



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TEMA:

La influencia del marketing en el turismo a la isla Jambeli

AUTORA:

LISSETTE VERÓNICA ORDOÑEZ TEBANTE

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de Ingeniero en Marketing**

REVISOR (A)

Econ. María Mercedes Baño Hifòng MSc.

Guayaquil, Ecuador

16 de diciembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Lisette Verónica Ordoñez Tebante**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISOR (A)

f. _____

Econ. María Mercedes Baño Hifòng. MSc.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Torres Fuentes, Patricia Dolores, Lcda.

Guayaquil, a los 16 del mes de diciembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Lisette Verónica Ordoñez Tebante**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo**, La influencia del Marketing en el turismo a la isla jambeli, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 29 del mes de agosto del año 2016

EL AUTORA

f. _____

Lisette Verónica Ordoñez Tebante



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Lisette Verónica Ordoñez Tebante.**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo** La influencia del marketing en el turismo a la isla Jambeli, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 del mes de diciembre del año 2016

~~EL (LA)~~ AUTOR(A):

f. _____

Lisette Verónica Ordoñez Tebante



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Econ. María Mercedes Baño Hifòng, MSc.

REVISOR(A)

f. _____

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Samaniego López, MSc.
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Dedicatoria

Dedico de manera muy especial a Dios, a mis padres, hermano, Ángel Tiño porque ellos son el pilar fundamental en mi vida, siempre sembrando en mí el deseo de superación estando a lo largo del camino apoyándome.

A mis tutores por brindarme los conocimientos necesarios para seguir adelante.

Agradecimiento.

A Dios, porque él ha estado a mi lado dándome la fe y sabiduría necesaria para seguir día a día.

A, Ángel, Martha, Miguel, Ángel Tiñe, por estar siempre ahí impulsándome a seguir y no rendirme

A UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL Ec. María Mercedes Baño Hifòng, MSc. Por brindarme sus conocimientos en este proyecto.

Índice General

Introducción	11
Desarrollo	13
Justificación	14
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos específicos.....	15
Pregunta de Investigación	15
Diseño metodológico	16
Población y Muestra	16
Métodos y Técnicas.....	17
Ámbito físico espacial.....	18
Ubicación y límites.....	18
Movilidad	19
Características Climáticas	19
Población.....	19
Vivienda.....	20
Servicios Básicos	21
Desarrollo Turístico.....	23
Planta turística.....	24
Resultados de la investigación.....	26
Resultados Cualitativos	26
Resultados cuantitativos.....	28
Conclusiones	33
Bibliografía.....	35
ANEXOS.....	38

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Ingreso de turistas</i>	3
Tabla 2. <i>Factores de estudio</i>	6
Tabla 3. <i>Población y muestra</i>	7
Tabla 4. <i>Servicio de agua</i>	19
Tabla 5. <i>Sistema de alcantarillado</i>	20
Tabla 6. <i>Energía eléctrica</i>	20
Tabla 7. <i>Recolección de basura</i>	21
Tabla 8. <i>Seguridad</i>	22
Tabla 9. <i>Baños públicos</i>	23
Tabla 10. <i>Baños de alquiler</i>	23

Índice de Figuras

Figura 1. Servicios de agua para consumo humano.....	19
Figura 2. Sistema de alcantarillado.....	20
Figura 3. Servicio de energía eléctrica.....	21
Figura 4. Servicio de recolección de basura.....	22
Figura 5. Sistema de seguridad para el turista.....	22
Figura 6. Baños públicos.....	23
Figura 7. Baños de alquiler.....	24

Resumen

El trabajo de ensayo analiza la influencia del marketing en el turismo a la isla Jambeli, los objetivos específicos propuestos dentro de la investigación son: Identificar los atractivos turísticos de la isla Jambeli para fortalecer el marketing turístico y lograr una mayor cantidad de arribo de turistas en la temporada alta. Establecer la calidad de atención al cliente y servicios básicos, para fortalecer la visita de los turistas. La observación directa, los datos proporcionados por el Gobierno Descentralizado Autónomo Parroquial de Jambeli y la investigación de campo que se aplicó en entrevista directa a los involucrados, la opinión de expertos con muchos años en el ámbito turísticos, permitió concluir: que existe carencia de servicios básicos, es limitado el hospedaje, además no existe una planificación de Marketing a largo ni mediano plazo. La contaminación del mar producto de las descargas no tratadas de las aguas servidas, influye directamente en los ecosistemas de la isla perjudicando a las aves y la vida marina. La necesidad urgente de la construcción y reforzamiento de los muros de escolleras para evitar las pérdidas de parte de la playa como ya está ocurriendo

Palabras Claves: Influencia, marketing, Isla Jambeli, servicios básicos, alojamiento, manglar, aves marinas

Introducción

El turismo es considerado como la industria no contaminante, en donde la mayoría de los países realizan inversiones en sus centros de atracción para competir, y la atención de los visitantes. Estas atracciones se dan de acuerdo a la región, los bosques, las especies animales, sus volcanes, paisajes, sus islas, además por su infraestructura especialmente si es antigua y bien conservada que va quedando como un legado para la humanidad, o si es moderna con una planificación y diseño único.

Es de anotar también su gastronomía, como el caso del Ecuador que ha promocionado el campeonato mundial del encebollado, y de la fritada. “El Ecuador tiene una megadiversidad y biodiversidad únicos en el mundo, por encontrarse en la mitad del globo terráqueo, con un sistema de climas variados que le permite esta biodiversidad”. (Ruiz, Hernández, Coca, & Cantero, 2008, p.403)

Es una de las razones que este gobierno se ha preocupado por vender la imagen del país al mundo entero con campañas publicitarias que dan a conocer nuestras bondades, y multiculturalidad, es incentivar el turismo porque se considera el sustento económico a largo plazo por la terminación de la fase petrolera que vive el país.

La provincia de El Oro está llena de historia, atracciones turísticas que parten desde la época ancestrales, la extracción del oro de Portovelo viene desde antes de la colonia y luego siguió con la llegada de los norteamericanos, es la razón de tener una infraestructura que engloba toda esas culturas, dándole un aspecto único. Santa Rosa por su historia y ser la cuna del nacimiento y crianza del camarón en cautiverio, es única sus atractivos turísticos son en la parte del continente y además en el océano como el Archipiélago de Jambeli.

La mayoría de la islas del archipiélago tienen sus encantos especialmente por los diferentes canales que hay que navegar para poder llegar, cubiertos de

manglares y aves acuáticas, también se han construidos grandes camaronerías que son un aporte sustancioso a la economía de la provincia de El Oro y por ende del país. La existencia de una de las islas que más se ha destacado por poseer una playa privilegiada y de más accesibilidad es la isla de Jambeli. Se observa desde su entrada las piscinas de camaronerías y al atracar las embarcaciones al muelle de llegada en minutos se observa un espectáculo único, una gran playa de arena blanca, de varios kilómetros de largo, el ruido del mar por el golpe de las olas en la playa.

Jambeli se ha convertido punto de visita de los turistas especialmente de la parte de la sierra y de los extranjeros ofreciendo a sus visitantes diferentes atracciones naturales, desde el zarpe de la embarcación en donde las personas en su recorrido hasta llegar a la isla son testigos de sentir la brisa fresca del mar, el resplandor del sol, las grandes pelicanos, las gaviotas y si tienen suerte el avistamiento de pequeños delfines.

La asistencia turística a la isla de Jambeli es constante especialmente en los feriados, la época de carnaval, semana santa y un repunte mayoritario en la época de vacaciones estudiantiles de la sierra que es la época de verano en la costa y merma la visita de los turistas, pero es mayor la visita del turista de la sierra.

Las estrategias aplicadas de Marketing para el arribo turístico hacia las playas de Jambeli son escasas, las dependencias como el gobierno provincial Autónomo de El Oro y el gobierno Autónomo descentralizado Municipal del Cantón Santa Rosa, a cual corresponde su atención no han implementado las herramientas necesarias para dar a conocer las bondades y promoción de los atractivos turísticos de las playas de Jambeli.

Desarrollo

El balneario de Jambeli es conocida a nivel nacional, pero recibe con mayor regularidad gran cantidad de turistas de la provincia de Loja, Azuay y Cañar en la época alta “Reconocido por su ambiente apacible que invita al relax por sus playas y la amabilidad de la gente” Aguayo, (2007, p. 2). Las lanchas como único medio de trasportes, para arribar al balneario zarpan desde el muelle de la Parroquia de Puerto Bolívar.

Las embarcaciones que sirven de medio de transporte están constituidas en cooperativas, son conscientes de brindar un servicio de calidad brindando la comodidad y seguridad que de acuerdo al servicio que prestan debe prevalecer. La compra de los boletos para viajar se lo realiza antes del zarpe y sirve para ida y vuelta. En la época alta de turista, el viaje se realiza de acuerdo a como se llena la embarcación, en los días normales se lo realiza cada hora, los integrantes de la guardias marina supervisa los zarpe para evitar el exceso de pasajeros y que se respeten las normas de seguridad.

Dentro de los atractivos que ofrece a los turistas están el placer de navegar por una vasta extensión de mar, además una gran variedad de flora y fauna que por sus coloridos matizan el paisaje, único, y además relajante. La visitan alrededor de 120000 turistas anualmente en busca de lugares tranquilos, llenos de sol, y una gran gastronomía de mariscos fresco, el disfrute de una playa limpia que se conserva por sus pobladores.

Tabla 1

Ingreso de turistas

Temporadas	Cantidad de turistas
Carnaval	25.000
Feridos de Julio y agosto	11.000
Feriado de diciembre al 1ro de enero	7.000
Semanalmente en épocas normales	1200
Promedio anual	120000

Datos obtenidos de las cooperativas de transporte a Jambeli 2015

La visita del turista de la parte de la sierra se debe a la cercanía con la Provincia de El Oro, que se encuentra aproximadamente a tres horas provincia del Azuay y cuatro con Loja, lo mismo con la provincia de Zamora del Oriente. La red vial que conecta con estas provincias es de primera calidad. El gobierno nacional lo realizó como prioridad para disminuir el tiempo, además brindar un servicio con carreteras amplias y más seguras, permitiendo el desarrollo sustentable de cada región.

La caracterizan dos estaciones climáticas bien definidas: la estación lluviosa de diciembre a mayo y la seca, el resto de los meses. Esto es debido a que la corriente fría de Humboldt, proveniente de las costas peruanas, modifica el clima y la temperatura de las aguas que rodean las islas, y se une al norte del archipiélago con las aguas tropicales de la corriente de El Niño que ejerce su influencia de diciembre a mayo. (Instituto Oceanográfico de la Armada del Ecuador

Justificación

La promoción turística de un sector se da por las estrategias de Marketing que se aplican para su cometido, los medios que se utilizan dependen de la inversión económica y de la marca que se posee en la mente de los usuarios, de acuerdo a las características que motiva para la aventura. Según Arandes, (2008), el centro de las estrategias competitivas es alcanzar ventajas de posicionamiento en la mente de los consumidores, es decir, beneficios percibidos en comparación con la competencia. (p. 93)

La gestión que se realiza por parte de los organismos estatales implica esfuerzos continuos de las instituciones públicas y privadas, las mismas que se reflejan en la atención al cliente, en la disponibilidad de los servicios básicos. Las expectativas creadas por los consumidores dependen de la imagen creada del producto de consumo que influye en la preferencia de los usuarios. La comunicación como herramienta del marketing promociona las actividades y las características del producto.

La isla de jambeli ofrece a sus visitantes un producto con características únicas, el turista que llega por primera vez en su recorrido va descubriendo paisajes que lo transportan a un mundo nuevo, que le hace olvidar de los problemas que aquejan a las grandes ciudades. Pero la responsabilidad de que el mismo vuelva recae en las acciones que se tomen para la conservación, inversión, para mejorar la atención al cliente y la prestación de los servicios básicos, que en muchos de los casos son obsoletos y en otros no existen.

La finalidad del proyecto de marketing, es potenciar el turismo hacia la isla de jambeli, promocionando sus atractivos y con la implementación de nuevas actividades, pensando en las necesidades de los turistas. Además impulsar su desarrollo, con la apertura del marketing comunitario, en donde los favorecidos sean los habitantes de la isla mejorando su economía, la conservación de los manglares y la riqueza marina.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la influencia del marketing en la visita de los turistas a la isla jambeli en la temporada alta

Objetivos específicos

- Identificar los atractivos turísticos de la isla jambeli para fortalecer el marketing turístico y lograr una mayor cantidad de arribo de turistas en la temporada alta
- Establecer la calidad de atención al cliente y servicios básicos, para fortalecer la visita de los turistas

Pregunta de Investigación

¿Cómo influye el marketing en el turismo a la isla jambeli?

La investigación se sustenta en los productos que se ofertan que son parte del ecosistema, atractivo naturales que son la motivación del turista y el medio indispensable para la oferta turística del sector que debe ser planificado, utilizando estrategias de calidad en servicio y conservación. Además juega un papel importante los servicios básicos, para salvaguardar, la salud y la integridad de los turistas, teniendo como principales factores de estudio

Tabla 2
Factores de estudio

Factor	Medición
Ecosistema	Las playas
	El paisaje
	Los manglares
	Las aves marinas
	Las camaroneras
Servicios básicos	Agua potable
	Servicio de alcantarilla
	Energía eléctrica
Servicios al cliente	Hospedaje
	Servicios de salud
	Alimentación
	Seguridad

Diseño metodológico

Población y Muestra

Para realizar la investigación se comenzó con un análisis y descripción detallada de la influencia del marketing turístico en las visitas de los turistas a la isla de Jambeli, el colectivo estuvo conformado por 14 personas dueños de los comedores por los 13 propietarios de comidas rápida 3 autoridades y 8 empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambeli (GADPJ)

Tabla 3.
Población y muestra

Ítem	Estrato	Población
1	Autoridades	3
2	Empleados del GADPJ	8
3	Dueños de comedores	14
4	Propietarios de establecimiento de comidas rápidas	13
Total		38

Se trabajó con la opinión de expertos, además con estudios ya realizados con respecto al tema, en el desarrollo de la parte conceptual fue necesaria buscar en los trabajos científicos publicados para fundamentar las variables

Métodos y Técnicas

La investigación asume el estudio de caso, este permitió la indagación del comportamiento de la variable “el turismo en la Isla Jambeli”. Su utilización brindó la posibilidad de obtener un examen detallado, comprehensivo, sistemático y en profundidad del estado actual de la atención al turista en la isla jambeli y proponer conclusiones y recomendación a partir de los resultados que se derivan de la constatación

Para ellos se seleccionó la técnica de la observación lo cual permite plantear que la investigación se puso en práctica un estudio de casos interpretativo, múltiple y observacional, con el objetivo de analizar y describir el estado de la variable. “El estudio de caso es una modalidad de búsqueda empírica que se adecua para estudiar problemas prácticos o situaciones específicas.” Mejía. (2013, p.306)

Como complemento de la estrategia metodológica empleada fue preciso utilizar como complemento diferentes métodos y técnicas, dentro de los que se encuentran (a) la Revisión de documentos, (b) Entrevista y (c) Observación científica, además del método matemático estadístico se utilizó la técnica de

distribución de frecuencia con su correspondiente análisis porcentual y criterio de especialistas

Ámbito físico espacial

A inicios esta isla era más conocida como Tembleque. Su nombre se debía a que a la gente que vivía en ella le denominaban los temblorosos, sobrenombres puestos por los pobladores de San Gregorio con quienes tenían constantes enfrentamientos.

Posteriormente se empezó a denominar Costa Rica debido a la visita de un obispo de Loja a quien le gusto la isla, sugiriendo que se le denomine “Costa Rica” por la riqueza natural del sitio; a partir de 1930 las inscripciones en el Registro Civil se empiezan a dar con este nuevo nombre. Cabe indicar que en los mapas no consta el nombre de Costa Rica debido a que la parroquia se creó como Jambeli – Tembleque. Finalmente en el 2002 el Municipio de Santa Rosa crea la parroquia urbana satélite Jambeli; donde se elimina la palabra Tembleque para únicamente ser asentada legalmente como Jambeli.(Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Ubicación y límites

La Parroquia Jambeli, abarca la gran mayoría del Archipiélago de Jambeli ubicado al occidente de la provincia de El Oro en el Océano Pacífico La cabecera parroquial es la Isla Tembleque, más conocida como Isla Costa Rica, y se sitúa a 40 minutos en bote desde Puerto Hualtaco. La parroquia Jambeli está conformada por cinco islas pobladas, conocidas como: Bellavista, Costa Rica, Las Huacas, Las Casitas y Pongalillo estos lugares son habitados por personas que se dedican principalmente a las faenas artesanales de pesca, recolección de conchas y cangrejos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambeli, 2015)

Límites

Norte: Océano Pacífico

Sur: Arenillas, Huaquillas y Perú

Este: Machala y Santa Rosa

Oeste: Océano Pacífico

Movilidad

Las principales vías de transporte para llegar a las islas o ciudades vecinas la realizan a través de esteros y canales del Archipiélago de Jambeli. Es así, por ejemplo, que los habitantes de Costa Rica y Bellavista suelen transportarse por los canales que llegan hacia Puerto Hualtaco mientras que la población restante se dirige por alta mar hacia Puerto Bolívar. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

En las islas de la Parroquia Jambeli, no existen calles bien determinadas, y existe el espacio para construir una planificación adecuada. En la cabecera parroquial y en el resto de las Islas de Jambeli, sus calles son de tierra. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Características Climáticas

El macrobioclima que le corresponde al Ecuador es el Tropical, y dentro de este la parroquia Jambeli goza de dos Bioclimas: Desértico y Xérico, siendo el último el más representativo. En la parroquia Jambeli el Bioclimas Desértico se encuentra en el 25,12% del territorio y se caracteriza por las pocas precipitaciones anuales, más o menos 500 mm y temperaturas promedios de 24°C. El Xérico es el segundo Bioclimas que posee la parroquia y se caracteriza por ser un hábitat con un suministro bajo de humedad, se presupone que las lluvias caen principalmente en época de invierno; Jambeli mantiene este Bioclimas en el 74,88% de su territorio. (INOCAR, 2005)

Población

De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, (2010), en la parroquia rural de Jambeli, del cantón Santa

Rosa, Provincia de El Oro, habitan un total de 1718 personas, y se encuentran distribuidas en las diferentes islas que conforman la Parroquia. Según el cuadro 30 la población de la Parroquia Jambeli está distribuida de la siguiente manera: en la Isla Costa Rica habitan 756 personas; en la Isla Las Huacas habitan 324 personas; en la Isla Bellavista habitan 267 personas; en la Isla Pongalillo habitan 206 personas; y en la Isla Las Casitas habitan 165 personas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Vivienda

El déficit habitacional se refiere a necesidades de reemplazo derivadas de la existencia de viviendas que no cumplen condiciones mínimas de calidad y/o habitabilidad. La necesidad de reposición considera toda vivienda de materialidad deficitaria y el estado de las mismas. Siendo precisos, la Parroquia posee un déficit habitacional cuantitativo de 45,45% y se refiere a la existencia de aspectos materiales, espaciales o funcionales que resultan deficitarios en una porción del parque habitacional existente; y de déficit cuantitativo posee un 25,45% y se refiere a la carencia de unidades de vivienda aptas para dar respuesta a las necesidades habitacionales de la población. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

En la parroquia Jambeli el 100% de las viviendas son particulares, es decir no pertenecen a ninguna institución pública o privada. Del total de viviendas particulares de la Parroquia Rural de Jambeli, 114 viviendas (36%) se encuentran en condiciones de habitabilidad aceptable, 225 vivienda (40%) en condiciones de habitabilidad recuperable y 126 viviendas (24%) en condiciones de habitabilidad irrecuperable, denotándose la importancia de formular acciones que vayan en mejorar de la calidad de vida de los pobladores. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Tomando en cuenta el tipo de viviendas existentes en la parroquia rural de Jambeli, el 75% obedece a Casas/villas; el 10% a ranchos; el 7% a mediagua; el 4% a covachas; y el resto de porcentaje están en los tipo de: cuartos y en

casa de inquilinatos; choza; otras viviendas particulares. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Servicios Básicos

De acuerdo a los datos del INEC (2010), se observa que Jambeli es una de las parroquias más desatendidas del cantón Santa Rosa. A pesar de los esfuerzos de la última década, el nivel de necesidades básicas insatisfechas sigue siendo alto (93,6%); los temas de: agua potable, alcantarillado, eliminación de desechos sólidos, educación, desempleo y el apoyo a la producción, son los factores menos entendidos por las autoridades competentes, causando altos niveles de pobreza y descontento en la población de la Parroquia Jambeli

Energía Eléctrica

La luz eléctrica que utilizan las familias de la parroquia rural de Jambeli, provienen de las siguientes redes: el 55% de la red de la empresa eléctrica de servicio público; el 17% de generadores de luz; el resto de paneles solares y otras redes; mientras el 25% no cuenta con este servicio, hasta la realización del CENSO INEC – 2010; sin embargo, según el diagnóstico territorial realizado en cada comunidad (isla) se pudo comprobar que aproximadamente el 99% ya tienen energía eléctrica por la empresa de eléctrica de servicio público(Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Agua

Sistema de agua por tubería: La parroquia Jambeli se abastecen de sistema de agua de Colembas que se ubica en el cantón Arenillas, este sistema tiene su captación de un canal de riego de la represa de Tawín, desde este se conduce a la planta de tratamiento ubicado en puerto Pitaya el mismo está ubicado en el cantón Arenillas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

A partir de esta planta de tratamiento se construyó en el año 2009 una red de distribución para los sitios y comunidades ubicadas en el archipiélago de Jambeli, la red principal llega a la comunidad de Casitas, desde la cual se deriva en dos sub sistemas; el primero abastece a las comunidades de Pongalillo, Las Huacas y Jambeli, y la segunda red de distribución va hasta la comunidad de Costa Rica. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

A pesar de que las comunidades ubicadas en la parroquia Jambeli ya cuentan con agua potable del sistema de Colembas, aún conservan en algunos casos los pozos perforados. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Sistema de Agua Subterránea de la Comuna Jambeli.

La comunidad de Jambeli, mantiene en funcionamiento este sistema de agua para ser utilizado como un sistema alternativo, debido a que la red de agua del sistema de Colembas aún mantiene algunas deficiencias especialmente en la estación de bombeo, ocasionando que la comunidad no disponga de agua las 24 horas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Eliminación de la Basura por Tipo de Vivienda.

Los habitantes de la parroquia Jambeli eliminan la basura de la siguiente manera: el 52% lo queman al aire libre, el 10% lo entierran en sus solares, el 9% es recogido por un sistema de recolección, el 6% lo arrojan a terreno baldío y al mar y un 23% de otra forma. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Sistema de Alcantarillado: Tipo de Servicio Higiénico o Escusado

Los tipos de servicios higiénico o escusado con los que cuenta la población de parroquia rural de Jambeli, según en INEC – 2010, están

conectados a los siguientes sistemas: 50% conectados a pozo séptico; el 26% a ningún sistema; el 13% están conectados a pozos ciegos; el 5% tienen la descarga al mar; y el 4% tienen letrina (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Manejo de Desechos Sólidos

Debido a que la parroquia rural de Jambeli, no cuenta con ningún sistema de tratamiento de los desechos sanitarios, estos desechos en la Isla Costa Rica la recoge el Municipio de Huaquillas, a través de un plan piloto, pero en su mayoría la población desecha los varios tipos de residuos que genera, como: papeles; plásticos; vidrios; orgánicos; animales muertos; recipientes tóxicos, entre otros a través de varios métodos: quema; enterrado en la tierra; al mar y a los esteros; al intemperie; entre otros, lo cual está generando contaminación. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Jambeli, 2015)

Desarrollo Turístico

Los atractivos turísticos, los elementos del marketing que se pongan a disposición para posicionar en la mente de las personas el sitio ideal que cumpla la mayoría de los deseos que lo motivaron al turista para visitarlo, son parte de los determinantes para un desarrollo turístico. La percepción que tenga el turista sobre un determinado lugar por tanto, puede influir fuertemente en su atraktividad como destino turístico. Percepción que puede ser influenciando por múltiples razones (Acerenza, 2003).

A partir del año 2001, el Ministerio de Turismo impulsó un proceso de descentralización de competencias, transfiriendo a los municipios la capacidad para planificar, ordenar y definir políticas locales de turismo, en coordinación con los empresarios y comunidades locales. (Evaluación Ambiental Estratégica del turismo Costero de Jambeli, 2006, p.2). Los gobiernos seccionales con las nuevas competencias adquiridas deben gestionar, planificar estrategias de marketing para posesionar la imagen de jambeli como producto turístico.

El nuevo plan vial nacional con las nuevas carreteras amplias y confortables dispone el acceso más rápido al destino que se escoja dentro del país. Este nuevo entorno de actuación provoca una creciente competencia entre regiones y ciudades por atraer inversiones, clientes, y exige una permanente adecuación de los agentes públicos y privados con el propósito de potenciar el atractivo de sus espacios económicos –sociales.

Benach (2000), considera que: El marketing de ciudades implica la reevaluación y representación del lugar con la finalidad de crear y comercializar una nueva imagen para las ciudades, tratando de crear una posición competitiva en la atracción y manteniendo de recursos (p.189)

La aplicación de la filosofía y las técnicas del marketing a las ciudades tiene como punto de partida conceptual la analogía entre ciudad y empresa. La ciudad pasa a ser vista como una empresa que, con todas sus peculiaridades, debe competir en un mercado por obtener las mayores ganancias posibles. De esta forma Seisdedos (2006) apuntó que las ciudades deben gestionarse con criterios similares a los de las empresas, porque deben asumir riesgos, promover iniciativas e innovar.

Según esta idea inherentemente unida al marketing de ciudades, sus gestores se transforman en vendedores de productos y servicios, en comercializador activo de valor de su propio sitio (Friedman, 2003)

Rodríguez (2006), defendió un modelo en el que la comunicación es el eje estratégico, la herramienta operativa, que garantiza la conexión del proyecto con la sociedad a la que va dirigida y, en consecuencia, la que permitirá que el proyecto de desarrollo llegue a buen puerto. La comunicación es el elemento clave, pero por encima de esta se encuentra el planteamiento estratégico del que se debe prevalecer a cualquier acción que se quiera poner en marcha, ya que esta visión estratégica global dará coherencia a cada una de las acciones en distintos ámbitos.

Planta turística

Alojamiento

Existe hospedaje solo para 400 personas algunas que conocen por las visitas anteriores y les gusta la aventura llevan carpas. De acuerdo a la cantidad de turistas que llegan la cantidad disponible para hospedaje es muy poco. La mayoría de los visitantes llegan de parte de la sierra, muchos de ellos lo realizan por el pasar todo el fin de semana y es incómodo en la tarde regresarse a la parte continental, esto genera mayor ingreso para la clase hotelera de los ciudades circundantes, muchas de estas situaciones desmotiva al turista. Pasar la noche en la isla es una vivencia única ya que se combina con el ruido del mar que azota la playa, la brisa fresca, y la caminata por la playa, ver los atardeceres sentado en la playa y el amanecer con el ruido de las aves y la inmensidad del océano, quien no quiere vivir ese momento.

Las inversiones del sector privado no se dan, por no existir las garantías necesarias especialmente en lo relacionado en los servicios básicos. La falta de visión y la implementación de un plan estratégico para ayudar al sector turístico, ayudaría a subir las rentas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, cantonales y provinciales. Además de las comunidades que mejoraría su situación económica.

Alimentación

La gastronomía de la Isla de Jambeli, es diversa y exquisita, la mayoría del turista además de disfrutar las playas y sus atractivos disfrutan excelentes platos. Los productos que se utilizan en la preparación de estos platos son extraídos del mar, salen frescos dando un sabor único. Los habitantes de la isla se dedican a las faenas pesqueras y sus productos en la mayoría sirven para abastecer el mercado interno especialmente de los bares, comedores. “La forma de alimentación de un grupo determinado de seres humanos varía de acuerdo con sus propias condiciones y contexto particular” (Valcárcel, y Vanegas. 2015)

Atractivos Turísticos

Para el turista que pocas veces está cerca del mar, es una aventura maravillosa adentrarse en él. La forma única de transporte a la isla de Jambeli son las embarcaciones, el viaje dura 30 minutos que para el ciudadano que viaja por primera vez es una experiencia inolvidable, el atractivo principal son las aves, al ingresar a los canales para llegar a Jambeli, se es espectador de grandes árboles de mangle típicos de la costa ecuatoriana, que son el hábitat de la mayoría de las garzas, pelicanos y aves acuáticas, el suelo rico en nutrientes es el criadero de las conchas, moluscos y cangrejos. Pero toda cambia al llegar a la playa en donde se ve kilómetros de playa llena de arena blanca bañada por el mar.

Otro de los atractivos es la gastronomía con productos frescos sacado del mar. Existe avistamiento de aves en las islas cercanas además se realiza un turismo ecológico con actividades de pesca y paseo en lancha por el contorno de toda la isla.

Resultados de la investigación

Resultados Cualitativos

Observación directa Isla de Jambeli

Servicios Básicos

Se realizó la observación directa, de acuerdo al último feriado que dio comienzo el dos y terminó el cinco del mes de noviembre, etapa alta de visita de turista. Se la hizo en toda la playa, visita a restaurantes. Después de desembarcar de los botes que tienen una capacidad de traslado de 40 personas cómodamente sentada, con la exigencia de ponerse el salvavidas por seguridad., entre los hallazgos se encontró:

Se observó que al realizar el atraque no se presta la ayuda necesaria para salir de la embarcación a las personas especialmente a niños y ancianos.

No existen baños públicos, además se observó que en ciertos comedores alquilan los baños, o son uso exclusivo de sus clientes, además son tipo letrina que no prestan las condiciones mínimas de higiene.

En la parte de atrás de la playa, existe el caserío muchas de las viviendas tienen tendidos de politubos por se expulsa las aguas servidas que desembocan cerca del canal que va al mar.

El servicio de energía eléctrica es normal para el día y la noche, no hubo interrupciones. Se observa el patrullaje constante de miembros de la guardia marina y de la policía nacional que tienen cada entidad una pequeña oficina.

Por la noche era lleno total de las habitaciones de alquiler lo mismo las cabañas, muchos turistas trajeron tiendas de campañas y una cantidad de jóvenes pasaron en la playa.

Desde la llegada de los primeros turistas buscar alojamiento pero sin resultados, los mismo que tuvieron que regresarse a buscar alojamiento en el continente.

Después de pasar en la playa y bañarse en el mar, en los baños privado se cobraba por bañarse, el agua en su mayoría es salobre.

Existe recolector de basura para toda la playa que lo hace en la mañana, además los dueños de bares y restaurante se preocupan de mantener limpio el lugar

Opinión de expertos

Se escogió experto que están relacionados con el turismo a dueños de hoteles operadores turísticos, profesionales con más de 10 años de experiencia en la rama del turismo, y se consultó;

Cuáles son las necesidades básicas no cumplidas hasta el momento de la isla Jambeli que influye en el turismo.

El 100% de los consultados estuvo de acuerdo que de acuerdo a la cantidad de turista que ingresan anualmente dejando varios millones de dólares de consumo, todavía las autoridades seccionales no planifican, ni gestionan para el cumplimiento de las obras de necesidades básicas, que permitirán el arribo de más turistas, pero de forma planificadas pensando en el futuro cuidando la naturaleza, o sea realizar un turismo ecológico.

¿Qué se debe hacer para generar la inversión privada?

El 100% de los consultados están de acuerdo que se debe dar facilidad para poder invertir especialmente cuidando la playa creando muros de escollera para evitar las inundaciones por el calentamiento y derretimiento del hielo en los polos

¿Qué tipo de campañas de Marketing se han realizado para incentivar el turismo?

El 86% de los consultados expresa que no son suficientes y el 14% considera que si es suficiente. La mayoría de los expertos opinan que no se invierte en las campañas de marketing para atraer más turistas. El potencial turístico es grande pero debe ser planificado además se debe hacer propuestas innovadoras que atraerán al turistas y los beneficios no solo serían para la islas Jambeli sino para toda la provincia de el oro

Resultados cuantitativos

Entrevista

Para realizar la investigación cuantitativa se desarrolló un cuestionario conformado de siete preguntas, sobre los servicios básicos

Tabla 4

Servicio de agua

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 1	Eficiente	7	18.4%
	Muy eficiente	4	10.5%
	Poco eficiente	12	31.6%
	Nada eficiente	15	39.5%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

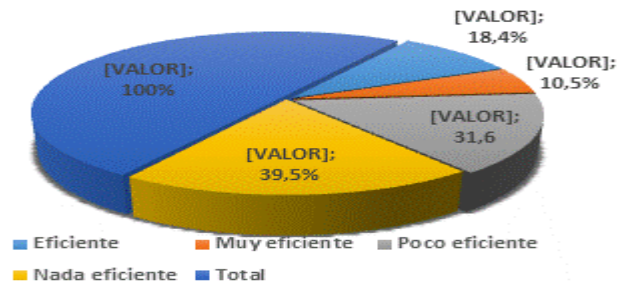


Figura 1. Servicios de agua para consumo humano

El 39.5% de los entrevistados aseguran que el servicio de agua para consumo humano no es nada eficiente, el 31.6% poco eficiente. Este resultados permite hacer el siguiente análisis que el 72.1% de los entrevistados no está de acuerdo con el servicio de agua para el consumo humano. Pero existe otro grupo, el 18.4% que asegura que es eficiente y el 10.5% muy eficiente

Tabla 5

Sistema de alcantarillado

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 2	Si	12	31.6%
	No	26	68.4%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

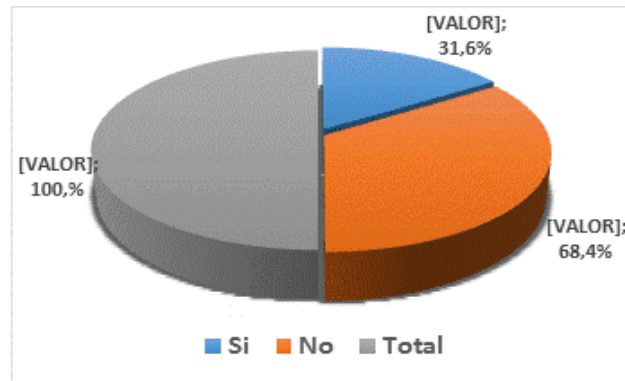


Figura 2. Sistema de alcantarillado

El 68.4% de los entrevistados aseguran que no existe alcantarillado en la Isla de Jambeli y el 31.6% comunica que si existe. Algunos de los entrevistados confirman que tienen pozo sépticos en donde arrojan las aguas servidas, no existe pozo de oxidación, si no que todo va directo al mar incremento la contaminación

Tabla 6
Energía eléctrica

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 3	Eficiente	8	21%
	Muy eficiente	11	29%
	Poco eficiente	9	23.7%
	Nada eficiente	10	26.3%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

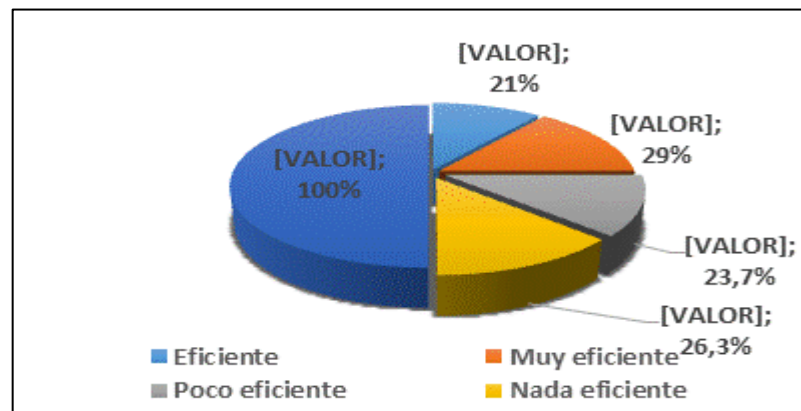


Figura 3. Servicio de energía eléctrica

El 29% de los entrevistados asegura que el servicio de energía eléctrica es muy eficiente, el 21% que es eficiente. El 50% de los consultados están de acuerdo que se brinda un buen servicio de la energía eléctrica. Pero existe otro grupo que opina lo contrario el 26.3% nada eficiente y el 23.7 poco eficiente

Tabla 7

Recolección de basura

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 4	Eficiente	0	0%
	Muy eficiente	5	13.2%
	Poco eficiente	11	29%
	Nada eficiente	22	57.8%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

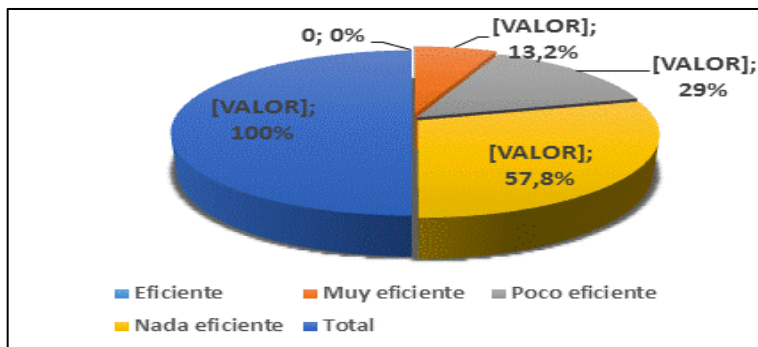


Figura 4. Servicio de recolección de basura

El 57.8% de los entrevistados aseguran que el servicio de recolección de basura es nada eficiente, el 29% poco eficiente. Estos resultados permiten hacer el siguiente análisis, que el 86.8% no está de acuerdo con el servicio de recolección de basura

Tabla 8
Seguridad

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 5	Eficiente	14	36.8%
	Muy eficiente	16	42.1%
	Poco eficiente	5	13.1%
	Nada eficiente	3	8%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

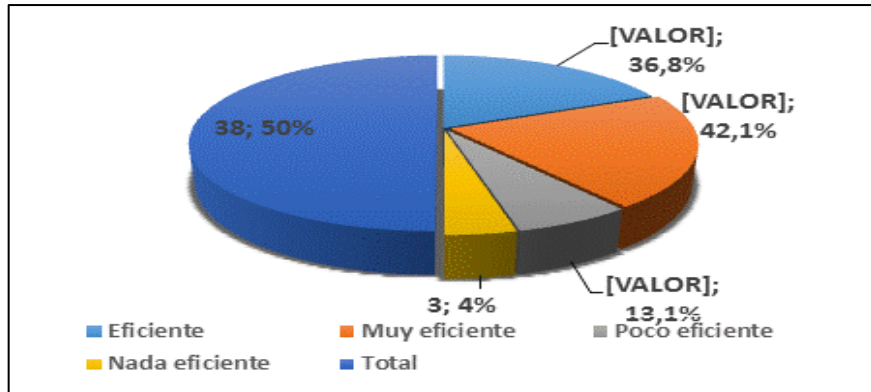


Figura 5. Sistema de seguridad para el turista

El 42.1% de los consultados asegura que es muy eficiente el sistema de seguridad, el 36.8% que es eficiente. El 78.95 de los consultados aseguran que están de acuerdo con el sistema de seguridad implementado en la isla por las autoridades de control

Tabla 9

Baños públicos

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 6	Si	11	29%
	No	27	71%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

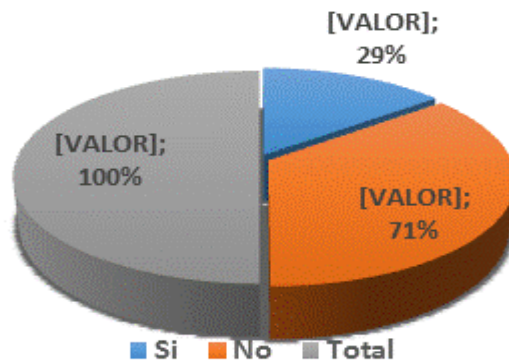


Figura 6. Baños públicos

El 71% de los consultados aseguran que no existen baños públicos en la isla de Jambeli, pero el 29% asegura que si existen. La existencia de baños se da porque en algunos restaurantes prestan este servicios pero solo a sus clientes los

Tabla 10
Baños de alquiler

Código	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
Ítem N° 7	Eficiente	11	29%
	Muy eficiente	8	21%
	Poco eficiente	10	26.3%
	Nada eficiente	9	23.7%
	Total	38	100%

Datos. Isla de Jambeli

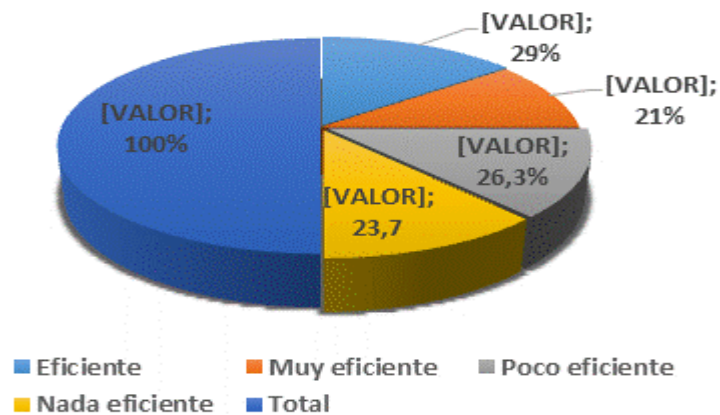


Figura 7. Baños de alquiler

El 29% de los entrevistados asegura que el servicio de baños alquilados presta un servicio eficiente y el 21% que es eficiente. El 50% considera que si se da un servicio eficiente con los baños alquilados. Pero el otro 50% de los consultados opina lo contrario

Conclusiones

La despreocupación de los representantes de los gobiernos seccionales incide directamente en la calidad de vida de sus habitantes. No existe inversión para dotar de los servicios básicos principales a la comunidad de la isla de Jambeli. Las evidencias se notan desde el primer momento que se llega a la isla, se observa viviendas que han sido arrastrada por las olas del mar, porque se está perdiendo parte de la playa, especialmente la marea sube en la época de grandes aguaje peligrando la vida y los enseres de los habitantes que viven cerca de la playa.

Se debe dotar toda la playa de muros de escolleras, las mismas que sirven de barrera y evitan que las olas lleguen con fuerza y causen destrozos. Estos inconvenientes no permiten que llegue la inversión privada, que puede sacar adelante con calidad el turismo de la isla.

La Isla de Jambeli tiene un gran potencial turístico fruto de sus atractivos naturales, pero no se invierte lo suficiente en el marketing para posicionarla en el lugar que se merece. La no existencia de una planificación para explotar las potencialidades de la isla incide en el desconocimiento de sus atractivos y en poca visita de los turistas en las épocas normales.

No existe una planificación para una campaña de mediano y corto plazo de Marketing para dar a conocer o motivar a los turistas que vengan a conocer sus belleza especialmente porque es un turismo ecológico. Mas incide la comunicación directa de las personas que ya la visitaron y dan referencia del privilegio de haberla conocido

Se debe proteger el manglar especialmente porque en ella viven la mayoría de las aves marinas, sus raíces se encuentran enclavadas en la parte lodosa y que en la subida del mar queda totalmente sumergida, viven y se alimentan una gran cantidad de peces y además también se encuentran los moluscos, las conchas, los cangrejos, mejillones. Al permitir la destrucción o

contaminación del manglar perderíamos un gran ecosistema. La misma que le permite la subsistencia de los habitantes de la isla

La no existencia del sistema de alcantarillado induce a los habitantes que las aguas residuales sean en su mayoría vertidas en el mar. Aunque se la deposite en los pozos profundos, esta contamina igual, ya que contamina las aguas subterráneas. Lo mismo sucede con la recogida de la basura, debería existir una barcaza para recoger toda la basura de las islas que componen el archipiélago y ser llevada a la parte costera para ser procesada, o que sirva de relleno.

La industria del turismo que no contamina, genera grande recursos económicos además involucra indirectamente a los habitantes, cambiándoles la vida en sus comunidades, por las ventas de sus productos y la prestación de servicios. Debe potenciarse las autoridades seccionales deben despertar y gestionar para posesionarla en el lugar que se merece.

No existen la mayoría de los servicios básico, los más importantes, aquellos que al no existir son los que más contaminan los ecosistemas. Debe existir la planificación para la conservación y reforestación del manglar que es el sistema que da atractivo a los viajeros y es el habitat de grandes cantidades de especies acuáticas y aves.

Poner las reglas claras y además asegurar a los inversionistas, en lo que le corresponde de prodigar la inversión en los servicios básicos de los gobiernos seccionales, para implementar la infraestructura que pueda atender al turista como se merece

Bibliografía

- Ashworth & Goodall, Brian. (1990). *Marketing tourism places*. Londres / Nueva York, NY: Routledge.
- Aaaker, D. (2002). *Construir marcas poderosas*. Barcelona: Deusto.
- Acerenza, A..(2003) «Gestion de Marketing de Destinos Turisticos en el ambiente Competitivo actual.» *APORTES Y Transferencias*,: p.46.
- Aguayo,. Panchana,. Villagomez. & Gavilanes, (2007). «Propuesta de equipamiento para la Isla de Jambeli a traves de la regeneracion e integracion de servicios turisticos en el Muelle.» *Escuela Superior Politecnica del Litoral*, : pag 2.
- Arandes,. J. (2008). «La imagen de marca de ciudades.» *Provincia* : pag.93.
- Benach, N.(2000) *Nuevos espacios de consumo y construccion de imagen de la ciudad de Barcelona* . Barcelona: Estudios geograficos vol. LXI, p.189-205
- Benko, G. (2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, XXVI(79): 67-76.
- Seisdedos.G. (2006) *La marca ciudad como antidoto para bonanza* . Barcelona: Telos, pag. 72-79.
- Mejia. Naupas. Novoa. &, Villagomez. (2013) *metodologia de la Investigacion Cientifica y elaboracion de tesis*. Lima : CEPREDIM. pag.306.
- Instituto Oceanografico de la Armada del Ecuador. (2005) *Derrotero de la Costa continental e insular del Ecuador*. Guayaquil : INOCAR, p. 56
- El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Población de Jambeli: INEC.
- Evaluación Ambiental Estratégica del turismo Costero de Jambeli, 2006,
- Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Local del Balneario de la Isla Jambeli, (2006) Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro p.2
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jambeli (2015). Planificando El agua y el manglar del archipiélago de Jambeli. Recuperado

http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocum entofinal/0760030760001_PDyOT%20JAMBEL%C3%8D%202015_30-10-2015_13-33-18.pdf

FRIEDMAN, R, (2003), Marketing estratégico y participativo de ciudades.
Ciudad de Obregón: Primera reunión de la Red de marketing y desarrollo urbano

Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial de Jambeli (2016)

Ruiz.. Hernandez. .Coca. &, Cantero.(2008). «Turismo Comunitario en el Ecuador.» *Pasos*, pag. 403.

Rodríguez, J. (2006) “*Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias*”, Paidós, Barcelona, p. 14

Yepez, E (2011). *Metodología de la investigacion*. Bogota: Mc graw hill. .

Valcàrcel, Diana. Vanegas, Adriana.(2014) . «La comida típica dentro de la internalización de la oferta gastronómica en Bogotá.» *Turismo Sociedad*: p.188

ANEXOS











DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Lisette Verónica Ordoñez Tebante** con C.C: # 0704399211 autor/a del **componente práctico del examen complejo**: La influencia de marketing en el turismo a la isla Jambeli previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **16** de diciembre de **2016**

f. _____

Lisette Verónica Ordoñez Tebante

C.C: 0704399211



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La influencia de marketing en el turismo a la isla Jambeli		
AUTOR(ES)	Lissette Verónica Ordoñez Tebante		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. María Mercedes Baño Hifòng MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Marketing		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	(16) de (12) de (2016)	No. DE PÁGINAS:	44
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, servicios básico, ecosistema.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Influencia, marketing, Isla Jambeli, servicios básicos, alojamiento, manglar, aves marinas</i>		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El trabajo de ensayo analiza la influencia del marketing en el turismo a la isla Jambeli, los objetivos específicos propuestos dentro de la investigación son: Identificar los atractivos turísticos de la isla jambeli para fortalecer el marketing turístico y lograr una mayor cantidad de arribo de turistas en la temporada alta Establecer la calidad de atención al cliente y servicios básicos, para fortalecer la visita de los turistas. La observación directa, los datos proporcionados por el Gobierno Descentralizado Autónomo Parroquial de Jambeli y las investigación de campo que se aplicó un entrevista directamente a los involucrados, la opinión de expertos involucrados con muchos años en el ámbito turísticos, permitió concluir: que existe carencia de servicios básico, es limitado el hospedaje, además no existe una planificación de Marketing a largo ni mediano plazo. La contaminación del mar producto de las descargas no tratadas de las aguas servidas, influye directamente en los ecosistemas de la isla perjudicando a las aves y la vida marina. La necesidad urgente de la construcción y reforzamiento de los muros de escolleras para evitar las pérdidas de parte de la playa como ya está ocurriendo</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-2928078	E-mail:hannyliss_@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Jaime Samaniego López		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			