva en la parte turística ya que aporta con suplementos necesarios para que la comunidad pueda realizar actividades dentro del área tales como: restauración, venta de agua, bisutería, cangrejos, entre otros.. Sin embargo aún se siguen dando charlas a la comunidad para que ayude a la conservación de la Reserva ya que una parte de los entrevistados mencionó que aún falta mucho por hacer para que la comunidad se involucre en las actividades que requieren cuidados de la Reserva como lo son las reforestaciones de áreas afectadas por la degradación ambiental.

La estructura organizacional de la Reserva indica que cuentan con 3 jefes de área, 2 técnicos y 16 guardaparques, los cuales se encargan de la reforestación y limpieza del área protegida, la que se lleva a cabo a través de cortes de maleza, recolección de basura y limpieza de estuarios más que todo en época invernal. La gran mayoría de los

entrevistados mencionó que sería factible que esperaran se puedan integrar más personas a esta labor ya que necesitan de todo tipo de ayuda necesario para poder realizar las labores.

Al momento no se llevan a cabo proyectos turísticos, sino que trabajan con tour operadoras. Los proyectos que implementan actualmente son: proyectos de reforestación, charlas a la comunidad, escuelas y colegios. Los cuales hasta el momento dan buenas expectativas sobre el futuro de la Reserva pero quisieran ver más dedicación por parte de la comunidad.

El único medio de difusión con el que cuenta la Reserva es Facebook, siendo este muy poco usado, lo cual da a conocer que no cuentan con un plan de marketing actualizado y que requieren de más medios digitales como Instagram y Twitter por los cuales dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva. Con respecto a esto concuerdan todos los entrevistados ya que de esa forma según ellos se abrirán muchas más rutas de acceso para obtener información acerca de la Reserva, además uno de ellos mencionó que los medios televisivos deberían acudir a realizar más entrevistas para poder fomentar el turismo en la zona y que en años pasados se entregaban volantes con información de la Reserva en la ciudad de Guayaquil

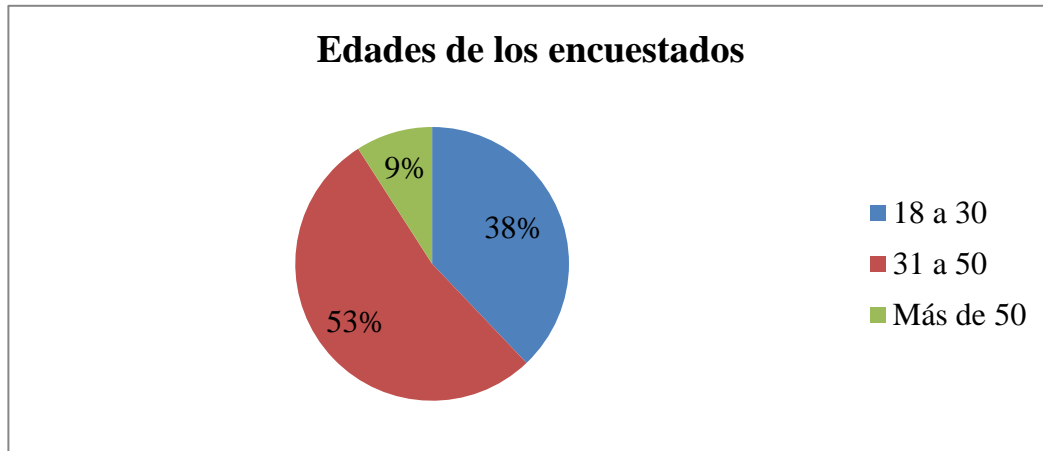
Por otro lado el plan de manejo utilizado como guía de trabajo es de 1998 tiempo en el cual no existía tanto desarrollo digital como ahora, algo con lo que no se encuentran del todo de acuerdo los trabajadores de la Reserva ya que se está viviendo una era totalmente diferente a la de esa época y quisieran que se actualice siempre y cuando se tome en cuenta las normativas necesarias para la realización de los trabajos dentro de la Reserva y de esa manera poder mejorar el plan de marketing que se lleva cabo en la actualidad.

### **Análisis de la encuesta**

Las encuestas fueron realizadas durante el mes de Diciembre del año 2018, los datos recopilados en 14 preguntas dirigidas a los turistas que visitaron la Reserva Ecológica Manglares Churute, estos se analizaron e interpretaron por medio de gráficos los cuales se presentan a continuación de manera didáctica para su fácil comprensión.

A continuación el análisis de la encuesta:

**Pregunta 1: Edades de los encuestados**



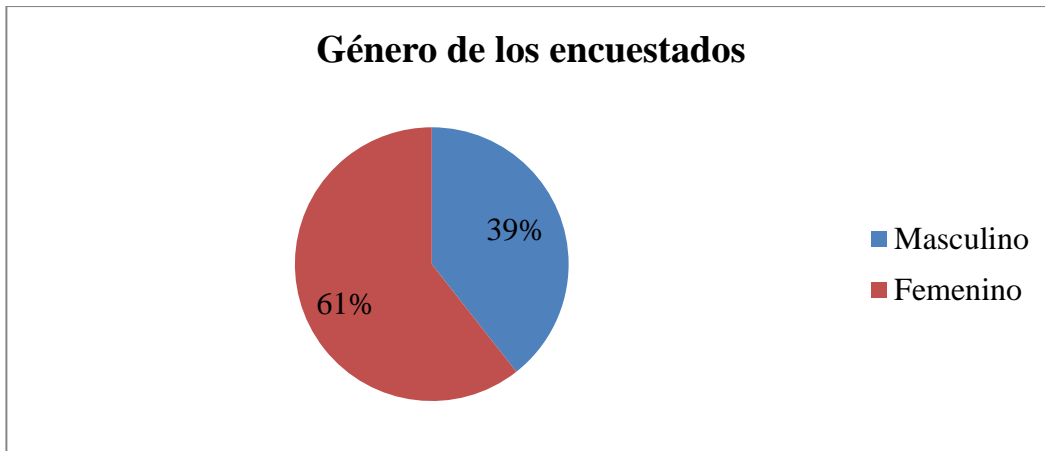
**Figura 8:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a las edades de los encuestados

El primer análisis se hace en referencia a las edades de los encuestados, el gráfico muestra que el mayor porcentaje de edad lo ocupan las personas entre 31 a 50 años con el 53%, seguido de las personas entre 18 a 30 años con un 38% y por último las personas con más de 50 años de edad ocupando el 9% del rango.

En conclusión las personas que más visitan la Reserva son las de 31 a 50 años, seguido de los jóvenes de 18 a 30 años y por último las personas de mayor edad, es decir más de 50 años.

**Pregunta 2: Género de los encuestados**

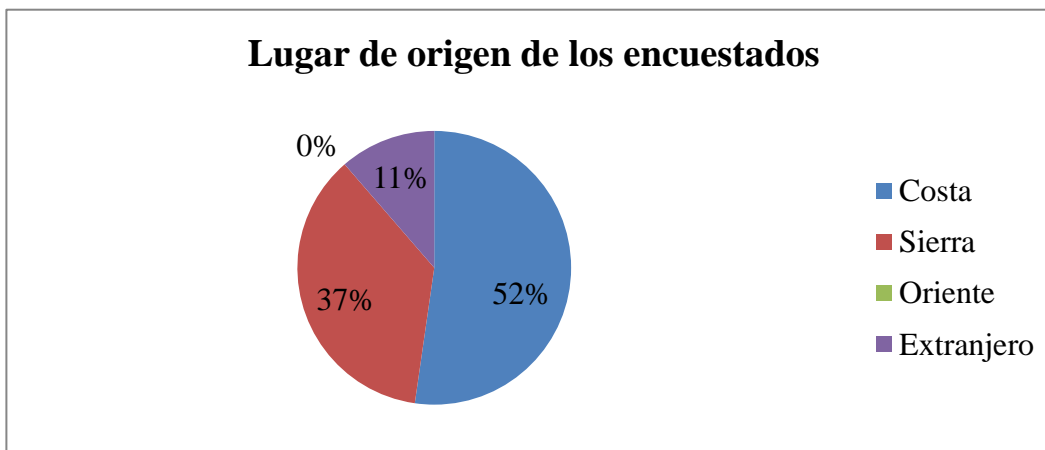




**Figura 9:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia al género de los encuestados.

Se realizó el análisis de resultados de la segunda pregunta la cual hace referencia al género de los encuestados; la mayor parte de encuestados es de género femenino representando el 61% y la menor parte es de género masculino con un 39%.

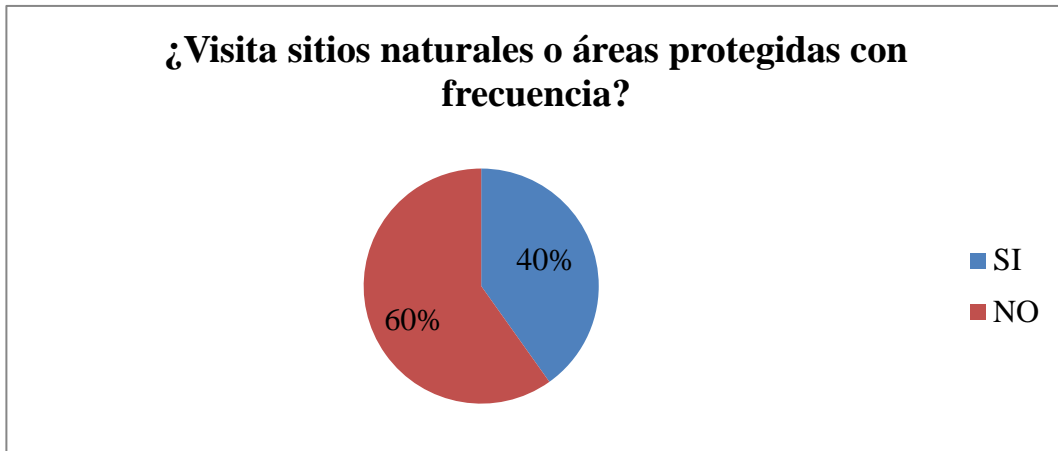
### Pregunta 3: Lugar de origen



**Figura 10:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia al lugar de origen de los encuestados.

Según los resultados de la encuesta realizada a los turistas se obtuvo que la mayor parte de ellos pertenecía a la región Costa con un 52%, seguido de la región Sierra con un 37%, no se registraron turistas pertenecientes a la región Amazónica, por último se registró un 11% de turistas extranjeros según la encuesta.

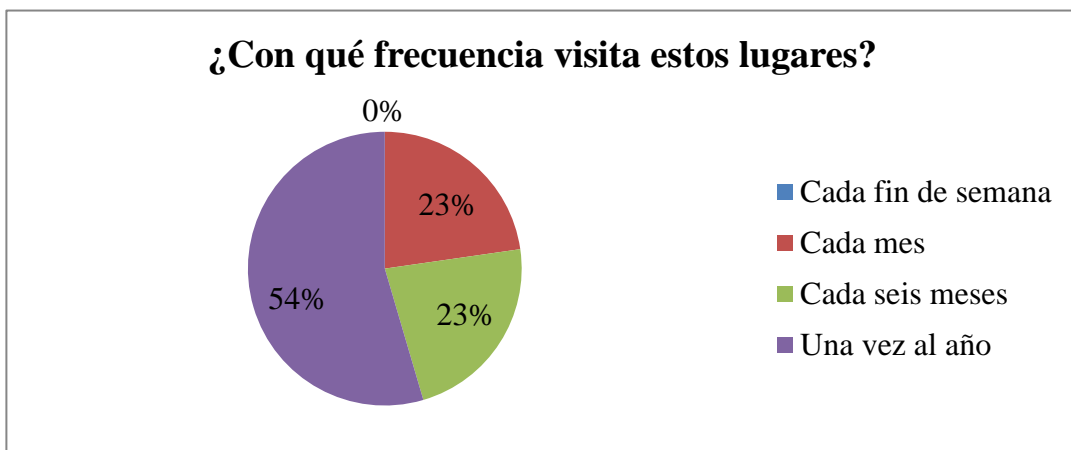
**Pregunta 4: ¿Visita sitios naturales o áreas protegidas con frecuencia?**



**Figura 11:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a la visita de turistas a sitios naturales o áreas protegidas.

Los resultados del análisis de la encuesta demuestran que la mayoría de personas encuestadas no visita lugares naturales o áreas protegidas con frecuencia, es decir el 60% de estas y por el contrario el 40% mencionó que si visita sitios naturales o áreas protegidas con frecuencia.

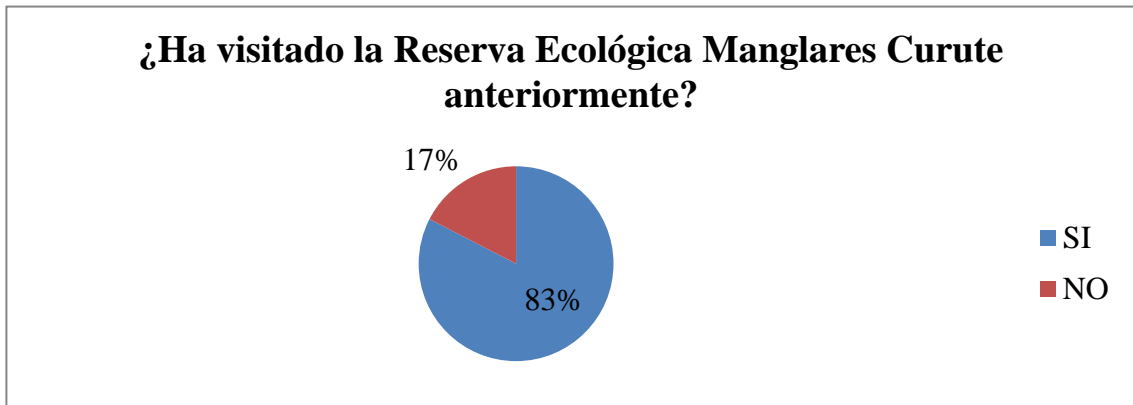
**Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?**



**Figura 12:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a la frecuencia de visitas a sitios naturales.

Según los resultados del análisis que hace referencia a la pregunta anterior, la mayoría de personas es decir con un 54% visitan estos lugares una vez al año, seguido de las personas que visitan cada mes y cada seis meses cada una cuenta con un 23%, pero ninguna de las personas encuestadas mencionó visitar áreas protegidas cada semana.

**Pregunta 6: ¿Ha visitado la Reserva Ecológica Manglares Churute anteriormente?**

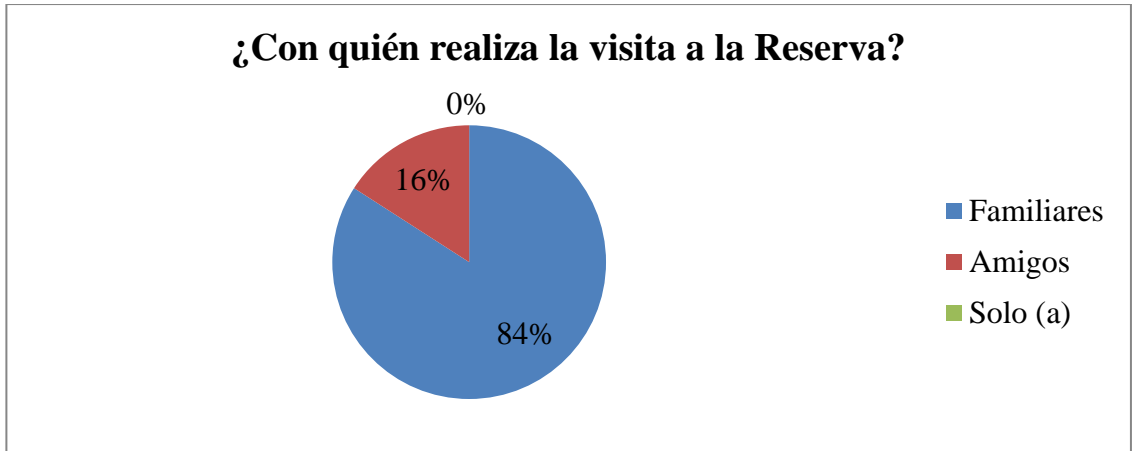


**Figura 13:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a visitas anteriores a la Reserva por parte de los turistas.

Según el análisis de resultados arrojados en la encuesta realizada a los turistas, dio como resultado que el 83% de los encuestados han visitado la Reserva con anterioridad y por el contrario el 17% mencionó que no ha visitado la Reserva anteriormente.

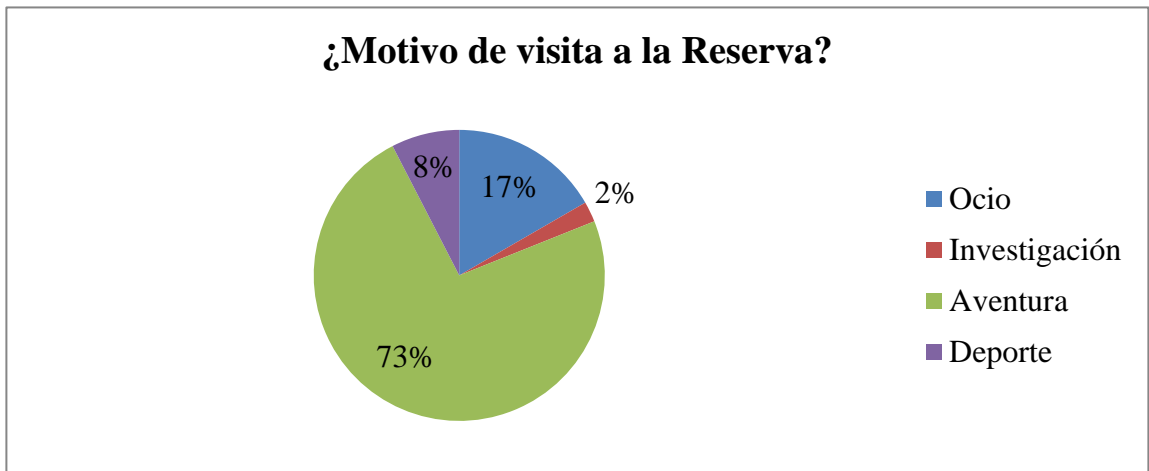
**Pregunta 7: ¿Con quién realiza la visita a la Reserva?**

Según la encuesta a los turistas, el mayor porcentaje con un 84% realizan su visita a la Reserva en compañía de familiares, seguido de un 16% las personas que viajan con amigos y por último 0% de turistas viajan solos.



**Figura 14:** Resultado porcentual de la encuesta realizada en la Reserva Ecológica Manglares Churute en referencia a los tipos de grupos que visitan la Reserva.

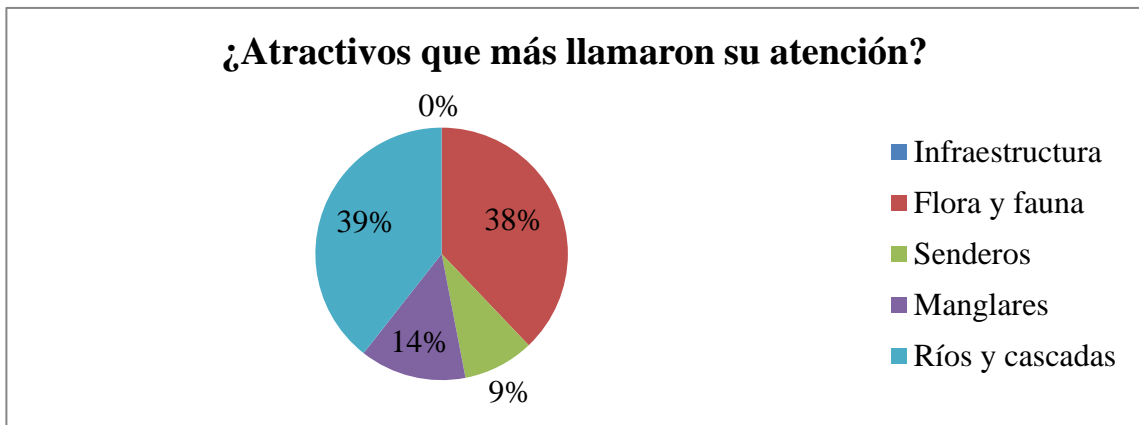
**Pregunta 8: ¿Motivo de visita la Reserva?**



**Figura 15:** Resultado de encuesta en referencia a los motivos de visita por parte de los turistas.

Por medio del análisis de la encuesta se pudo conocer que el 73% es decir la mayoría de turistas visitan la Reserva con motivo de aventura, seguido de un 17% los turistas que visitan por ocio es decir que han llegado hasta allí por curiosidad, en tercer lugar tenemos un 8% para los turistas que visitan con motivo de deporte y por último un 2% por investigación.

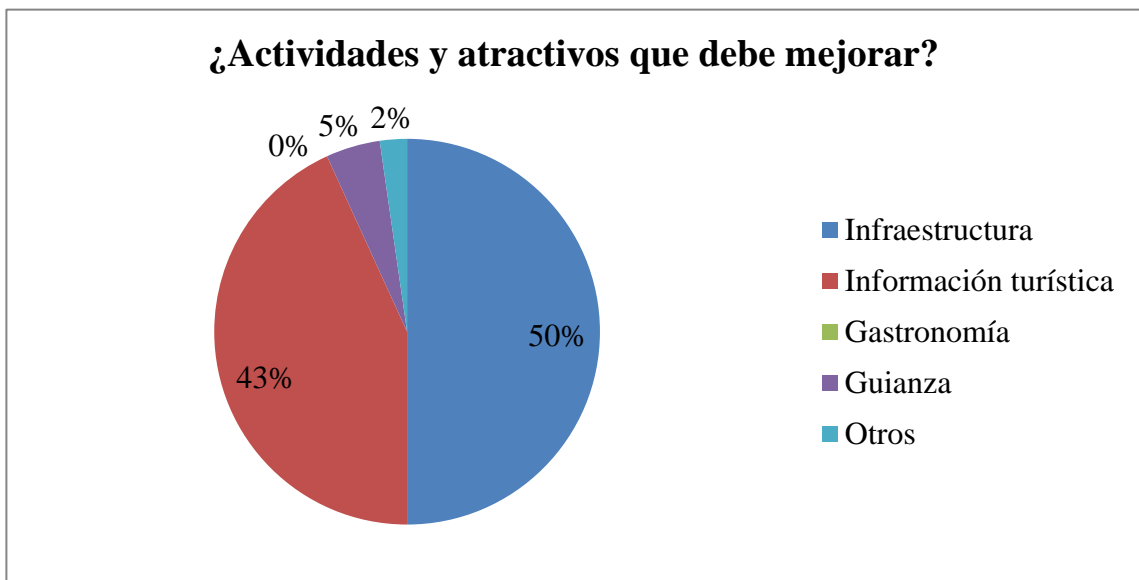
**Pregunta 9: ¿Atractivos que más llamaron su atención?**



**Figura 16:** Resultado encuesta en referencia a los atractivos que más llamaron su atención.

Según resultados de la encuesta se obtuvo como resultado que la mayor parte de turistas con un 39% se interesó más por los ríos y cascadas, en segundo lugar están la flora y fauna con un 38%, en tercer lugar los manglares con un 14%, seguido de los senderos con un 9%, la infraestructura con 0% es a última de la lista.

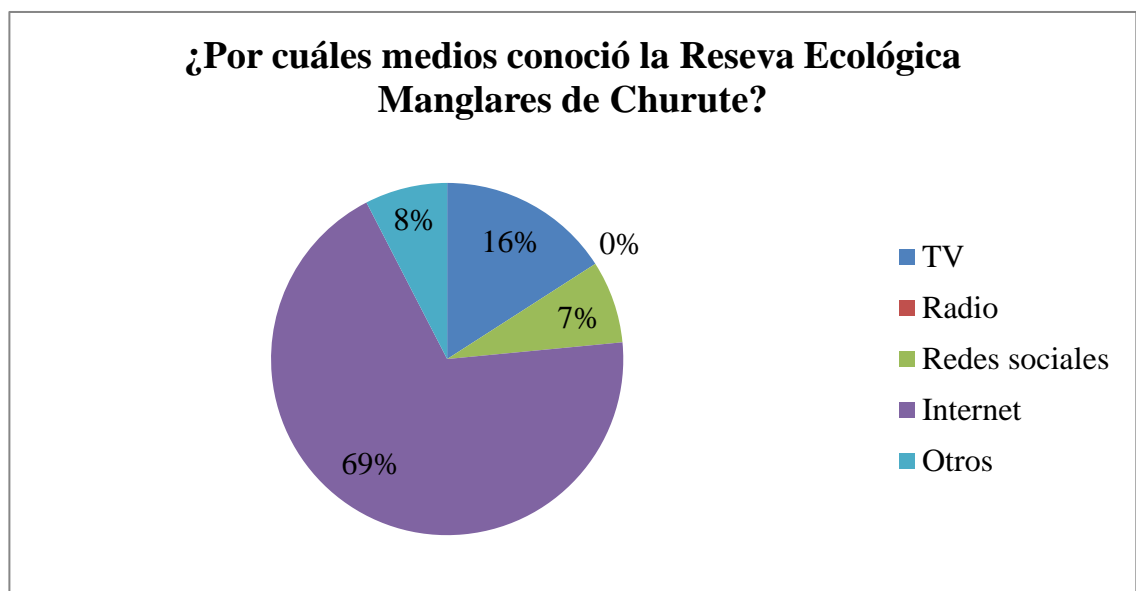
**Pregunta 10: ¿Actividades y atractivos que debe mejorar?**



**Figura 17:** Resultado de encuesta en referencia a las actividades atractivos que debe mejorar la Reserva.

Según resultados de la encuesta realizada, el 50% de los encuestados siente que se debe mejorar la infraestructura de la Reserva, por otro lado un 43% opinó que se debe mejorar la información turística, es decir, brindar más información por medio de internet, en tercer lugar con un 5% la guianza del lugar ya que algunos piensan que no es suficiente y debe haber más señaléticas. Por último un 2% piensa que aún hay otros detalles que se deben mejorar.

**Pregunta 11: ¿Por cuáles medios conoció la Reserva Ecológica Manglares de Churute?**

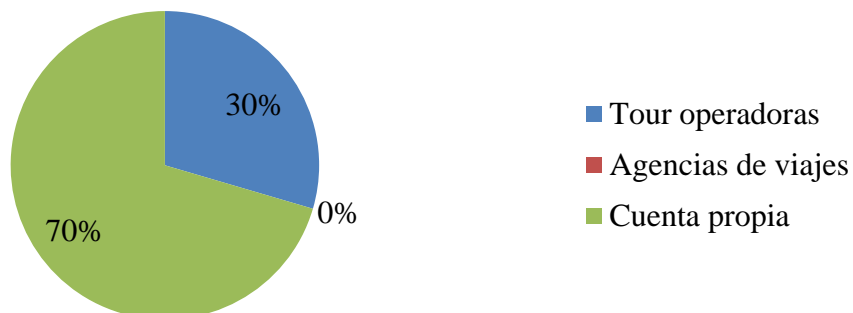


**Figura 18:** Resultados de la encuesta en referencia a los medios por los cuáles el turista conoció la Reserva.

La encuesta dio como resultado que el 69% de los turistas conoció y se interesó por visitar la Reserva por medio de búsquedas en internet, seguido de un 16% por medio de televisión, en tercer lugar con un 8% los encuestados mencionan que conocieron la Reserva por otros medios tales como periódicos y por último un 7% conoció la Reserva por medio de redes sociales.

**Pregunta 12: ¿Realiza su visita a la Reserva por medio de tour operadoras, agencias de viajes o por cuenta propia?**

**¿Realiza su visita a la Reserva por medio de tour operadoras, agencias de viajes o por cuenta propia?**



**Figura 19:** Resultados de la encuesta en referencia a si la visita de los turistas es por medio de tour operadoras, agencias de viajes o personalmente.

La encuesta reveló, que la mayoría un 70% de turistas, visitaban la Reserva de manera individual es decir si necesidad de contratar los servicios de una tour operadoras, un 30% utilizó los servicios de una tour operadora y un 0% por medio de agencias de viajes.

**Pregunta 13: ¿Quisiera que se implementen medios de difusión electrónicos como redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) para dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva, eventos, etc.?**

**¿Quisiera que se implementen medios de difusión electrónicos como redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) para dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva, eventos, etc.?**

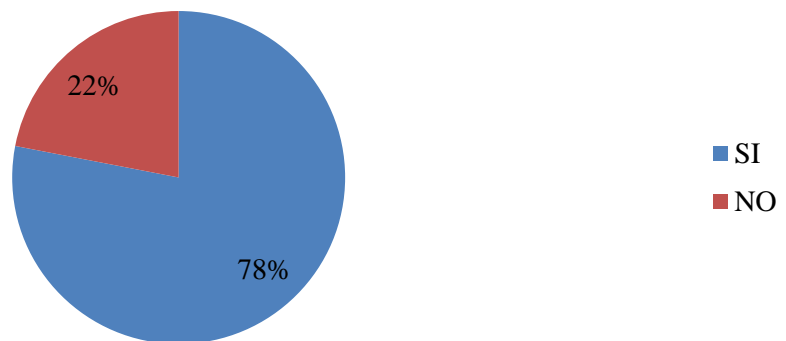


**Figura 20:** Resultado de encuesta en referencia a si se debe implementar medios de difusión electrónicos para dar a conocerlos atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva, eventos, etc.

La totalidad de los turistas, es decir el 100%, mencionó que si quisiera que se implementen redes sociales con información de la Reserva porque es lo que más se usa en la actualidad.

**Pregunta 14: ¿Visitaría nuevamente la Reserva?**

**¿Visitaría nuevamente la Reserva?**



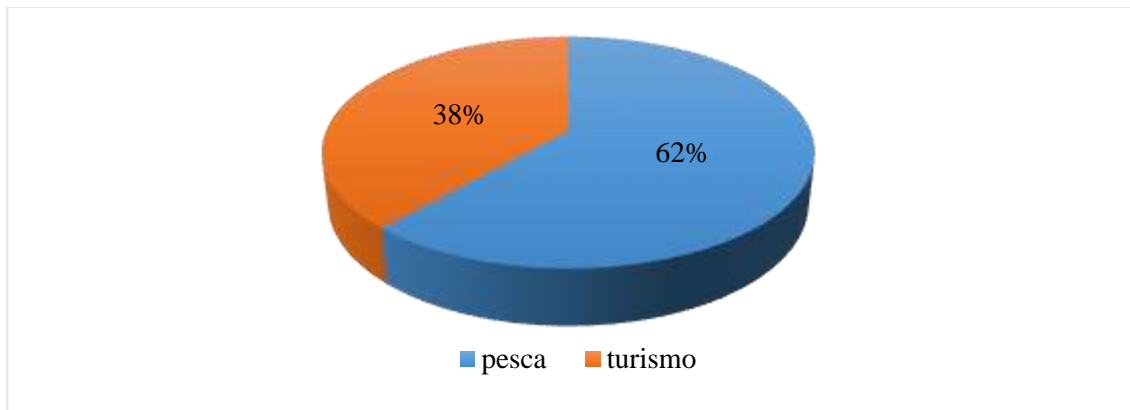
**Figura 21:** Resultado de encuesta en referencia a si e turista visitaría nuevamente la Reserva.



En lo que respecta a esta pregunta el 78% mencionó que sí volvería a visitar la Reserva pero si se implementan las mejoras correspondientes, por otro lado un 22% mencionó no volver a visitar la Reserva.

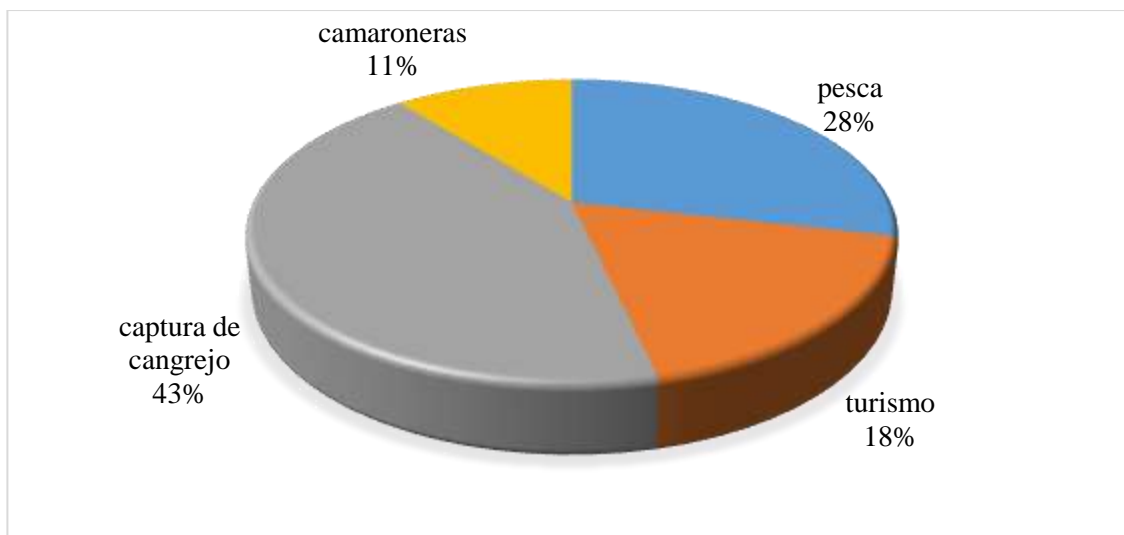
### **Análisis de los aspectos socios- económicos**

La Reserva se encuentra en la parroquia Taura, posee una población de 2.000 personas agrupadas en 348 familias, es la que brinda los servicios juntos a las entidades regulares de la localidad. Estos asentamientos humanos son recientes, siendo los más antiguos los localizados en el manglar con unos 40 años de existencia.



*Figura 22: Porcentajes de pesca y turismo*  
Fuente: Tomado de (El telégrafo, 2011)

El nivel de escolaridad es medio ya que las estadísticas manifiestan que la mayoría solo llega hasta la secundaria con 58% en cuanto a la actividad productiva del sector la mayoría se dedican a la captura del cangrejo rojo, la pesca blanca, que se encuentran divididas en 28 asociaciones.



*Figura 23: Actividad productiva del sector*  
Fuente: Tomado de (El telégrafo, 2011)

### **Análisis de la demanda**

**Tabla 6:**  
*Visita de turistas nacionales a la Reserva Ecológica Manglares Churute*

Visitas de	Año	Total
Turistas Nacionales	2001	690
	2002	829
	2003	544
	2004	738
	2005	2201
	2006	1237
	2007	1739
	2008	611
	2009	662
	2010	0
	2011	0
	2012	2116
	2013	1920

2014	0
2015	1831
2016	1331
2017	915
2018	1003

Fuente: Tomado de (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2015)



**Figura 24:** Gráfico demostrativo de visitas nacionales a la Reserva  
Fuente: Tomado de (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2015)

**Análisis:** Según los datos oficiales del Ministerio de Medio Ambiente de Ecuador, establece que desde 1997 se dio la aplicación del plan de manejo de la Reserva Ecológica Manglares de Churute (plan de marketing turístico), en donde las cifras han fluctuado de manera considerable debido a factores internos y externos del turismo, tales como la afluencia turística registrada a nivel de ingreso por las diferentes vías de acceso terrestres, así como el desarrollo económico del país y la contribución directa del PIB.

La puesta en marcha del plan de manejo de la Reserva Ecológica Manglares de Churute, se da a principios de la crisis rusa a nivel mundial lo que da origen a la volatilidad del precio de exportación del petróleo y su aumento progresivo, así como la

devaluación del sucre y el cambio a una economía dolarizada desde el año 2000. Conjuntamente acompañada de la inestabilidad política con cinco presidentes en siete años (2000-2007). Vale recalcar que el comportamiento del PIB en este periodo fue sumamente volátil, ya que intervinieron factores exógenos como endógenos que impactaron directamente en la economía ecuatoriana.

Es entonces que se registran cifras de los visitantes a partir del año 2001 registrándose (690) turistas; 2002 (829); 2003 (544); 2004 (738); como se observa la cantidad de ingresos nacionales no sobrepasa los 1000 paxs en los 4 años. Para el año 2005 se incrementa la fluctuación de turistas nacionales (2201); pero descendió significativamente para el (2006) a 1237; bajando drásticamente en el 2008 y 2009 y sucesivamente en el 2010- 2011 (0) visitantes.

Para el año 2012 la dirección de la Reserva Ecológica Manglares de Churute, se une al Facebook, esta herramienta aporta de manera directa en el desarrollo turístico del área dando como origen el incremento de la tasa de visitantes que ascienden a (2116) y en el 2013 (1920) consecutivamente; sin embargo se ve una baja para el año 2014 en donde no se registraron visita alguna (0), se considera que el seguimiento y direccionamiento de la red social no fue manejado de manera exitosa.

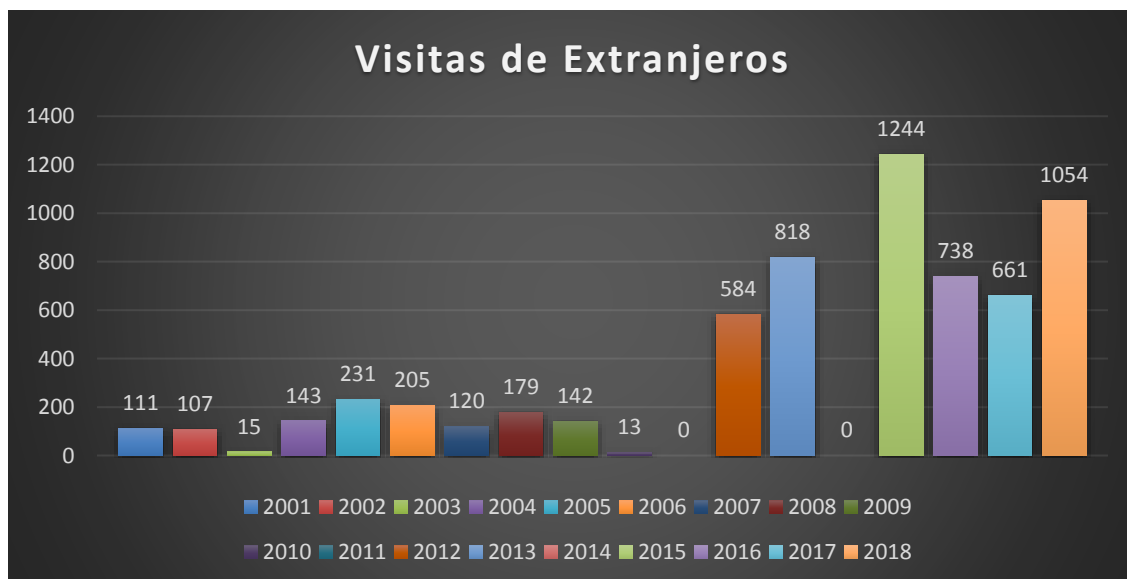
Para los posteriores años según lo indica el Lcdo. Rómulo Gainza se unió al equipo de trabajo nuevas ópticas en cuanto a la difusión de esta manera el Ministerio del Medio Ambiente crea una aplicación web de las Áreas Protegidas para dar a conocer las bondades que ofrecen las diferentes zonas protegidas del Ecuador; es aquí en donde se justifica el ascenso de cifras en el contexto turístico en los últimos 4 años.

**Tabla 7:**  
*Visitas de turistas internacionales a la Reserva Ecológica Manglares Churute*

Turistas	Año	Total
Extranjeros	2001	111
	2002	107
	2003	15
	2004	143

2005	231
2006	205
2007	120
2008	179
2009	142
2010	13
2011	0
2012	584
2013	818
2014	0
2015	1244
2016	738
2017	661
2018	1054

Fuente: Tomado de (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2015)



**Figura 25:** Gráfico demostrativo de visitas internacionales a la Reserva  
Fuente: Tomado del (Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2015)

### **Análisis:**

En base a ello se han visto cifras a partir del año 2001 en donde la visita de la población extranjera a la Reserva Ecológica Manglares de Churute, fue registrada en descenso, esto se vio justificado a través del Barómetro OMT del Turismo Mundial que para el año 2009, señala que la reducción de la demanda turística siguió intensificándose durante la última década, cayendo un -8%.

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

En aporte a estos datos se visualiza que la Reserva Ecológica Manglares de Churute registra un descenso en la afluencia de visitas turísticas, en donde el mayor declive se genera en el año 2003 con (15) visitantes extranjeros; cabe resaltar que el turismo en el Ecuador en estos periodo direccionaba sus estrategias turísticas a través del Programa Nacional de Capacitación Turística (PNCT), manejado por el Ministerio de Turismo el cual fortaleció en cierta medida los conocimientos técnicos, habilidades y actitudes del talento humano del sector turístico, con el fin de mejorar su desempeño laboral en el contexto turístico. De esta manera la UNESCO estableció a los programas de capacitación a escala mundial en el 2002 como un medio para garantizar las operaciones turísticas como modelos de sostenibilidad.

El plan de manejo de la Reserva Manglares de Churute se vio estipulado bajo estrategias y normativas en cuanto a calidad del servicio ofrecido por la comunidad, es de este modo que se implementaron capacitaciones, así como actividades de conservación de la Reserva. Lo que correspondía a la difusión para dar a conocer la Reserva se emplearon métodos muy usados en la época como son publicidad a través de medios de televisión- radio, medios impresos como periódicos, conjuntamente afiches, calcomanías y calendarios.

Actualizando datos a partir del año 2010 se han registrados cifras preocupantes como las de los años 2011 que se registró (0) visitas extranjeras igual que en el año 2014 (0). Se considera que estos escenarios nada favorables se han originado debido a la no actualización de herramientas digitales como es el uso de redes, aplicaciones móviles, las mismas que son significativas en la actualidad como medio de difusión. Pese a ello para el año 2015 la cifra de turísticas se máximo en 1244 visitantes extranjeros, pero descendió para el 2016 (738); 2017 (661), y se duplico en el 2018 (1054).

Como se determina en todo lo expuesto se ve la necesidad de elaborar un plan comunicacional a través de herramientas tecnológicas que ayuden a incrementar la afluencia turística en la Reserva Manglares de Churute.

## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta**

La Reserva Ecológica Manglares Churute es un área protegida muy importante debido a la gran cantidad de vegetación que rodea la zona de 50.000 hectáreas. Este es el lugar favorito para turistas que disfrutan del turismo de aventura, exploraciones, pasar en familia, entre otras. La propuesta para actualizar el plan de marketing para la Reserva ecológica Manglares de Churute, consiste en desarrollar la comunicación de acuerdo con el mix de promoción, que promoverá el turismo para esta área protegida de la provincia del Guayas, así como el aumento y la concientización de los visitantes para la misma.

Es por esto por lo que se diseñarán programas ambientales y culturales dentro del área protegida para que las personas sepan la importancia de esta área natural.

De esta manera, una vez finalizado el análisis de las entrevistas y encuestas realizadas en la Reserva, se llega a la conclusión de crear una Actualización de Plan de Marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute basándose en el Plan de Manejo creado en 1996 y puesto en marcha en el año 1998, año en el cual la tecnología no era tan avanzada como ahora y las redes de comunicación no permitían a la población conocer las bondades con las que cuenta la Reserva.

Luego de concluir con la fase del levantamiento de información y haber usado las materiales necesarias para la recolección de datos necesarios para la investigación, se procede a desarrollar la propuesta de plan de marketing con el propósito de obtener mayor afluencia de turistas en el destino de forma constante y responsable.

Para la ejecución de la propuesta de mejoramiento del plan de marketing se plantean los siguientes objetivos:



## Objetivo general de la propuesta

Impulsar el uso de medios digitales p.ej.: redes sociales, páginas web, entre otras, con el fin de actualizar el plan de marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute, lo que permita aumentar las visitas de turistas de manera responsable y dar a conocer los diferentes atractivos con los que cuenta la Reserva.

## Objetivos específicos

- Inventariar los nuevos recursos turísticos para la Reserva Ecológica Manglares de Churute.
- Determinar los medios de difusión digital de mayor acogida, los cuales se promocionarán los atractivos, actividades y eventos de la Reserva.
- Implementar mecanismos de difusión permanente en medios digitales para promocionar el área protegida y brindar a la comunidad las herramientas necesarias para desarrollar el turismo en la zona.

## Análisis situacional

En base al análisis de la demanda, las entrevistas y encuestas realizadas anteriormente se ha evidenciado la falta de utilización de plataformas digitales y medios de comunicación para la promoción de este recurso turístico.

## Análisis FODA

**Tabla 8:**

*FODA*

---

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar ingresos económicos a la comunidad a través de la pesca.</li><li>• Guías turísticos y personal</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Potenciar el uso de redes sociales pertenecientes a la Reserva para su promoción.</li></ul>

---

---

<ul style="list-style-type: none"> <li>capacitado para realizar trabajos en el área.</li> <li>• Ubicación en área rural rodeada de extensa vegetación (flora y fauna).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios con operadoras turísticas.</li> <li>• Incremento en el flujo de visitantes.</li> <li>• Desarrollo sostenible del área protegida.</li> </ul>
---	--

---

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos no abastecen parte de la comunidad residente en el área.</li> <li>• Falta de promoción por medios digitales o redes sociales.</li> <li>• Limitado número de visitantes.</li> <li>• Falta de Plan de Marketing.</li> <li>• Falta de una Actualización del Plan de Manejo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco interés de la comunidad para participar en actividades de recreación del área protegida.</li> <li>• Problemas de afectaciones a la naturaleza dentro de la Reserva.</li> <li>• Olvido de uso de medios digitales por parte de la administración de la Reserva.</li> </ul>

---

## **Segmentación de mercado**

El perfil de los turistas que visitan la Reserva está determinado por turistas extranjeros y nacionales cuyas edades oscilan entre los 20 y 50 años de edad. Para realizar esta propuesta se utilizó una estrategia de marketing mix basado en los servicios ofertados por la Reserva como son: senderos ecológicos y actividades turísticas.

Para cumplir el primer objetivo específico se efectuó el inventario promocional de los productos turísticos con los que cuenta la Reserva como son: Laguna El Canclón, Sendero El Mate, Sendero Pancho Diablo, Sendero Cerro El Mirador y Sendero La Flora.

En cuanto al segundo objetivo se determinó los medios digitales que serán usados para la promoción turística de la Reserva.

Por último el tercer objetivo específico de esta propuesta se diseñó una estrategia que incluye varios itinerarios los cuales serán difundidos por los diversos medios de comunicación propuestos.

## **Productos**

Dentro de la Reserva se encuentran habilitados los siguientes lugares para diversas actividades, tanto recreativas como de investigación.

### **Laguna El Canclón**

Es una de las áreas más importantes de la Reserva debido a la cantidad de aves de agua dulce que habitan en la zona. El entorno de la laguna es diferente al que se halla en los manglares costeros, característicos de aguas saladas; la visita a la laguna es una oportunidad para contrastar las diferencias entre un ambiente boscoso seco y los bosques de orilla. En la laguna también se localiza la colonia de canclones, el ave emblemática de la Reserva.

### **Sendero ‘El mate’**

Posee una ruta que puede variar entre 3 y 4 horas, es de fácil acceso. El mayor atractivo es el bosque con una gran variedad de aves, monos, ardillas, invertebrados en general.

### **Sendero ‘Pancho Diablo’**

Se encuentra localizado en el cerro del mismo nombre, cuenta con mayor vegetación a diferencia del sendero anterior, con mayores representaciones de plantas epífitas, aves y mamíferos de bosques tropicales, siendo el más común el mono aullador.

### **Sendero la Cascada**

Se encuentra localizado a la orilla del cerro Pancho Diablo, posee vegetación de bosque húmedo poco intervenido, además, de contar con árboles endémicos de bosque primarios entre otras especies de flora, en cuanto a la fauna más importante del sector se encuentran los monos aulladores, ardillas y una variedad de aves, como son los pájaros carpinteros.

### **Sendero Cerro El mirador**

Se halla ubicado a pocos minutos de la carretera Puerto Inca, este sendero es apropiado para observar la cordillera Churute, comunas, laguna El Canclón y las camaroneras.

## **Sector La Flora**

En este sector no existen las facilidades turísticas, el recorrido se realiza mediante un camino que usan los cangrejeros, esta zona es apta para la observación de aves y manglar.

Por otra parte para cumplir con el segundo objetivo específico de esta propuesta se diseñó una estrategia que incluye varios itinerarios los cuales serán difundidos por diversos medios.

### **Estrategia de relaciones públicas (Plaza)**

**Líneas de acción:** Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram

**Responsable:** Community Manager, MAE

#### **Descripción:**

El objetivo de esta estrategia es compartir con empresas de turismo como son agencias de viajes, tour operadoras, agencias mayoristas de turismo y guías con el propósito de dar a conocer las bondades con las que cuenta el área protegida y todo lo que puedan hacer en esta zona.

Además también se invitará a periodistas de medios de comunicación tradicionales y medios sociales influyentes con el propósito de dar conocer todas las bondades que posee este espacio natural y de los nuevos medios digitales por medio de los cuales nos podrán compartir sus experiencias durante su visita a la Reserva, desde su punto de vista y que influya a las personas para que visiten el parque, mediante su vivencia en esta área natural. En el que se tendrá en cuenta la educación ambiental y el turismo.

Todo esto se realizará través de redes sociales como lo son Facebook la cual es una plataforma con la que cuenta la Reserva pero no le da el manejo adecuado por lo tanto se le dará el uso necesario con publicidad dirigida al mercado meta, además también se fomentará por medio del uso de Twitter e Instagram que son medios más influyentes en

la actualidad. Por medio de estas se difundirá todas las novedades acerca de la Reserva y los itinerarios propuestos para Fam trip y Press trip.

Estos medios serán manejados por el community manager de la Reserva el cual será el encargado de difundir publicaciones diarias de las actividades turísticas de la Reserva, además de realizar concursos y trivias con el propósito de animar a las personas a visitar la Reserva.

Por último se entregará material promocional con el fin de brindar información instantánea acerca de los atractivos de la Reserva.

## FAM TRIP



**Figura 26:** Afiche de Fam Trip

**Tabla 9**  
*Fam Trip*

<b>Itinerario Fam Trip</b>	
<b>Fecha: Sábado 16 de Febrero del 2019</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>

08:30	Salida desde Guayaquil
10:15	Llegada a la Reserva
10:20	Recorrido guiado por el centro de interpretación
11:20	Inicio del recorrido por el sendero aulladores
12:20	Almuerzo y charla para dar a conocer los nuevos medios de difusión digital.
13:00	Recorrido en lancha por el río Upiano
14:00	Retorno al centro de interpretación
14:45	Retorno a la ciudad de Guayaquil

## PRESS TRIP



*Figura 27:* Afiche del Press Trip

**Tabla 10:**  
*Press Trip*

---

**Itinerario Press Trip**

---

**Fecha: Sábado 23 y Domingo 24 de Febrero del 2019**

---

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>
09:30	Salida desde Guayaquil
10:15	Llegada a la Reserva
10:20	Bienvenida por parte de los guías
11:20	Inicio del recorrido
13:20	Almuerzo
13:30	Tiempo libre de descanso y charla sobre los nuevos medios de difusión digital
15:15	Retorno a la ciudad de Guayaquil

---

**Estrategia: Difusión en redes**

**Líneas de Acción:** Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram

**Responsable:** Community Manager; Ministerio de Ambiente (MAE); Empresa privada.

**Descripción:**

Promocionar el ecoturismo de la Reserva ecológica manglares de Churute a través de las redes sociales.

El Facebook se usará ya que es una de las redes sociales más utilizadas por todo tipo de persona, mediante esta se puede promocionar la Reserva, además, de poder interactuar y compartir las experiencias en la Reserva, y así se puede ir transmitiendo lo que ofrece esta área natural.

El propósito es reforzar el uso de la plataforma Facebook por parte de la administración y dar la suficiente información al receptor acerca de las actividades de la Reserva, además de otorgar buena imagen al manifestar el interés por difundirse por otros canales, como también por la intención de brindar respuestas a los turistas de manera inmediata y que estos se sientan seguros de esa respuesta.

Esta estrategia se realizará por medio de la ayuda económica de la empresa privada dirigido por el Ministerio de Ambiente (MAE), el cual contará con un community manager esté será el encargado de difundir a través de redes sociales los beneficios que ofrece la Reserva.

### Facebook

Se contratará publicidad orgánica y pagada por la empresa privada pero siendo dirigido por el MAE el cual es el ministerio encargado de administrar la Reserva. Esta publicidad se difundirá a través de Facebook dirigido tanto para los turistas nacionales y extranjeros.



**Figura 28:** Página de Facebook



## Twitter

Este canal de comunicación se utilizará ya que se puede transmitir mediante textos y archivos multimedia en tiempo real, lo cual permite estar en contacto con personas que estén interesadas en conocer la Reserva, a través de mensajes cortos para que conozcan un poco más del área y así aspiren visitarlo. También, para informar acerca de los eventos programados que se vayan a llevar a cabo en la Reserva.

Se creó un cronograma con actividades semanales que se van a realizar en la cuenta de Twitter, esta servirá como canal de promoción de la Reserva, mencionando palabras claves en los hashtags con el fin de que las personas se interesen en este sitio. La etiqueta principal será #REMCH.

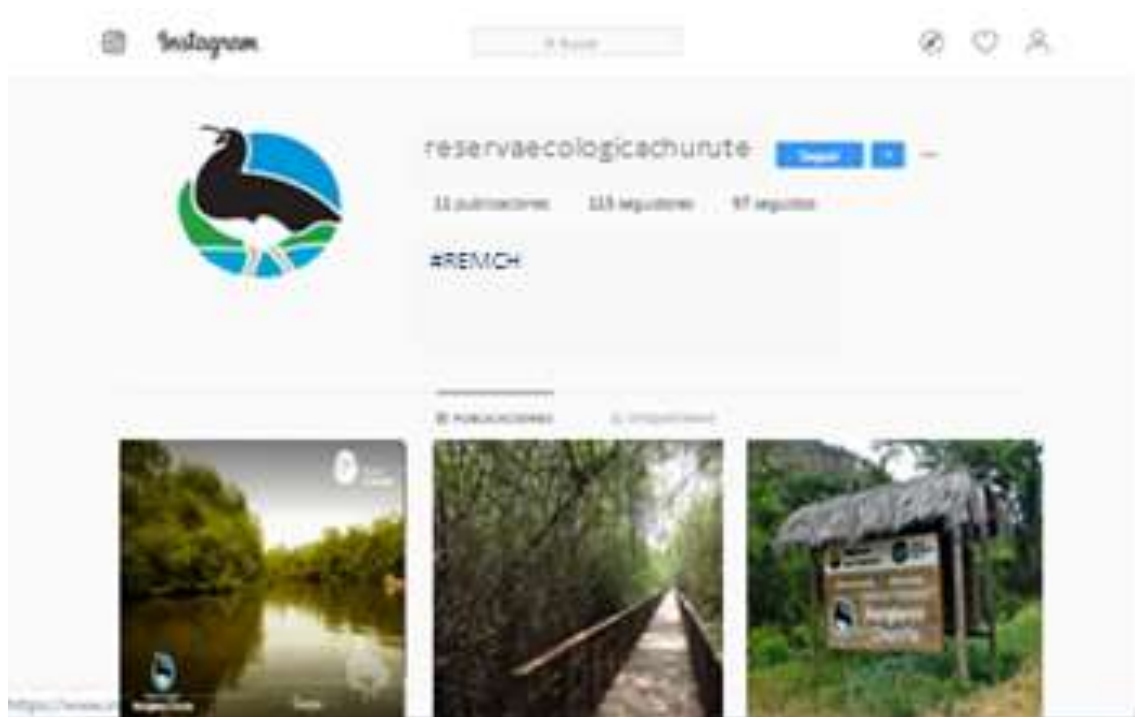


*Figura 29:* Cuenta Twiter

## Instagram

Este medio de comunicación es el más usado en la actualidad por personas con opiniones influyente en sus lectores y comunidad de personas dedicadas a viajar ya que por este medio pueden compartir imágenes en tiempo real y las cuales son buscadas por medio de hashtags.

Es por eso que se creó la cuenta de instagram con el fin de ser un medio más fácil y rápido por medio del cual se puede acceder más rápido a información sobre un determinado lugar en este caso la Reserva tendrá el nombre de: @Reservaecologicachurute y también podrá ser buscada por medio del #REMCH.



*Figura 30:* Cuenta de Instagram

**Estrategia:** Socialización con la comunidad y alquiler de transporte

**Líneas de Acción:** Oficinas administrativas de la Reserva Ecológica Manglares Churute.

**Responsable:** Ministerio de Ambiente (MAE); Empresa privada.

## **Descripción:**

Por medio de esta estrategia se promoverá la capacitación de comuneros y pescadores del área en el uso de redes sociales es decir explicarles en qué consiste y cómo manejarlas.

Además también se realizarán charlas con el fin de brindarles las herramientas necesarias para brindar un servicio óptimo al cliente. Fomentar el cuidado del área protegida tanto su flora y fauna la cual es necesaria para poder generar un desarrollo sostenible en estos lugares.

Por otro lado también se trabajará con los jóvenes de la localidad brindando charlas en escuelas y colegios adecuado de la Reserva, enseñarles cómo actuar e invitarles a participar en las tareas de reforestación, mingas, limpieza entre otras actividades que se representan en beneficio de esta área.

Todas estas actividades serán financiadas y llevadas a cabo por el MAE (Ministerio de Ambiente) el cual es la entidad responsable de las actividades que se realizan dentro de la Reserva y es la que cuenta con personal especializado para realizar este tipo de capacitaciones.

Otra de las actividades es el alquiler de bicicletas exclusivamente recorridos dentro del área protegida ya sea para turistas nacionales o extranjeros que por algún motivo deciden usar este medio de transporte para sus recorridos.

## **Plan de acción**

### **Acciones estratégicas de producto**

#### **Community manager para el mantenimiento de las redes sociales**

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Publicaciones diarias de las actividades turísticas	\$250	3 meses

---

que se realizan en la Reserva y las promociones

---

Trivias y concurso para interactuar con los seguidores	\$125	3 meses
--	-------	---------

---

### **Capacitación a los comuneros**

Estas charlas a más de reforzar sus conocimientos de la zona, es para difundir el uso de las redes sociales y explicarles en qué consisten y cómo manejarlas.

**Responsable:** MAE

---

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Charlas sobre atención al cliente	\$250	2 veces al año

---

### **Alquiler de bicicletas**

---

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
10 bicicletas todo terreno	\$1.500	Todo el año

---

### **Acciones estratégicas de plaza**

---

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Contactar a las agencias de viajes, cada una llevara a un representante y se realizara un recorrido por la Reserva y sus senderos	\$35	Dos veces al año

---

### **Acciones estratégicas de promoción**

---

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Entrega de material promocional con el logo de la Reserva	\$500	3 meses

---

### **Campaña de publicidad en instituciones educativas**

---

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Charlas en las escuelas y colegios acerca de la importancia de los manglares y los medios de difusión actualmente existente.	\$0	3 meses
Cada mes se recibirá a grupo de estudiantes para realizar minga de limpieza	\$225	mensual

---

## Cronograma de actividades del plan de marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute

**Tabla 11:**

*Cronograma de actividades del plan de marketing de la Reserva Ecológica Manglares Churute*

Actividades	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes11	Mes 12
Community manager												
Fam trip												
Press trip												
Capacitaciones												
Implementación de bicicletas												
Charlas informativas												
Mingas												

## **Conclusiones**

- En el avance de esta investigación se pudo evidenciar cuales fueron las estrategias aplicada en el plan de manejo Reserva Ecológica Manglares de Churute.
- En cuanto al estudio de la demanda a partir del plan de manejo de 1996 de la Reserva Ecológica Manglares de Churute (plan de marketing turístico), se evidencia que las cifras han fluctuado de manera considerable debido a factores internos y externos del turismo, tales como la afluencia turística registrada a nivel de ingreso por las diferentes vías de acceso terrestre y aéreas, así como el desarrollo económico de los países que generan turismo emisor y la contribución directa del PIB.
- Por último, se plantea la actualización del Plan de Manejo Manglares Churute en el área de difusión turística, lo cual permita la dinamización y mejora del turismo en la Reserva, ya que contara con el apoyo de la comunidad.

## **Recomendaciones**

- Se deben crear proyectos culturales, ambientales y educativos ya que se cuenta con distintas entidades gubernamentales, lo cual servirá para invitar a las personas a los eventos.
- El plan de marketing propuesto debe socializarse con la comuna ya que las acciones estratégicas que se plantean como, capacitaciones, implementación de bicicletas, etc. son una buena alternativa para que la Reserva aumente la demanda de visitante, con el propósito de que se consolide estas ideas propuestas y que la comuna goce de beneficios económicos y sea una de las zonas más visitadas de la ciudad.
- Se puede recomendar también que durante el recorrido por la Reserva haya mayor señalización para los turistas, con el fin de proporcionar información sobre cada punto y otro.
- Este estudio servirá para futuros estudios y poder mejorar aún más el plan y de esa manera seguir actualizándose frente a los cambios que puedan surgir.



## Referencias Bibliográficas

Alex. (n.d.).

AlSaiyyad, N. (2013). *Consuming tradition, manufacturing heritage: global norms and urban forms in the age of tourism*. London; Routledge.

AlSaiyyad, N. (2013). *Consuming tradition, manufacturing heritage: global norms and urban forms in the age of tourism*. London: Routledge.

Araúz, & B. (2015). *Diseño de un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el Humedal La Segua, cantón Chone y Tosagua*. Calceta, Manabí: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Aveciallas, K. (2018). *Gestión del Ecoturismo y su relación con la experiencia del visitante de la Reserva Ecológica Manglares Churute en Ecuador*. Lima - Perú: Universidad Nacional Agraria La Molina.

Beroglio, O. J. (1993). *Introducción a la teoría general de los sistemas*. México: Editorial Limusa.

Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

Briassoulis, H., & Van Der Straaten, J. (. (2013). *Tourism and the environment: regional, economic, cultural and policy issues (Vol. 6)*. Berlin: Springer Science & Business Media.

El telégrafo. (2011, Septiembre 25). Comuneros protegen 49.377 hectáreas de manglar en el país.

Fernández. (2015). *El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad en el ámbito local. A Coruña*. . Universidade da Coruña.

- INEFAN, & Fundación Natura. (1999). *ambiente.gob.ec*. Retrieved from [ambiente.gob.ec:  
http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/20+PLAN+DE+MANEJO+CHURUTE.pdf/afc3a934-1b6c-443b-b790-b17dc0fd668f](http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/20+PLAN+DE+MANEJO+CHURUTE.pdf/afc3a934-1b6c-443b-b790-b17dc0fd668f)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Londres: Pearson Education.
- Lohman, & Panosso. (2012). *Teoría del turismo, conceptos, modelos y sistemas*. Trillas, México: Editorial Trillas.
- MAE. (2015). *Registro de Visitas Áreas Protegidas*. Ministerio del Medio Ambiente del Ecuador. Retrieved from <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/reporte-de-visitas#>
- Maitland, R., & Newman, P. (2014). *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. London: Routledge.
- Martinez, & Lopez. (2015). *Desarrollo de un plan de marketing para incrementar el turismo en el Telesforo*. Guayaquil: Universidad Laica "Vicente Rocafuerte de Guayaquil".
- Ministerio del Ambiente . (2011, Junio). *Ministerio del Ambiente*. Retrieved from [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec)
- Ministerio de Turismo. (2002, Diciembre 27). *Ministerio de Turismo*. Retrieved from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de turismo. (2017). *Turismo en cifras*. Retrieved from <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Ministerio del Ambiente. (2014). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Retrieved from [http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/sites/default/files/GUIA\\_PARQUES\\_20-2014.pdf](http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/sites/default/files/GUIA_PARQUES_20-2014.pdf)

- Ministerio del Ambiente. (2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Retrieved from Reporte de visitas: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/reporte-de-visitas#>
- Ministerio del Ambiente. (2017, Abril 12). *Código Orgánico del Ambiente*. Retrieved from <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/12/CODIGO-ORGANICO-DEL-AMBIENTE.pdf>
- Ministerio del Medio Ambiente . (2015). *ambiente.gob.ec*. Retrieved from [ambiente.gob.ec: http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5](http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5)
- Ministerio del Medio Ambiente . (s.f). *ambiente.gob.ec*. Retrieved from [ambiente.gob.ec: http://www.ambiente.gob.ec/Reserva-ecologica-manglares-churute/](http://www.ambiente.gob.ec/Reserva-ecologica-manglares-churute/)
- Moreno, G. (2007). *Introducción a la metodología de la investigación educativa II*. México: Editorial Progreso, S.A.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world* . London: Routledge.
- Msc. Manuel Antonio Zaquinaula. (n.d.). *Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico*. Chimborazo, Ecuador.
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*. London: Routledge.
- Nicolalde, & Rugel. (2014). *Plan de marketing ecologico para incrementar el impacto ambiental* . Ecuador-Guayaquil: Universidad Politecnica Salesiana .
- Ojeda, & Mármol. (2016). *Marketing turístico 2da. edición*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.

- OMT. (2016). *unwto.org*. Retrieved from unwto.org:  
<http://www2.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>
- OMT. (2018, Enero 15). *media.unwto.org*. Retrieved from media.unwto.org:  
<http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Pérez. (2016). *Análisis del turismo de compras como elemento tractor en el turismo de fin de semana de ciudad desde las claves del ocio humanista*. . El caso de bilbao (Doctoral dissertation, Universidad de Deusto).
- Pérez, J. &. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte*. San Vicente - Alicante: Club Universitario.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico Turístico Local*. Guayaquil, Ecuador: ESPOL.
- Rodriguez, G. G. (1996). *Metodología de Investigación Cualitativa*. Archidona - Málaga: Aljibe.
- Saltos, A. (2018). *Estrategias de marketing social para la playita Santa Marianita del Cantón Año 2018-2019*. (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. In M. Tamayo y Tamayo. México, D.F.: Editorial Limusa, S.A.
- (2011). *Tourism : principles, practices, philosophies*. In C. &. Goeldner. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. .
- Turtureanu, A. G. (2010). *Tourism Products Characteristics and Forms*. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 1(1).
- UNEG. (2017, 06 30). *Sistema turístico*. Retrieved 03 07, 2019, from <https://sistema-turistico.site123.me/teorías-del-sistema-turístico>

UNESCO . (2014 ). *Turismo entre la oportunidad y la amenaza*. Organizaciones de los Estados unidos para la educacion y la ciencia cultural .

Vela, M. (2017). *Plan de marketing para promover el ecoturismo y lograr incrementar el lujo de turistas naicoanles en Tarapoto* . Lima-Peru : Repositorio Academico USMP.

## Apéndices

### Apéndice A: Modelos de entrevistas



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

#### Entrevista a técnico

##### Razón social: Reserva Ecológica Manglares Churute

1. ¿Cuántas personas se encuentran laborando actualmente dentro de la Reserva Ecológica Manglares Churute?
2. ¿Horario de atención de la Reserva Ecológica Manglares Churute?
3. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?
4. ¿Cuáles son las mejores temporadas para visitar la Reserva?
5. ¿Cuáles son las indicaciones para turistas antes y durante la visita?
6. ¿Qué papel tiene la comunidad dentro de la Reserva?
7. ¿Cuántos guías son asignados y para qué número de turistas?
8. ¿Cómo se realiza la limpieza en distintas áreas de la Reserva?
9. ¿Qué acciones toman frente al daño ambiental al que se puede ver expuesta la Reserva?
10. ¿Es recomendable realizar Reservas antes de visitar el área protegida?
11. ¿Qué plan de manejo usan y porqué no se ha actualizado?



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Entrevista a Administrador y guardaparques**  
**Razón social: Reserva Ecológica Manglares Churute**

- 1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**
- 2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**
- 3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**
- 4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**
- 5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**
- 6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**
- 7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**
- 8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

**Apéndice B: Modelo de encuesta**

**ENCUESTA APLICADA A LOS RURISTAS DE LA RESERVA ECOLÓGICA  
MANGLARES CHURUTE**

**1.- Edad:**

**2.- Género:** M  F

**3.- Lugar de origen:** \_\_\_\_\_

**4. ¿Visita sitios naturales o áreas protegidas con frecuencia?** SI  O

**5. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?**

Cada fin de semana

Cada mes

Cada seis meses

Una vez al año

**6. ¿Ha visitado la Reserva Ecológica Manglares Churute anteriormente?**

SI  NO

**7. ¿Con quien realiza la visita a la Reserva?**

Familiares

Amigos

Sólo (a)

**8. ¿Motivo de visita a la Reserva?**

Investigación

Ocio

Aventura

Deporte



**9. ¿Atractivos que llamaron su atención?**

- Infraestructura**
- Flora y fauna**
- Información turística**
- Senderos**
- Manglares**
- Paisajes**
- Ríos y cascadas**

**10. ¿Actividades que necesita mejorar?**

- Infraestructura**
- Información turística**
- Gastronomía**
- Guianza**
- Otros**

**Mencione cuales:** \_\_\_\_\_

**11. Medios de comunicación por los cuales conoció la Reserva Ecológica Manglares**

**Churute**

- TV**
- Radio**
- Redes sociales**
- Internet**
- Otros**

**Mencione:** \_\_\_\_\_

**12. ¿Realiza su visita a la Reserva por medio de tour operadoras, agencias de viajes, personalmente?**

**Tour operadoras**   
**Agencias de viajes**   
**Personalmente**

**13. ¿Quisiera que se implementen medios de difusión electrónicos como redes sociales (Instagram, Facebook y Twiter) para dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Reserva, eventos que se realicen, etc.?**

**SI**  **NO**

**14. ¿Visitaría de nuevo la Reserva?** **SI**  **NO**

## **Apéndice C: Entrevistas**

### **Primera entrevista**

#### **Técnico de la Reserva Ecológica Manglares Churute: Lcdo. Rómulo Gainza**

##### **1.- ¿Cuántas personas se encuentran laborando actualmente dentro de la Reserva Ecológica Manglares Churute?**

Actualmente somos 21 personas trabajando dentro de la Reserva.

##### **2.- ¿Horario de atención de la Reserva Ecológica Manglares Churute?**

El horario de atención es de Lunes a Domingo de 8:50 a 17:00. Todo el año.

##### **3.- ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Mensualmente se reciben 100 turistas aproximadamente, los días más llenos son los fines de semana.

##### **4.- ¿Cuáles son las mejores temporadas para visitar la Reserva?**

En temporada de lluvias se forman cascadas que son de atracción para turistas nacionales, pero no tanto para internacionales debido a que la tierra es resbaladiza y tiende a ser poco estable, además los ríos aumentan su altura debido a las fuertes lluvias.

##### **5.- ¿Cuáles son las indicaciones para turistas antes y durante la visita?**

Antes

- Cero vandalismos: Es decir no tirar basura, hacer silencio, no molestar o perturbar a los animales que habitan la Reserva.
- Seguir indicaciones del guía.

Durante

- Seguir las normas de conducta dictadas por el guía.
- No desviarse o separarse del grupo.

##### **6.- ¿Qué papel tiene la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad es la proveedora de servicios. Estos son capacitados por medio del ministerio de turismo los cuales les brindan las herramientas necesarias para desenvolverse dentro del turismo en la zona.

En las escuelas y colegios de la zona llevan a cabo charlas de conciencia ambiental con dinámicas (títeres, películas). También a los pescadores les dan charlas de ordenamiento pesquero.

**7. ¿Cuántos guías son asignados y para qué número de turistas?**

Generalmente se direcciona 1 guía por cada 15 visitantes. Llevan a cabo una Metodología de Gestión del destino el cual conlleva un plan de manejo de áreas protegidas. Este se denomina ROVAP (Rango de Oportunidad para Visitantes En Áreas Protegidas) el cual consiste en llevar a cabo las políticas del área y educar a los turistas para que así se puedan respetar turnos, quiere decir que cuando un determinado grupo se encuentre en una zona el otro debe esperar a que este siga o se retire para poder avanzar. Esto debido a la capacidad de carga y los efectos a los que puede llevar si no se controlan debidamente.

**8. ¿Cómo se realiza la limpieza en distintas áreas de la Reserva?**

Generalmente todos los turistas son inspeccionados por sus guías a que no dejen desperdicios en la zona. Existen lugares a los que se puede tener acceso sin necesidad de un guía, pero eso no quiere decir que no se los va a inspeccionar. Normalmente un técnico visita las zonas para verificar que no exista ningún tipo de problema. En caso de ser así se retira al turista de la Reserva.

**9. ¿Qué acciones toman frente al daño ambiental al que se puede ver expuesta la Reserva?**

La Reserva cuenta con 50.000 hectáreas en las cuales existen camaroneras en su mayor parte. Estas son inspeccionadas cada semana para prevenir daños, pero en caso de haberlos se lleva a cabo la CIRCULACION DE AGUA un proceso que conlleva tiempo y personal, este trabajo es realizado por los guardaparques, en caso de llegar a necesitar de mayor personal intervienen la Dirección Provincial del Ambiente y Grupos de Apoyo.

**10. ¿Es recomendable realizar Reservas antes de visitar el área protegida?**

Normalmente existen tour operadoras que realizan viajes a la zona con paquetes turísticos ya planificados. Pero también se puede visitar de manera particular, pero en caso de requerir guía es recomendable realizar una Reserva con 1 día de anticipación utilizando cualquiera de los 2 métodos: Página web y contacto telefónico.

### **11. ¿Qué plan de manejo usan y por qué no se ha actualizado?**

Se usa el plan de manejo de 1998, se lo estaba actualizando pero lamentablemente por razones de que no se llegó a un acuerdo entre las autoridades encargadas no se llegó a actualizar el plan de manejo.

### **Segunda entrevista**

**Administrador de la Reserva: Biólogo Diego Rosado**

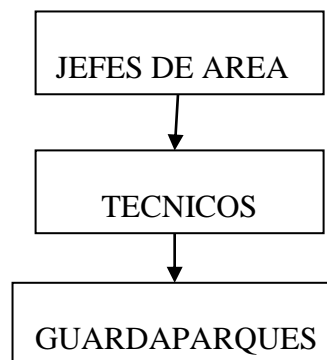
#### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

#### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

#### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



#### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

#### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual

deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, más que resultados es como una tarea que se ponen para todo el año con el fin de cumplir objetivos que al cabo de 5 años se registrarían en el PGOA en el cual se realizan matrices de seguimiento cuatrimestrales y de acuerdo a esas directrices se manejan y ejecutan actividades. Los programas que se manejan alineados con el PGOA son en el caso del uso público y turismo, SEPA, control y vigilancia, manejo de vida silvestre.

**Tercera entrevista**

**Guardaparques: Sr. Fortunato Solorzano**

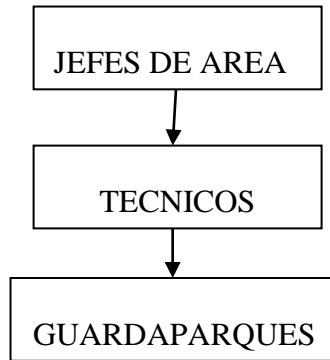
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona. Por medio de las charlas se puede organizar a la comunidad y se logra hacer que esta se involucre en las actividades de la Reserva.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Las labores de limpieza se realizan constantemente y las actividades de reforestación se realizan en invierno, los viveros se forman durante el verano para cultivar en invierno.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva, en años anteriores se repartían volantes en la ciudad de Guayaquil. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing, debería de haber uno para poder atraer más turistas.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, resultados en sí sigue lo mismo, por lo que sí sería necesario que se actualice.

**Cuarta entrevista**

## **Guardaparques: Sr. Carlos Torres**

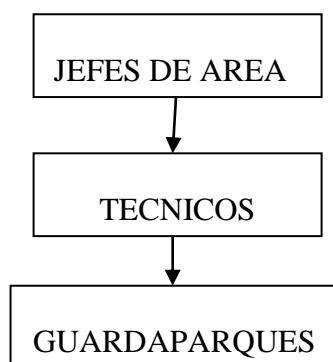
### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 80 turistas mensualmente

### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo. Cuando hay contaminación en ríos se realiza trabajos de extracción de residuos para los cuales deben trabajar muchas personas.

### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**



El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios como instagram y twitter que son los más usados actualmente y por medio de los cuales pueden compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, más que resultados es como una tarea que se ponen para todo el año con el fin de cumplir objetivos que al cabo de 5 años se registrarían en el PGOA en el cual se realizan matrices de seguimiento cuatrimestrales y de acuerdo a esas directrices se manejan y ejecutan actividades. Los programas que se manejan alineados con el PGOA son en el caso del uso público y turismo, SEPA, control y vigilancia, manejo de vida silvestre.

**Quinta entrevista**

**Guardaparques: Carlos Vivas**

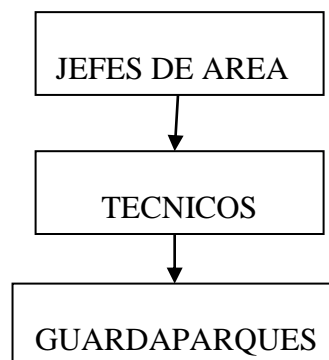
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente, casi 2000 anualmente a veces sube y baja la demanda.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



#### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

#### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

#### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

#### **7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

#### **8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, se han formulado nuevas normativas que han ido procurando no afectar al medio ambiente del área, pero si sería necesario que las autoridades como el ministerio de ambiente se pongan de acuerdo y reformulen totalmente el plan de manejo siempre y cuando se cuide las normativas que han aportado hasta ahora.

### **Sexta entrevista**

**Guardaparques y guía: Ing. Simón Peñafiel**

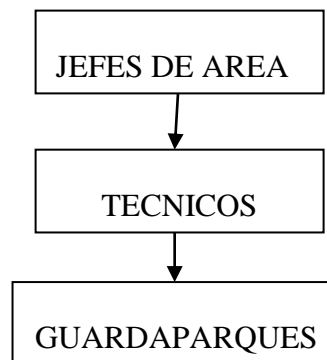
#### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente, yo soy encargado más que todo de los turistas internacionales.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos, venta de agua, bisutería, comida para comodidad de los turistas que es lo más tradicional de esta zona.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La limpieza es constante ya que no se puede tener un área protegida descuidada porque deteriorarían el medio ambiente y los turistas no apreciarían los atractivos del lugar.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar. Proyectos turísticos en sí no.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información y atraer turistas de otras nacionalidades.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Al momento el plan de manejo aporta en referencia a los trabajos de cuidado y protección, pero en sí el turismo debe mejorar en manejo de redes sociales y página web porque es lo que más se usa en la actualidad.

**Séptima entrevista**

**Guardaparques**

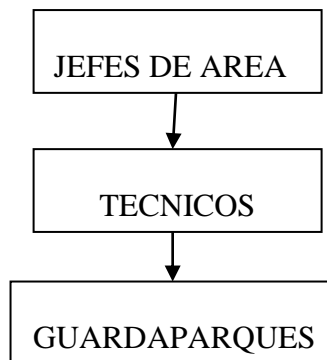
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona, aunque hace falta mucho por hacer para que se integren a las actividades de cuidado y reforestación.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook, pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, por medio de este se rigen para realizar sus labores, pero si se debe actualizar frente a los cambios que existen en la actualidad.

**Octava entrevista**

**Guardaparques**

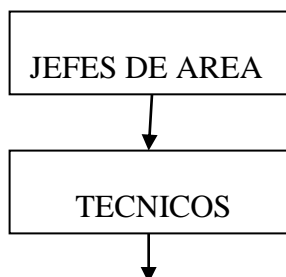
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. En cuanto a proyectos turísticos no llevan a cabo alguno en particular por lo que se manejan con operadoras turísticas las cuales tren turistas a disfrutar.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Novena entrevista**

**Guardaparques**

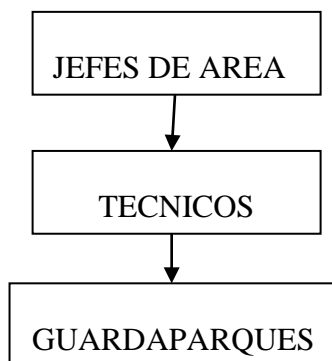
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Menos de 100.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se interesa más por actividades pesqueras como recolección de cangrejos, captura de peces.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno porque en verano se prepara todo lo necesario.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Proyectos de reforestación y charlas.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima entrevista**

**Guardaparques**

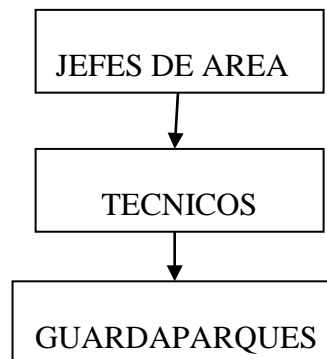
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Más de 100 no se reciben, en feriados es donde más se acercan turistas.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad ayuda con la limpieza, pero es más dedicada a la pesca y agricultura.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Creando viveros con anterioridad para en caso de catástrofes actuar y poder reforestar las áreas afectas, en caso del río se realiza limpieza con la ayuda de autoridades capacitadas.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Reforestación y charlas.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima primera entrevista**



## **Guardaparques**

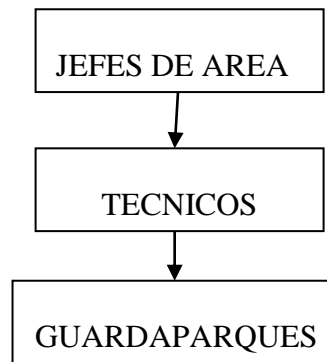
### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100.

### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Reforestación, limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Reforestación y charlas a comunidad, y jóvenes de la zona en escuelas y colegios.

### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook.

### **7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing pero si debería haber uno porque en realidad falta mucho por atraer turistas.

### **8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

## **Décima segunda entrevista**

### **Guardaparques**

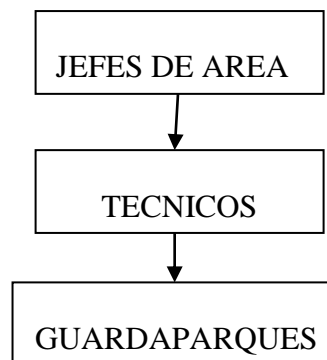
#### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

#### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas como venta de alimentos y productos manuales, también en la pesca de cangrejos y peces que es lo más tradicional de esta zona.

#### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



#### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Se realizan en conjunto con estudiantes universitarios y voluntarios de la zona se realizan viveros para posteriormente integrarlos en zonas afectadas por incendios.

#### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Reforestación en zonas afectadas.

#### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook de la Reserva y twitter del MAE.

#### **7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing, pero es muy necesario ya que no hay mucha visita de turistas.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, resultados en sí no se ven sino que es como una tarea que se va acumulando.

**Décima tercera entrevista**

**Guardaparques**

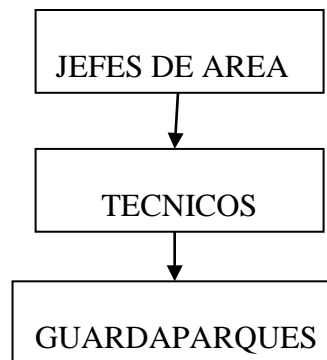
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Menos de 100.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

Actividades gastronómicas, comercio y recolección de moluscos en el manglar.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Limpieza en cascadas en caso de que turistas hayan dejado desechos, limpieza total del manglar y reforestación con viveros previamente desarrollados.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Charlas en instituciones educativas.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing pero es necesario que realicen uno pronto.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima cuarta entrevista**

**Guardaparques**

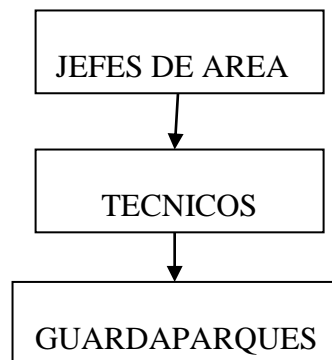
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente, pero en feriados se reciben unos 200.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas como venta de comida, comercio de manualidades, pesca y agricultura.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

En conjunto con estudiantes y voluntarios se cuida que los viveros se encuentren en perfecto estado para poder trabajar con las áreas afectadas.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante. Proyectos turísticos no tengo razón de ello.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima quinta entrevista**

**Guardaparques**

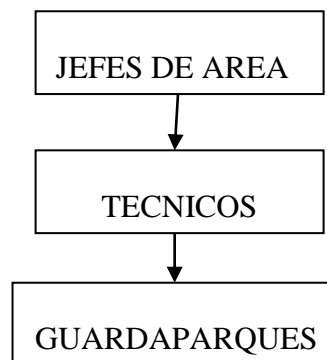
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100 turistas mensualmente

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima sexta entrevista**

**Guardaparques**

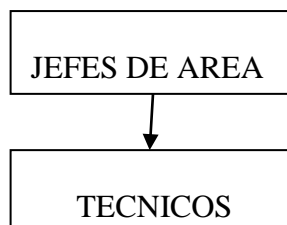
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

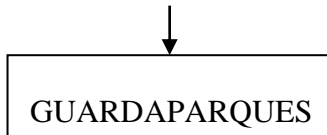
Más de 100 no se reciben, pero en feriados se recibe más o menos 200.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos y peces.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**





**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno con viveros preparados con anterioridad y usados al momento de los trabajos.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Proyectos de reforestación y charlas a la comunidad.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook funciona como el único medio de difusión.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima séptima entrevista**

**Guardaparques**

**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

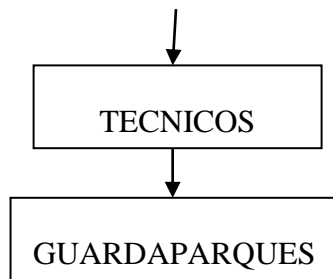
No se reciben más de 100 turistas mensualmente

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

En el comercio de gastronomía, productos nativos, venta de cangrejos y peces.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**





**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de áreas afectadas por incendios se realiza en invierno con viveros previamente diseñados en verano y en los ríos se trabaja con mallas que recolectan residuos de desechos en caso de manchas de petróleo, gasolina y combustible.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Proyectos de reforestación de áreas y charlas a la comunidad.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing, pero es muy necesaria la creación de uno actualmente.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Décima octava entrevista**

**Guardaparques**

**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

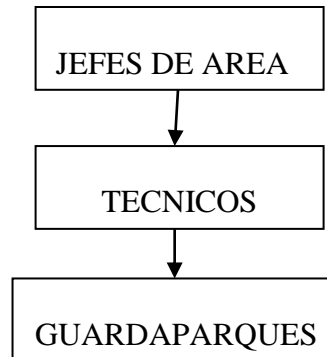
No se reciben más de 100 turistas, pero en feriados si se reciben al menos 200.



## **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos y demás mariscos que es lo más tradicional de esta zona.

## **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



## **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno y limpieza de ríos en caso de contaminación por residuos de combustible.

## **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales dentro de la Reserva para dar a conocer la importancia por la cual deben apoyar en esta labor tan importante.

## **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

El único medio de difusión actualmente es Facebook por medio del cual se publican fotos de la Reserva. Pero pienso que si es necesario crear otros medios por los cuales compartir información.

## **7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing, pero sí debería haber uno.

## **8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

## **Décima novena entrevista**

### **Guardaparques**

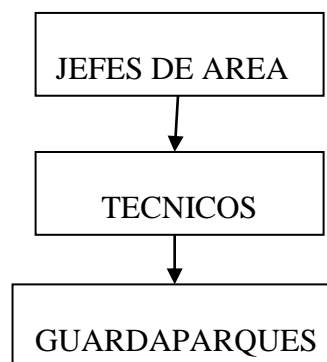
#### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

No se reciben más de 100.

#### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

Gastronomía, comercio, agricultura, pesca.

#### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



#### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

Cuidado y limpieza de de río, cascadas. Reforestación de áreas con viveros previamente diseñados.

#### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Actualmente se llevan proyectos de reforestación y charlas en escuelas, colegios y centros comunales.

#### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook.

#### **7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

Es muy necesario que diseñen uno porque lamentablemente no hay y eso provoca que muchas personas no conozcan la Reserva.

#### **8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

## **Vigésima entrevista**

### **Guardaparques**

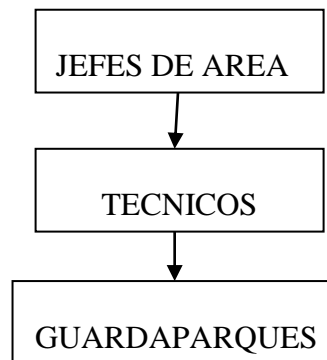
#### **1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Menos de 100 las cifras aumentan en feriado.

#### **2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

Gastronomía, comercio de mariscos y productos de la zona.

#### **3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



#### **4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación de lugares afectados ya sea por incendios forestales o cualquier otro deterioro ambiental se realiza en invierno, es decir en verano se preparan los viveros con plantas autóctonas de la Reserva para no alterar la naturaleza. Se realizan labores de limpieza normalmente en conjunto con estudiantes universitarios, bomberos y voluntarios que se suman al apoyo.

#### **5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Proyectos de reforestación y charlas comunales.

#### **6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook es el único medio de difusión.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

**Vigésima primera entrevista**

**Guardaparques**

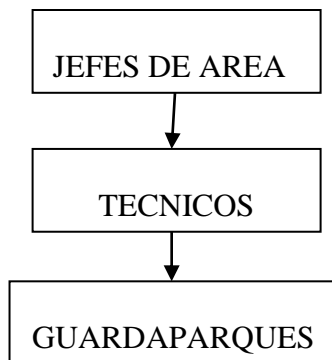
**1. ¿Cuántos turistas reciben mensualmente?**

Menos de 100 en temporadas bajas.

**2. ¿Qué papel juega la comunidad dentro de la Reserva?**

La comunidad se encuentra inmersa en las actividades turísticas, también en la pesca de cangrejos que es lo más tradicional de esta zona.

**3. ¿Cuál es la estructura organizacional de la Reserva?**



**4. ¿Cómo se realizan las labores de limpieza y reforestación?**

La reforestación a través de viveros en invierno y en ríos y cascadas se realiza con frecuencia.

**5. ¿Qué proyectos llevan a cabo actualmente dentro de la Reserva?**

Proyectos de reforestación y charlas educativas para conservar la Reserva.

**6. ¿Cuáles son los medios de difusión con los que cuenta la Reserva actualmente para su promoción?**

Facebook.

**7. ¿Cuentan con un plan de marketing actualizado?**

No se cuenta con plan de marketing.

**8. ¿Qué plan de manejo usan y qué resultados se han notado hasta la actualidad?**

Se usa el plan de manejo de 1998, la tarea es realizarlos todos los años y cada cinco volverlo a escribir en el PGOA para poder mejorar las metas.

## Apéndice D: Resultado de observaciones

### OBSERVACIÓN

• Durante mis visitas a la reserva pude apreciar que los turistas no llegan hasta las oficinas administrativas, esto porque no existen suficientes indicaciones por medios electrónicos. Por ejemplo la entrada más conocida es la de La Flora al cual es un sendero al cual se puede ingresar por medio de vehículos y llegar al manglar. En mi primera visita realizada el día 10/12/2018 todos los trabajadores ya se encontraban dispersos en sus respectivas áreas de trabajo, algo que si quiero acotar y que se tenga en cuenta es que al ingresar por La Flora no hay señalización que indique que es un área protegida o que es parte de la Reserva Ecológica Manglares Churute. Pero por dentro del manglar si cuenta con todas las señalizaciones que deben ser utilizadas para que los turistas se sientan seguros.

Otra de mis observaciones es que existen muchas mosquitos lo cual hace que los turistas no quieran acudir a la reserva más en temporada de invierno.

• En mi segunda visita el día 28/10/2019 pude entrevistar a más trabajadores de la reserva me pude dar cuenta que se encuentran debidamente capacitados para realizar este trabajo, pero las instalaciones son un poco simples a que me refiero con esto a que no cuentan con sillas para el público que le que a visitar las oficinas.

• Al cruzar el río Churute en mi tercera visita me pude dar cuenta que los trabajos de limpieza realizados por los guardaparques si han dado fruto porque el agua se encuentra en excelentes condiciones, es decir no está sucia, no tiene basura, pero la maleza crece muy rápido en temporada invernal lo cual hace que se convierta en un nido de mosquitos como había mencionado anteriormente.

• Encanto a medios digitales me da cuenta que a la Reserva Ecológica Manglares Churute le falta mucho por actualizarse en cuanto a redes sociales ya que la única red es Facebook, pero actualmente existen más redes como twitter e Instagram por las cuales se pueden dar a conocer y de esa manera atraer más turistas y mejorar sus servicios.

## Apéndice E: Oficio dirigido y recibido por el Ministerio de Ambiente

Guayaquil, 26 de Noviembre del 2018.

Biólogo,

Nelson Zambrano

Sub Secretario de Gestión Marino y Costera

ASUNTO: Solicitud de información para trabajo de titulación.

Cordial Saludo,

Por medio de la presente solicito a usted que me brinde información acerca de la Reserva Ecológica Manglares Churute, esto como parte de mi tesis o trabajo de titulación. Debido a que necesito información actual que me ayude a desarrollar mi trabajo.

Razón por la cual espero contar con su autorización para poder reunirme con usted el día Lunes 26 o Martes 27 a partir de las 14:00 pm.

Atentamente,



Arianna Sánchez Rivas

Estudiante Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
Facultad de Especialidades Empresariales  
*Urb. El Estero*  
Ing. G.E.I. María Belén Salazar Espinosa Mge.  
DIRECTORA  
CAMERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS





MINISTERIO DEL AMBIENTE

Documento No. : MAE-SGMC-2018-1026-E  
Fecha : 2018-11-26 16:12:04 GMT -05  
Recibido por : Bertha María Vera Heras  
Para verificar el estado de su documento ingrese a  
<https://www.gestiondocumental.gob.ec>  
con el usuario: "0932095607"

2068521 ext 109

Sr. Gerente



**Apéndice F: Fotografías de entrevistas y visitas en la Reserva**

**Figura B 1: Entrada a la Reserva**



**Figura B 2: Flora y fauna de la Reserva**



**Figura B 3: Servicios higiénicos de la Reserva**



**Figura B 4: Oficinas administrativas**





**Figura B 5: Mapa de la Reserva**



**Figura B 6: Vía hacia la sala de conferencias**



**Figura B 7: Mapa de la Reserva**



**Figura B 8: Lcdo. Rómulo Gainza, técnico**



**Figura B 9: Encargado de viveros. Sr.Fortunato Solorzano**



**Figura B 10: Sr. Carlos Torres, guardaparques**





**Figura B 11: Ing. Simón Peñafiel, Guía**



**Figura B 12: Ing. Carlos Vivas, guardaparques**



**Figura B 13: Realizando encuestas a turistas**



**Figura B 14: Muelle de la Reserva**





Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Sánchez Rivas Arianna Mishelle**, con C.C: # 0932095607, autora del trabajo de titulación: **Propuesta de Actualización del Plan de Marketing Turístico para la Reserva Ecológica Manglares Churute**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de marzo del 2019

---

Sánchez Rivas Arianna Mishelle

C.C: 0932095607





## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta de Actualización del Plan de Marketing Turístico para la Reserva Ecológica Manglares Churute.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Arianna Mishelle Sánchez Rivas		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. Mirtha Leonor Mora Verdesoto Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	19 de marzo del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	132
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tendencias actuales del mercado turístico; turismo consciente y sostenible; proyectos para la inclusión económica, social e interculturalidad.		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Marketing digital, marketing turístico, turismo comunitario, plan de manejo, redes sociales.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente proyecto propone la presentación de un plan de marketing actualizado para la Reserva Ecológica Manglares Churute, ubicada en Naranjal perteneciente a la provincia del Guayas, la cual se encuentra con un plan de visitas turísticas no satisfactorio en los actuales momentos. La investigación se realiza dentro del área protegida y para poder llevar a cabo la misma se recabó mucha información tanto de fuentes primarias como secundarias, es decir, entidades gubernamentales, diarias, páginas web certificadas, documentación fidedigna y además entrevistas, encuestas y observación directa de los datos.</p> <p>Luego del estudio y de llegar a concluir lo que estaba sucediendo, se decidió proponer entonces un plan de mejoramiento para el actual plan de marketing de la Reserva, el cual se basa principalmente en el uso de redes por parte de la administración de la Reserva, ya que actualmente no cuentan con un plan de manejo actualizado desde el año 1998 en el cual fue puesto en marcha el plan de manejo vigente. Con este plan se busca principalmente fomentar el uso de redes para promoción turística del área protegida porque cabe recalcar que hace unos años atrás cuando se puso en vigencia este plan las redes sociales no existía y de esta manera se espera no solo la afluencia de visitantes a la Reserva Ecológica Manglares Churute sino que también la comunidad residente se sienta parte de esta y ayudar a la conservación del área brindando así una mejor calidad en cuanto a actividades turísticas dentro de la Reserva.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2185625/ 0989032453	E-mail: ariannas505@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Salazar Raymond María Belén</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			