



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

**Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

Proyecto De Titulación Previo a la Obtención del Título de:

Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO Y PROMOCION TURISTICA
DEL CANTON SAN VICENTE COMO MEDIO EFECTIVO PARA EL
MEJORAMIENTO ECONOMICO Y SOCIAL DE LOS POBLADORES DE
LA ZONA”.**

PRESENTADO POR:

Claudio Federico Manrique Mera

DIRECTOR DE TESIS:

Ingeniera Vanessa Ponce

Guayaquil, 28 de Diciembre del 2012

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida, fortalecer mi espíritu de lucha y de a poco lograr las metas que me propuse en mi vida, brindándome su incondicional amor y bondad.

A mi Madre, por haberme apoyado a lo largo de mi vida, sus consejos, su espíritu luchador, su entrega, pasión, por haberme brindado su comprensión y paciencia.

A mi Tía Margarita, por estar siempre pendiente y preocuparse por mi futuro, la cual ha sido también una pieza fundamental que motivo mi vida a superarme y buscar ser un hombre de bien.

Mis amigos, de toda la vida y los nuevos que encontré en mi camino, con quienes he compartido mis alegrías y tristezas, aquellos amigos quienes con su granito de arena me impulsaron a seguir adelante sin importar los altibajos de la vida.

A mis profesores, Luis Linch, Eduardo Guzmán y Shirley Segura quienes con su conocimiento supieron guiarme en este proyecto de graduación.

DEDICATORIA

A mis Abuelos, Manuel Mera y Cristina Castañeda, por haberme enseñado con su humildad los valores de la vida, su crianza, su espíritu de superación, dedicación, amor y entrega que tenían conmigo preocupándose por mi bienestar infinitamente.

A mi hija, Danna Valentina Manrique Contreras, mi pedacito de cielo y princesita quien es mi razón de vivir ese motor que me impulsa a crecer para su propio bienestar.

Claudio Manrique Mera



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante **MANRIQUE MERA CLAUDIO FEDERICO** como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:

Ing. José Medina Crespo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN

Claudio Federico Manrique Mera

DECLARO QUE:

Claudio Federico Manrique Mera

El proyecto de grado denominado **“Plan integral de desarrollo y promoción turística del Cantón San Vicente como medio efectivo para el mejoramiento económico y social de los pobladores de la zona.”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

EL AUTOR

Guayaquil, 28 de diciembre del año 2012

EL AUTOR

Claudio Federico Manrique Mera

INTRODUCCIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

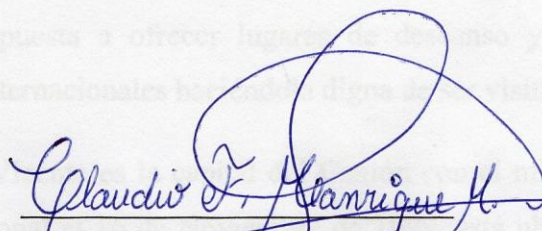
AUTORIZACIÓN

Claudio Federico Manrique Mera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: “plan integral de desarrollo y promoción turística del Cantón San Vicente como medio efectivo para el mejoramiento económico y social de los pobladores de la zona” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 28 de diciembre del año 2012

EL AUTOR



Claudio Federico Manrique Mera.

INTRODUCCION

Nuestro país se convierte cada año en un extraordinario atractivo turístico para el mundo, exponiendo cuatro maravillosas regiones únicas en Latinoamérica las cuales ofrece un sinnúmero de paisajes, culturas, gastronomía y actividades, todo esto delimitado en un mismo territorio para todo tipo de turista que quiera experimentar y conocer nuestras raíces y orígenes, nuestra calidad humana e identidad, logrando así un crecimiento personal como seres humanos, como objetivo principal para todo aquel que quiera conocer y disfrutar de nuestro pequeño país pero con un gran corazón. Tal como dijo el Ministro de Turismo Freddy Ehlers en su entrevista a El Ciudadano del 22 de abril del 2012, “Ecuador es un mundo por descubrir, pues en comparación con otros países apenas ha desarrollado el 15% de su turismo.”. El Turismo en si llega a posicionarse cada año entre los principales generadores de ingresos de divisas por lo que es necesario seguir en este constante y arduo trabajo de mantener firme y constante esta aportación para el desarrollo del país.

La provincia de Manabí posee un sinnúmero de atractivos turísticos naturales, gastronómicos, arqueológico, aventura, cultural y ecológico, Manabí tienen como objetivo primordial aportar la evolución integral de los individuos, incentivando así su crecimiento económico y social proporcionando descanso y diversión. El Cantón San Vicente es uno de los 22 cantones perteneciente a esta provincia costera formando parte de esta esplendorosa actividad turística con 33Km de playa que poco a poco va ganando terreno, queriendo entrar en la competencia turística nacional, dispuesta a ofrecer lugares de descanso y recreación para turistas nacionales e internacionales haciéndola digna de ser visitada.

La ciudad de San Vicente es la capital del Cantón con el mismo nombre que tiene como fecha cantonal el 16 de Noviembre de 1999, está ubicada al norte de Manabí en la ruta E-15 del pacífico con una población de 22.025 habitantes aproximadamente, está conformada por parroquias y pequeños recintos bañada por el mar, rodeada de bellas colinas, hermosos paisajes y estuario. La actividad de gran importancia es la ganadería ya que podemos encontrar grandes haciendas con siembras de pasto para alimentar a los bovinos. La agricultura es otra de las

actividades principales como lo son el cultivo de aguacate, algodón, maíz, cereza, grosellas, habas, limón, mandarina, melón, naranja, papaya y mango. La pesca y el comercio son también actividad influyente en el desarrollo económico de la ciudad.

Como actividades turísticas San Vicente ofrece extensas y bellas playas y una exquisita gastronomía y una variedad de platos típicos como lo son el viche de cangrejo, viche de Mapara, el arroz con concha y el conocidísimo ceviche interoceánico que está elaborado con 14 tipos de mariscos. Aquí se puede encontrar diferentes tipos de artesanías elaborados de materiales naturales como escamas de pescados, papel reciclado, granillo de conchilla y arena, mate, coco o sapan. El Turismo Aventura como lo son alas delta, parapente, surf, ski acuático; los mismos que son muy practicados por jóvenes en las playas aledañas a la ciudad. Además, sus distintos días festivos y actividades religiosas como lo son la procesión por el estuario a bordo de la gabarra botes y pesqueros en honor a la virgen del Carmen, también la Fiesta de San Vicente de Ferrer que se celebra el 5 de abril, es una procesión que empieza desde Portovelo hasta el muelle de la ciudad donde se ofrece una misa. Visitar la Isla Corazón con una extensa variedad de más de 60 tipos de aves que podrán apreciar navegando en las canoas a través de los manglares.

La ciudad de San Vicente cuenta con una amplia gama de actividades para ofrecer, convirtiéndola así en una zona de alta demanda turística, la humildad de su gente y ganas de superación pueden lograr un crecimiento socio-económico y ubicarse entre los principales destinos a nivel nacional e internacional.

Tabla de Contenido

CAPITULO I

1.1 SITUACION PROBLEMICA.....	20
1.2 JUSTIFICACION	22
1.3 OBJETIVO GENERAL	24
1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS	24
1.5 MARCO REFERENCIAL	25
1.5.1 Estudios Previos	25
1.6 MARCO TEORICO.....	27
1.7 MARCO CONCEPTUAL.....	29
1.7.1 Mercado Turístico	29
1.7.2 Demanda Turística	29
1.7.3 Oferta Turística	29
1.7.4 Marketing Turístico.....	29
1.7.5 Sostenibilidad y/o Desarrollo Sostenible.....	30
1.7.6 Turismo Sostenible.....	30
1.7.7 Ecoturismo	31
1.7.8 Turismo Comunitario	31
1.7.9 Planificación Turística.....	32
1.7.10 Turismo Sol y Playa	32
1.8 METODOLOGIA	33
1.8.1 Método de Investigación	33
1.8.2 Diseño de la Investigación	33
1.8.2.1 <i>Enfoque Cuantitativo</i>	33
1.8.2.2 <i>Enfoque Cualitativo</i>	33
1.8.3 Tipo de Investigación	34
1.8.4 Técnicas de Investigación	34

CAPITULO II

2. ELABORACIÓN DEL DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN.....	35
2.1 Objetivos.....	35
2.2 ENTORNO TERRITORIAL.....	35
2.2.1 Ubicación	35
2.2.2 Superficie	35

2.2.3 Hidrografía	36
2.2.4 Clima.....	36
2.3 ANALISIS DE LA SITUACION TURISTICA	36
2.3.1 Inventario de Atractivos	36
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA LOCAL	49
2.4.1 Oferta Hotelera San Vicente.....	49
2.4.2 Oferta Hotelera Canoa.....	54
2.4.3 Oferta Hotelera de Briceño.....	79
2.4.4 Restaurantes en San Vicente.....	80
2.4.5 Restaurantes en Canoa.....	85
2.4.6 Restaurantes de Briceño	85
2.4.7 Deporte y Ocio	89
2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	89
2.5.1 Información Cuantitativa.....	89
2.5.2 Información Cualitativa.....	90
2.6 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS QUE POSEE EL CANTÓN	91
2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	91
2.8 NECESIDADES TÉCNICAS REQUERIDAS POR SUS HABITANTES	92
CAPITULO III	
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	92
3.1 Tipo de Investigación de Mercado	93
3.2 Universo.....	93
3.3 Muestra	93
3.4 Tipo de Muestreo	93
3.5 Determinación del tamaño de la muestra.....	94
3.6 Encuesta	95
3.7 Entrevista al Director del Departamento de Turismo y Ambiente	108
3.8 Focus Group para obtener información sobre el desarrollo turístico de la ciudad de San Vicente.	112
3.9 Conclusión	116
CAPITULO IV	
4. FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICA.....	117
4.1 Identidad única del Cantón.....	118
4.1.1 <i>Proyección de la Identidad</i>	118

4.2 Áreas de Acción	118
4.3 Propuesta	119
4.3.1 Programa de Capacitación	119
4.3.2 Plan de Marketing Turístico	123
4.3.3 Alternativas de Acción Turísticas.....	130
4.4 Cronograma de Actividades	135
CAPITULO V	
5. EVALUAR IMPACTOS ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL CON INICIATIVAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN	136
5.1 Objetivo de Análisis de Impactos	136
5.2 Impacto Ambiental.....	136
5.3 Impacto Económico	139
5.4 Impacto Social (Cultural)	139
5.5 Presupuesto de la Investigación.....	142
5.6 Costo de Aplicación de Proyecto.....	142
5.6.1 Mejoramiento Pagina Web	143
5.6.2 Costo de Difusión en Televisión	143
5.7 Conclusiones	144
Bibliografía	
ANEXO 1	
ANEXO 2	
ANEXO 3	
ANEXO 4	
ANEXO 5	

Índice de Tablas

Tabla # 1. Detalle Hostal L' Arenal San Vicente.....	Pág. 30
Tabla # 2. Detalle Hotel Vacaciones San Vicente.....	Pág. 31
Tabla # 3. Detalle Hostal del Mar San Vicente.....	Pág.31
Tabla # 4. Detalle Hotel Alcatraz	Pág. 32
Tabla # 5. Detalle Hostal Rosa de los Vientos.....	Pág. 32
Tabla # 6. Detalle Hostal Los Guayacanes.....	Pág. 33
Tabla # 7. Detalle Hotel Toronto.....	Pág. 33
Tabla # 8. Detalle Hotel El Velero.....	Pág. 34
Tabla # 9. Detalle Hostería Monte Mar.....	Pág. 34
Tabla # 10. Detalle Hostal El Marinero In.....	Pág. 35
Tabla # 11. Detalle Hostal Bambú.....	Pág. 35
Tabla # 12. Detalle Hostal País Libre.....	Pág. 36
Tabla # 13. Detalle Hostal La Casa de Génesis.....	Pág. 36
Tabla # 14. Detalle Cabaña La Isla.....	Pág. 37
Tabla # 15. Detalles Hostal Shangri – La.....	Pág. 37
Tabla # 16. Detalle Hostería Sol del Río.....	Pág. 38
Tabla # 17. Detalle Hostal Macondo.....	Pág. 38
Tabla # 18. Detalle Hostal El descanso de Belén.....	Pág. 39
Tabla # 19. Detalle Hostal Sebastián.....	Pág. 39
Tabla # 20. Detalle Hotel Sharit.....	Pág. 40
Tabla # 21. Detalle Hostal Katuska.....	Pág. 40
Tabla # 22. Detalle Hospedaje Canoa Atopa.....	Pág. 41

Tabla # 23. Detalle Hostal EL Jardín.....	Pág. 41
Tabla # 24. Detalle Hostal Canoa.....	Pág. 42
Tabla # 25. Detalle Cabaña Baja Beach.....	Pág. 42
Tabla # 26. Detalle Hostal Palacio del Sol.....	Pág. 43
Tabla # 27. Detalle Hostal Mateo.....	Pág. 43
Tabla # 28. Detalle Hostal Camaleón.....	Pág. 44
Tabla # 29. Detalle Cabaña Cuyabeno.....	Pág. 44
Tabla # 30. Detalle Hostal San Andrés.....	Pág. 45
Tabla # 31. Detalle Hostal Vista Hermosa.....	Pág. 45
Tabla # 32. Detalle Hostal Shelmar.....	Pág. 46
Tabla # 33. Detalle Cabaña Rutas del Sol.....	Pág. 46
Tabla # 34. Detalle Hostal Playa Azul.....	Pág. 47
Tabla # 35. Detalle Hostal Canoa'sInn.....	Pág. 47
Tabla # 36. Detalle Hostal Amalur.....	Pág. 48
Tabla # 37. Detalle Hotel Royal Pacific.....	Pág. 48
Tabla # 38. Detalle Hotel Mediterráneo.....	Pág. 49
Tabla # 39. Detalle Hostal Canoa Mar.....	Pág. 49
Tabla # 40. Detalle Hotel La Vista.....	Pág. 50
Tabla # 41. Detalle Hostal Coco Loco.....	Pág. 50
Tabla # 42. Detalle Hotel Olmito.....	Pág. 51
Tabla # 43. Detalle Hostal El atardecer.....	Pág. 51
Tabla # 44. Detalle Hostal Estrella de Mar.....	Pág. 52

Tabla # 45. Detalle Hotel Canoa'sWonderland.....	Pág. 52
Tabla # 46. Detalle Hotel Andrómeda.....	Pág. 53
Tabla # 47. Detalle Hostal Baloo.....	Pág. 53
Tabla # 48. Detalle Hostería Canoa.....	Pág. 54
Tabla # 49. Detalle Hostal Lalo Beach.....	Pág. 54
Tabla # 50. Detalle Hostal La Caída del Sol.....	Pág. 55
Tabla# 51. Detalle Hostal Mirador.....	Pág. 55
Tabla # 52. Detalle Cabaña Tronco Camping.....	Pág. 56
Tabla # 53. Detalle Cabaña Camping Iguana.....	Pág. 56
Tabla # 54. Detalle Hostería La Posada de Daniel.....	Pág. 57
Tabla # 55. Detalle Hostal El Rocío.....	Pág. 57
Tabla # 56. Detalle Cabaña Mana In.....	Pág. 58
Tabla # 57. Detalle Hotel Sol y Luna.....	Pág. 58
Tabla # 58. Detalle Cabaña Mar y Paz.....	Pág. 59
Tabla # 59. Detalle Cabaña Coconut.....	Pág. 59
Tabla # 60. Detalle Hostal Briceño Mar.....	Pág. 60
Tabla # 61. Detalle Hostal Azul.....	Pág. 60
Tabla # 62. Detalle Restaurant La Roca.....	Pág. 61
Tabla # 63. Detalle Restaurant Sol y Mar.....	Pág. 61
Tabla # 64. Detalle Restaurant Asadero Súper Pollo.....	Pág. 62
Tabla # 65. Detalle Restaurant Brisa Marina.....	Pág. 62
Tabla # 66. Detalle Restaurant El Colorado.....	Pág. 62

Tabla # 67 Detalle Restaurant El Edarpi.....	Pág. 63
Tabla # 68 Detalle Restaurant Sabor criollo.....	Pág. 63
Tabla # 69. Detalle Restaurant Mi Pollazo.....	Pág. 63
Tabla # 70. Detalle Restaurant Mi Gallito.....	Pág. 64
Tabla # 71. Detalle Bar Restaurant Miguelon.....	Pág. 64
Tabla # 72. Detalle Restaurant Petiso.....	Pág. 64
Tabla # 73. Detalle Bar Restaurant The People.....	Pág. 66
Tabla # 74. Detalle Briceño Bar Restaurant.....	Pág. 66
Tabla # 75. Detalle Restaurante el Cangrejo azul.....	Pág. 66
Tabla # 76. Detalle Cabaña Restaurant La caída del Sol.....	Pág. 67
Tabla # 77. Detalle Restaurant Voluntad de Dios.....	Pág. 67
Tabla # 78. Detalle Restaurant Delicias del Mar.....	Pág. 67
Tabla # 79. Detalle Restaurant Playa Mar.....	Pág. 68
Tabla # 80. Detalle Restaurant Jormar.....	Pág. 68
Tabla # 81. Detalle Restaurant Bella.....	Pág. 68
Tabla # 82. Detalle Restaurant Brisas del Mar.....	Pág. 69
Tabla # 83 . Movimiento de Pasajeros vuelos nacionales Ato JJO.....	Pág. 74
Tabla # 84. Participantes FocusGroup.....	Pág. 93
Tabla # 85 Evaluación y Control Plan de Marketing.....	Pág. 109
Tabla # 86. Plan de Mejora del servicio de Transporte Publico.....	Pág. 111
Tabla # 87. Mejora de la señalización turística viaria.....	Pág. 111
Tabla # 88. Mejora de la señalización temática en lugares de	Pág. 112

Tabla# 89 Mejora de la Accesibilidad de los Recursos Turísticos.....	Pág. 112
Tabla# 90 Favorecer el establecimiento de tiendas.....	Pág. 113
Tabla# 91 Elaboración de un Manual de Calidad para pequeños.....	Pág. 113
Tabla # 92 Programa de Formación Permanente.....	Pág. 114
Tabla # 93. Cronograma actividades Hoteles y Restaurantes.....	Pág. 115
Tabla #94. Impacto Ambiental por parte de los visitantes.....	Pág. 118
Tabla # 95. Impacto Ambiental por parte de los gestores.....	Pág. 119
Tabla # 96. Costo elaboración Proyecto.....	Pág. 122

Índice de Figuras

Figura # 1. Playa los Perales.....	18
Figura # 2. Playa San Vicente.....	19
Figura # 3. Playa Punta Napo.....	19
Figura # 4. Playa Briceño.....	20
Figura # 5. Playa San Andrés Canoa.....	21
Figura #6. Playa Cabo Pasado.....	21
Figura #7. Peñón de los Piqueros.....	22
Figura # 8. Cueva de los Murciélagos.....	22
Figura # 9. Hacienda Cabo Pasado.....	23
Figura # 10. Isla Corazón y fragatas.....	24
Figura # 11. Finca Orgánica Rio Muchacho.....	24
Figura # 12. Fiestas de San Pedro y San Pablo.....	29
Figura # 13. Facilidades Turísticas.....	65
Figura #14. Turistas y Nacionales.....	76
Figura # 15. Edades.....	77
Figura # 16. Turistas hombres y mujeres.....	77
Figura # 17. Ecuatorianos encuestados.....	78
Figura # 18. Total Genero ecuatorianos y extranjeros.....	78
Figura #19. Estudios Realizados.....	79
Figura # 20. Principal Motivo de Viaje.....	79
Figura # 21. Cuanto tiempo permanecerá en Ecuador.....	80
Figura # 22. La ciudad de San Vicente es Conocida.....	80
Figura # 23. Como se entero de la ciudad de San Vicente.....	81
Figura # 24. Distintos medios de Transporte para llegar a San Vicente.....	82
Figura # 25. Que le pareció San Vicente.....	83

Figura # 26. Brinda los servicios suficientes para su estadía?.....	83
Figura # 27. Que lugares visito en San Vicente.....	84
Figura # 28. Que fue lo que mas gusto a los visitantes de San Vicente.....	85
Figura #29. Lo que menos le gusto de San Vicente.....	86
Figura #30. Pagaria un ticket aereo para evitar 5hr via terrestre.....	87
Figura # 31. Plan de Acción Turística.....	97
Figura # 32. Plan de Marketing.....	103
Figura # 33. Nuevo Logotipo SAN VICENTE.....	108

RESUMEN

La investigación se basa en datos tomados de la ciudad bajo técnicas de observación, y recopilación de información, para identificar así la situación actual que existe en la zona, una vez determinadosu potencial turístico se buscara las estrategias de Marketing más adecuadas para así promocionar al Cantón San Vicente a nivel local e Internacional y convertirlo en una de las zonas turísticas eminentes de la provincia de Manabí y del Ecuador para el beneficio de sus habitantes. Después de evaluar la condición turística que ofrece la zona,se realizara una investigación de mercado para poder identificar, desde el punto de vista de los visitantes locales y extranjeros, las ventajas y desventajas de la zona, opiniones, recomendaciones para así poder establecer la identidad y marca promocional de la zona. Finalmente, se determinara el costo de poner en marcha este plan para el municipio de San Vicente y se analizaran los diversos impactos, económicos, sociales y ambientales que podría influir en la aplicación de este proyecto.

ABSTRACT

This research is based on pieces of information gathered under observation techniques and field study to identify the real conditions that exist in the area, once defined the tourist strength, it will establish the best marketing strategy to promote Canton San Vicente around Ecuador and worldwide to turn it into a prominent area of the Manabí Providence to the benefit of San Vicente inhabitants. After evaluate the tourist conditions that San Vicente offers, it will be developed a market research to define from the visitors' point of view, advantages and disadvantages, opinions to recommend a new brand and identity for San Vicente's promotion. Finally, it has been establish the cost to develop this plan for local government, and it has been also analyze different social, environmental and economic impacts that could be developed in the implementation of this project.

CAPITULO I

1.1 SITUACION PROBLEMICA

En los últimos años se ha podido observar que la demanda turística en el cantón San Vicente se ha ido incrementando gracias a su riqueza natural y cultural pero lamentablemente existe una demanda insatisfecha con relación a las infraestructura y comodidades que todavía carece la ciudad, haciéndose un caos en los días festivos nacionales cuando el auge de turistas aumenta en la zona. Además, la poca infraestructura en hospedaje, hace que el desenvolvimiento hotelero en la ciudad sea muy bajo evitando que San Vicente pueda acoger a la gran parte de visitantes que hacen turismo en este balneario. Por otro lado, las vías de acceso en la ciudad, el centro, sus calles principales, malecón, terrenos abandonados, falta de letreros de ubicación y direccionamiento turístico no brindan una buena imagen que agraden al visitante.

Poco resguardo policial por las noches; ciertos lugares en San Vicente son muy oscuros y abandonados que no brindan la seguridad suficiente para sus habitantes peor a sus visitantes siendo estos objetivo fácil de robos y asaltos, incremento de UPC (Unidad de policía comunitaria) o aumentar las rondas policiales nocturnas del sector para ofrecer una mejor seguridad ciudadana.

Los habitantes son el punto clave de este despegue turístico porque de nada sirve la inversión privada o el apoyo de las distintas entidades gubernamentales y del municipio si los habitantes no ponen de su parte con un cambio de actitud, su idiosincrasia que no les permite concientizar sobre el potencial crecimiento turístico cuidando las calles, sus malecón, su imagen, haciendo así poco atractiva para los visitantes locales y extranjeros no tomando en cuenta a San Vicente como un lugar para recrearse o disfrutar sino como una simple vía de paso a otros lugares los cuales le llevan una gran ventaja de desarrollo turístico hablando.

Como resultado de estos problemas que tiene la ciudad hacen que las distintas promociones que se ofrecen en internet y/o distintos folletos publicitarios sean muy escasas y en su gran parte está dirigido a vender mucho más a zonas

periféricas de la ciudad haciendo que el desarrollo turístico no alcance el mismo nivel de competitividad y que no vaya al mismo ritmo que las otras ciudades vecinas, estos a la vez perjudica a sus habitantes frenando un crecimiento socioeconómico y haciéndola poco atractiva para la inversión de las empresas privadas. En conclusión, San Vicente no cuenta con un estructurado plan de marketing que brinde más opciones o actividades turísticas para los visitantes locales o extranjeros. De allí, vale la pena analizar nuevas estrategias de promoción turísticas para así lograr un desenvolvimiento turístico óptimo de la zona en beneficio a sus habitantes.

1.2 JUSTIFICACION

Tal como lo plantea el PLANDETUR 2020 (MINTUR, 2007) “Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo a los principios de alivio a la pobreza, equidad sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.”.(pag.4). Este macro-plan a largo plazo lo que busca es trabajar en conjunto con todos los actores involucrados directa e indirectamente integrarnos de manera nacional para realzar el potencial turístico de nuestro país a nivel internacional practicando un turismo responsable tratando de reducir el índice de pobreza mediante un turismo sostenible valorando nuestras distintas culturas, etnias, protegiendo la naturaleza y medio ambiente. No obstante, no solo depende de los agentes gubernamentales para el éxito de este macro-plan sino también depende del esfuerzo de todos nosotros que nos especializamos en esta hermosa carrera ayudando con nuestro talento humano e intelecto. Por consiguiente, el desarrollo de este proyecto representa la oportunidad de poder aplicar los conocimientos que he adquirido a lo largo de mi formación académica y poder encontrar soluciones más viables, tomando en cuenta estudios previos, para determinar así la real problemática de la zona. Es por eso la decisión de elegir esta ciudad ya que se pudiera ser útil la aplicación de este proyecto contribuyendo al desarrollo socio-económico en beneficio sus habitantes.

De acuerdo a estudios estadísticos del ministerio de Turismo, el Ecuador está ubicado en el puesto número 19 del ranking de los principales destinos de la Américas, ubica al turismo Sol y playa en 2do lugar en la tabla de productos turísticos internos pero en el séptimo lugar según la demanda extranjera. Debido a esto, la intención de este proyecto se basa también tomando en cuenta uno de los propósitos del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2014(MINTUR, 2009) “Aumentar la oferta de Turismo de calidad en los mundos que lo necesitan y consolidar la oferta de calidad conseguida.”.(pág. 39). Refiérase “mundos” a las cuatro regiones del país. Este plan integral tiene como uno de sus objetivos primordiales la equitativa distribución de los visitantes extranjeros, descentralizando la demanda turística internacional que se concentra en los lugares del Ecuador que ya son potencial turístico a los ojos del mundo como las Islas Galápagos por citar un ejemplo. El PIMTE 2014 expone al

Ecuador como una marca mejorando y/o creando nuevas estrategias de mercado, planteando visiones y objetivos basándose en los datos proporcionados en el PIMTE 2003-2006. En fin, este es otro motivo de oportunidad para este proyecto en ayudar el despegue del turismo sol y playa y ubicarlo entre las principales actividades para los extranjeros.

Información proporcionada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Censo (INEC), la población de San Vicente es de 22.025 habitantes, según el nivel de pobreza, 11537 personas son consideradas “POBRES” es decir; para el INEC aquellas personas pobres son las que sus ingresos per cápita es menor a la línea de pobreza, la línea de pobreza en junio del 2012 fue de \$2,49 diarios. Entonces, desde el punto de vista socio-económico, aproximadamente el 52,39% de los habitantes de San Vicente no alcanzan a satisfacer sus necesidades básicas de una manera aceptable para vivir. Por estas razones, este proyecto será útil, ya que se les puede brindar la oportunidad a sus habitantes de poder lograr un crecimiento socio-económico y poder satisfacer estas necesidades de una manera digna y puedan gozar de bienestar o al menos cuenten con la capacidad de obtener salud, educación a un nivel aceptable.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar alternativas de promoción turística en el Cantón San Vicente para considerarla una de las zonas turísticas sobresalientes de la provincia de Manabí y promover un desarrollo socio-económico en sus habitantes.

1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diagnosticar la situación Turística de la Zona.
2. Elaborar una investigación de mercado de la zona, considerando a sus habitantes, los requerimientos de los visitantes y posibles iniciativas a emprender.
3. Formular el plan de acción turística más adecuado para el desarrollo turístico del Cantón.
4. Evaluar impactos económico, social y ambiental con iniciativas turísticas en el cantón San Vicente.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 Estudios Previos

La Licenciada Graciela Guadamud Zambrano, egresada de la Universidad Tecnológica Equinoccial, realizo su tesis de grado en el año 2005, “Elaboración de un Plan para impulsar el desarrollo de la gestión turística descentralizada en el municipio de San Vicente de la provincia de Manabí.”. A continuación se hace una síntesis de los problemas y propuesta a la solución de estos.

Su trabajo está enfocado más en analizar la gestión municipal del cantón San Vicente, en la cual utilizo encuestas y entrevistas al Alcalde y al personal que labora en Departamento de Turismo de la ciudad. En el proceso de esta información recolectada y en la tabulación del mismo llega a la conclusión de los siguientes problemas:

- La descentralización municipal no ha ayudado en mucho al crecimiento socioeconómico de la zona ni a una planificación turística optima.
- Debido a la falta de presupuesto y de personal técnico especializado en la Dirección de Turismo del Cantón.
- Existe una Comisión de Turismo Integrada por el Alcalde y tres concejales pero muy rara vez se reúnen para implementar una estrategia turística para dar soluciones, dar presupuesto, ya sea esta por falta de importancia.
- Existe un Consejo Cantonal de Turismo pero no está activo.
- Inexistencia de proyectos turísticos hacen que el sector privado y la municipalidad no inviertan en esta ciudad.
- Falta de promoción turística e infraestructura en sus vías de acceso.

Por lo tanto, propone lo siguiente:

- Promover la planificación de la Actividad a través de los planes anuales de trabajo y a la culminación del Plan estratégico cantonal.

- Elaborar y ejecutar programas relacionados con la seguridad, capacitación, ordenamiento del espacio turístico, creación de normativas, infraestructura vial, de cooperación etc.
- Promover el desarrollo del turismo como un agente importante de desarrollo social y económico.

Tomando en cuenta estos estudios previos, se realizarán nuevos análisis como medida de actualización para verificar la evolución positiva o negativa a problemas planteados previamente, para así dar seguimientos y verificar si se han tomado las correctivos pertinentes del caso. También se intentará descubrir nuevos inconvenientes. Este proyecto está enfocado en estudiar más la perspectiva del turista nacional e internacional y su manera de ver al Cantón San Vicente para así determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la zona y sea el turismo una actividad relevante para el desarrollo socioeconómico de la ciudad.

También se considerará como base “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Hostería en el Cantón San Vicente, Provincia de Manabí.”. Este proyecto fue realizado por el tesista Tulio Navarrete en el año 2010, donde nos proporciona importante información estadística, estudio de mercado y confirmamos las problemáticas planteadas en este proyecto, pero el objetivo de su estudio está orientado más a una propuesta de emprendimiento empresarial.

“Verificación del Diseño de Pavimento Rígido del Tramo Coaque – Pedernales de la carretera San Vicente – Pedernales Corredor Arterial E-15.” El autor de esta obra es del Ingeniero Civil Diego Rubén Brazales Haro de la Escuela Politécnica del Ejército, en su proyecto el realiza un estudio para que la rehabilitación futura de las carreteras sean dimensionados adecuadamente y su estructura no se deteriore, adicional a esto, esta vía es considerada de suma importancia ya que es parte de la ruta Spondilus.

Otra tesis de soporte la cual se basará este proyecto será “Terminal Aérea Domestica, El Cabo, San Vicente.”. Elaborado por la Arquitecta María Lorena Páliz Puente en Septiembre del 2009. En su tesis muestra un diseño de propuesta

para la regeneración del actual e inoperativo aeropuerto domestico de San Vicente “Los Perales”. Aquí se plantea la suma importancia de la activación de frecuencias aéreas para que esta vía de acceso aérea incentive al turista local y extranjero, que tiene tiempo limitado, pueda desplazarse desde cualquier terminal aérea de las ciudades grandes y pueda acceder a esta maravillosa ciudad en cuestión de minutos y no pasar todo un día viajando vía terrestre.

1.6 MARCO TEORICO

En el año 2001 el Municipio de San Vicente es participe de uno de los 60 Convenios de Transferencia de Competencia con los municipios del Ecuador firmados por el Ministerio de Turismo, en la cual asume la responsabilidad total de algunas competencias asignadas entre ellas la actividad turística, que demanda una correcta planificación y desarrollo. En su tesis Guadamud (2005) argumenta que en los últimos años la falta de organización, liderazgo municipal, déficit financiero han frenado el desarrollo del cantón. Sin embargo, en los últimos meses el Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón San Vicente está ejecutando distintos proyectos y obras tales como; trabajo de rehabilitación de laguna de tratamiento, nueva línea de conducción de las tuberías de agua potable y la regeneración y pavimentación del Malecón Leonidas Vega, gracias a convenios con el Gobierno Nacional y contratación de la empresa privada. Es por eso que este proyecto expone la importancia de la imagen para un destino turístico, infraestructura, sus calles, son un aspecto primordial para su mejor exposición a los ojos del mundo y genere ese atractivo deseo de ser visitado.

Hernández (2008) analiza el poder de las imágenes turísticas su importancia, el impacto que este ocasiona en la mente de los turistas y sus expectativas, el estímulo que ocasiona al momento de decidir por algún destino turístico, clasificándola en 3 tipos de imágenes que son: Universales, inducidas y efímeras. Las imágenes universales se refieren productos históricos de lugar que se han quedado en la mente de los individuos como un grupo de atributos e ideas que predominan sobre el lugar. Las imágenes inducidas que son las que están fomentadas tanto por la promoción turística como por otros sectores no turísticos. Finalmente, las imágenes efímeras que son sucesos, noticias que al difundirlos en

los medios de comunicación ubica al destino de manera temporal y al agrupar estos 3 tipos de imágenes las convierte en un poder simbólico que influye la práctica turística. Por otro lado, Femenia (2011) afirma que:

La imagen del destino representa realmente el atractivo y las capacidades del lugar a los ojos del turista, por lo que este confiara en la imagen más que en otros factores para construir sus expectativas de una experiencia futura en el destino turístico.(pág. 101).

Femenia plantea como fortaleza primordial la imagen de un lugar turístico para la toma de decisión al momento de elegir un destino.

Uno de los agentes también considerado de suma importancia son sus habitantes, sus costumbres, valores y creencias dando como resultado una identidad cultural única. Guadamud (2005) plantea que en el proceso de desarrollo turístico toma como base fundamental a las comunidades para considerar en sí al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa. Gonzales (2002) considera al turismo como motor primordial de la economía, ya que apuesta al desarrollo humano para el crecimiento económico de una región, ¿Qué quiere decir desarrollo humano? él se refiere a que los habitantes puedan capacitarse y obtengan el conocimiento para que a su vez estimulen esa destreza y pericia técnica para brindar así una calidez de servicio a los visitantes. Los habitantes de San Vicente son valioso recurso humano puede brindar a los visitantes con su hospitalidad, su espíritu de bienvenida y su actitud la más grata y satisfactoria experiencia y este a su vez definir la riqueza cultural de la región.

Otro tema a tratarse en este proyecto es sobre el marketing turístico de la zona. Bigné, Font, Andreu (2000) nos comentan que el Marketing turístico no se trata solamente de vender destinos turísticos o conseguir mayor cantidad de turistas, ni promocionar o hacer publicidad con ferias, todo esto son simplemente partes o funciones del marketing. Con el marketing se descubrirá las necesidades de los turistas, que desean o esperan de un destino turístico en este caso de San Vicente. También, determinar desde el punto de vista de sus habitantes, lo que piensan sobre su ciudad con respecto al turismo y que esperan de su ciudad.

1.7 MARCO CONCEPTUAL

1.7.1 Mercado Turístico

En términos generales se define al “Mercado” como el lugar de encuentro entre consumidor, (demanda) y empresas (oferta), ya sea el primero con el fin de recibir un bien o servicio, el segundo busca obtener fines de lucro. En términos técnicos el Mercado es el punto de encuentro de la Oferta y la Demanda donde se realiza un intercambio de bienes o servicios a cambio de una prestación económica. Ahora, el mercado turístico a diferencia de otros, tiene una particularidad que lo hace distinto a los demás mercados de intercambio de bienes o servicios, esta es complejidad es la existencia de una extensa demanda que superan los límites físicos, debido a que el producto turístico nunca se desplaza siendo el turista el que se desplaza para buscar un determinado producto, dificultando así estudiar el perfil de la demanda de un determinado servicio o producto turístico. (Vértice, 2008)

1.7.2 Demanda Turística

Es la capacidad total en conjunto de un producto turístico que una determinada población está dispuesta a consumir para satisfacer sus necesidades sean estas, descanso, ocio, intercambio cultural, etc. Las necesidades se entenderían como “percepción de carencia unida al deseo de hacerla desaparecer.”. (Vértice, 2008).

1.7.3 Oferta Turística

Entiéndase a oferta turística al conjunto de productos y servicios que un determinado lugar turístico tiene como fortaleza características propias capaces de satisfacer las necesidades de la demanda turística. Estos servicios pueden ser la atención y cordialidad de los habitantes de la zona ofreciendo transporte, servicio de hospedaje y distintos restaurantes, actividades, recorridos, etc. Todo este conjunto de servicio sumado a la infraestructura de la zona conforma un producto turístico listo para ofrecer al mercado turístico para que se consuma y adquiera. (Vértice, 2008).

1.7.4 Marketing Turístico

Feijoo (2008) señaló, desde el punto de vista turístico que el Marketing es un conjunto de técnicas estratégicas que tiene como objetivo principal persuadir al

turista para que consuma cierto producto turístico, tomando como base el profundo estudio y análisis de la oferta y la demanda turística.

Cordero (2003) afirma que el Marketing es la búsqueda de oportunidades para conocer necesidades, interés y descontento de consumidor potenciales, con el fin de planificar y administrar competitivamente el producto o destino turístico sustentable en diferentes escalas de mercado.

1.7.5 Sostenibilidad y/o Desarrollo Sostenible.

La sostenibilidad es un término muy amplio y usado desde distintas perspectivas, dependiendo de la ciencia o especialidad que la utilice pero todas interrelacionadas entre sí buscando un equilibrio, siendo estas las ciencias económicas, la ecología, medio ambiente y social como actividades productivas. Fernández (2001) explica desde el punto de vista económico que la sostenibilidad es una cualidad para asegurar que la economía tenga un modelo de crecimiento dinámico para asegurar tasas de crecimiento perdurables para las generaciones futuras. En lo social, la sostenibilidad quiere decir que las generaciones futuras gocen de igual manera las mismas oportunidades o sino mejor aun que las generaciones actuales mejorando así la economía mediante estímulos para un mejor desarrollo educativo. Desde el punto de vista ambiental, la sostenibilidad procura asegurar la gestión de manera responsable de los recursos ambientales. Finalmente, Ramírez, Sánchez & García (2004) informan que el concepto de desarrollo sustentable se lo planteo por primera vez en el año de 1987 cuando una comisión sobre el medio ambiente y el desarrollo creada por la ONU, dirigida por la Dra. Gro Harlem Brundland, donde define al desarrollo sostenible como “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades.”. (Pág., 55). Esto quiere decir que se debe concientizar al momento de explotar un recurso turístico para generar el menor impacto y hacerlo perdurar, para que en un futuro nuestros descendientes gocen de igual manera todos estos recursos.

1.7.6 Turismo Sostenible.

Según la Organización Mundial de Turismo (1999) el turismo sostenible es: “aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas actuales y de las

regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro.”. En conclusión, es la práctica del turismo, pero aplicando el concepto de sostenibilidad que quiere decir, una buena gestión del turismo utilizando sus recursos de una manera consciente y responsable, reduciendo en lo posible el impacto ambiental, social y cultural y que perdure para generaciones futuras y este a su vez origine ingresos y empleos a sus pobladores.

1.7.7 Ecoturismo

Wunder (1996) indica que este término fue concebido específicamente para áreas protegidas y consiste en la preservación del área “naturaleza” y bienestar económico de los residentes locales. Pero debe seguir estos 3 principales objetivos que son:

- Que el impacto físico y social sobre el lugar debe ser mínimos.
- Ejercer como medio de educación ecológica para los visitantes.
- Importante intervención económica local.

En conclusión el ecoturismo está orientado a aquel turista que guste del contacto con la naturaleza sea esta flora y fauna preservando patrimonio natural y cultural de las comunidades siendo estas beneficiadas significativamente.

1.7.8 Turismo Comunitario

Para la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, organización con jurisdicción nacional sin fines de lucro, reconocida bajo el acuerdo No 059 por el Ministerio de Turismo del Ecuador nos define lo siguiente:

“Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonio, los derechos culturales y territoriales de las Naciones y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.”.

En conclusión el turismo comunitario se refiere la apreciación y valoración de las costumbres ancestrales de los pobladores de la zona sean estas la comunidad

indígena, montubia, campesina etc., donde ellos son los actores principales para este desarrollo turístico, como objetivo el intercambio cultural, y este a su vez es una vía complementaria de ingresos económicos, sin perder la identidad característica de los habitantes de la zona.

1.7.9 Planificación Turística

Bigne, López (2000) definen a la planificación turística como la práctica de medidas determinadas para lograr metas específicas, o acercarse en lo posible a ellas, en un periodo de tiempo estipulado, ya sea este a corto, largo y/o mediano plazo. Existen varias metodologías para una planeación turística, sin embargo, ninguna es el modelo exacto a seguir, por eso, este autor recomienda que todo depende del sector y agentes implicados para aplicar la mejor metodología. En fin, la planificación turística es el estudio que busca el desarrollo óptimo de una región involucrando a los gobiernos locales, municipios, comunidad, estudiantes etc.

1.7.10 Turismo Sol y Playa

García. Alburquerque. Francisco, J (2003) indican que este tipo de turismo es mas direccionado al turista que tiene como objetivo el descanso, ocio y recreación en los distintos balnearios de las regiones costeñas de un país, como característica de este tipo de turismo es que en ciertas temporadas su afluencia o demanda es mayor que otros meses del año por distintas razones, siendo una de estas, las condiciones laborales de los turistas.

1.8 METODOLOGIA

1.8.1 Método de Investigación

El Método de investigación que se va a realizar en este proyecto es descriptivo ya que se conocerá la situación real y actual del desarrollo turístico de San Vicente, las distintas problemáticas que sufre la zona, para poder realizar un diagnóstico y establecer las propuestas más viables para el crecimiento socio-económico de sus habitantes y la ciudad acoja el turismo como una de sus actividades económicas.

1.8.2 Diseño de la Investigación

1.8.2.1 Enfoque Cuantitativo

Para obtener los resultados deseados, se utilizara en primer lugar un diseño de investigación No experimental, ya que debido a la naturaleza de este diseño de investigación, podremos observar el comportamiento en su forma natural, describir situación de las cosas en el presente para interpretaciones futuras. Se recopilara datos a través de encuestas realizadas a turistas locales y extranjeros para analizar la demanda turística del lugar si es conocida ver sus fortalezas y debilidades.

1.8.2.2 Enfoque Cualitativo

En segundo lugar, se utilizara el método de Focusgroup conformado por docentes y estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Bahía de Caráquez para observar su punto de vista sobre la zona y tener nuevas ideas que beneficien a San Vicente. Se planificara una entrevista, con la cual participaran los actores directos que tienen el conocimiento de los distintos temas a citarse con el desarrollo de este plan, como lo son:

- Representantes del Municipio, la cual nos facilitara información que no vamos a encontrar en las fuentes primarias.
- Turistas extranjeros y locales.

Finalmente el uso de estos dos enfoques podremos demostrar y aportar información que nos guie a la toma de decisiones.

1.8.3 Tipo de Investigación

Las técnicas de investigación que se utilizaran en este proyecto serán Documental y la de Campo.

La investigación documental porque se recopilara en lo posible información y antecedentes, mediante referencias bibliográfica, tesis, proyectos gubernamentales, leyes como respaldo, fundamento y complemento.

La investigación de campo porque se realizara en su mayor parte el estudio en la ciudad de San Vicente con sus habitantes y autoridades locales.

1.8.4 Técnicas de Investigación

Se utilizaran las siguientes fuentes primarias:

- Revisión - Bibliográfica, trabajos previos.
- Encuestas – Turistas locales y extranjeros.
- Entrevistas – Autoridades locales.

CAPITULO II

2. ELABORACIÓN DEL DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN.

2.1 Objetivos

En este capítulo se va a analizar la situación real de la zona mediante visitas de campo, fotografías, solicitar información a las autoridades del municipio de San Vicente para poder así dar un diagnóstico del cantón ver sus debilidades y amenazas, aquí podremos agrupar las realidades turísticas del territorio y este se convertirá en nuestro componente clave para la elaboración del plan de desarrollo Turístico.

2.2 ENTORNO TERRITORIAL

El 16 de Noviembre de 1999 fue independizada como Cantón Autónomo, después de 92 años de ser parroquia rural perteneciente al cantón Sucre desde el 29 de Mayo de 1907, en búsqueda de su crecimiento y desarrollo económico y social, como derecho de todo pueblo que busca sembrar su futuro valiéndose de sus propios recursos. Es por eso, que el 24 de Noviembre de 1999 el Presidente del Congreso Ingeniero Juan José Pons Arizaga y como secretario el Licenciado Guillermo H. Astudillo Ibarra, firma el decreto No 325 en la cual otorga absoluta autonomía a San Vicente convirtiéndolo en el nuevo cantón de la Provincia de Manabí.

2.2.1 Ubicación

San Vicente está ubicado al Noreste de la Provincia de Manabí a 0° 36' 30" y 24' 0" longitud occidental del Meridiano de Greenwich, con sus sitios tales como Los Perales, Santa Martha, Nueva Esperanza, Portovelo, Rancho, Rojo, El Tillal, El Bálsamo, San Miguel de Briceño, El Cerro, Aguas Turbias, Horconcito, La Boca de Briceño, La Fortuna, Rosa Blanca, Barloquí Grande, El Quemado, La Mocora, Simón Bolívar, Rosa Blanca, La Esperanza, Cerezal. Y su Parroquia rural Canoa

Población: Según datos proporcionados por el INEC 22.025 habitantes.

2.2.2 Superficie

El Cantón tiene una superficie aproximada de 723 Km².

2.2.3 Hidrografía

Rio Briceño que recibe las aguas de los esteros cadiales, Rosa Blanca, Chita y desemboca luego en el Océano Pacífico, Rio Canoa que se une con el Tatiagua y luego de su recorrido va a desembocar en el Océano Pacífico Rio Muchacho con su afluente el Mate, camarones, Tate y luego se une con el Río Mariano y desemboca en el Pacífico.

2.2.4Clima

Al estar ubicado en una zona tórrida goza de inviernos generosos y veranos fríos debido a la corriente de Humbolt sus brisas marinas las zonas montañosas y la altura del terreno.

2.3ANALISIS DE LA SITUACION TURISTICA

En este punto se va a dar a conocer la situación actual, real potencial y las debilidades o falencias de todos los aspectos que involucran el desarrollo turístico de la zona, con el fin de determinar áreas críticas en las cuales se deben actuar.

2.3.1 Inventario de Atractivos

El Cantón San Vicente cuenta con una herencia única de espacios naturales, clima, gastronomía, historia, distintas actividades festivas, que lo diferencian de las zonas periféricas aledañas a su alrededor. Adicionalmente, es un balneario que ofrece distintos hoteles y hostales para la estadía de sus visitantes con una tranquilidad que garantice un pleno goce de tranquilidad y experiencia confortable inolvidable.

Según Balanzá (2004) los recursos turísticos son los atractivos que posee un determinado lugar o destino y que serian su atracción principal y/o elemento esencial de persuasión y motivación que genera el desplazamiento de los turistas hacia la zona. Siendo así, para San Vicente su fortaleza en oferta turística seria su belleza natural, como sus playas con una longitud de 33Km en las cuales tenemos (San Vicente, Canoa, Cabuyal, Muyuyal, Cabo Pasado, Briceño, El Charco, Punta Napo, Los Perales).

2.3.1.1 Atractivos Naturales

Playa los Perales, obsérvese en la Figura #1, es la primera playa que se puede divisar al ingresar a la ciudad de San Vicente, tiene una longitud aproximada de

0,7 Km de hasta antes de punta napo, ubicado frente al Aeropuerto Los Perales, en esta playa no hay olas, se puede admirar el desenvolvimiento marítimo que existe entre Bahía de Caráquez y San Vicente, aquí se puede observar una rustica construcción de varias cabañas ubicadas sobre la playa, en la cuales se ofrecen variedades de servicios como de restaurante, hamacas, cocteles, y en las noches se convierten en discotecas que resaltan el espíritu fiestero de la ciudad, en esta playa se pueden practicar esquí acuáticos, vóley y futbol de arena etc. Finalmente, es considerada tradición una vez al año organizar la competencia de natación que reúne distintos competidores provenientes de los distintos cantones de la provincia de Manabí, este gran reto consta en cruzar desde Bahía de Caráquez hasta San Vicente.



Figura# 1. Playa los Perales.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

La playa San Vicente, obsérvese figura 2, esta playa tiene una dimensión aproximada de 1,8Km, el agua de estas playas en su mayoría proviene del Océano sin embargo también esta mezclado con aguas estearinas, esta playa recorre todo lo largo de la ciudad de San Vicente y sus distintos barrios, la calidad del agua es semi transparente y en épocas de lluvia presenta un alto grado de turbiedad debido a que esta ubicado en la parte baja de la cuenca del rio Chone. Fin finalmente, se han construido muros de escolleras con la finalidad de evitar la erosión de la línea de costa pos los embates de oleajes.



Figura# 2. Playa San Vicente.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

Playa de Punta Napo, véase figura 3, considerados como las mejores playas para el desarrollo turístico según estudios realizados por la OEA – CICATUR – DITURIS en el año 1979, a través de un acuerdo con el Ecuador, el cual se realizó un registro de todas las playas de las provincias y del país en general, tiene una longitud aproximada de 4km. En este grupo de profesionales especializados estaba dirigido por el ecuatoriano José Mario Chancay y el argentino Roberto Boulón. (Guadamúd, 2005).



Figura # 3. Playa Punta Napo.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

Playas de Briceño, figura 4, con una longitud de 4Km esta playa esta ubicada a las afueras de la ciudad de San Vicente, también tiene aguas tranquilas sin formaciones de olas, pero igual se sugiere que sea visitada en marea baja, aquí se pueden realizar campin y es ideal para admirar la caída del sol, extracción de ostiones y hay cuevas en las rocas.Es una playa ubicada a la altura del poblado de Briceño, se encuentra en las afueras de la ciudad de San Vicente. Esta es otra zona que es considerada también para la práctica del surf debido a sus grandes olas y pasar en familia.



Figura # 4. Playa Briceño.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

Playas de Canoa – San Andrés, figura 5, en la parroquia de Canoa se encuentra estas hermosas playas, que debido a su ubicación abierta frente al Océano Pacifico permite la formación de grandes olas, que llaman la atención de los turistas extranjeros para la práctica de distintos deportes como lo son el surf. Visitar el Peñón de Piqueros Patas Azules, declarada “Destino Azul” como plan piloto por el Ministerio de Turismo. Tenemos también en la parte sur de Canoa la construcción de una plataforma para la práctica de parapentes y alas Delta. Las playa de Canoa tiene una extensión aproximada de 7 Km de playa, por acción natural del viento se forman pequeñas dunas de arena, esta pequeña zona posee un ambiente rustico y acogedor, ofrece variedad en su infraestructura hotelera donde varios inversionistas extranjeros han visto la oportunidad de invertir, y esta gusta a los visitantes por su peculiar construcción ecológica.Finalmente, se han

organizan campeonatos de Surf, con los cuales se han beneficiado a los habitantes del lugar para su crecimiento y desarrollo turístico que tiene reconocimiento a nivel nacional considerado así el lugar mas popular del Cantón San Vicente.



Figura # 5. Playa San Andrés Canoa

Fuente de información Municipio de San Vicente.

Playa Cabo Pasado, figura 6, es una bella playa que no esta habitada, tiene una longitud de 1,5Km, ubicada a 10Km de Canoa, extensa arena blanca, rodeado de acantilados y arrecifes coralinos, recomendado para escalar sobre las piedras, aquí se han hecho descubrimientos de fósiles en medio de los sedimentos mar antiguo. Esta playa se encuentra bordeando el conocido bosque húmedo que lleva el mismo nombre, característico por ser húmedo y ofrece una rica flora y fauna. Entre las especies de este bosque encontramos: monos aulladores, águilas harpías, 8 corrales.



Figura #6. Playa Cabo Pasado.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

A 20.5 Km de la ciudad de San Vicente encontramos el peñón de los piqueros, véase figura 7, que es una pequeña llanura de 50 metros que se ha formado gracias a la erosión del agua en las montañas que ha creado una división formando una pequeña playa entre el peñón y la montaña. Aquí podemos encontrar piqueros de patas azules, fragatas, pelicanos. Finalmente, la cueva de los murciélagos, figura 8, que es una formación natural conformada por piedra arenisca producto de la erosión marina. A las cuevas se puede llegar solo en marea baja en la época de quiebra, es muy peligrosa por el vigoroso oleaje que se produce en los alrededores. Finalmente, en esta playa se pueden observar desprendimientos rocosos a causa del continuo oleaje y el viento, aquí se pueden realizar caminatas, apreciar distintas aves, deportes acuáticos etc.



Figura #7. Peñón de los Piqueros.

Fuente de información Municipio de San Vicente.



Figura # 8. Cueva de los Murciélagos.

Fuente de información Municipio de San Vicente.

La Hacienda Cabo Pasado, véase figura 9, esta ubicada en la vía Canoa-Jama se encuentra ubicada esta hacienda, en dirección noreste, exponiendo condiciones climatológicas puras, flora y fauna, con una extensión aproximada de 600 hectáreas, su estrato arbóreo es media y alta. Entre la flora encontramos cobrado, cedro, pechiche, tagua, platanillo, Fernán Sánchez, Laurel, caña bamboo, caña brava, caña guadua, chonta, corozo, lianas, moral, pambil, mocora, matapalo, palma real y hongos. Finalmente en su fauna tenemos mamíferos tales como: Guatusa, guanta, Yaguarundí y borricón, entre las aves expone: Lechuza, Gavilán, Gallinazo cabeza roja y negra, palomas, lora cabeza roja etc.

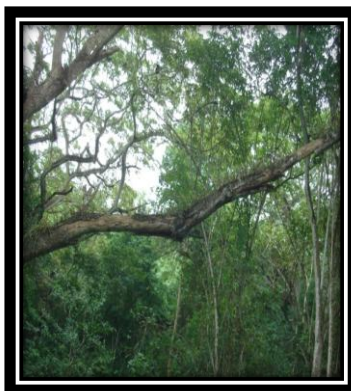


Figura # 9. Hacienda Cabo Pasado

Fuente de información Municipio de San Vicente.

El refugio de vida Silvestre Isla Corazón y Fragatas, figura 10, son áreas de la zona en donde se concentra más el desarrollo de ecoturismo, de recreación y excursionismo en donde el impacto ambiental es mínimo y donde la concientización del cuidado al medio ambiente y a la vida silvestre es el objetivo primordial para su sostenibilidad

En su Registro Oficial 133 Ecuador (2002), las Islas Corazón y Fragatas fueron declaradas refugio de vida silvestre por el Ministerio de Medio Ambiente con una extensión de 800ha. Estas Islas están ubicadas en el estuario del río Chone entre los Cantones de San Vicente y Sucre de la Provincia de Manabí. Se han reportado 99 tipos de aves por los que se lo considera una zona importante para la conservación de Aves Marina (IBA), es el hábitat de las colonias de las Fragatas. Adicional, estas islas están rodeados por 3 tipos de manglares: el mangle Rojo, el

mangle negro y el mangle blanco. Finalmente, en la Isla Corazón se puede encontrar un sendero con 3 estaciones para su información turística donde se explica sobre el ecosistema del manglar y por ultimo una torre de observación de 18m de altura donde se puede contemplar el bello paisaje de las islas, aves y vegetación. (Ludeña, 2008).



Figura # 10. Isla Corazón y fragatas

Fuente de información Municipio San Vicente.

2.3.1.2 Manifestaciones Culturales



Figura # 11. Finca Orgánica Rio Muchacho

Fuente de información Municipio de San Vicente.

La Finca Orgánica Rio Muchacho, figura 11, esta ubicada a 32 Km de la ciudad de San Vicente, es una hacienda integral ubicada en un bosque húmedo en su

mayor parte intervenido, pero con evidentes remanentes significativos de este ecosistema que acoge una flora y fauna importante en las áreas adyacentes a la granja. Adicionalmente, este atractivo tiene una longitud aproximada de 33ha, de las cuales 10 ha son de producción orgánica, 3ha pertenecen a bosques en finca regenerado y finalmente 20ha a remanentes de bosques.

Producciones

Entre los cultivos de vegetales y frutas tenemos los siguientes: Cacao, pepino indio, hinojono, albahaca, achocha, ajonjolí, perejil, Zanahoria y aguacate, acelga, café, papaya, frejol, jengibre, cilantro, papa nabo, remolacha, rábano, cebolla, ají tabasco, brócoli, maracuyá, alfalfa, lechuga, col, tomate riñón, tomatillo, berenjena, nabo chino, haba de jarbú, limón, frutas tropicales, banano y yuca.

Producción Pecuaria

En esta finca tenemos criaderos de: Cerdos, Vacas, Caballos a baja escala. En segundo lugar, aquí practican la lombricultura (producción de Humus) y finalmente tenemos el criadero de gallinas y cuyes.

Instalaciones

Esta hacienda consta con corrales de cerdos, establos para vacas y caballos; gallineros; jaulas de cuy; cámara de lombricultura; Huertas de cultivos orgánicos; jardines de plantas ornamentales; piletas con peces de río (guabina, vieja de río); pequeños estanques con liner para cría de chames. Tiene cabañas para hospedaje de grupos de extranjeros y hostería y restaurant para la alimentación de los ecoturistas.

Aquí se practica una explotación agropecuaria sostenible, en las cuales todos los recursos son utilizados, todas las producciones agrícolas no tienen la necesidad de usar agroquímicos. El abono utilizado en sus siembras es completamente orgánico surge de la combinación del estiércol de vacas, cerdos y caballos con el humus producido por la lombricultura y el restante de vegetales no utilizados por los cuyes.

Zona Arqueológica de Tabuchilla

A 14,3 km de San Vicente se encuentra la hacienda del Sr Pedro Andrade, ubicada en la cuenca media del Rio Tabuchilla, esta zona considerada valiosa arqueológicamente hablando, declarado Patrimonio nacional en el año de 1979. Aún quedan algunos sectores no perturbados con Tolas y restos en superficie. Lamentablemente, esta zona esta sometida al huaquerismo, que es la sustracción de pequeñas piezas arqueológicas por parte de los pobladores de la zona para su venta, sin embargo, en el marco legal, la actual ley de patrimonio autoriza la venta de bienes arqueológicos dentro del Ecuador, pero prohíbe su envío a otros países. Del lado científico, pedazos de tiestos sin contextos no son de gran interés porque están desconectados del yacimiento y es muy difícil reconstruir el pasado solamente con estos. En conclusión, lo más importante para proteger este legado es concientizar a la gente de la importancia de estos testimonios.

La Alfarería de Rosa Blanca de Briceño

Ubicada a 12 Km de la ciudad de San Vicente se encuentra la casa de la Sra. Elvia Farías Mosquera, aquí se practica esta actividad que consiste en la elaboración de objetos de arcilla proveniente de una mina local ubicada cerca de una Tola y la arena de las playas utilizada como desgrasante. Los diseños son autogenerados, tales como globulares, comal, cuencas o cazuelas.

Esta actividad suministra recursos a las iniciativas campesinas que con habilidades, destreza y talento natural convierten las mas antiguas tradiciones alfareras de las cuales ellos son herederos y a así son parte de esa identidad que caracteriza a este cantón.

Zona Arqueológica Rosa Blanca de Briceño

A 12 Km de la ciudad de San Vicente se encuentra localizado esta zona arqueológica, donde se han realizado descubrimientos accidentales de mascarones Manteños Temprano que insinúan una transición desde Jama Coaque. Esta zona

también es considerada Patrimonio del Ecuador declarada en el año de 1979 y también esta expuesta al huaquerismo.

Artesanía Bejuco de Bajío y Madera Dura

En la localidad de Ambache a 26 Km del poblado de San Vicente se encuentra este lugar que elabora distintos diseños contemporáneos tales como sillas, mesas, taburetes entre otros utilizando Bejuco de Bajío que es una especie leñosa, flexible y resistente. Su aplicación consiste descortezado, se tuerce, enrolla y curva, obteniéndose puntos de apoyo en plano. Se ensambla con madera dura mediante clavos de hierro o empalmes fijados con cabuya.

Zona Arqueológica el Recreo

Localizada a 8Km de la ciudad de San Vicente, el propietario es el Arquitecto Jaime Saliz, declarado patrimonio nacional en Junio de 1979. Aquí se han encontrado fragmentos de figurines al estilo Jama.

Gastronomía

San Vicente al estar ubicado en la provincia de Manabí ofrece una variedad de platos típicos de esta provincia como los son bolones y empanadas de verde, tongas, maní, salprietá. Sin embargo, lo que diferencia a esta ciudad en toda la provincia de Manabí es su conocidísimo ceviche TransOceánico. Se otorga el derecho intelectual al restaurante “El Petiso el Original” del cual es propietario el SR. Byron Vera Zambrano. Este delicioso ceviche consta con un total de 14 diferentes tipos de mariscos en la cual detallamos a continuación.

Ingredientes:

Camarón, concha prieta, pescado (picado) calamar, caracol, pulpo, ostra de mar, jaiba, pepino de mar (Cabo Pasado) langosta, langostino, Piriguanga (concha largo propia del mar local) Guariche (cangrejo).

Néctar:

Caldo donde se cocinan los mariscos, preferentemente el de camarón, tomate, cebolla paiteña, cilantro, limón, pimienta, pepino, salsa de tomate y mostaza (al gusto), Chifle, patacón, ají.

Preparación:

Cada unidad para consumo se prepara en 10 minutos, la porción es de aproximadamente 10 onzas de ingredientes; algunos son traceados puramente (calamar, pulpo, caracol, ostra de mar) otros son servidos enteros desprovista de sus partes duras (camarón, piriguamejo, concha prieta) la porción se sirve acompañada por plátano. Lo llamativo de este plato es el ingrediente “Piriguamejo” concha que se creía extinguida pero que recientemente se ha descubierto una mancha en las cercanías de Punta Napo; la concha había cambiado de estrategia pues ahora se la encuentra semi enterrada en el fondo oceánico, también sería de extrañar que la sedimentación del estuario este afectando esta y otras especies del lecho marino). A esta concha se le atribuyen propiedades afrodisíacas. El nombre del plato es figurativo pero todo parece indicar una confusión de la Trans (mas allá de) por lo “Sub” (bajo de). Este último hace referencia al hecho marino de donde se obtiene el producto clave: **“El Piriguamejo”**.

Recorrido de Eloy Alfaro o Refugio de Eloy Alfaro

Durante la Batalla Naval de Malsaragua, Eloy Alfaro navegaba en el Buque El “Alajuela”, con el cual tenía destino final Panamá, cuando sorpresivamente las fuerzas del gobierno local lo atacan y él logra salir ileso, lanzándose al agua a través de un túnel de agua de madera, al llegar a tierra es socorrido por el dueño de la hacienda “La Gómez”, Don Antonio Aveiga Chica, donde este le da refugio en esta hacienda cocotera. Esta es una hacienda que tiene una plantación de Cacao Nacional de aroma del cual aun se conservan algunas plantas. De allí el prócer decide continuar su destino a Panamá trazando un derrotero que lo lleva a cruzar todo el territorio manabita y esmeraldeño por la montaña del interior. Esta hacienda esta ubicada a 34Km del poblado de San Vicente al norte de este

cantón, su actual propietario es Wilder Gómez Zambrano, por su historia es declarado Patrimonio Nacional en Junio de 1979.

Iglesia de San Vicente Santa Rosa

Esta belleza arquitectónica esta ubicada en la ciudad de San Vicente, en el año de 1907 constaba tan solo con una pequeña capilla de caña guadua, edificada por la Sra. Rosa Llor de Vega quien dono una imagen de la Santa Rosa. Sin embargo, años mas tardes la Sra. Llor junto a la Sra. Rosario Villagómez lograron construir en el mismo lugar ya una iglesia amplia ya hecha de ladrillos, pisos de cemento y baldosas. Finalmente con el esfuerzo iniciativa de distintos Párrocos de San Vicente hicieron de este templo el corazón espiritual con la cual el pueblo se identifica y manifiesta sus creencias católicas con devoción, esta construido con murales y vitrales de cristales, rocas.

Fiestas de San Pedro y San Pablo.

Para la religión católica los apóstoles pescadores eran San Pedro y San Pablo, aunque por su lado metafórico se decían que eran pescadores de almas. Esta actividad se manifiestas a lo largo del borde costero, con fecha adaptada a la faena de la pesca. En las fechas del Santoral Cristiano Gregoriano corresponde a los meses de Junio, Julio, fecha que marcan el fin del inicio y áreas de pesca se encuentran provistos de fitoplancton depositados por las cuencas fluviales; y en las zonas estearinas las faenas de pesca se incrementen; los pescadores y sus familias se preparan para agradecer al mar sus riquezas y en el imaginario popular los Reyes Blancos y Negros expresan el ancestral conflicto de las fuerzas de la naturaleza vinculados. Véase figura 12.



Figura # 12. Fiestas de San Pedro y San Pablo

Fuente de información Municipio de San Vicente.

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA LOCAL

Se va a realizar un análisis de toda la infraestructura Hotelera, gastronómica y distintas actividades con la que cuenta el cantón San Vicente. En primer lugar se analizará como es el movimiento en la industria hotelera de la ciudad, tomando en cuenta que la mayor demanda de habitaciones son los feriados, Noviembre Fin de Año, Navidad, toda la temporada de playa, carnaval, semana Santa etc.

2.4.1 Oferta Hotelera San Vicente

A continuación se detalla el total de Hoteles, hostales, cabañas con los que cuenta la ciudad de San Vicente, costos, ocupación, capacidad y distintas observaciones.

Tabla # 1. Detalle Hostal L'Arenal San Vicente.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
L'Arenal	Hostal	Matrimonial	1	\$10,00	\$8,00	T. Alta 22	22 personas
		Triple	3	\$10,00	\$8,00		
		Cuádruple	1	\$10,00	\$8,00	T. Baja 5	
		Cabaña	1	\$10,00	\$8,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: posee servicio de restaurant, TV, servicio higiénico, estacionamiento y camarera. No cuenta con área de recepción ni una sala de espera para brindar un mejor servicio.

Tabla # 2. Detalle Hotel Vacaciones San Vicente.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Vacaciones	Hotel	Matrimonial	3	\$25,00	\$15,00	T. Alta 97	97 personas
		Simples	3	\$25,00	\$15,00		
		Triples	15	\$25,00	\$15,00	T. Baja 5	
		Cabañas	18	\$15,00	\$8,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Posee servicio de restaurant, lavandería, recepción, TV, servicio higiénico, internet, estacionamiento y camarera. No cuenta con un extintor de emergencia ni botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 3. Detalle Hostal del Mar San Vicente.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Hostal del Mar	Hostal	Triple	2	\$15,00	\$10,00	T. Alta 80	80 personas
		Cuádruples	4	\$15,00	\$10,00		
		Cabañas	6	\$15,00	\$10,00	T. Baja 8	

		Matrimonial	-				
--	--	-------------	---	--	--	--	--

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: cuenta con servicio de recepción, TV, higiénico y estacionamiento.

Tabla # 4. Detalle Hotel Alcatraz San Vicente.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Alcatraz	Hotel	Triple	-	-	-	T. Alta 70	70 personas
		Cuádruples	-	-	-		
		Cabañas	14	\$20,00	\$12,00	T. Baja 5	
		Matrimonial	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Hotel estructurado y organizado, cuenta con servicios de restaurant, recepción, TV, higiénicos, Internet y estacionamiento.

Tabla # 5. Detalle Hostal Rosa de los Vientos.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Rosa de los Vientos	Hostal	Triple	-	-	-	T. Alta 10	37 personas
		Cuádruples	4	\$8,00	\$5,00		
		Cabañas	6	\$8,00	\$5,00	T. Baja 2	

		Matrimonial	-	-	-		
--	--	-------------	---	---	---	--	--

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Solo posee servicio de recepción, servicios higiénicos y estacionamientos.

Tabla # 6. Detalle Hostel Los Guayacanes.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Los Guayacanes	Hostal	Triple	-	-	-	T. Alta 10	30personas
		Cuádruples	3	\$8,00	\$5,00		
		Cabañas	5	\$8,00	\$5,00	T. Baja 2	
		Matrimonial	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Posee solo servicio de recepción y servicio higiénicos, no posee botiquín de emergencias.

Tabla # 7. Detalle Hotel Toronto.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Toronto	Hotel	Dobles	3	\$15,00	\$10,00	T. Alta 60	60pax
		Triples	3	\$15,00	\$10,00		
		Cabañas	8	\$15,00	\$10,00	T. Baja 5	

		Matrimonial	10	\$15,00	\$10,00		
--	--	-------------	----	---------	---------	--	--

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: si brinda servicios de restaurante, lavandería, recepción, TV, servicio higiénico, internet, estacionamiento y camarera.

Tabla # 8. Detalle Hotel El Velero.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
El Velero	Hotel	Matrimonial	4	\$15,00	\$8,00	T. Alta 80	80personas
		Simples	-	-	-		
		Triples	-	-	-	T. Baja 8	
		Cabañas	18	\$15,00	\$8,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Cuenta con servicio de recepción, TV, higiénico y estacionamiento.

Tabla # 9. Detalle Hostería Monte Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Monte Mar	Hostería	Matrimonial		-	-	T. Alta 70	70personas
		Simples		-	-		
		Triples		-	-	T. Baja 15	
		Cabañas	14	\$15,00	\$12,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: si brinda servicios de restaurante, lavandería, recepción, TV, servicio higiénico, internet, estacionamiento y camarera.

Tabla # 10. Detalle Hostal El Marinero In.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
El Marinero In	Hostal	Matrimonial	12	\$75,00	\$20,00	T. Alta 68	68personas
		Simples		-	-		
		Triples	5	\$75,00	\$20,00	T. Baja 5	
		Cabañas	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones:si brinda servicios de restaurante, lavandería, recepción, TV, servicio higiénico, internet, estacionamiento y camarera.

2.4.2 Oferta Hotelera Canoa

A continuación se detallaran el total de Hoteles, hostales, cabañas con los que cuenta la ciudad de Canoa sus costos, ocupación, capacidad y distintas observaciones.

Tabla # 11. Detalle Hostal Bambú.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Bambu	Hostal	Matrimonial	12	\$35,00	\$30,00	T. Alta 48	48personas
		Simples	3	\$15,00	\$15,00		
		Dobles	5	\$15,00	\$15,00		
		Triples	3	\$15,00	\$15,00	T. Baja 12	

		Cuádruple	2	\$15,00	\$15,00		
--	--	-----------	---	---------	---------	--	--

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Ofrece servicio de restaurant, lavandería, recepción, telefónico, higiénico, internet, estacionamiento y camarera, no cuenta con personal capacitado ni plan de emergencia.

Tabla # 12. Detalle Hostal País Libre.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
País Libre	Hostal	Matrimonial	2	\$40,00	\$24,00	T. Alta15	58 personas
		Simples					
		Dobles					
		Triples	5	\$60,00	\$36,00	T. Baja 2	
		Cuádruple	4	\$80,00	\$48,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Ofrece servicio de lavandería, recepción, higiénicos, estacionamiento y camareras.

Tabla # 13. Detalle Hostal La Casa de Génesis.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
La Casa de Génesis	Hostal	Matrimonial	3	\$30,00	\$10,00	T. Alta40	40personas
		Simples	-	-	-		

		Dobles	-	-	-		
		Cuádruples	2	\$60,00	\$20,00	T. Baja 4	
		Cabañas	1	\$60,00	\$20,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 14. Detalle Cabaña La Isla.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
La Isla	Cabaña	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 15	15 personas
		Dobles	-	-	-		
		Triples	-	-	-		
		Cuádruple	2	\$15,00	\$8,00	T. Baja 2	
		Cabañas	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: no posee señalización que ubique al establecimiento, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado.

Tabla # 15. Detalles HostalShangri- La.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Shangri - La	Hostal	Matrimonial	1	\$15,00	\$8,00	T. Alta 20	26personas

		Dobles	1	\$15,00	\$8,00		
		Triples	1	\$15,00	\$8,00		
		Cuádruple	1	\$15,00	\$8,00	T. Baja 3	
		Cabañas	1	\$15,00	\$8,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee área de recepción ni extintores en caso de emergencias, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado.

Tabla # 16. Detalle Hostería Sol del Rio.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Sol del Rio	Hostería	Matrimonial	2	\$10,00	-	T. Alta 25	40personas
		Dobles	5	\$10,00	-		
		Triples	3	\$10,00	-		
		Cuádruple	2	\$10,00	-	T. Baja 2	
		Cabañas	1	\$10,00	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 17. Detalle Hostal Macondo.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		

Macondo	Hostal	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 30	36personas
		Dobles	-	-	-		
		Triples	12	\$15,00	\$8,00		
		Cuádruple	-	-	-	T. Baja 6	
		Cabañas	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Brinda servicio de recepción, Tv, servicio higiénicos, internet y estacionamiento, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado.

Tabla # 18. Detalle Hostal El descanso de Belén.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
El descanso de Belén	Hostal	Matrimonial	4	\$15,00	\$7,00	T. Alta 52	52 personas
		Dobles	4	\$15,00	\$7,00		
		Triples	4	\$15,00	\$7,00		
		Cuádruple	4	\$15,00	\$7,00	T. Baja 2	
		Cabañas	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal.

Tabla # 19. Detalle Hostal Sebastián.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		

Sebastián	Hostal	Matrimonial				T. Alta 35	35 personas
		Dobles	2	\$12,00	\$8,00		
		Triples	4	\$12,00	\$8,00		
		Cuádruple	2	\$12,00	\$8,00	T. Baja 4	
		Cabañas	1	\$12,00	\$8,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 20. Detalle Hotel Sharit.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Sharit	Hotel	Matrimonial	6	\$15,00	\$10,00	T. Alta 60	110 personas
		Triples	-	-	-		
		Cuádruple	-	-	-	T. Baja 10	
		Cabañas	14	\$15,00	\$10,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Se recomienda instalar un área de recepción, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 21. Detalle Hostal Katiuska.

Nombre establecimiento		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada	Ocupación Media	Capacidad
------------------------	--	--------------	--------	--------------------------------	-----------------	-----------

	Tipo			Alta	Baja		
KatusKa	Hostal	Matrimonial	5	\$10,00	\$5,00	T. Alta 40	54 personas
		Dobles	4	\$10,00	\$5,00		
		Triples	4	\$10,00	\$5,00		
		Cuádruple	-	-	-	T. Baja 10	
		Cabañas	-	-	-		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 22. Detalle Hospedaje Canoa Atopa.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Canoa Atopa	Hospeda	Matrimonial	4	\$10,00	\$5,00	T. Alta 25	25personas
		Triples	2	\$10,00	\$5,00		
		Cuádruple	3	\$10,00	\$5,00	T. Baja 2	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 23. Detalle Hostal EL Jardín.

Nombre		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax	Ocupación	Capacidad
--------	--	--------------	--------	----------------	-----------	-----------

establecimiento	Tipo			Según Temporada		Media	
				Alta	Baja		
El Jardin	Hostal	Matrimonial	4	\$10,00	\$5,00	T. Alta 22	22personas
		Dobles	2	\$10,00	\$5,00		
		Triples	2	\$10,00	\$5,00		
		Cuádruple	1	\$10,00	\$5,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: se recomienda mejorar el área de recepción, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 24. Detalle Hostal Canoa.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Canoa	Hostal	Matrimonial	3	\$10,00	\$5,00	T. Alta 50	50 personas
		Dobles	7	\$10,00	\$5,00		
		Triples	1	\$10,00	\$5,00		
		Cuádruple	2	\$10,00	\$5,00	T. Baja 5	
		Cabañas	3	\$10,00	\$5,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 25. Detalle Cabaña Baja Beach.

Nombre		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax	Ocupación	Capacidad
--------	--	--------------	--------	----------------	-----------	-----------

establecimiento	Tipo			Según Temporada		Media	
				Alta	Baja		
Baja Beach	Cabaña	Matrimonial	4	\$10,00	\$6,00	T. Alta 15	35 personas
		Dobles	2	\$10,00	\$6,00		
		Triples	5	\$10,00	\$6,00		
		Cuádruple	1	\$10,00	\$6,00	T. Baja 12	
		Cabaña	1	\$10,00	\$6,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios.

Tabla # 26. Detalle Hostal Palacio del Sol.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Palacio del Sol	Hostal	Matrimonial	-			T. Alta 35	35 personas
		Dobles	1	\$10,00	\$5,00		
		Cuádruple	7	\$10,00	\$5,00	T. Baja 2	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 27. Detalle Hostal Mateo.

Nombre		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según	Ocupación	Capacidad
--------	--	--------------	--------	----------------------	-----------	-----------

establecimiento	Tipo			Temporada		Media	
				Alta	Baja		
Mateo	Hostal	Matrimonial	5	\$15,00	\$5,00	T. Alta 40	40personas
		Dobles	8	\$15,00	\$5,00		
		Cuádruple	-	-	-	T. Baja 4	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 28. Detalle Hostal Camaleón.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Camaleón	Hostal	Matrimonial	5	\$20,00	\$10,00	T. Alta 80	80 personas
		Dobles	1	\$20,00	\$10,00		
		Triples	3	\$20,00	\$10,00		
		Cuádruple	9	\$20,00	\$10,00	T. Baja 80	
		Cabaña	4	\$20,00	\$10,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 29. Detalle Cabaña Cuyabeno.

Nombre		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax	Ocupación	Capacidad
--------	--	--------------	--------	----------------	-----------	-----------

establecimiento	Tipo			Según Temporada		Media	
				Alta	Baja		
Cuyabeno	Cabaña	Matrimonial				T. Alta 20	26personas
		Dobles					
		Cabañas	5	\$10,00	\$7,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: gestión inadecuada de los desperdicios de agua servida, no cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 30. Detalle Hostal San Andrés.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
San Andrés	Hostal	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 20	20personas
		Dobles	-	-	-		
		Triple	7	\$12,00	\$5,00	T. Baja 3	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio ni capacitación en el área turística, no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla # 31. Detalle Hostal Vista Hermosa.

Nombre		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax	Ocupación	Capacidad
--------	--	--------------	--------	----------------	-----------	-----------

establecimiento	Tipo			Según Temporada		Media	
				Alta	Baja		
Vista Hermosa	Hostal	Matrimonial	2	\$10,00	\$7,00	T. Alta 32	32personas
		Dobles	-	-	-		
		Cuádruple	7	\$10,00	\$7,00	T. Baja 2	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicios básicos de alcantarillado, necesita recibir capacitaciones para su personal para mejorar e servicio no posee botiquín de primeros auxilios, debe mejorar el área de recepción.

Tabla 32. Detalle Hostal Shelmar.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Shelmar	Hostal	Simples	2	\$10,00	\$8,00	T. Alta 18	18personas
		Dobles	8	\$10,00	\$8,00		
		Triple	-	-	-	T. Baja 4	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: no posee botiquín de emergencia, problemas de alcantarillado.

Tabla # 33. Detalle Cabaña Rutas del Sol.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Rutas del Sol	Cabaña	Matrimonial	9	\$7,00	\$6,00	T. Alta 96	96personas

		Dobles	2	\$7,00	\$6,00		
		Triple	1	\$7,00	\$6,00	T. Baja 5	
		Cuádruple	9	\$7,00	\$6,00		
		Cabañas	4	\$7,00	\$6,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: no posee botiquín de emergencia, problemas de alcantarillado en toda la zona. Fuente proporcionada por el Municipio de San Vicente, catastros de alojamiento canoa 2012.

Tabla # 34. Detalle Hostal Playa Azul.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Playa Azul	Hostal	Matrimonial	2	\$15,00	\$8,00	T. Alta 40	40personas
		Dobles	-				
		Triple	8	\$15,00	\$8,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: no posee botiquín de emergencia, problemas de alcantarillado en toda la zona.

Tabla # 35. Detalle Hostal Canoa'sInn.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Canoa'sInn	Hostal	Matrimonial	10	\$10,00	\$6,00	T. Alta	100personas

		Dobles	3	\$10,00	\$6,00	100	
		Triple	5	\$10,00	\$6,00	T. Baja 2	
		Cuádruple	2	\$10,00	\$6,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: el establecimiento no cuenta con planes de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado en toda la zona.

Tabla # 36. Detalle Hostal Amalur.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Amalur	Hostal	Matrimonial	4	\$12,00	\$8,00	T. Alta 28	28personas
		Dobles	2	\$12,00	\$8,00		
		Triple	2	\$12,00	\$8,00	T. Baja 4	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Ubicar el botiquín en un lugar estratégico en caso de emergencias.

Tabla # 37. Detalle Hotel Royal Pacific.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		

Royal Pacific	Hotel	Matrimonial	6	\$15,00	\$10,00	T. Alta 55	75personas
		Dobles	9	\$15,00	\$10,00		
		Triple	9	\$15,00	\$10,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: el establecimiento no cuenta con planes de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado en toda la zona.

Tabla # 38. Detalle Hotel Mediterráneo.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Mediterráneo	Hotel	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 55	75personas
		Dobles	-	-	-		
		Cuádruple	17	\$20,00	\$10,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 39. Detalle Hostal Canoa Mar.

Nombre establecimiento		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada	Ocupación Media	Capacidad

	Tipo			Alta	Baja		
Canoa Mar	Hostal	Matrimonial	1	\$12,00	\$6,00	T. Alta 46	46personas
		Dobles	-	-	-		
		Cuádruple	11	\$12,00	\$,600	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 40. Detalle Hotel La Vista.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
La vista	Hotel	Matrimonial	4	\$13,00	\$10,00	T. Alta 32	32personas
		Dobles	-	-	-		
		Triple	6	\$13,00	\$10,00	T. Baja 3	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: falta talleres en para planes de emergencia.

Tabla # 41. Detalle Hostal Coco Loco.

Nombre establecimiento		Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada	Ocupación Media	Capacidad
------------------------	--	--------------	--------	--------------------------------	-----------------	-----------

	Tipo			Alta	Baja		
Coco loco	Hostal	Matrimonial	4	\$22,00	\$15,00	T. Alta 22	22personas
		Dobles	1	\$20,00	\$15,00		
		Cuádruple	3	\$20,00	\$15,00	T. Baja 3	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: personal le falta capacitación en el área turística, no se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 42. Detalle Hotel Olmito.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Olmito	Hotel	Matrimonial	1	\$12,00	\$10,00	T. Alta 46	46personas
		Dobles	1	\$12,00	\$10,00		
		Cuádruple	2	\$12,00	\$10,00	T. Baja 2	
		cabañas	3	\$12,00	\$10,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: personal le falta capacitación en el área turística, no se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 43. Detalle Hostal El atardecer.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
El Atardecer	Hostal	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 28	28personas
		Dobles	-	-	-		
		Cuádruple	7	\$10,00	\$6,00	T. Baja 2	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Adecuar el área de recepción para poder recibir bien a los huéspedes, el establecimiento no cuenta con un botiquín de emergencia, el personal no está capacitado y además no cuenta con el permiso de Funcionamiento correspondiente.

Tabla # 44. Detalle Hostal Estrella de Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Estrella de Mar	Hostal	Matrimonial	2	\$7,00	\$5,00	T. Alta 22	22personas
		Dobles	3	\$7,00	\$5,00		
		Cuádruple	-	-	-	T. Baja 2	
		cabañas	2	\$7,00	\$5,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: personal le falta capacitación en el área turística, no se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 45. Detalle Hotel Canoa'sWonderland.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Canoa's Wonderland	Hotel	Matrimonial	3	\$35,00	\$25,00	T. Alta 75	75 personas
		Dobles	-	-	-		
		Triple	14	\$35,00	\$25,00	T. Baja 15	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: no posee plan de emergencia de evacuación en caso de desastres naturales, problemas de alcantarillado. Ofrece servicio de restaurante, lavandería, recepción, televisión, servicio higiénico, internet y estacionamiento.

Tabla # 46. Detalle Hotel Andrómeda.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Andrómeda	Hotel	Matrimonial	3	\$10,00	\$6,00	T. Alta 58	58 personas
		Dobles	11	\$10,00	\$6,00		
		Triple	3	\$10,00	\$6,00	T. Baja 4	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: personal le falta capacitación en el área turística, no se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales no cuenta con botiquín de emergencia.

Tabla # 47. Detalle Hostal Baloo.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Baloo	Hostal	Matrimonial	1	\$22,00	\$15,00	T. Alta 40	40personas
		triple	3	\$22,00	\$15,00		
		Cuádruple	5	\$22,00	\$15,00	T. Baja 5	
		cabañas	1	\$22,00	\$15,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: personal le falta capacitación en el área turística, no se les ha dictado talleres en para planes de emergencia en caso de desastres naturales.

Tabla # 48. Detalle Hostería Canoa.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Canoa		Matrimonial	4	\$42,00	\$33,00	T. Alta 70	70personas
		Dobles	2	\$42,00	\$33,00		
		Triples	5	\$42,00	\$33,00	T. Baja 10	
		cabañas	11	\$42,00	\$33,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado. Posee servicio de restaurant, recepción, TV, lavandería, servicio telefónico, higiénico, internet, estacionamiento y camarera.

Tabla # 49. Detalle Hostal Lalo Beach.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Lalo Beach	Hostal	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 35	35personas
		Cuádruple	9	\$12,50	\$8,00	T. Baja 4	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: mejorar el área de recepción, No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 50. Detalle Hostal La Caída del Sol.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
La caída del Sol	Hostal	Matrimonial	-	-	-	T. Alta 20	30personas
		Cabana	5	\$7,00	\$6,00	T. Baja 2	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla# 51. Detalle Hostal Mirador.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Mirador	Hostal	Matrimonial	3	\$10,00	\$5,00	T. Alta -	30personas
		Dobles	8	\$10,00	\$5,00	T. Baja -	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla# 52. Detalle Cabaña Tronco Camping.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Tronco Camping	cabaña	Matrimonial	-	-	-	T. Alta -	15 pax y 30 camping
		Cabañas	5	\$6,00	\$6,00	T. Baja -	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 53. Detalle Cabaña Camping Iguana.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Camping Iguana	cabaña	Matrimonial	2	\$18,00	\$5,00	T. Alta 10	14pax
		Cabañas	1	\$18,00	\$5,00	T. Baja 3	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 54. Detalle Hostería La Posada de Daniel.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
La posada de Daniel	Hosteri	Matrimonial	6	\$12,00	\$12,00	T. Alta 73	73 personas
		Triple	5	\$12,00	\$12,00		
		cuádruple	4	\$12,00	\$12,00	T. Baja 3	
		Cabañas	3	\$12,00	\$12,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 55. Detalle Hostal El Rocío.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
El Rocío	Hostal	Matrimonial	1	\$10,00	\$5,00	T. Alta 20	20 personas
		Doble	6	\$10,00	\$5,00		
		cuádruple	9	\$10,00	\$5,00	T. Baja 2	
		Cabañas	3	\$10,00	\$5,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Falta de capacitación a su personal, no posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 56. Detalle Cabaña Mana In.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Mana In	Cabaña	Matrimonial	2	\$10,00	\$5,00	T. Alta 30	30 personas
		Doble	1	\$10,00	\$5,00		
		Triple	2	\$10,00	\$5,00	T. Baja 5	
		cuádruple	2	\$10,00	\$5,00		
		Cabañas	2	\$10,00	\$5,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Falta de capacitación a su personal, no posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 57. Detalle Hotel Sol y Luna.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Sol y Luna	Hotel	Matrimonial	5	\$30,00	\$15,00	T. Alta 80	80 personas
		Doble	1	\$30,00	\$15,00		
		Triple	1	\$30,00	\$15,00	T. Baja2	
		cuádruple	6	\$30,00	\$15,00		
		Cabañas	6	\$30,00	\$15,00		

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Falta de capacitación a su personal, no posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

Tabla # 58. Detalle Cabaña Mar y Paz.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Mar y Paz	Cabaña	Cuádruple	2	\$22,00	\$15,00	T. Alta 30	30 personas
		Cabañas	3	\$22,00	\$15,00	T. Baja -	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Falta de capacitación a su personal, no posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado

Tabla # 59. Detalle Cabaña Coconut.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Coconut	Cabaña	Triples	2	\$10,00	\$10,00	T. Alta -	--personas
		Cuádruple	3	\$10,00	\$10,00	T. Baja -	

Fuente información Municipio San Vicente.

Nota: Falta de capacitación a su personal, no posee plan de emergencia en caso de catástrofes naturales, problemas de alcantarillado.

2.4.3 Oferta Hotelera de Briceño

A continuación se detallaran el total de Hoteles, hostales, cabañas con los que cuenta la ciudad de Canoa sus costos, ocupación, capacidad y distintas observaciones.

Tabla # 60. Detalle Hostal Briceño Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Briceño Mar	Hostal	Cuádruple	4	\$15,00	\$10,00	T. Alta 60	60 personas
		Cabañas	10	\$15,00	\$10,00	T. Baja 5	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee área de recepción, tampoco ofrece una sala de espera para recibir a los huéspedes, no posee un extintor para casos de emergencia.

Tabla # 61. Detalle Hostal Azul.

Nombre establecimiento	Tipo	Habitaciones	Numero	Tarifa por pax Según Temporada		Ocupación Media	Capacidad
				Alta	Baja		
Hostal Azul	Hostal	Dobles	3	\$12,00	\$10,00	T. Alta 15	15 personas
		Cabañas	1	\$12,00	\$10,00	T. Baja -	

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No posee área de recepción, tampoco ofrece una sala de espera para recibir a los huéspedes, no posee botiquín de primeros auxilios en caso de emergencia.

2.4.4 Restaurantes en San Vicente

El Cantón San Vicente no posee un Restaurante de Lujo o primera categoría, lo que más se puede visualizar son restaurantes de diseño rustico tipo cabañas, que igual son acogedoras y prestan un buen servicio para degustar la mejor comida típica. Siendo así, a continuación se consideró a los restaurantes de tercera categoría por el tipo de ambiente y atmosfera que proyectaban. En la terminal terrestre Merado podemos encontrar 18 locales de comida, todos son de tipo cafetería y platos fuertes, tienen precios desde \$1,50 hasta \$7,00 y capacidad desde 12 personas hasta 30 personas, 14 locales no poseen el correspondiente permiso de funcionamiento, y los 18 en total no tienen adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 62. Detalle Restaurant La Roca.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Restaurant La Roca	Restaurant	Mínima \$1,50	25 personas	T alta:60
	Café	Alta \$4,00		T baja:20

--	--	--	--	--

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 63. Detalle Restaurant Sol y Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Restaurant Sol y Mar	Restaurant	Mínima \$2,00	20 personas	T alta:20
	Café	Alta \$4,00		T baja:12

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 64. Detalle Restaurant Asadero Super Pollo.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Asadero Super Pollo	Restaurant	Mínima \$1,25	30 personas	T alta:50
		Alta \$2,50		T baja:15

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 65. Detalle Restaurant Brisa Marina.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes

Brisa Marina	Restaurant	Mínima \$1,50	30 personas	T alta:50
		Alta \$7,50		T baja:25

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 66. Detalle Restaurant El Colorado.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
El Colorado	Restaurant	Mínima \$1,50	15 personas	T alta:20
		Alta \$4,00		T baja:10

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Sin adecuado sistema de gas, no alcantarillado ni extintor.

Tabla # 67 Detalle Restaurant El Edarpi.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Restaurant el Edarpi	Restaurant	Mínima \$1,50	22 personas	T alta:40
		Alta \$4,00		T baja:10

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 68 Detalle Restaurant Sabor criollo.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes

Restaurant Sabor criollo	Restaurant	Mínima \$1,50	20 personas	T alta:50
		Alta \$4,00		T baja:22

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 69. Detalle Restaurant Mi Pollazo.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Mi pollazo	Restaurant	Mínima \$1,00	30 personas	T alta:150
		Alta \$2,50		T baja:50

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 70. Detalle Restaurant Mi Gallito.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Restaurant Mi Gallito	Restaurant	Mínima \$2,00	35 personas	T alta:60
		Alta \$4,00		T baja:20

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 71. Detalle Bar Restaurant Miguelon.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
------------------------	------	------------------------	-----------	------------

Bar Restaurant Miguelon	Restaurant	Mínima \$2,00	150 personas	T alta:200
		Alta \$7,00		T baja:20

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

Tabla # 72. Detalle Restaurant Petiso.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Petiso	Restaurant	Mínima \$5,00	60 personas	T alta:100
		Alta \$25,00		T baja:15

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con adecuado sistema de gas en el área de cocina, no posee alcantarillado ni extintor en casos de emergencias.

El ministerio de Turismo financio una obra de facilidades turísticas, véase figura 13, en la cual realizo una construcción de locales de restaurantes para el beneficio de los pobladores y el desarrollo turístico del lugar.



Figura # 13. Facilidades Turísticas.

Elaboración propia.

Aquí encontramos platos que van desde \$ 1,50 a 3,50, cada local tiene una capacidad de 6 personas pero no cuentan con alcantarillado.

2.4.5 Restaurantes en Canoa

En Canoa se encuentran inventariado 62 locales de comida, entre restaurantes, cafeterías, capacidad entre 15 personas a 50 personas, el costo del plato va desde los \$2,00 a \$15,00 dependiendo del establecimiento. Las observaciones en la mayoría de los lugares es que no tienen establecidos planes de emergencias en caso de desastres Naturales, el personal que labora en ellos no es personal capacitado, hay problemas de alcantarillado, no tienen botiquín de primeros auxilios, tampoco tienen un adecuado sistema de gas en el área de cocina.

2.4.6 Restaurantes de Briceño

Los restaurantes en Briceño tienen una estructura mas rustica en forma de cabañas.

Tabla #73. Detalle Bar Restaurant The People.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
ThePeople.	Bar Restaurant	Mínima \$3,00	30 personas	T alta:50
		Alta \$5,50		T baja:10

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Sin permiso de funcionamiento ni servicio de alcantarillado.

Tabla # 74. Detalle Briceño Bar Restaurant.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Briceño Bar Restaurant	Bar Restaurant	Mínima \$5,00	40 personas	T alta:100
		Alta \$5,00		T baja:20

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con servicio de alcantarillado.

Tabla # 75. Detalle Restaurante el Cangrejo azul.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
El Cangrejo Azul	Bar Restaurant	Mínima \$4,00	120 personas	T alta:100
		Alta \$8,00		T baja:15

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones tabla 75: No cuenta con servicio de alcantarillado.

Tabla # 76. Detalle Cabaña Restaurant La caída del Sol.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
------------------------	------	------------------------	-----------	------------

La caída del Sol	Bar Restaurant	Mínima \$3,50	30 personas	T alta:40
		Alta \$6,00		T baja:10

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla # 77. Detalle Restaurant Voluntad de Dios.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Voluntad de Dios	Restaurant	Mínima \$4,00	50 personas	T alta:60
		Alta \$8,00		T baja:10

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Sin de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla # 78. Detalle Restaurant Delicias del Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Delicias del Mar	Restaurant	Mínima \$4,00	20 personas	T alta:20
		Alta \$7,00		T baja:4

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: Sin alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla # 79. Detalle Restaurant Playa Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Playa Mar	Restaurant	Mínima \$4,50	40 personas	T alta:40

		Alta \$6,00		T baja:5
--	--	-------------	--	----------

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla # 80. Detalle Restaurant Jormar.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Jormar	Restaurant	Mínima \$4,00	40 personas	T alta:40
		Alta \$7,00		T baja:5

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla # 81. Detalle Restaurant Bella.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Bella	Restaurant	Mínima \$5,00	20 personas	T alta:10
		Alta \$9,00		T baja:2

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

Tabla #82. Detalle Restaurant Brisas del Mar.

Nombre establecimiento	Tipo	Precio Promedio Platos	Capacidad	Visitantes
Brisas del Mar	Restaurant	Mínima \$4,00	40 personas	T alta:60

		Alta \$8,00		T baja:15
--	--	-------------	--	-----------

Fuente información Municipio San Vicente.

Observaciones: No cuenta con de alcantarillado ni botiquín en caso de emergencias.

2.4.7 Deporte y Ocio

En las distintas playas del Cantón como lo son Canoa, Briceño y Los Perales se realizan varios deportes de aventura como por ejemplo alas delta, surf, parapente y ski acuático, se alquilan caballos para poder cabalgar a lo largo de la playa. También en las islas fragatas y corazón existen senderos que permiten realizar pequeñas caminatas y conocer la biodiversidad de la isla sus manglares y aves, también se puede alquilar u bote que les realice un recorrido alrededor de las islas. Finalmente, en el muelle encontramos visitantes pescando las distintas especies de peces para el consumo.

2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.5.1 Información Cuantitativa

2.5.1.1 Cuantos Turistas

En la entrevista que nos ofreció el Ingeniero Rodrigo Intriago, Director de Turismo de la ciudad del Cantón, se le pregunto si tenia información sobre la cantidad de turistas que visitan la región, él nos respondió que la visita de turistas es medio irregular y que no existen datos promedios o información alguna. La Dirección de Turismo de Manabí hizo una valoración del feriado de noviembre del 2011 donde informa que hubo aproximadamente 250 mil visitantes, donde el 40% visito Manta, seguido de Portoviejo con un aproximado de 20%, Bahía de Caráquez con un 20%, el 20% restante se divide entre las zonas norte de Manabí como los son Jama Pedernales y Canoa, se asignara un estimado de 3% del total de visitantes para el cantón San Vicente, como resultado 7500 visitantes en feriado aproximadamente solo en feriado o temporada alta que serian los meses de noviembre, diciembre, temporada playera, carnaval etc.

2.5.1.2 Donde se alojan

El 50% de los ven a San Vicente solo como un lugar de escala, prefiere ir a hospedarse a Canoa debido a que allí encuentran mas entretenimiento. Sin embargo, el otro 50% se alojan en los distintos hoteles, cabañas y hostales de la zona.

2.5.1.3 Duración de la estadía

Según Guadamud (2005) en su tesis nos informa que el promedio de estadía de los visitantes es de 4 días.

2.5.1.4 Temporada

Las temporadas en que los visitantes llenan los hoteles de San Vicente y Canoa son las temporadas festivas de noviembre, navidad, fin de año, y la temporada de playa de nivel nacional que es de enero a abril, también temporada de vacaciones escolares de la sierra que es en agosto.

2.5.1.5 Gasto Medio

Tomando en consideración la información en precios en los distintos hoteles y hostales y restaurantes del cantón, se realizo el cálculo un promedio de gastos, el costo en hospedaje seria \$17 por noche, comida \$7, transporte \$20. Siendo así, tomando en cuenta que el promedio de estadía de los visitantes es de 4 días, el gasto medio seria \$232.

2.5.2 Información Cualitativa

2.5.2.1 Tipo de Turistas

Los tipos de turistas que visitan el cantón son grupos de familia y grupos de jóvenes entre 22 y 30 años.

2.5.2.2 Origen

El origen de los visitantes son de la Sierra y de la provincia mismo de Manabí, de la ciudad de Quito y de Portoviejo, es por eso que se ve la oportunidad de explotar turísticamente la ciudad a nuevos mercados nacionales y porque no extranjeros.

2.5.2.3 Que es lo que mas le gusta

Tomando en cuenta el estudio de mercado, las personas que alguna vez visitaron la ciudad de San Vicente, son sus playas, gastronomía y su gente. Por otro lado, según Guadamud (2005) en su tesis nos explica que como aspectos positivos

también la calidad humana y amabilidad de su gente en primer lugar, seguido de su cultura y sus recursos naturales.

2.5.2.4 Que es lo que menos le gusta

En el estudio de Mercado los encuestados nos expresaron que la infraestructura todavía le falta, calles, polvo, descuidado y sin pintar, en conclusión a la imagen de la ciudad en si. Guadamud (2005) en su análisis nos muestra que el descuido del patrimonio turístico como el Malecón.

2.5.2.5 Medio de transporte

Por lo general las familias se trasladan en carro propio pero también otros grupos de visitantes utilizan los medios de transporte público.

2.5.2.6 Actividades que realizan

Los turistas que visitan el cantón sean estos locales o extranjeros, van mas a visitar sus playas, debido a que es lo mas conocido de la región, en su gran mayoría se dirigen a Canoa debido a que ahí encuentran mayor diversión y deportes extremos.

2.6 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS QUE POSEE EL CANTÓN

Agua potable, todavía un poco deficiente, Energía Eléctrica, Pacifictel, Reten de Policía, Registro Civil, Sub Centro de Salud, Cruz Roja, Policlínico, Laboratorios, biblioteca, colegios, escuelas, jardines de infante, universidad, guarderías, cuerpo de bomberos, iglesias, cementerio, parque, mercados, camal, recolector de basura, liga deportiva, estadio, coliseo, aeropuerto con 1900 metros y con un moderno edificio donde funcionan las diversas oficinas, transportes aéreos (inoperativo para vuelos comerciales solo para casos emergentes), transportes fluviales, transportes terrestres, terminal terrestre centros artesanales, camaroneras, actividades agropecuarias, actividades pesqueras, actividad comercial, actividad turística.

2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este punto se trataran los competidores directos del destino, como lo son Bahía de Caráquez, esta ciudad tiene como fortaleza su imagen y que se vende por si sola y es muy conocida a nivel nacional, aquí encuentra hoteles de lujo y toda categoría, sus edificaciones e infraestructura en general esta bien organizada y

desarrollada, convirtiendo a Bahía en un destino turístico de estadía de primera, posee inversión extranjera y posee zonas patrimoniales, declarada en febrero de 1999 Eco ciudad, mundo según Grist Magazine (2007) una importante revista ambiental estadounidense, Bahía es la novena ciudad verde del mundo.

2.8 NECESIDADES TÉCNICAS REQUERIDAS POR SUS HABITANTES

San Vicente todavía es una pequeña ciudad en vías de desarrollo, es por esta razón que el gobierno municipal esta realizando un arduo trabajo tratando de mejorar la infraestructura e imagen de la ciudad. Como prioridad este municipio esta trabajando en las necesidades básicas como los son los trabajos de alcantarillado sanitario y pluvial en un convenio con la ayuda de la empresa privada y el Ministerio de Obras Publicas, cubriendo aproximadamente 17 manzanas, la constructora esta realizando el cambio integral de tuberías tanto de agua potables como de aguas servidas y canales de aguas lluvias, adicional a esto también se esta trabajando en la pavimentación del Malecón y de calles céntricas. La empresa China “Road And Bridge Corporation” es la que va a estar a cargo de asfaltar 12 calles de la ciudad. Todo esto ayudara a mejorar la imagen de la ciudad para su desarrollo socio-económico y mejor aun para el desarrollo turístico y este sea parte importante de este conjunto de actividades que identifiquen a San Vicente como un lugar fortalecido y propia identidad.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Zickmun, Babin (2009) nos enseñan que la investigación de Mercados disminuye la incertidumbre y ayuda a la mejor toma de decisiones, sin esta, la situación en cualquier empresa será incierta y la decisión resultará equivocada arbitraria y

caprichosa. Por otro lado, McDaniel, Gates (2005) afirman que la investigación de mercado es:

La planeación, recopilación y el análisis de datos pertinentes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la gerencia. (pág. 6).

Para el desarrollo de la investigación de mercado de este proyecto, se va a recopilar y analizar información para dar así la propuesta más viable a las autoridades del Cantón San Vicente para un mejor desarrollo turístico.

3.1 Tipo de Investigación de Mercado

El tipo de investigación de mercado a utilizarse va a ser descriptivo, debido a que con esta técnica vamos a recopilar información primaria cualitativa y cuantitativa. Se va a analizar estos datos cuantitativos con encuestas realizadas a turistas locales y extranjeros. Por otro lado, se coordinara unFocusGroup y una entrevista en profundidad como información primaria cualitativa.

3.2 Universo

Soler (2001) determina como Universo a la población que vamos a estudiar. Siendo el caso de este proyecto el primer actor involucrado a estudiar van a ser los turistas locales y extranjeros, con el objetivo de determinar sus perspectivas y opiniones con respecto a la zona.

3.3 Muestra

O'Shaughnessy (1984)determina unidad de muestra a quien se va a consultar, esto es la población pretendida a estudiar. Esto se refiere al resultado final necesario que se va a estudiar o encuestar. Soler (2001) define como técnica de muestreo en la separación de una parte o muestra del colectivo que se quiere estudiar observar y examinar en ellas las características que interesen, y del resultado de este análisis deducir o confirmar algo del colectivo total.

3.4 Tipo de Muestreo

Según Pimienta (2000) las encuestas probabilísticas tienen como propósito analizar métodos para elegir y observar una parte que es considerada representativa de la población, con la finalidad de hacer una deducción sobre el

total. Siguiendo la naturaleza de esta investigación de mercado, el tipo de muestreo es probabilístico estratificado debido a que vamos a segmentar nuestra encuesta a la población de San Vicente de escasos recursos económicos.

Siendo así, se va a tomar los datos estadísticos proporcionados por la concesionaria TAGSA S.A., administradora del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, la información que se va a tomar de referencia será el total de pasajeros tanto de salida como de llegada solo en los vuelos nacionales debido a que en esta población se encontraran turistas tantos locales como extranjeros considerados potenciales clientes.

Tabla # 83 .Movimiento de Pasajeros vuelos nacionales Aeropuerto JJO

Año	Arribo	Salida	Total
Abril 2012	84.505	85.117	169.622
Mayo 2012	87.582	87.507	175.089
Junio 2012	87.146	87.648	174.794
Julio 2012	93.702	91.710	185.412
Agosto 2012	93.187	97.136	190.953

Fuente de información Administradora Aeropuerto Tagsa.

Entonces, la población es finita y el universo para el cálculo de la muestra va a ser el total de la suma de los viajeros de salida como de arribos locales que serían 190.953.

3.5 Determinación del tamaño de la muestra

$$N = \frac{(1,96)^2 \times 190953 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (190953-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N = 383,3907$$

N= 383 encuestas

N= Tamaño de la muestra

Z^2 = Grado de confianza 95% con validez 1.96

U= Tamaño del Universo (190953) pasajeros JJO.

P= Probabilidad a favor 50%

q= Probabilidad en contra 50%

e= Error de estimación 5%

La muestra final figura en 383 encuestas sobre una población de 190.953 viajeros, lo cual se considero un grado de confianza de 95% ($p=q=0.5$) con un error estimación del 5%.

3.6 Encuesta

Objetivo

El objetivo de esta encuesta es para determinar si el Cantón San Vicente brinda un servicio turístico óptimo, las encuestas se las realizó a varios turistas extranjeros y nacionales acerca si conocen el Cantón San Vicente y/o si brinda los servicios suficientes para su desarrollo turístico. Las encuestas fueron realizadas en el aeropuerto la ciudad de Guayaquil José Joaquín de Olmedo separándolos en géneros, edades y nacionalidades, a continuación observamos los siguientes resultados.

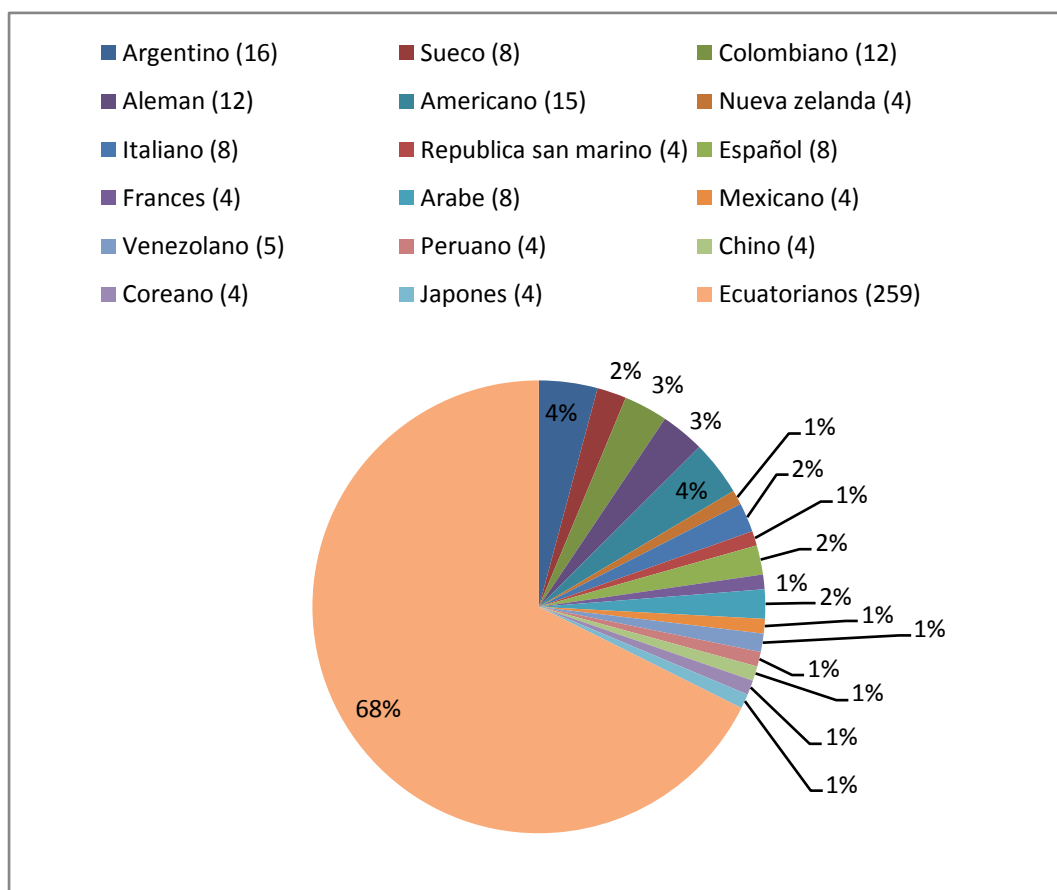


Figura #14. Turistas y Nacionales.

Elaboración propia basada en encuesta.

En la figura 14 cada color especifica el porcentaje de cada nacionalidad encuestada, como resultado salió que el 68% de los ecuatorianos fueron encuestados, seguidos de los argentinos y los americanos y así sucesivamente.

Se realizaron encuestas a diferentes personas con diferentes edades los resultados fueron los siguientes:

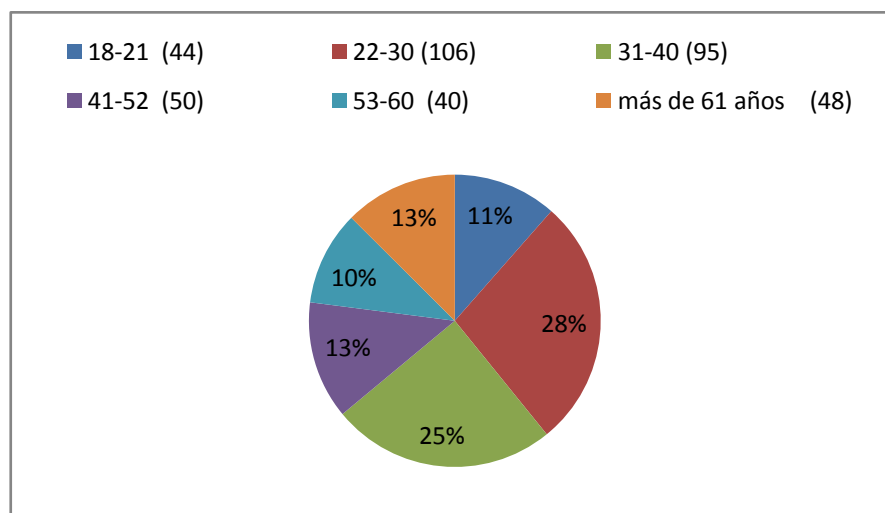


Figura # 15. Edades.

Elaboración propia basada en encuesta.

Dados resultados de la figura 15 se puede observar que el 28% se encuestaron mas a personas entre 22-30 años de edad, seguido con los de 31-40 años de edad con un 25%.

A continuación se especifica acerca los géneros entre femeninos y masculinos tanto extranjeros como ecuatorianos se tabulo tres cuadros.El primero figura 16, son de los géneros de los turistas encuestados, seguido por el género de los ecuatorianos encuestado que es la figura 17 y por ultimo un total entre todos los encuestados que seria figura 18, el resultado fue el siguiente:

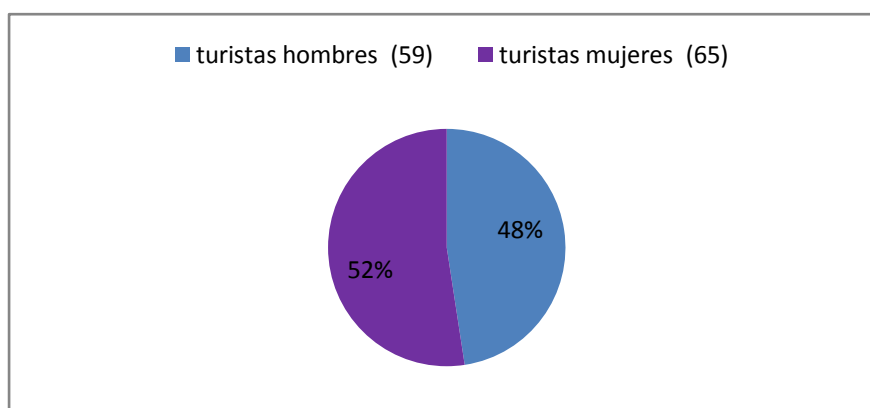


Figura # 16. Turistas hombres y mujeres.

Elaboración propia basada en encuesta.

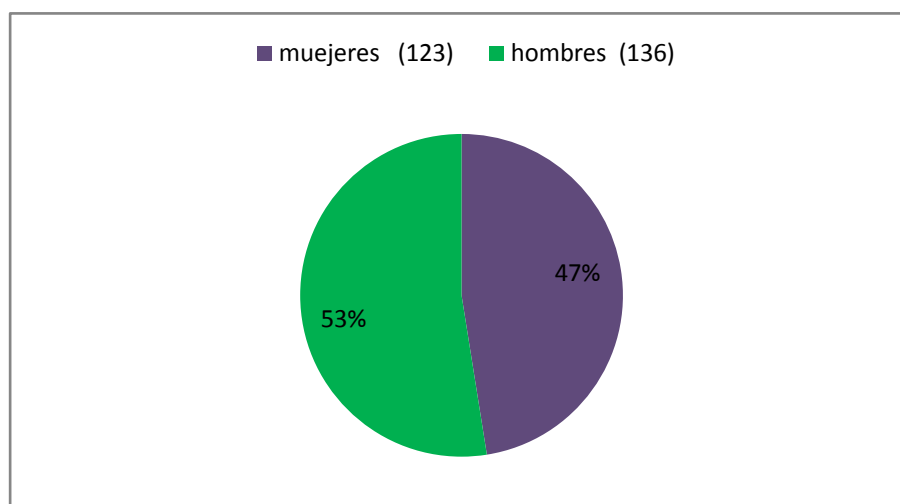


Figura # 17. Ecuatorianos encuestados.

Elaboración propia basada en encuesta.

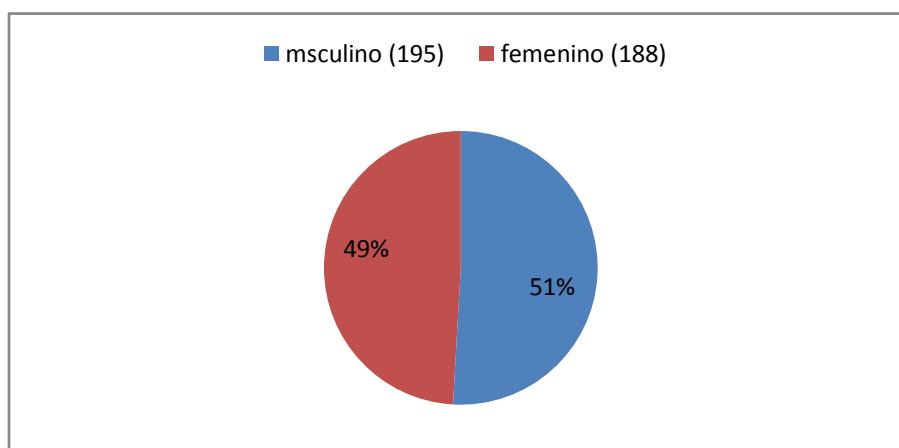


Figura # 18. Total Genero ecuatorianos y extranjeros.

Elaboración propia basada en encuesta.

En la figura 16 se puede observar los turistas encuestados de hombres y mujeres dando un resultado de 52% se encuestaron a mujeres y 48% a los hombres, mientras que en la figura 17 se observa los ecuatorianos encuestado tanto hombres como mujeres el resultado fue que el 47% a mujeres y el 53% a hombres, por lo tanto en el tercer y última figura 18 se dio el total de hombres y mujeres encuestadas, dando un resultado final de 51% a los hombres en general y el 49% a las mujeres.

En la figura 19representael nivel de estudios realizados por los encuestados y los resultados fueronque el 49% fueron universitarios, seguidos por secundarios con un 36%, luego superior con un 13% y finalmente primarios con un 2%.

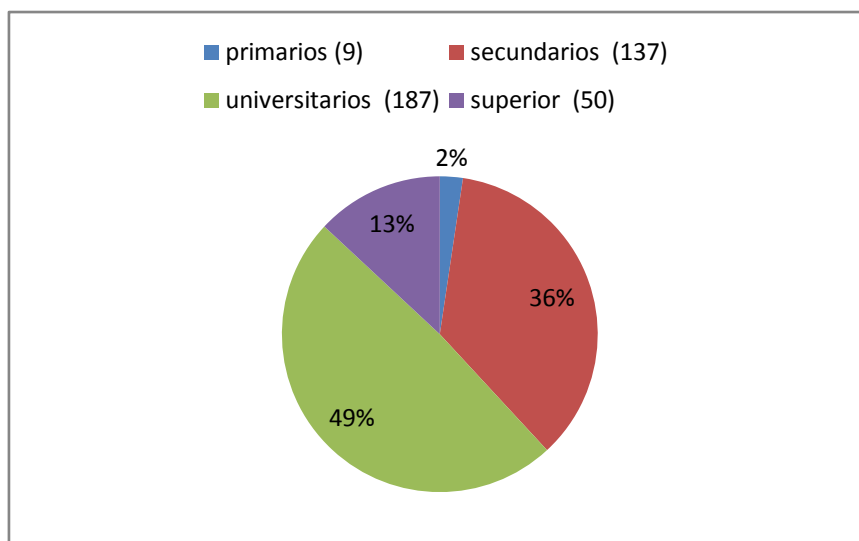


Figura #19. Estudios Realizados.

Elaboración propia basada en encuesta.

Dado a que las encuestas se desarrollaron en el aeropuerto de José Joaquín de Olmedo, se les pregunto **¿cuál es el principal motivo de su viaje?** Los resultados fueron los siguientes:

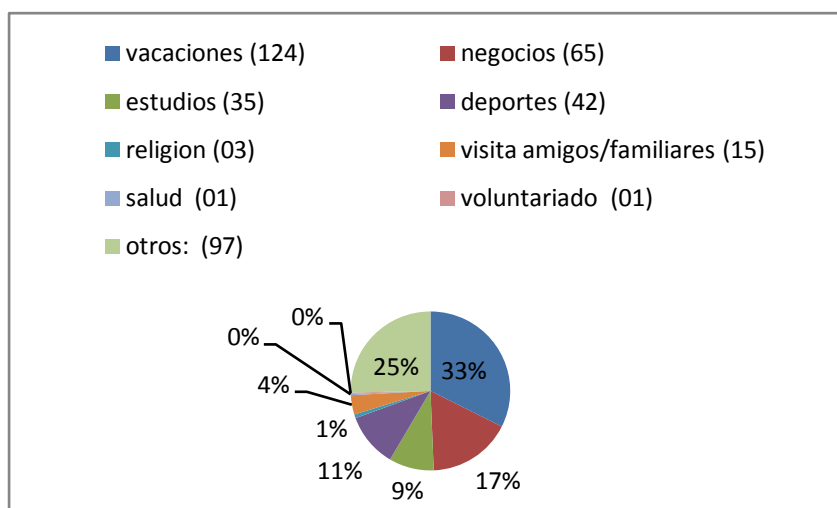


Figura #20. Principal Motivo de Viaje.

Elaboración propia basada en encuesta.

Lo que demuestra la figura 20, para los turistas su principal motivo es por vacaciones con un 33% y otros motivos 25% que es la opción para las personas como transeúntes o funcionarios del mismo aeropuerto que no estaban viajando, el 17% es para los viajeros locales y/o Ecuatorianos viajeros por negocio, seguido por deportes con un 11%, el 4% para visita a amigos y familiares y un 0% para salud y religión.

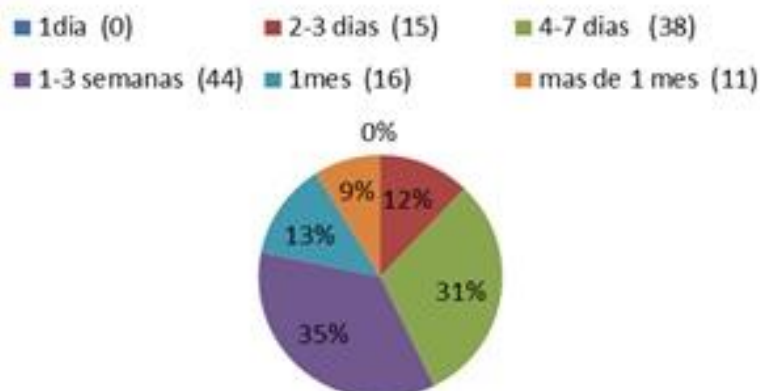


Figura # 21. Cuanto tiempo permanecerá en Ecuador.

Elaboración propia basada en encuesta.

En la figura 21 el 35% de los viajeros extranjeros permanecerían de 1 a 3 semanas, el 31% de turistas se quedaría de 4 a 7 días, el 13% visitara e Ecuador por un mes mientras que el 12% permanecerá de 2 a 3 días y finalmente el 9% se quedara más de un mes.

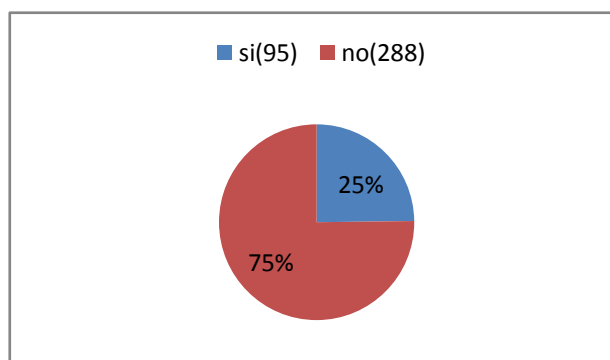


Figura # 22. La ciudad de San Vicente es Conocida?

Elaboración propia basada en encuesta.

En la figura 22 se muestra el resultado de preguntar a los viajeros tanto locales y extranjeros si conocían la ciudad de San Vicente de la Provincia de Manabí. Dando como resultado un 75% que no conocen la ciudad, incluidos 124 extranjeros y 164 ecuatorianos, mientras tanto el 25% de los encuestados si conocen la ciudad de San Vicente que es el total de 95 encuestados.

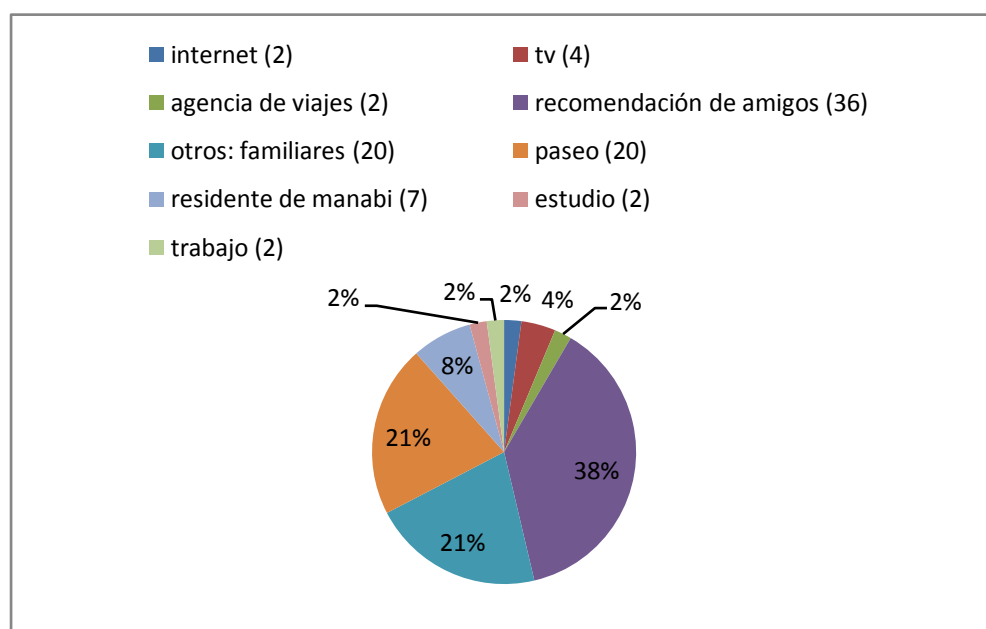


Figura # 23. Como se entero de la ciudad de San Vicente.

Elaboración propia basada en encuesta.

La figura 23 determinan que el 38% de los encuestados que conocen la ciudad de San Vicente ha sido por recomendación de amigos, el 21% es tanto para recomendación de familiares como por viajeros locales que pasaron de casualidad por la ciudad, el 8% fueron encuestados que son residentes de la provincia de Manabí, el 4% se entero de San Vicente por TV y finalmente un 2% para encuestados que nos informaron que conocieron de la ciudad por Internet, agencias de viajes, estudios y trabajo. Como conclusión podríamos hacer uso de las redes sociales como estrategia de comunicación.

En la figura #24 se puede observar los distintos medios de transportes utilizados para llegar a la ciudad de San Vicente siendo así un 54% que han utilizado carro propio, el 29 % ha utilizado bus publico, un 10% alquilo carro, un 4% utilizo el medio de transporte ofrecido por las agencias de viajes y un 3% uso medios acuáticos que eran las gabarras que existían antes de que se construya el actual el puente.

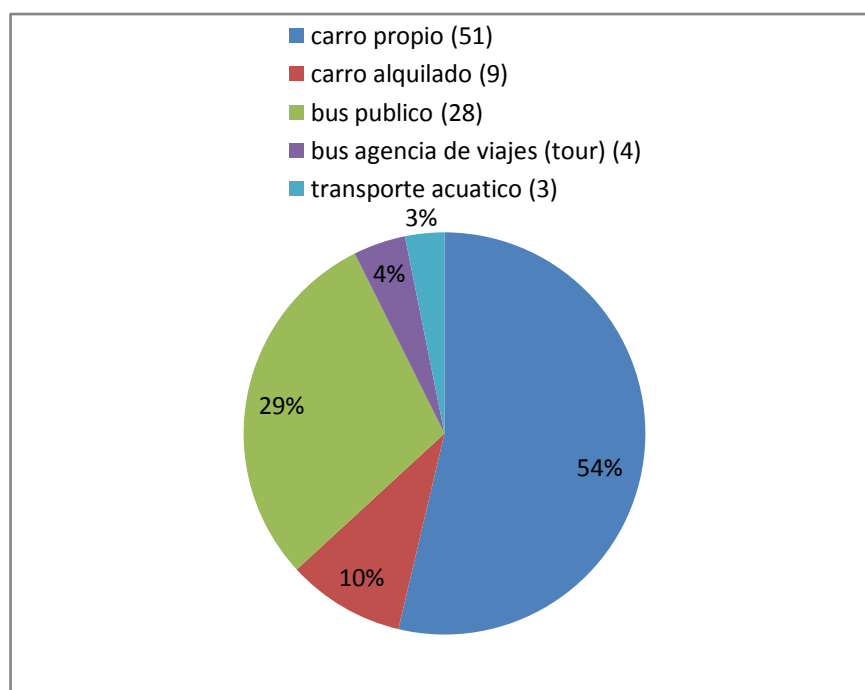


Figura # 24. Distintos medios de Transporte para llegar a San Vicente.

Elaboración propia basada en encuesta.

En la figura25se puede determinar la perspectiva o impacto que dio la ciudad de San Vicente a sus visitantes siendo así un 47% para las personas que afirman que San Vicente es un muy buen lugar para visitar, que era agradable el lugar, su gente, comida etc. 43% para las personas que argumentan que si es un lugar bueno ya que no era tan poblado y un 5% para las personas que les pareció indiferente y malo San Vicente para visitar porque le falta todavía mejorar infraestructura e imagen de la ciudad.

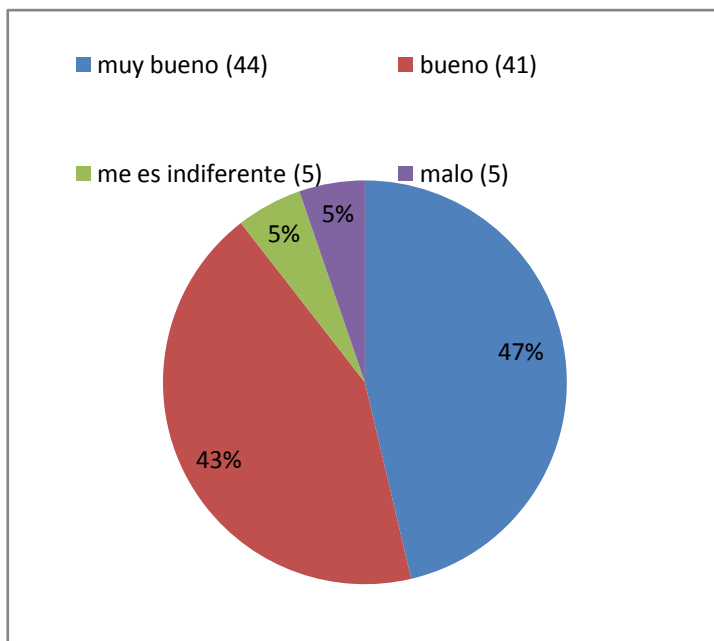


Figura # 25. Que le pareció San Vicente?

Elaboración propia basada en encuesta.

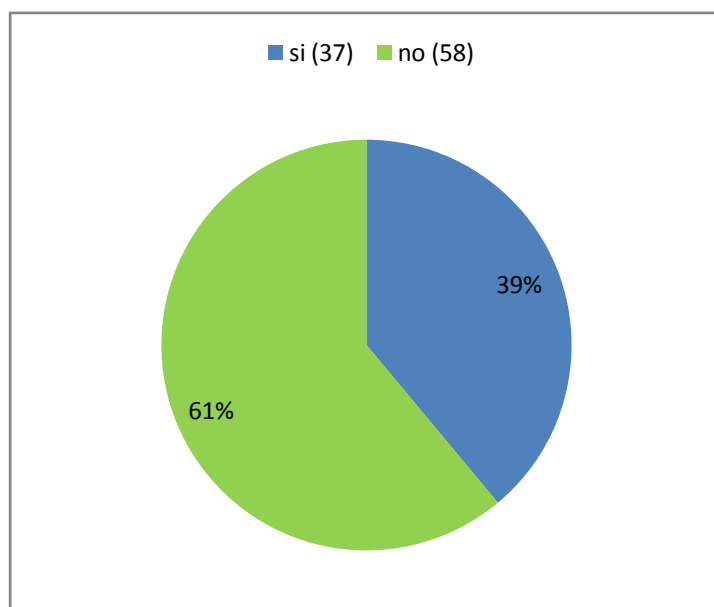


Figura # 26. Brinda los servicios suficientes para su estadía?

Elaboración propia basada en encuesta.

Podemos observar en la figura 26, el 61% de los encuestados que si conocen la ciudad de San Vicente, afirman que todavía la ciudad no brinda los servicios suficientes para su estadía y desarrollo turístico, como lo son infraestructura hotelera, vías de acceso y restaurantes. Guadamud (2005) en su investigación nos afirma que entre las impresiones positivas el 77% corresponde a la calidad de su gente, cultura y recursos naturales, mientras que el 23% corresponde a la impresión negativa como el descuido de su malecón parques etc.

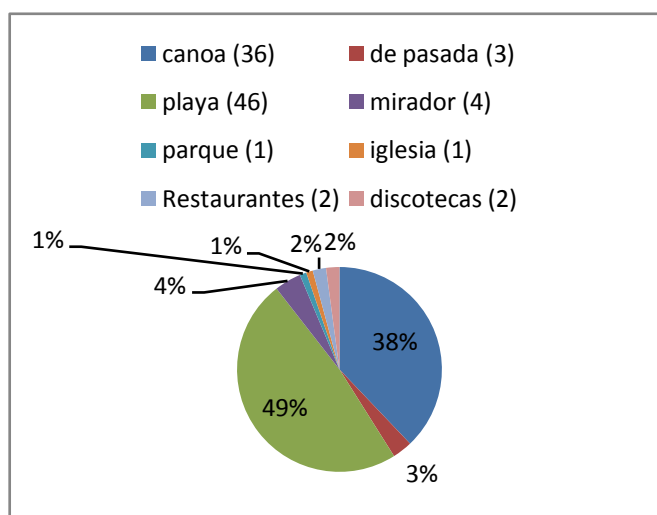


Figura # 27. Que lugares visito en San Vicente?

Elaboracion propia basada en encuestas.

La figura 27 muestra, la finalidad de la siguiente pregunta es identificar los lugares mas visitados del Canton San Vicente dando los siguientes resultados: Sus playas tienen el mayor porcentaje con respecto a visitas con un 49%, Canoa es tambien un lugar turistico mu reconocido a nivel nacional con un 38% y los demas porcentajes corresponden al mirador con un 4%, restaurantes y discotecas con un 2% y su iglesia con un minimo de 1%.

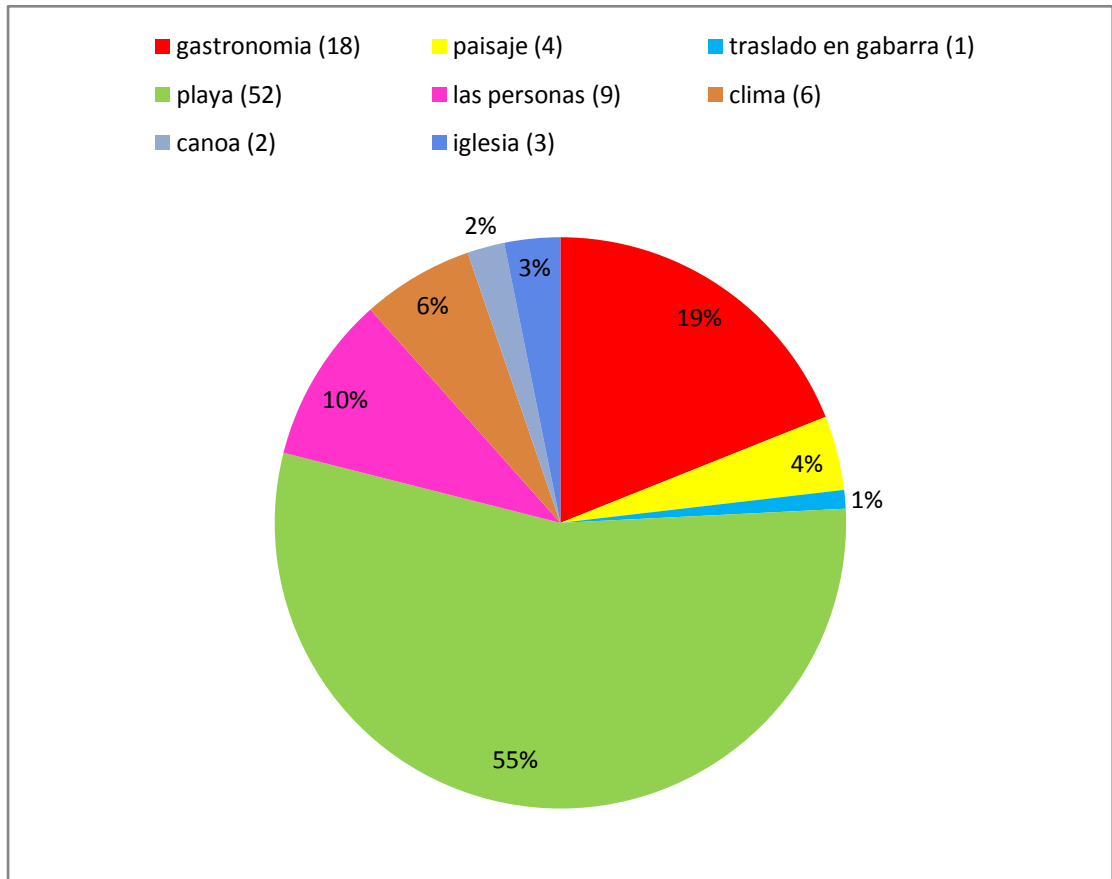


Figura # 28. Que fue lo que mas gusto a los visitantes de San Vicente?

Elaboracion propia basada en encuestas.

Tomando en consideracion este pequeño inventario de lugares visitados en San Vicente del grafico anterior, se puede observar en la figura 28 la opinion personal de cada uno de los encuestados, que fue los que mas les gusto del Canton San Vicente. Siendo asi un 55% a sus playas, 19% su gastronomia, 10% a su gente, 6% al clima, 4% sus paisajes, 3% su iglesia, 2% Canoa, 1% traslado en gabarra.

Como se puede notar en figura 29, tambien a juicio personal de cada encuestado, lo que menos le gusto del Canton San Vicente fue su infraestructura, con un 57%, comentaban que todo parecia desolado sin pintar, mucho polvo que todavia a su imagen como ciudad le falta, seguido del caluroso clima con un 16%, que este con el polvo y basura en sus calles no daban buen aspecto, el 11% a comidas, el 6% falta de servicios basicos, en ocasiones no habia agua potable ni luz electrica, el 5% son sus calles, que les falta esfaltar y asi eliminar el polvo y lodo que se ocasionan en los inviernos, el 3% de los encuestados argumento que

en ocasiones las playas estaban sucias y finalmente el 1% a infraestructura hotelera y su servicios.

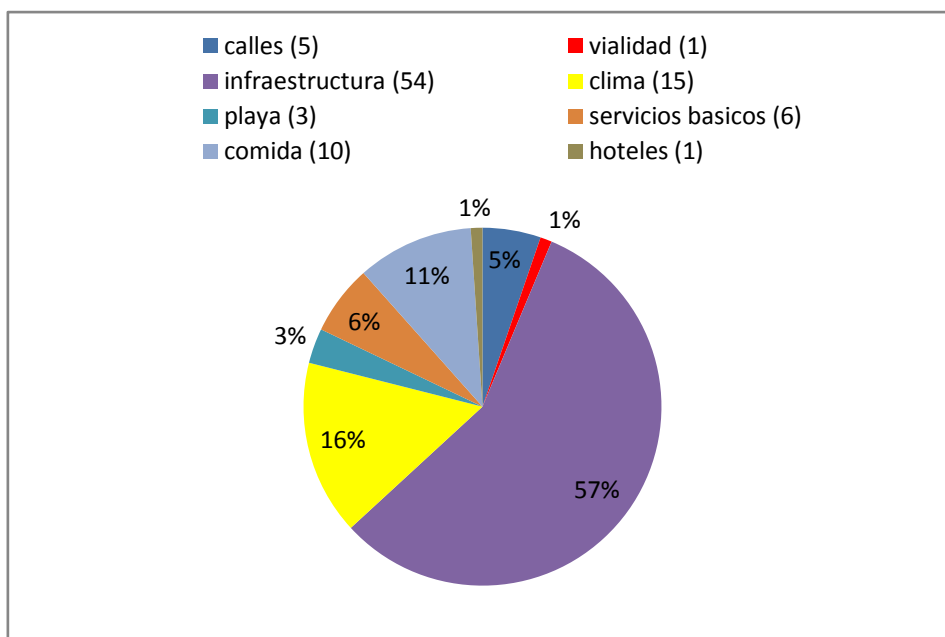


Figura #29. Lo que menos le gusto de San Vicente

Fuente elaboración propia basada en encuesta.

Finalmente la ultima pregunta de la encuesta es darnos cuenta si los viajeros estan dispuestos a pagar un ticket aereo a San Vicente como destino turistico debido a que el aeropuerto local de la ciudad San Vicente “Los Perales” esta inoperativo en la cual se obtuvo el siguiente resultado: el 51% de los encuestados afirman que si estarian dispuestos a pagar un ticket ya que es posible evitar 5 hrs de viaje via terrestre y asi disfrutar de mas tiempo toda la Zona norte de la provincia de Manabi, en cambio el 49% de los encuestados argumentan que ellos prefieren ir en via terrestre porque asi ellos recorren mas lugares turisticos durante su viaje.

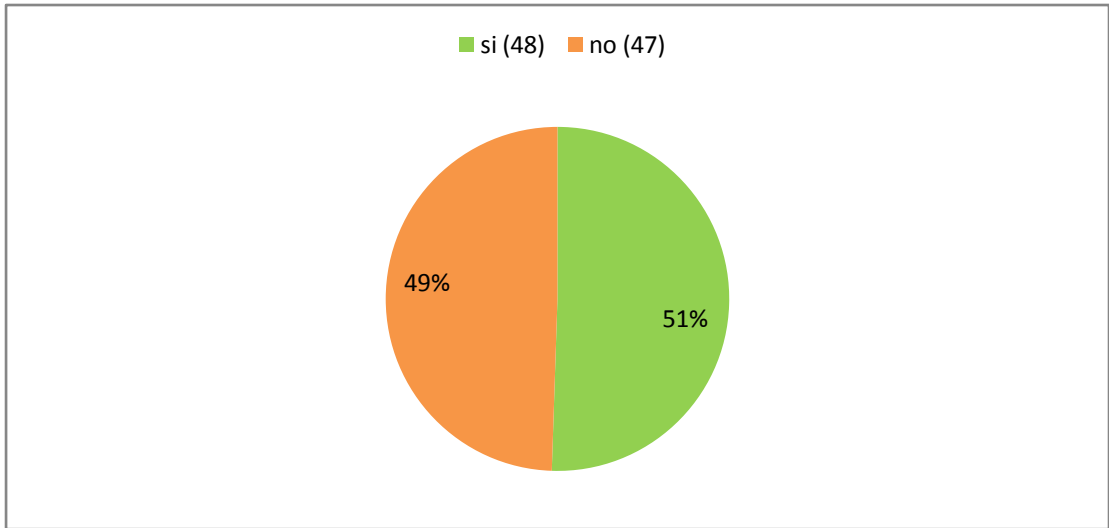


Figura #30. Pagaria un ticket aereo para evitar 5hr via terrestre?

Elaboración propia basada en encuestas.

3.7 Entrevista al Director del Departamento de Turismo y Ambiente

Nombre: Ingeniero Rodrigo Intriago

Cargo: Director de Departamento de Turismo y Medio Ambiente del Municipio de San Vicente.

1. ¿Qué tiempo tiene trabajando en la Dirección de Turismo y Ambiente del Municipio?

Un año y 7 meses

2.- ¿Como esta estructurado esta dependencia Municipal?

Director, promotor y una secretaria.

3.- ¿Ha participado en todos los seminarios de capacitación dictados por el Ministerio de Turismo?

Si.

4.- ¿Cuenta con los suficientes recursos para poder desempeñar

Correctamente sus funciones?

Son medios limitados, somos un municipio pequeño donde las asignaciones que se hacen no son como yo quisiera, he tenido todo el apoyo económico que yo he requerido pero no como yo quisiera, no porque no hay una predisposición por parte de la asignación de recursos.

5.- ¿Existe la Comisión de turismo en el Municipio?

Si existe.

6.- ¿Quiénes integran esta Comisión?

3 Concejales, Ingeniera Roxana Cevallos, Darwin Hernández y Manuel Solórzano.

7.- ¿La Comisión de Turismo la apoya en todos los programas que planifica esta

Dirección?

Por supuesto.

8.- ¿Con qué frecuencia sesiona Usted con la Comisión de Turismo?

Casi nunca, antes de que yo entrara a esta unidad no estaba con las bases por decirlo de otra manera no había nada, me toco nuevamente reestructurar un sinnúmero de cosas.

9.- ¿El Señor Alcalde apoya los programas de la Dirección de Turismo?

Si.

10.- ¿Cuenta con presupuesto la Dirección de Turismo?

Recién lo estamos elaborando.

11.- ¿Existe ordenanzas que apoyen la gestión turística y ambiental del cantón y

si la hay cuales son?

Claro, primero existe la ordenanza que regula el concejo cantonal de turismo que hay que actualizarla, la ordenanza de extracción de arena y uso exclusivo de la playa, existe una ordenanza que regula impactos ambientales creadas por el ruido las que me acuerdo.

12.- ¿Existe el Consejo Cantonal de Turismo?

Si existe pero la ordenanza en si hay que actualizarla, esta con el antigua ley de régimen Municipal, prácticamente existe un consejo nacional Cantona de Turismo pero nunca ha funcionado.

13.- ¿Quiénes lo integrarían?

La unidad de Turismo hace las veces de Secretaria.

El Señor Alcalde preside.

Un Concejal o delegado de el para conformar la Asamblea cuando se decida hacer una asamblea.

Los Hoteleros, el presidente si es que existe la Asociación.

Un miembro o representante de la Cámara de Turismo si existiera.

Dirección Provincial de Turismo o un delegado.

Un representante de las universidades.

Un representante de las ONG que tenga que ver con el turismo.

14.- ¿Cuenta con página Web el Municipio?

SI.

15.- ¿Con qué material de promoción turístico cuenta el municipio?

Nosotros tenemos material impreso que nos proporcionan el Mintur y promoción a través de la página WEB.

16.- ¿Coordina acciones con otras dependencias del municipio?

Con planificación y Obras públicas son ellos los que elaboran el tema de diseños, cálculos análisis, aquí nosotros hacemos la parte teórica del proyecto de aquí nace la idea y también hacemos básicamente todo lo que tiene que ver con la parte ambiental de los proyectos que son de turismo.

17.- ¿El departamento cuenta con algún Plan Anual para el próximo año o

Programas que contengan líneas de acción turística y ambiental a mediano Plazo?

Si tenemos nuestro POA (Plan Operativo Anual).

18.- ¿El municipio cuenta con alguna investigación de mercado?

No, en turismo no

19.- ¿Existe control de calidad?

No la hacemos nosotros pero existe por parte del ministerio de turismo.

20.- ¿La Dirección tiene un inventario actualizado de los establecimientos

Turísticos?

Si.

21.- ¿El Municipio cuenta con un inventario de los atractivos turísticos existentes?

Si y esta abalizado por el MINTUR.

22.- ¿Tienen previsto programas de capacitación para los servidores turísticos del

Cantón?

Si por supuesto para Canoa más que nada ya que allá esta la mayor concentración de prestadoras de servicios turísticos.

3.8 FocusGroup para obtener información sobre el desarrollo turístico de la ciudad de San Vicente.

- **¿Como se va a realizar?**

Se va a escoger 8 participantes que quieran colaborar con información, con ayuda y coordinación del Lic. José Bernardo Bermeo docente de la Universidad. Se va a ofrecer pequeño aperitivo después de las preguntas que se van a realizar.

- **¿Quienes participan?**

Personas con el siguiente perfil:

- ✓ Docentes y alumnos de la Universidad
- ✓ Edad entre 20 y 65 años
- ✓ Sexo masculino y femenino indiferente

Número de Personas: 8

Fecha: Viernes 28 de Septiembre del 2012

Hora: 17H00

Lugar: Aulas Universidad Laica Eloy Alfaro extensión Bahía de Caráquez

- **Recursos:**

Humanos

Moderador: Claudio Manrique Mera

En total 8 personas entre docentes y estudiantes

Técnicos:

Cámara digital

- **Ambientación.**

Crear un ambiente de confianza entre los estudiantes del grupo

Tabla # 84. Participantes FocusGroup

Nombres	Edad	Escuela-Área	Teléfono	Observaciones
Maria Yesenia Mejia S.	29	Docente en Turismo		
Karla Dalgo Falcones	31	Docente en Turismo		
Magdalena Falcones Mera	32	Estudiante Turismo		
Pakita Intriago Loor	29	Estudiante Turismo		
Ana Isabel Maya	25	Estudiante Turismo		
Esteban Cedeno R.	22	Estudiante Turismo		
Lcd. Jose Bermeo Delgado	63	Docente en Turismo	087927340	

Elaboración propia.

Preguntas a debatir:

¿Ustedes creen que San Vicente Tiene Potencial Turístico?

Maria Yesenia: Si tiene potencial turístico.

Karla Dalgo Falcones: Claro que posee potencial turístico.

Magdalena Falcones: Si las posee.

Pakita Intriago Loor: Si.

Ana Isabel Maya: Si.

Esteban Cedeno: Si.

¿Ustedes creen que San Vicente posee ventajas y/o desventajas turísticas en caso de ser SI o NO cuales serian?

María Yesenia: claro que las tiene.

Karla Dalgo Falcones: Si las posee ventajas pero falta educar a su gente.

Magdalena Falcones Mera: Ventajas tiene muchas pero no las saben explotar, falta de promoción, marketing falta de publicidad.

Lcdo. José Bermeo: El Alcalde no promociona San Vicente, definitivamente ese es el factor, mire acá nosotros no tenemos playa (Bahía), pero sin embargo el Alcalde acá promociona.

Magdalena Falcones Mera: Como dijo Karla hay que educar mucho a las personas que viven allá, no tienen el conocimiento.

¿Ustedes que opinan del Aeropuerto “Los Perales”?

Karla Dalgo Falcones: para mi el aeropuerto le podría dar bastante incremento al turismo, ya que esta inoperativo es una pérdida grande para el desarrollo turístico.

Esteban Cedeño: O sea podría ser en un futuro, si empiezan a invertir en el aeropuerto sin hacer algo primero por San Vicente, va a ser un gasto innecesario.

Lcdo. José Bermeo: Yo recuerdo en el gobierno del Arquitecto Sixto Duran Ballén, tenía como objetivo habilitar el Aeropuerto de San Vicente, de Quito a Bahía serian 25 minutos vía aérea, pero la falta de interés de las autoridades locales de San Vicente, si ellos se preocuparan por habilitar eso, ase rato San Vicente hubiera sido un pueblo de desarrollo, es por un lado. Por otro lado, la persona que esta en la Alcaldía, no tiene el conocimiento y se deja asesorar mal.

Ana Isabel Maya: No esta entre las prioridades de las autoridades locales.

¿Qué recomendaciones ustedes darían para impulsar el Turismo en San Vicente?

Esteban Cedeño: Yo creo que será primero rescatar la identidad de su gente, historia, folklore.

Pakita Intriago Loor: Darle capacitación a su gente.

Magdalena Falcones: Una vez que se la haya dado capacitación debida a las personas y como dice mi compañero que tienen que rescatar su historia, origen folklore, obviamente tienen que enseñarle a las personas de allá a realizar guianza de los lugares que van a ser explotados turísticamente.

Karla Dalgo Falcones: Yo creo que debería la mayoría de la ciudadanía proponer mas ideas proyectos sobre la ciudad porque de esa manera se podrá acrecentar el turismo y van a trabajar las personas mismo sobre la ciudad.

Claudio Manrique: Inversión? Que la empresa privada invierta.

3.9 Conclusión

En las encuestas determinan que ningún extranjero conoce la ciudad de San Vicente, por otro lado, los viajeros ecuatorianos son muy pocos los que han visitado la zona. Por lo tanto, se ve la oportunidad de buscar alternativas de promocionar el Cantón para el gran número de personas que a pesar de no conocer la ciudad se observa que si estarían dispuestos a viajar. De este pequeño número de encuestados que si conocen la ciudad, se concluye desde su punto de vista las ventajas y desventajas del lugar. A pesar de que tienen una buena opinión de la ciudad como lo son sus playas, Canoa y gastronomía, todavía afirman que le falta desarrollar su infraestructura en todos los sentidos, Hoteleros, vías de acceso, y falta de servicios básicos para acoger a todo tipo de viajeros. En su tesis Guadamúd (2005) afirma en su análisis de la demanda de la ciudad de San Vicente, basándose en una encuesta realizada por el municipio en el 2004, que el porcentaje de visitantes locales es de un 91,29% y de extranjeros apenas un 8,71%, los visitantes locales son en su mayoría de la ciudad de Portoviejo y Quito de estos, el 50% ven a San Vicente como una zona de estadía y el 50% como un lugar de transito o escala, ya que la mayoría tienen como destino final Canoa.

En la entrevista a profundidad con el Ing. Rodrigo Intriago, él asegura que el Municipio autónomo del Cantón San Vicente se esta preocupando por el mejoramiento de la imagen de la ciudad, si se esta trabajando en temas de alcantarillado, calles y malecón que es lo primordial para poder empezar un desarrollo turístico de la ciudad que todavía, por falta de estos, San Vicente no esta tan desarrollada ni ordenada en su totalidad turísticamente hablando. El Director de Turismo y Medio Ambiente de la ciudad argumenta que los hoteleros en San Vicente vieron la oportunidad de negocio en dar hospedaje en la ciudad, pero lamentablemente no tienen la capacidad o el conocimiento de manejar una empresa y proyectarse a futuro, ahora la demanda se ha incrementado pero ellos no están actualizados y/o capacitados en dar una buena atención a cliente es decir falta de ese talento intelectual para hacer paquetes turísticos o promociones para mantener sus hoteles llenos todo el año y que su empresa se desarrolle bien y crezca.

CAPITULO IV

4.FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICA

En este capítulo se busca bosquejo ecuánime, estructurado de las iniciativas que son consideradas más adecuadas para mejorar el desarrollo turístico, que estén orientadas con principios de sostenibilidad y participación social. Uno de los principales objetivos de este proyecto es poder incrementar la actividad turística en el cantón San Vicente, el porcentaje que considera a esta zona solo de escala crezca y su infraestructura hotelera y gastronómica de una manera técnica, recomendando a sus propietarios las vías más adecuadas para su mejor desarrollo y crecimiento. Por lo tanto, se propone un plan de acción turística el cual sus estrategias serán un proyecto de marketing y un programa de capacitación para los habitantes que están directamente involucrados en esta actividad.

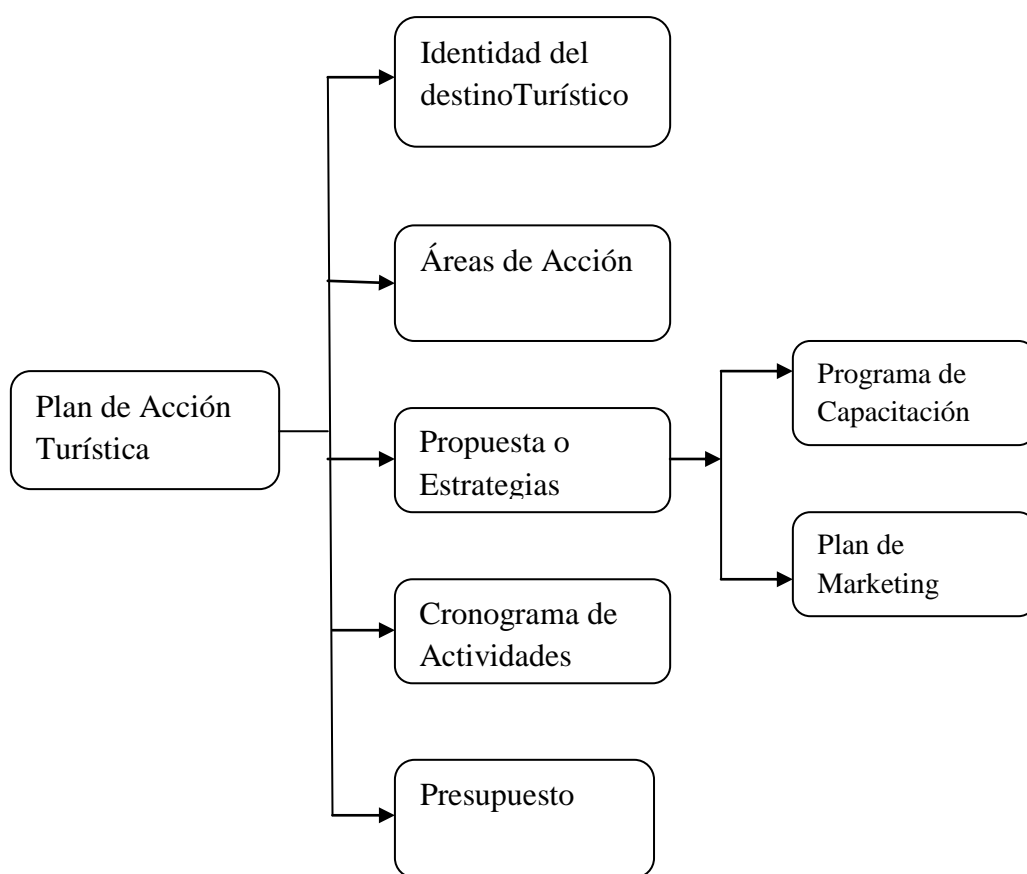


Figura # 31. Plan de Acción Turística.

Elaboración Propia

4.1 Identidad única del Cantón

Para poder definir la identidad del Cantón, se debe resaltar su historia, su entorno, su urbanismo y su cultura. Es de suma importancia su riqueza histórica y prehistórica, en este territorio se acentó el señorío de Coaque, correspondiente a la conocida cultura Jama Coaque del periodo Desarrollo Regional (500 A.C. – 500 D.C.), que está limitado desde Cabo Pasado de San Francisco del Sur de Esmeraldas terminando en Bahía de Caráquez Manabí. Al Noreste del Cantón, en Cabo Pasado y en la hacienda la Unión se han realizado importantes hallazgos paleontológicos. Por otro lado, el cruce entre las corrientes fría de Humboldt y la corriente cálida del Niño, hacen que la región sea rica en diversidad ictiológica y esta sea considerada una de las 5 joyas escondidas del Ecuador. (Guadamud, 2005). En su entorno, el cantón cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos extensas playas, artesanos nativos, bellas colinas, actividad pesquera, agricultura, ganadería, deportes extremos como los parapentistas, bosques flora y fauna que es parte de la provincia de Manabí, su exquisita gastronomía, su cálida gente. La cultura montubia que sobresale en muchas de sus comunidades, donde realizan procesos de agricultura orgánica. Adicional, personajes destacados como Manuel Andrade Ureta, autor de obras literarias, nacido en la comunidad de Tabuchila y Elías Cedeño Jerves, autor del pasillo Manabí. Finalmente, el cantón San Vicente busca sobresalir frente a sus hermanos tales como Bahía de Caráquez, Jama, Pedernales, buscando aquella proyección con la cual pueda ser identificada como único e irrepetible. Lo que caracteriza a la zona es la humildad de su gente trabajadora, con valores, creencias religiosas.

4.1.1 Proyección de la Identidad

Los conceptos que conforma la identidad del Cantón son ecosistema, historia, cultura, arqueología Sol y Playa, con el objetivo de transmitir al visitante esa emoción y experiencia de aventura, descubrimiento e intercambio cultural.

4.2 Áreas de Acción

San Vicente al ser un Cantón que tiene poco tiempo de haberse independizado, ha pasado por varias gestiones municipales, quienes no se han preocupado por la conciencia y han hecho muy poco, o no se han querido dar cuenta del potencial turístico que este posee, perjudicando así el desarrollo turístico y este a su vez el

crecimiento económico que beneficia a sus comunidades. Siendo así, se van a especificar los puntos críticos que afectan el desarrollo turístico del Cantón.

Como primera área de acción a tratar será la participación social, la finalidad es de concientizar, formar una idea sólida de turismo en la mentalidad de los habitantes, que cuiden su entorno, su infraestructura e imagen de la ciudad que no la destruyan, convencer a sus comunidades a que se capaciten. Segundo, la oferta turística de la zona, hoteles y restaurantes, no existe la suficiente infraestructura de hospedaje ni de alimentación que cubra la demanda a grandes escalas cuando es temporada alta ya sea por falta de inversión. Tercero, falta más señalética, o mapas que guíen al turista en el trayecto de visita a la ciudad y a través de todo el Cantón, falta de promoción turística. Finalmente, la imagen, vías de acceso, servicios básicos y un aeropuerto inoperativo, que va a depender del liderazgo e iniciativa municipal de San Vicente en buscar apoyo privado y gubernamental para que se pueda mejorar el aspecto de la ciudad y crear un impacto positivo en la percepción del visitante sea este local o extranjero.

4.3 Propuesta.

En este punto se tratará de establecer las bases estratégicas más adecuadas, los aportes para mejorar el desarrollo turístico y superar los inconvenientes que no permiten el libre desarrollo turístico y el beneficio que conlleva este para sus habitantes y consolidar a San Vicente como un destino competitivo.

Iniciativas adecuadas para el desarrollo Turístico.

- Programa de Capacitación (hoteles, restaurante).
- Plan de Marketing
- Alternativas de acción turísticas

4.3.1 Programa de Capacitación

La zona se ha dedicado trascendentalmente a actividades agrícolas, ganaderas y pesca. En los últimos años se ha estado incentivando a los pobladores para que puedan aprovechar los recursos turísticos que existen en la región. Según lo investigado y descrito en la oferta turística con respecto a hoteles y restaurantes se pudo constatar que en su gran mayoría los propietarios les falta el conocimiento, es

por eso que se ve la necesidad de ayudar en capacitación, asistencia técnica con el fin de fortalecer e incrementar su competitividad en sus negocios que estén relacionados con el turismo.

En su gran mayoría, las personas que formaran parte de esta charla de sugerencias son personas adultas con un bajo nivel de escolaridad, jóvenes con título de educación media y otros sin haber culminado el colegio, que son propietarios de pequeños hostales de categoría sencilla y restaurantes. Adicionalmente, los requisitos necesarios para la charla serán que sean mayores de 18 años, saber leer y escribir, educación básica de bachillerato y como requisito fundamental es que este vinculado a alguna actividad relacionada con el turismo, sea este hospedaje, restaurante, pequeños artesanos etc. Según el Ing. Rodrigo Intriago, la oferta hotelera en la zona no tiene el conocimiento para poder mantener llena sus habitaciones durante todo el año y solo esperan a que sea temporada alta o feriados para subir el precio de las habitaciones.

El primer punto a tratar va a ser la "Calidad", debido a que este es un factor estratégico clave de toda empresa o micro empresa para asegurar su competitividad en el mercado y su supervivencia. Deben saber gestionar su calidad, encontrar y/o prevenir la aparición de defectos, anticipar errores, es necesario crear un sistema de calidad con la finalidad de garantizar lo que ofrece una organización o microempresa cumpla con todas las especificaciones establecidas previamente por la empresa y el huésped.

El segundo punto a tratar va a ser la atención al cliente, pero antes de abarcar este tema es indispensable tomar en cuenta las bases fundamentales, sus principios que orientan para educar y capacitar a los empleados que están involucrados en la actividad y así esta provee y nos indica como mejorar. Los principios del servicio se dividen en Principios Básicos de Servicio y Servicio al cliente.

Principios Básicos del Servicio

En su tesis Cambo, Echeverría (2009) nos recomiendan los principios básicos del servicio y enfatizan que sirve para adaptarlos de la mejor manera para la utilización de su beneficio por la empresa.

- Actitud de Servicio: Seguridad íntima de que es un honor Servir.
- Complacencia del Usuario: Es el propósito y deseo de vender satisfactores mas que productos.
- Se requiere una actitud positiva dinámica y abierta, Filosofía “Todo problema tiene solución”.
- Tener principios Éticos y Morales.
- El buen servidor es aquel que esta a gusto en su lugar de trabajo, se encuentra satisfecho y este por ende se incentiva a servir con gusto a los clientes.

Principios del Servicio al Cliente

Pueden encontrarse varios tipos de principios de servicios de atención al cliente de varios autores, estos nos dan la facilidad de poder darnos cuenta del factor prioritario con respecto al servicio. Según el artículo Zeus Management Consultants (2011), los principios básicos de servicio al cliente son los siguientes:

Sepa quien es el jefe: nunca se debe de olvidar que es gracias al cliente que una microempresa o negocio existe, el cliente paga nuestros salarios y hace posible que exista trabajo, para brindar un buen servicio al cliente usted debe de saber que es lo que sus clientes quieren.

Sea un buen escucha: Usted debe tener la paciencia tomarse el tiempo suficiente para poder identificar las necesidades que el cliente haciendo preguntas y enfocándose en lo que realmente el cliente esta expresando, su tono de voz, sus palabras, lenguaje corporal y lo más importante, como se sienten.

Identificar y anticipar las necesidades: se puede decir que el cliente compra bienes y servicios, pero en el fondo del asunto un cliente buscan soluciones a sus problemas. Se dicen que las necesidades de los clientes son mas emocionales que lógicas, mientras mas conozca de sus clientes, usted puede predecir anticiparse a sus requerimientos.

Hacer que el cliente se sienta Importante: De la manera más franca y cordial usted debe de halagarlos, tratarlos con respeto, como personas y siempre use su nombre. Las personas toman muy en cuenta la sinceridad, esto genera un ambiente de confianza, los clientes son muy sensibles y pueden notar si se están preocupando por ellos en verdad o no, y cada vez que se presente la oportunidad de agradecer hay que hacerlo.

Fomentar a los clientes a entender mejor sus sistemas: dentro de la organización usted puede tener estipulado los mejores sistemas para que la empresa funciones y alcance sus objetivos su misión y visión, pero de que sirve si el cliente no los entiende, el cliente se puede llegar a frustrar, enojar, desorientar, intranquilizar, por eso es recomendable que le explique a sus clientes el sistema con el cual se trabaja.

Retribuir el potencial del "SI": es recomendable siempre encontrar la manera de ayudar y resolver los problemas de los clientes siempre y cuando su petición sea sensata, y siempre hacer lo que usted le propone hacer.

Aprender como pedir disculpas: cuando algo no salga como lo esperado pida disculpas, a los clientes les agrada, aunque no siempre estén en lo correcto usted debe de hacerlos sentir que él tiene las de ganar, resuelva los problemas y hágale notar al cliente lo que usted ha hecho, valore mucho sus quejas así no nos guste, véalo como una oportunidad para mejorar.

Dar más de lo esperado: en este punto debemos darnos cuenta que nos diferencia de la competencia e identificar las maneras de ubicarnos por encima de esta, para esto debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Que puede ofrecer a los clientes que no pueden conseguir en otro lado.
- Que se puede dar a los clientes que sea fortuito o inesperado.

Retroalimentación Periódica: este siempre dispuesto a recibir críticas constructivas como mejorar sus servicios investigando a los clientes que piensan y sienten sobre sus servicios.

Los empleados: siempre debemos tener en cuenta que nuestros empleados son nuestros clientes internos y ellos también son un factor valioso para el crecimiento de nuestra empresa y brindar un servicio de calidad y una atención al cliente eficiente, motívelos, reconózcalos, agradézcale y respételes.

Estos fundamentos básicos se van a aplicar tanto para propietarios de pequeños hostales y restaurantes.

4.3.2 Plan de Marketing Turístico

La estrategia de marketing que se adapte a este proyecto sería de crecimiento debido a que es un producto turístico ya existente que tiene como objetivos promocionarse en nuevos mercados que según los resultados del estudio de mercado serían el mercado internacional y la ciudad de Guayaquil, debido a que para extranjeros es completamente desconocido el lugar y un bajo porcentaje de la provincia del guayas no conoce San Vicente.

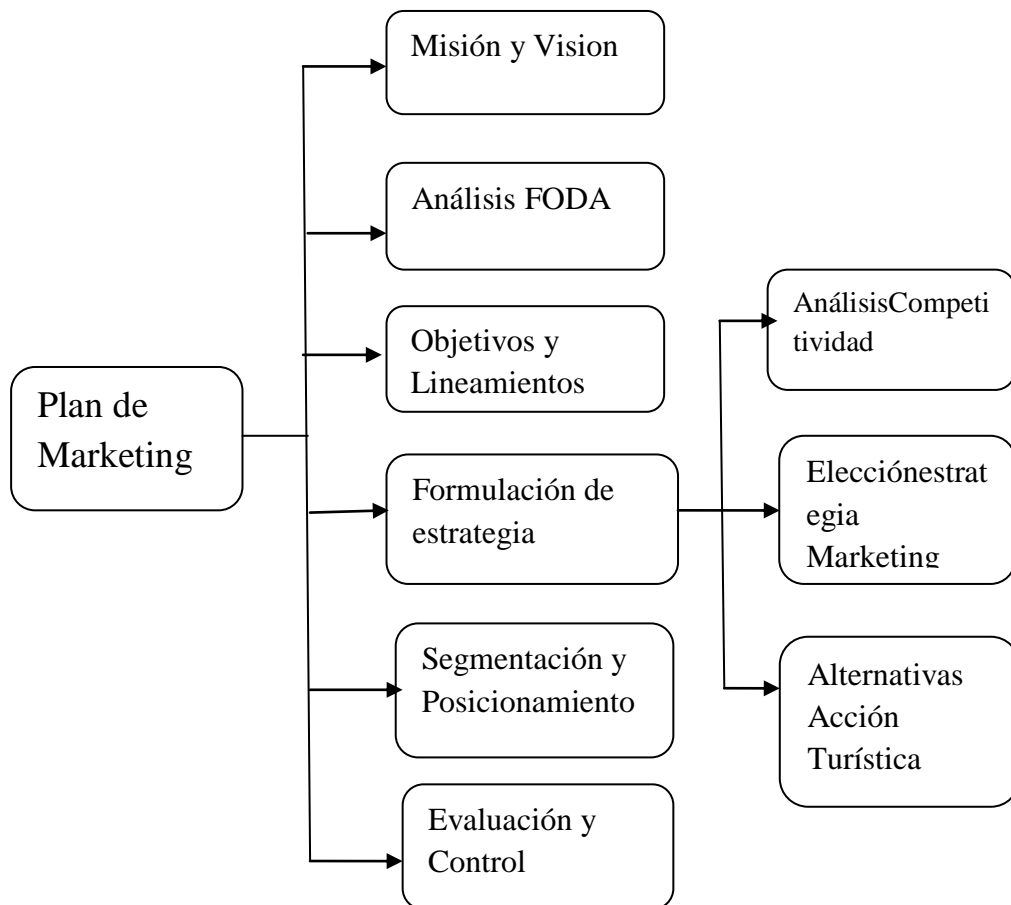


Figura # 32. Plan de Marketing.

Elaboración Propia.

4.3.2.1 Misión

La tarea de esta propuesta es aprovechar las distintas alternativas que ofrecen turísticamente la zona y no solo ser visitado por sus playas o ser un destino solo de escala y así mejorar la afluencia de turistas en las zonas menos visitadas.

4.3.2.2 Visión

Posicionar al Cantón San Vicente como un destino turístico a un nivel nacional e internacional, para beneficio del desarrollo del país y de sus habitantes.

4.3.2.3 Análisis FODA

Fortalezas:

- ✓ Su belleza Natural, Playas y ecosistema.
- ✓ Riqueza cultural, gastronómica.
- ✓ Municipio esforzándose para el desarrollo turístico y recibiendo el apoyo del Ministerio de Turismo.
- ✓ La humildad y calidez de sus pobladores, gente trabajadora y dispuesta a superarse.

Oportunidades:

- ✓ Promover en Ferias y exposiciones sus lugares turísticos menos visitados.
- ✓ Desarrollo de distintos programas turísticos.
- ✓ Convertirlo en un potencial turístico sobresaliente de Manabí y Ecuador.
- ✓ Proponer con un trabajo en conjunto entre de aerolíneas, operadoras turísticas y el estado la reactivación del Aeropuerto Los Perales.

Debilidades:

- ✓ Personal Hotelero en su mayoría no esta capacitado, falta de conocimiento de estrategias de mercado, plan de negocios, contabilidad etc.
- ✓ Falta de recursos Tecnológicos en los pequeños hoteles
- ✓ Limitada capacitación Tecnológica.

- ✓ Imagen de la ciudad, infraestructura, polvo suciedad.
- ✓ Dar más confianza a los inversionistas.
- ✓ Sobre población de turistas en días festivos y no satisfacer la demanda completamente.
- ✓ Falta de Promoción turística
- ✓ Mejora la infraestructura de transporte.

Amenazas:

- ✓ Competencia fuerte y mejor posicionada, ciudades periféricas.
- ✓ Cambios políticos.
- ✓ Escasez conocimiento de la zona por parte de la demanda.

FO

Introducir a San Vicente como un destino estable en el mercado turístico, logrando así la preferencia de los visitantes en la zona.

DO

Garantizar la satisfacción de la demanda turística en cualquier época de año para que exista mayor inversión.

FA

Promocionar a San Vicente y así convertirlo en una alternativa más de visita y preferencia con respecto a la competencia.

DA

Capacitar a los pequeños hoteles y restaurantes con una cultura de marketing y atención al cliente para así motivar al mismo en el desempeño de sus actividades.

4.3.2.4Objetivos.

Este plan de Marketing tiene como fin lograr la máxima satisfacción del visitante que sea compatible con un aceptable rendimiento o beneficio para la zona y sus habitantes a corto plazo.

4.3.2.5Formulación de Estrategia.

Análisis competitividad:Tipo de ventaja competitiva que posee la zona con respecto a nuestro competidor prioritario en primer lugar son las extensas playas, aprovechar esta ventaja para atraer al visitante y de allí vender las demás alternativas turísticas que ofrece el cantón como la finca orgánica Rio Muchacho, las distintas comunidades Portovelo y visitar las Islas Corazón-Fragatas para hacer vivir al visitante una experiencia mas natural

Elección de Estrategia de Marketing: El enfoque que tendrá San Vicente a mediano plazo va a ser de “Alternativa Turística Manaba” la cual se puede contratar una productora para que realice la publicidad y difundirlo en los distintos medios de comunicación.

4.3.2.5.1Establecimiento de los medios de comunica acción Adecuados

La falta de promoción turística del lugar nos brinda la necesidad de definir los medios de comunicación mas adecuados para su crecimiento y desarrollo turístico, estos serán: TV abierta, mejoramiento de su pagina Web, incluirla en Redes Sociales.

Tv Abierta:Es un recurso con un impacto visual muy poderoso, aquí podemos seleccionar el TARGET o grupo al cual queremos llegar al momento de seleccionar la hora de transmisión, ubicación geográfica, y la programación.

Página Web: El municipio de San Vicente si cuenta con una página Web solo informativa, en este caso se recomendara una página con más opciones de multimedia y gráficos que llamen la atención de los posibles turistas que buscan opciones de destino mediante la web.

Redes Sociales:Según las encuestas realizadas, las pocas personas que conocen o han escuchado de la ciudad de San Vicente por recomendación de amigos y

familiares, de boca a boca, en conclusión las redes sociales como Facebook, twitter serian de gran ayuda para difundir y recomendar la región.

4.3.2.6 Segmentación.

El Target que se va a elegir es el turista adulto con edades entre 22 a 40 años con ganas de experimentar nuevas aventuras, descanso e intercambio cultural, la encuesta realizada previa a este capítulo. Se divide el mercado en interno y externo, para turistas locales y extranjeros respectivamente.

Mercado Interno (Nacional):

Lugar de Residencia: Guayaquil, Quito, Ibarra, Cuenca

Edad: 22-40 años

Genero: Masculino y Femenino.

Mercado Externo (Extranjeros)

Lugar de Residencia: EEUU, Alemania, Suecia, México, Canadá.

Edad: 22-40 años.

Genero: Masculino y Femenino.

4.3.2.7 Posicionamiento - Marca del destino Turístico.

En este proyecto se va a proponer una insignia suspicaz que simbolice al Cantón y lo diferencie de los demás zonas periféricas. El posicionamiento en la mente de los futuros visitantes, ellos deben de percibirnos como un lugar vivo, activo, de aventura y naturaleza.



Figura # 33. Nuevo Logotipo SAN VICENTE.

Elaboración Diseñador Gráfico Luis Moreira Noboa.

Slogan: Naturaleza Inolvidable.

4.3.2.8 Evaluación y Control.

Se determinara mediante un cuadro cronológico las fechas de ejecución del Plan de Marketing, un estimado de turistas que lleguen a la zona durante todo el año 2013 y al final de este periodo, compararlo con el movimiento turístico del 2012.

Tabla # 85 Evaluación y Control Plan de Marketing

Plan de Marketing	Enero					Febrero					Marzo				
	1	2	3	4	C	1	2	3	4	C	1	2	3	4	C
Fase 1															
Elab. publicidad TV.															
Mejorar página Web.															
Vinculación R. Social															
Fase 2															
Difusión TV															
Difusión WEB															
Fase 3	Abril		Mayo		Jun	Julio	Ago.	Sept	Oct	Nov	Dic				
Informe Ocupacional %															
Hoteles San Vicente															
Hoteles Canoa															
Hoteles Briceño															

Elaboración Propia

4.3.3 Alternativas de Acción Turísticas.

En este punto se tratara de recomendar distintas acciones que den respuesta a ciertas debilidades que se descubrieron en el diagnostico vinculado con el déficit en la infraestructura y la oferta turística. Por cada una de las acciones a tomar se realizara una ficha que incluye:

- Descripción de la acción.
- El tiempo estimado de la ejecución de la acción. Se a considerado agruparlo en intervalos temporales para facilitar la agrupación de las acciones quedando así:
 - Corto plazo: entre 0 y 15 meses.
 - Mediano plazo: entre 15 y 36 meses.
 - Largo plazo: más de 36 meses.

Las propuestas serán las siguientes:

Acción 1: Plan de Mejora del servicio de transporte público.

Acción 2: Mejora de señalización turística viaria.

Acción 3: Mejora en señalización temática en lugares de interés.

Acción 4: Mejoría de accesibilidad a los recursos turísticos.

Acción 5: Favorecer el establecimiento de tiendas de productos turísticos.

Acción 6: Elaboración de un manual de calidad para pequeños hoteles.

Acción 7: Programa de formación Permanente.

Tabla # 86. Plan de Mejora del servicio de Transporte Publico.

Plan de Acción	Propuesta 1
Descripción	<ul style="list-style-type: none">▪ Impulsar la mejora del servicio de transporte público a los centros de interés turístico y de la ciudad, mediante convenio con empresas de transportes se puede plantear una estrategia gradual en tiempos, horarios y temporadas como experiencia piloto y luego ir incrementándola.▪ Mejorar la infraestructura en su terminal Terrestre.▪ Activar Aeropuerto Los Perales.
Tiempo de Acción	Largo Plazo

Elaboración Propia.

Tabla # 87. Mejora de la señalización turística viaria.

Plan de Acción	Propuesta 2
Descripción	Promover la mejora de la señalización turística en las vías de acceso a la zona de tal forma que se identifique la entrada y salida de la misma.
Tiempo de Acción	Corto Plazo

Elaboración Propia.

Tabla # 88. Mejora de la señalización temática en lugares de interés.

Plan de Acción	Propuesta 3
Descripción	Promover la señalización de los principales recursos patrimoniales. Esta señalización permitirá al turista la identificación del recurso, el reconocimiento de su importancia así como información útil para la visita.
Tiempo de Acción	Corto Plazo

Elaboración Propia.

Tabla# 89 Mejora de la Accesibilidad de los Recursos Turísticos.

Plan de Acción	Propuesta 4
Descripción	Fomentar la mejora en la accesibilidad a los recursos turísticos a través de las inversiones en cartelería, señalización, accesibilidad y servicios al turista (aseos, tienda, venta de refrescos...)
Tiempo de Acción	Corto Plazo

Elaboración Propia.

Tabla# 90 Favorecer el establecimiento de tiendas de productos Turísticos.

Plan de Acción	Propuesta 5
Descripción	<p>Promover el establecimiento de tiendas o puntos de venta de productos turísticos relacionados con el territorio. (Mercado Artesanal, folletería de información turística, etc.).</p> <p>Estos puntos de venta podrían localizarse en el malecón y áreas de descanso anexos a las autopistas que cruzan el territorio.</p>
Tiempo de Acción	largo Plazo

Elaboración Propia.

Tabla# 91 Elaboración de un Manual de Calidad para pequeños hoteles.

Plan de Acción	Propuesta 6
Descripción	<p>Promover la elaboración de un manual de calidad para el sector hotelero.</p> <p>Este manual incluiría todos aquellos aspectos tangibles e intangibles que contribuyen a la mejora de la calidad de los establecimientos turísticos como serían: diseño, decoración, infraestructuras, atención al cliente.</p>
Tiempo de Acción	Mediano Plazo

Elaboración Propia.

Tabla # 92 Programa de Formación Permanente.

Plan de Acción	Propuesta 6
Descripción	<p>Promover la mejora de la calidad en los alojamientos turísticos y en los restaurantes mediante programas de formación permanente en ámbitos específicos del turismo.</p> <p>Entre otros, se proponen los siguientes programas</p> <p>de formación permanente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente.• Comercialización de productos.• Gastronomía y servicios restaurante.• Informadores turísticos.
Tiempo de Acción	Mediano Plazo

Elaboración Propia.

4.4 Cronograma de Actividades

Dado el conjunto de actividades que propone este proyecto, es necesario establecer un cronograma, para así, de manera organizada cumplir con todo los objetivos estipulados.

Tabla # 93. Cronograma actividades taller para Hoteleros y Restaurantes.

ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fase 1												
Plan de Marketing	■	■	■	■								
Fase 2												
Elaboración Manual Calidad Hoteles					■	■						
Elaboración Manual Calidad Rest.							■	■				
Fase 3												
Programa Formación Permanente												
Atención al Cliente									■			
Comercialización Prod. Y Serv.										■		
Gastronomía y Servicios											■	
Informadores Turísticos.												■
Fase 4												
Evaluación Control Plan Mark.												■

Elaboración propia

CAPITULO V

5. EVALUAR IMPACTOS ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL CON INICIATIVAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN

5.1 Objetivo de Análisis de Impactos

La actividad turística trae de la mano un sinnúmero de beneficios positivos ya sean estos de carácter social, cultural, económico y ambiental. Es por eso, que se debe de aprovechar de la mejor manera estos efectos positivos pero tener muy en cuenta y sin descuidar los contras que pudieran afectar el medio ambiente de las zonas ricas en recursos naturales. Sin embargo, ciertas clases de turismo y/o actividades de ocio o recreativas pueden generar destrucción de hábitats, daño o deterioro en sus paisajes, la necesidad de recursos y servicios escasos como lo son territorio, energía, agua para su consumo, tratamiento para aguas residuales etc. Además, las comunidades pueden sufrir el riesgo de perder su propia identidad o tradiciones al depender mucho de los ingresos generados por el turismo. Finalmente, a comparación de otros agentes económicos, el turismo depende mucho de sus paisajes y entorno naturales, de su cultura para así tener un desarrollo exitoso a largo plazo, siendo así, el turismo se puede deteriorar todos estos aspectos ambientales esenciales para su desarrollo a tal nivel de poner en riesgo su propia existencia.

5.2 Impacto Ambiental

Siendo uno de los principales atractivos turísticos del cantón San Vicente sus playas, es de suma importancia tomar en cuenta la excesiva sobrepoblación de visitantes en temporadas altas, esto puede ocasionar que sus playas se ensucien y exista basura y se contaminen el mar y esta a su vez los peces que sirven también de alimento para los habitantes que dependen de la actividad económica como la pesca. Es recomendable que se ubiquen las señaléticas necesarias de depósito de basura a lo largo de todas sus playas, o sino, slogans publicitarios que concienticen tanto a visitantes como a ciudadanos a cuidar de sus playas.

El excesivo tráfico en altas temporadas trae como consecuencia ruido, los gases que emanan los tubos de escape de los automóviles y autobuses pueden estimular contaminación al ecosistema, arboles, flora y fauna, como las calles de

San Vicente todavía no están asfaltadas por completo, esto trae polvo que perjudica la salud de visitantes y de habitantes de la ciudad, sin embargo, la alcaldía junto al Ministerio de Transporte y Obras públicas y la empresa privada ya están resolviendo este inconveniente. La Flora y Fauna de las áreas como lo son las islas fragatas y corazón ubicados en el estuario del río Chone, también hay que tomar en consideración una posible degradación del entorno por el exceso de turistas que puede destruir la vegetación el manglar, traer contaminación, basura, tomando las medidas preventivas como una correcta organización y ordenanzas municipales para el cuidado de estas podrá desarrollarse un turismo en que el impacto ambiental sea mínimo.

En resumen, el secretariado de la Red de Autoridades Ambientales Lanzared (2001), presentó un documento propuesta de cómo integrar el medio ambiente en el sector turístico sugiriendo el siguiente cuadro.

Tabla #94. Impacto Ambiental por parte de los visitantes

CAUSA	EFEECTO (Impacto Ambiental)
Exceso de visitantes	Tensión en el medio ambiente y animales
Ala Delta, Parapente Vuelo Sin Motor	Molestias en la Fauna
Alimentar a la Fauna	Provoca dependencia de la fauna
Buceo	Daños en los fondos marinos
Campin Picnic	Degradación suelo, deforestación ahuyentar a la fauna.
Caza y Pesca	Minoración, restricción perdida de especies
Traslado fuera de las vías de acceso	Devastación del suelo y la vegetación
Emisión de ruidos	Irritación de animales por sonidos provocando su escape.
Marchas a pie	Daño en vegetación
Coches a gran Velocidad	Atropello a animales
Recaudación de madera	Deforestación y destrucción de hábitat
Arrojar basura	Contaminación, reducción de espacios, pelagra salud humana y animales, trae plagas
Vertido de Residuos no tratados al agua	Cambio en el PH del Agua Mas acida

Fuente de Información Lanzared

Tabla #95. Impacto Ambiental por parte de los gestores

CAUSA	EFEECTO (Impacto Ambiental)
Construcción de Vías Acceso, Carreteras, excavaciones	Perdida y segmentación de hábitats
Instalación de Torres Eléctricos	Impacto aves en vuelo
Excesiva infraestructura turística	Impacto visual,

Fuente de Información Lanzared

5.3 Impacto Económico

El turismo ha demostrado ser una fuente importante de desarrollo económico, generando plazas de trabajo para sus pobladores y comunidades, modernizar infraestructuras. Por otro lado, el empleo que genera el turismo es estacional, esto quiere decir que funciona por temporadas y esto hace que las fuentes de trabajo relacionadas con el turismo sean inestables. El director de turismo y Medio Ambiente del Municipio de San Vicente nos argumentaba que los hoteles de San Vicente no cuentan con un plan o estrategia para tener lleno sus hoteles todo el año calendario, solo esperan a que llegue la temporada de playa para subir los precios y así generara ingresos, también nos argumenta que en Canoa hubo inversión, gente que se capacito para establecer infraestructura hotelera en esta zona, pero el problema es que hubo otro habitante que solo arreglo los cuartos de su casa y ofreció lugares para dormir a un costo muchísimo mas bajo que el de los inversionistas.

5.4 Impacto Social (Cultural)

Pérez (2004) nos explica que el aspecto social en el turismo es quizá uno de las matices casi omitido a comparación de los efectos de impactos mencionados anteriormente, es necesario valorarlo a un mismo nivel de consideración para poder lograr un turismo sostenible ecuánime. Por lo tanto, el compromiso que ocasiona el turismo en su efecto social es de mucha atribución al Turista, la relación entre turista con los pobladores, va sin urgencia, conociendo, hablando con la gente, preguntando, intercambiando experiencias, esto hace que se vincule mucho mas a la población, por lo tanto, implicarse en sus vivencias. Finalmente,

siendo este el caso, el turismo abre la oportunidad para los asuntos sociales y sus distintos efectos negativos.

Acercamiento a las problemáticas de grandes ciudades: El excesivo tráfico, contaminación atmosférica, consumo ilegal o tráfico ilícito de estupefacientes, prostitución, delincuencia y violencia.

Neocolonialismo: La industria turística contribuye al intercambio de cultura entre visitante y habitantes, de una manera equitativa en que ambos se benefician, pero existe el riesgo de que los habitantes opten o varíen sus conductas por influencia de los visitantes, alterando sus costumbres y tradiciones, es por eso, fomentar el respeto y/o consideración a las ideas costumbres y tradiciones.

Empleo Temporal: es verdad que el turismo crea nuevas ofertas de empleo, pero lamentablemente estos empleos son por temporadas lo que provoca inestabilidad laboral para sus empleados y por ende inestabilidad económica.

Perdida de actividades Tradicionales: Con el crecimiento de la industria Turística, se corre el riesgo de dejar a un lado actividades económicas que por tradición como son la pesca, ganadería, agricultura por varias razones, debido a que esta actividad llama mucho la atención a los pobladores, o venta de terrenos para inversión en infraestructura hotelera, urbanización, contaminación de agua por motivo de nuevas infraestructuras turísticas. A continuación se mostrará un cuadro explicativo sobre las etapas del incremento del turismo y su impacto social.

Ciclos del Impacto social del turismo en poblaciones pequeñas.

Arribo de los primeros Turistas.

- Sorpresa y gran interés por parte de las comunidades locales.
- Encuentran amabilidad y Hospitalidad.
- Comienzan a hacer los primeros gastos.

Arribo de más Turistas.

- La gente queda fascinada

- Construcción primeras infraestructuras hoteleras, bares, restaurantes, tiendas.
- Pobladores comienzan a aprender el idioma de los extranjeros para entenderse con ellos.
- Deteriorar recursos naturales para satisfacer las necesidades de los turistas extranjeros.

Los Turistas se Multiplican.

- Comienza a existir dependencia de dinero de los turistas.
- Se compran productos extranjeros para satisfacer demanda de los extranjeros y dejando a un lado los productos locales.
- La abundante cantidad de población local de otras zonas, seducido por el turismo, trae de la mano problemas de delincuencia, tráfico y falta de trabajo.
- Los turistas son numerosos, causando algunos de ellos problemas de bebidas, drogas, peleas etc.

Arribo de los Turistas en Masa.

- Los pobladores no están tan felices y empiezan a tratar descortésmente.
- Se fortalece en la zona el tráfico ilícito de estupefacientes y la delincuencia.
- La comunidad se hace dependiente totalmente del Turismo.
- Los turistas son cada vez de peor nivel y buscan más alcohol y diversión que cultura y tradiciones.
- Los tour operadores empiezan a buscar nuevos destinos.

En conclusión, una correcta gestión de estos 3 pilares del turismo, lograra así un desarrollo turístico sin afectar la cultura y tradición de los pobladores,

respetara el medio ambiente y lo hará per duradero y beneficiara a todos los habitantes de la zona logrando así un turismo sostenible para generaciones futuras.

5.5 Presupuesto de la Investigación

A continuación se mostrara un cuadro presupuestario del costo de la elaboración del proyecto.

Tabla # 96. Costo elaboración Proyecto

Sueldo Investigadores	\$1,200.00
Sueldo Encuestadores (3) \$120	\$360.00
Sueldo Digitadores.	\$120.00
Papelerías: 2 resmas de Hojas a \$4 c/u.	\$8.00
Impresiones Costo tinta.	\$20.00
Copias Formato encuestas total 387.	\$10.00
Transporte	\$30.00
Alimentación	\$30.00
Tutor de Tesis	\$1,470.00
Costo Total de Proyecto	\$3,248.00

Elaboración propia

5.6 Costo de Aplicación de Proyecto

Se tomara en consideración 2 tipos de medios de comunicación, los cuales son los más convenientes para la promoción turística de San Vicente una cuña televisiva anuncio o spot televisivo, una cuña radial.

5.6.1Mejoramiento Pagina Web

La actual página Web del Municipio de San Vicente brinda información importante de turismo, actividades, festividades, acciones del municipio para el mejoramiento de la infraestructura de la ciudad, por eso se propone modernizar y renovar la página Web con los siguientes requerimientos:

- Definición de requerimientos de desarrollo, ej. : Procesos para agregar contenidos multimedia (audios videos), carrito de compras, automatización de procesos etc.
- Definición de secciones del sitio web (mapa del sitio).
- Diseño de propuesta grafica del sitio.
- Desarrollo de plantillas XHTML y CCS.
- Implementación en CMS (administrador de contenidos) Wordpress v3.4.2.
- Capacitación a administrador de sitio.

Costo total \$600+IVA.

5.6.2Costo de Difusión en Televisión

A continuación se realizó una cotización en Teleamazonas de cuánto costaría emitir la publicidad, aquí se especifica tiempo de duración, días y en la hora que será transmitido. Quedando entre estos valores \$3900, \$10000, \$3800, \$3700 y \$1512.

5.7 Conclusiones

El cantón San Vicente demuestra ser un destino turístico, que con esfuerzo de las autoridades locales pueden convertir esta región en una zona de alta competencia turística. Según el Plan Integral de Marketing Turístico del Ministerio de turismo, el objetivo es promocionar los 4 mundos, Costa, Andes, Amazonia y Galápagos, de los cuales ya algunas zonas están consolidadas y se venden por si solas, en su estudio considera que los tipos de turismo de recreación de playa y ríos, ecoturismo y turismo naturaleza tienen un nivel de notoriedad alta y predominante. En sus estrategias, este plan fomenta la promoción de los destinos menos visitados de los 4 mundos, realizando un trabajo colectivo con las oficinas de turismo de las distintas provincias y municipios y asignar un presupuesto según priorización de los productos, es por eso que San Vicente deberá hacerse conocer a nivel nacional y ubicarse entre los potenciales destinos de la costa a nivel de Manta, Bahía de Caráquez, Jama y ser tomados en cuenta en todos los proyectos de financiamiento y explotación turística por parte del Mintur. Es por eso que con este proyecto se lograra un mayor conocimiento del Cantón San Vicente a nivel nacional y este incrementara el número de visitantes al cantón logrando así un crecimiento económico para sus habitantes y propone al municipio de San Vicente distintas alternativas turísticas, como mercados artesanales, mejoramiento de infraestructura para recibir a los visitantes, señalización turística, capacitaciones y así lograr mediano y largo plazo un mejor desarrollo turístico para el beneficio de sus habitantes, este proyecto se lo entregara al gobierno local de la zona y es decisión de ellos si ponen en marcha este proyecto.

Bibliografía

- Balanzá, I (2004). *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Madrid: Paraninfo.
- Bigné, E. López, D (2000). *Planificación Territorial y Comercialización Turística*. Castello: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Cambo, V. Echeverría, C (2009). *La Gestión Administrativa para mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente en las hostales de la ciudad de Guaranda*. Tesis de Grado previa la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
- Cordero Ramírez, J (2003). *Planeación estratégica de Marketing XXI para destinos turísticos y empresas*. Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California.
- Ecuador. Acuerdo Ministerio del Ambiente, de 27 de Diciembre del 2002. Registro Oficial, núm. 133, p 2. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ccondem.org.ec/imagesFTP/11535.RO27Dic2002.pdf>
- El Diario. (2011, Noviembre). 250 mil visitantes llegaron a Manabí. *El Diario*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/209812-250-mil-visitantes-llegaron-a-manabi/>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE (2009). *FEPTCE*. Recuperado el 30 de Agosto del 2012, de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
- Feijoo, J (2008). *La gestión aplicada a Hotelería y Turismo con herramientas y estrategias Marketing, RRHH y Negociación*. Buenos Aire: Ugemar.
- FemeniaMillet, O (2011). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. España: Universidad de Málaga, Grupo EUMEDNET.
- Fernández García, R (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. San Vicente, Alicante: Club Universitario.

- García. Albuquerque. Francisco, J (2003). *El Turismo Cultural y el del Sol y Playa: ¿Sustitutivos o complementarios?*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Gonzales, E (2012, Abril 22). *Desarrollo turístico del Ecuador se difundirá en la revista internacional "The Business Year 2012"*. El Ciudadano, sección Actualidad. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=32023:desarrollo-turistico-del-ecuador-se-difundira-en-la-revista-internacional-the-business-year-2012&catid=40:actualidad&Itemid=63
- Gonzales Rubiera, Sergio (2002). *Turismo, beneficio para todos*. Buenos Aires: Siglo XXI editores Argentina S.A.
- Guadamud Zambrano, G (2005). *Elaboración de un plan para impulsar el desarrollo de la gestión turística descentralizada en el Municipio de San Vicente Provincia de Manabí*. Tesis de Grado previa la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Áreas Naturales. Universidad Equinoccial, Quito, Ecuador. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/8447>
- Hernández Ramírez, J (2008). *La imagen de Andalucía en el turismo*. Andalucía: Micrapel.
- Lanzared (2001). *Hacia un turismo sostenible: como integrar el medio ambiente en el sector turístico*. Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales Documento propuesta. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/51507239/3/Turismo-de-sol-y-playa-impactos-ambientales-en-el-litoral>
- Ludeña, Humberto (2008). *Plan de desarrollo de Turismo Científico para el refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragatas*. Tesis de Grado previa la obtención del título de Ingeniero de Empresas Turísticas y Áreas Naturales. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8525/1/37481_1.pdf

- McDaniel, C. Gates, R (2005). *Investigación de Mercados*. México: Thomson Editores.
- Mirarbell, O. Arcarons, R. Capellá, J. Gonzales, F. Pallás, J. (2010). *Gestión Pública de Turismo*. Barcelona: UOC.
- O'Shaughnessy (1984). *Competitive Marketing: A Strategic approach*. Winchester: UnwinHyman, INC.
- Organización Mundial de Turismo (1999). *Turismo sostenible y gestión municipal*. Madrid: Agenda para planificadoras locales, edición para América Latina y el Caribe.
- Pérez, Mónica (2004). *Manual de Turismo Sostenible: Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundiprensa. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=31GP0yv3pTkC&oi=fnd&pg=PA13&dq=impacto+social+del+turismo&ots=0q6dnknH96&sig=CmRCEeRXhLe8qP0TKkoNiNA6MIE#v=onepage&q=impacto%20social%20del%20turismo&f=false>
- Pimienta, R (2000). *Encuestas Probabilísticas vs No Probabilísticos*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ramírez Treviño, A. Sánchez Núñez, J. & García Camacho, A. (2004). El desarrollo sustentable: Interpretación y Análisis. *Revista del Centro de Investigación*, 21, 55-56. [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/342/34202107.pdf>
- Royo Vela, M. Ruiz Molina, M (2009). *Actitud del Residente hacia el Turismo y el Visitante: Factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Sanvicenteadventour (2011, Marzo 8). *El Barquito*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=yjl5pGh8x2c>
- Grist Magazine. 15 Green Cities. Grist [en línea]. 20 Julio 2007, [Fecha de consulta 8 de Noviembre del 2012]. Recuperado de: <http://grist.org/article/cities3/>

Soler, P (2001). *Investigación de Mercados*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Vértice (2008). *Marketing Turístico*. España: Publicaciones Vértice.

Wunder, S (1996). *Ecoturismo, Ingresos locales y Conservación: El caso Cuyabeno, Ecuador*. Quito: Unión Mundial para la Naturaleza UICN, Oficina regional para América del Sur.

Zickmund, W. Babin, B (2009). *Investigación de Mercados*. México: CengageLearning.

INEC, último censo de población y de vivienda, 28 de Noviembre del 2010.

Zeus Management Consultant (2011). *Principios Básicos del Servicio al Cliente*. Recuperada Noviembre 2, 2012, de <http://www.zeusconsult.com.mx/artpposbsserctes.htm>

ANEXO 1

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ENCUESTA A TURISTAS LOCALES Y EXTRANJEROS

1. Nacionalidad: _____
2. Edad: 18-21 22-30 31-40 41-52 53-60 Mayor de 61
3. Género: M F
4. Estudios: Primarios Secundarios
 Universitario
 Otro, especifique _____
5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
 Vacaciones___ Negocios___ Estudios___ Deportes___ Religión___ Visita a amigos / familiares___
 Salud___ Voluntariado___ Otro_____
6. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Ecuador?:
 1 día 2 a3 días 4 a 7 días 1 a 3 semanas 1 mes Mas de 1 mes
- 7.- ¿Conoce usted la ciudad de San Vicente de la provincia de Manabí?
 SI NO
8. ¿Como se entero de la ciudad de San Vicente?
 Internet TV Agencias de Viajes recomendación amigos
 Otro_____
9. ¿Qué medio de transporte utilizó para venir/llegar a San Vicente?
 Carro propio___ Bus Público___ Carro alquilado___ Bus de Agencia
 de Viajes (tour)___ Transporte Acuático___ Otro_____
9. ¿Qué le pareció San Vicente?
 Muy Bueno Bueno Me es indiferente Malo
10. ¿San Vicente brinda los servicios suficientes para su estadía y su desarrollo turístico?
 SI NO
11. ¿Qué lugares visito en el Cantón San Vicente?

12. ¿Qué fue lo que mas le gusto del Cantón San Vicente?

13. ¿Qué fue lo que no le gusto del Cantón San Vicente?

14. ¿Para evitar 5hrs de viaje vía terrestre y conocer la provincia de Manabí, estaría dispuesto a pagar un ticket Aéreo a la Ciudad de San Vicente? SI NO

ANEXO 2

FocusGroup

Preguntas que se van a debatir.

¿Usted cree que San Vicente tiene potencial turístico?

¿Cual cree usted que son las ventajas de San Vicente?

¿Cuál cree usted que son las desventajas de San Vicente?

¿Usted cree que el gobierno municipal esta tomando acciones para el desarrollo turístico?

¿Cree usted que los habitantes se beneficiarían con el Turismo en la ciudad? ¿Por qué?

¿Cuáles creen usted serian algunas buenas estrategias para el desarrollo turístico de San Vicente?

¿Que recomendaciones usted daría para impulsar el Turismo en San Vicente?

ANEXO 3

Modelo de entrevista al Director del Departamento de Turismo y Ambiente

Nombre:

Cargo:

- 1.- ¿Qué tiempo tiene trabajando en la Dirección de Turismo y Ambiente del Municipio?
- 2.- ¿Como esta estructurado esta dependencia Municipal?
- 3.- ¿Ha participado en todos los seminarios de capacitación dictados por el Ministerio de Turismo?
- 4.- ¿Cuenta con los suficientes recursos para poder desempeñar Correctamente sus funciones?
- 5.- ¿Existe la Comisión de turismo en el Municipio?
- 6.- ¿Quiénes integran esta Comisión?
- 7.- ¿La Comisión de Turismo la apoya en todos los programas que planifica esta Dirección?
- 8.- ¿Con qué frecuencia sesiona Usted con la Comisión de Turismo?
- 9.- ¿El Señor Alcalde apoya los programas de la Dirección de Turismo?
- 10.- ¿Cuenta con presupuesto la Dirección de Turismo?
- 11.- ¿Existe ordenanzas que apoyen la gestión turística y ambiental del cantón ysi la hay cuales son?
- 12.- ¿Existe el Consejo Cantonal de Turismo?

13.- ¿Quiénes lo integrarían?

14.- ¿Cuenta con página Web el Municipio?

15.- ¿Con qué material de promoción turística cuenta el municipio?

16.- ¿Coordina acciones con otras dependencias del municipio?

17.- ¿El departamento cuenta con algún Plan Anual para el próximo año o Programas que contengan líneas de acción turística y ambiental a mediano Plazo?

18.- ¿El municipio cuenta con alguna investigación de mercado?

19.- ¿Existe control de calidad?

20.- ¿La Dirección tiene un inventario actualizado de los establecimientos Turísticos?

21.- ¿El Municipio cuenta con un inventario de los atractivos turísticos existentes?

22.- ¿Tienen previsto programas de capacitación para los servidores turísticos del Cantón?

ANEXO 4



Aeropuerto Los Perales

Centro de la ciudad de San Vicente



Muelle San Vicente



Comida Típica de San Vicente



ANEXO 5



AUSPICIOS Y PAQUETES

VIGENTES PARA EL MES DE FEBRERO DE 2012

LA ECONOMIA Y USTED	
AUSPICIO ECONOMIA Y USTED: 7H59	VALOR(mensual)
DESPEDIDA CON CUÑA DE HASTA 30 SEG. LUNES, MIERCOLES Y VIERNES EXCLUSIVIDAD DE LINEA	USD. 3.900

DEPORTES	
PAQUETE DEPORTE TOTAL II	VALOR(mensual)
10 CUÑAS DE 30 "	USD. 10.000

CINE EN CASA	
PAQUETE CINE EN CASA	VALOR(mensual)
5 CUÑAS DE 30"	USD. 3.800

ECOS	
PAQUETE	VALOR(mensual)
1 CUÑA DE 30" POR PROGRAMA (Total 4 programas)	USD. 3.700

PROGRAMACION MADRUGADA A PARTIR DE 1H50	
PAQUETE DE LUNES A DOMINGO	VALOR(mensual)
10 CUÑAS POR SEMANA, (Total 40 comerciales al mes)	USD. 1.512

NOTA: 1. EN EL CASO DE LOS AUSPICIOS LA DURACIÓN

DE LA CUÑA ES DE HASTA 30"

2. EN EL CASO DE LOS PAQUETES EL PRECIO
SERA

DE ACUERDO AL METRAJE.

