Maestría en
Turismo con mención en
Planificación Turística

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de

Magíster en Turismo con mención en Planificación Turística

AUTORES:

Kevin Andrés Muñoz Vélez

Nicole Valeria Merizalde Zapata

Viviana Cecilia Pérez Naranjo

TUTORES:

Profesor PBL1 Jesús Campos Alcaide

Profesor PBL2 Francisco Javier García Melgares

Profesor PBL3 Josep María Calafell Martínez

Título del Trabajo de Titulación

Planificación Turística como proceso de desarrollo estratégico para la reestructuración de un Producto Turístico en Pacoche, Cantón Manta, Manabí

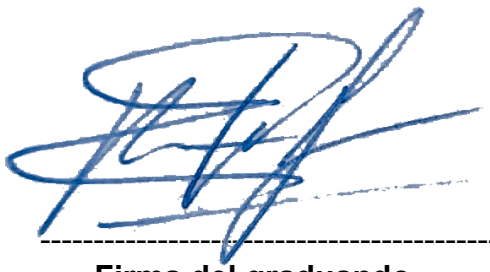
Quito, diciembre, 2024

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

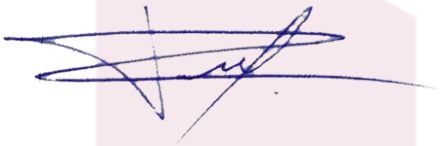
Certificación de Autoría

Nosotros, **(Kevin Andrés Muñoz Vélez, Nicole Valeria Merizalde Zapata, Viviana Cecilia Pérez Naranjo),** declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.



Firma del graduando
(Kevin Andrés Muñoz Vélez)



Firma del graduando
(Nicole Valeria Merizalde Zapata)

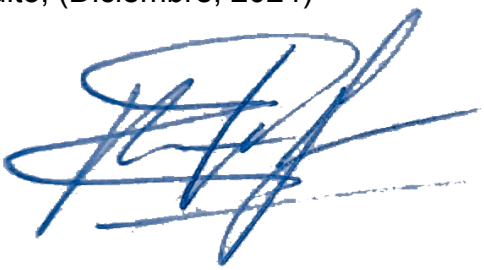
Firma del graduando
(Viviana Cecilia Pérez Naranjo)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

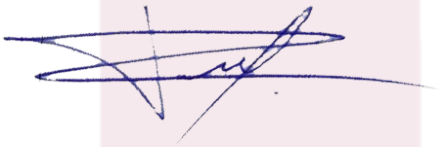
Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Nosotros, **(Kevin Andrés Muñoz Vélez, Nicole Valeria Merizalde Zapata, Viviana Cecilia Pérez Naranjo)**, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado ***Planificación turística como proceso de desarrollo estratégico para la reestructuración de un producto turístico en Pacoche***, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, (Diciembre, 2024)



Firma del graduando
(Kevin Andrés Muñoz Vélez)



Firma del graduando
(Nicole Valeria Merizalde Zapata)

Firma del graduando
(Viviana Cecilia Pérez Naranjo)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Aprobación de dirección y coordinación del programa

Nosotros, **Jesús Campos Alcaide Director EIG y Carlos René Garrido Cornejo Coordinador UIDE,** declaramos que los graduandos: **(Kevin Andrés Muñoz Vélez, Nicole Valeria Merizalde Zapata, Viviana Cecilia Pérez Naranjo)** son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.

Jesús Campos Alcaide

Jesús Campos Alcaide
Director de la
Maestría en Turismo

1708038797 CARLOS RENE GARRIDO CORNEJO
Firmado digitalmente por 1708038797 CARLOS RENE GARRIDO CORNEJO
Fecha: 2025.02.10 23:05:10 -05'00'

Carlos René Garrido Cornejo
Coordinador de la
Maestría en Turismo

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a mi querida madre Lorena Vélez, quien ha sido mi mayor fuente de inspiración y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Su amor y sacrificio me ha permitido alcanzar mis metas, aunque me haya regañado un millón de veces por ser terco en mis decisiones, ella ha sido mi pilar para no rendirme, ser resiliente y seguir el trayecto. A mis queridos hermanos Leonel, Sophia y Andrea, que han estado en cada paso de este camino, gracias por su aliento y compañía.

Kevin Andrés Muñoz Vélez

Quiero dedicar este trabajo a mi mamá, quien ha estado conmigo en el camino para alcanzar mis metas, y quien junto con mi padre me han apoyado en todos mis sueños. A mis hermanos, a quienes admiro mucho y han estado conmigo en cada momento; y a mi persona por lograr cumplir esta meta.

Nicole Valeria Merizalde Zapata

Dedico este trabajo de investigación a mi familia, mi esposo José De La Torre Ortega, mis hijas Ariana, Bryanna y Sarahí, que siempre han estado a mi lado en los momentos más difíciles, dándome fuerzas para continuar en este nuevo ciclo del aprendizaje. A mis padres Héctor Pérez Naranjo y Elvia Marina Naranjo Marcial, quienes han apoyado mi educación; a todos quienes sueñan decirles nunca dejen de hacerlo.

Viviana Cecilia Pérez Naranjo

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a Dios primeramente por darme la firmeza y fuerza para cumplir esta etapa profesional muy importante y que ha sido mi aspiración y anhelo. Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a la Universidad Internacional del Ecuador y a la Escuela Internacional de Gerencia, al coordinador Carlos Garrido en UIDE, de EIG a Paula Hoyos, al Director Jesús Campos y a los docentes, por brindarnos acceso a recursos, apoyo y la oportunidad de desarrollarnos mucho más como personas en este alto nivel académico, que nos ha concebido el conocimiento profesional para aplicarlo en nuestro vivir. Mi gratitud se extiende a mis 2 compañeras de tesis, Viviana y Nicole quienes compartieron este viaje académico conmigo; sus ideas y colaboración enriquecieron este trabajo.

Kevin Andrés Muñoz Vélez

Mi total agradecimiento a la Universidad Internacional del Ecuador y a la Escuela Internacional de Gerencia. A mis padres por todo el apoyo brindado. A la facultad de turismo y sus docentes, quienes me brindaron herramientas y me ayudaron a conocer y entender el significado de la planificación turística. A mis hermanos, amigas, y amigos, por su constante ánimo. A mis compañeros de tesis Kevin y Viviana. Y finalmente, mi agradecimiento a Dios.

Nicole Valeria Merizalde Zapata

Quiero expresar mi más profunda gratitud a Dios Todopoderoso, quien siempre ha enviado ángeles alrededor mío y evitar tropiezo alguno. Agradecer a la Universidad Internacional del Ecuador y a la Escuela Internacional de Gerencia UIDE a mis amigos de trabajo Aníbal Fuentes Moreno, Fabián Tapia, Juan Coloma, Denisse Espinoza. A los prestigiosos docentes en especial a Carlos Garrido; Jesús Campos, Joseph María Calafell y Paula Hoyos. A mis compañeros de equipo Nicole y Kevin. A todos mi eterno afecto y bendiciones.

Viviana Cecilia Pérez Naranjo

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

RESUMEN

El siguiente proyecto de investigación, tiene como propósito reestructurar y potencializar un producto de ecoturismo en la localidad de Pacoche del cantón Manta, enfocado a la planificación turística con tendencias de sostenibilidad e innovación tecnológica, dirigido especialmente a turistas de aventura y cruceristas. El presente proyecto se realizó con la metodología PBL (Project Based Learning) siglas en inglés, en el cuál consiste en realizarse por entregables o fases como proceso de desarrollo y evaluación del mismo, con una modalidad de trabajo en equipo y colaborativo, permitiéndonos aplicar conocimientos teóricos, afrontar desafíos y así poder llevar a cabo este exitoso proyecto. Dentro del proceso de planificación turística del producto Pacoche, se llevaron a cabo tres módulos PBL. En el primer PBL, se comenzó por un diagnóstico situacional del destino Manta a nivel macro, evaluando: recursos naturales y culturales, infraestructura, planta turística y productos; por medio de fichas y matrices, recopilamos datos en la cual la mayor parte nos basamos en turismo en cifras del Mintur con actualización hasta el año 2023. En el segundo PBL, ya llegamos a un estudio micro. Aplicando el estándar de PMBOK (Project Management Body of Knowledge) por sus siglas en inglés, nos proporcionó principios para gestionar de manera efectiva el proyecto. Definimos nuestra idea de negocio y conceptualizando el producto turístico, presentando la propuesta de valor, colaboradores, estrategias y demás elementos en un lienzo canvas para manifestar la viabilidad del plan. En el tercer PBL, desarrollamos marketing y gestión de marca para comercializar la idea de negocio del producto de ecoturismo, agregando autenticidad y estrategias de customer centric para potencializar la experiencia al cliente, generando posicionamiento en el mercado más competitivo y dinámico como lo es el turismo. En este último paso proyectamos nuestras alianzas y estrategias con stakeholders que permitirán no solo posicionar nuestra marca turística en el mercado sino también generar valor y crear nuestra propia comunidad.

Palabras Claves: Planificación Turística, Producto turístico, Reserva Pacoche, Manta, Turismo Sostenible, Oferta y demanda, Innovación, Plan de negocio, Stakeholders, Marketing turístico, Marca destino, Customer centric.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

ABSTRACT

The following research project aims to restructure and enhance an ecotourism product in the town of Pacoche in the Manta canton, focused on tourism planning with trends in sustainability and technological innovation, aimed especially at adventure tourists and cruise passengers. This project was carried out using the PBL (Project Based Learning) methodology, which consists of being carried out by deliverables or phases as a development and evaluation process, with a collaborative and teamwork modality, allowing us to apply theoretical knowledge, face challenges and thus be able to carry out this successful project. Within the tourism planning process of the Pacoche product, three PBL modules were carried out. In the first PBL, we began with a situational diagnosis of the Manta destination at a macro level, evaluating: natural and cultural resources, infrastructure, tourist plant and products; through forms and matrices, we collected data in which most of it was based on tourism in Mintur figures with an update until 2023. In the second PBL, we already reached a micro study. Applying PMBOK (Project Management Body of Knowledge) standard, it provided us with principles to effectively manage the project. We defined our business idea and conceptualized the tourism product, presenting the value proposition, collaborators, strategies and other elements on a business model canvas to demonstrate the viability of the plan. In the third PBL, we developed marketing and branding to market the business idea of the ecotourism product, adding authenticity and customer-centric strategies to enhance the customer experience, generating positioning in the most competitive and dynamic market such as tourism. In this last step, we project our alliances and strategies with stakeholders that will allow us not only to position our tourism brand in the market but also to generate value and create our own community.

Keywords: Tourism Planning, Tourism Product, Pacoche Reserve, Manta, Sustainable Tourism, Supply and Demand, Innovation, Business Plan, Stakeholders, Tourism Marketing, Destination Brand, Customer centric.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

TABLA DE CONTENIDOS (Índice)

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN 16
1. Planteamiento del problema e importancia del estudio 17
1.1. Definición del proyecto 17
1.2. Naturaleza o tipo de proyecto 18
1.3. Objetivos del proyecto 18
1.3.1. Objetivo general 18
1.3.2. Objetivos específicos 18
1.4. Justificación e importancia del trabajo de investigación 19

CAPÍTULO 2: PBL 1 21
Planificación de Productos Turísticos 21
1. Análisis de la oferta del destino turístico Manta 22
1.1. Análisis Situacional 22
2. Oferta del destino 23
2.1. Infraestructura general 23
2.2 Recursos turísticos 25
2.3 Instalaciones turísticas 29
2.4 Planta turística 31
2.5 Actividades turísticas 33
2.6 Productos turísticos 36
3. Análisis de la demanda del destino turístico Manta 38
3.1 ¿Cuántos viajeros visitan el destino? 38
3.2 ¿Qué proporción suponen estos viajeros con respecto al total de viajeros en el conjunto nacional? ¿Cuántos son extranjeros? 40
3.3 ¿Cuál es la tendencia en la llegada de viajeros durante los últimos años? 40
3.4 ¿Cuál es el perfil de los viajeros? 40
3.6 ¿Cómo planifican el viaje? 41
3.7 ¿Qué medio de transporte utilizan? 41
3.8 ¿Motivación del viaje? 42

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

3.9 ¿Sexo, grupo etario, ingresos, nivel de estudios? 43
4. Matriz DAFO 45
4.1 Análisis DAFO 46
5. Conceptualización, Evaluación y Priorización de Productos Turísticos 49
5.1 Conceptualización 49
5.2 Segmento de mercado 51
5.3 Principales motivaciones del viaje 51
5.4 Actividades que se pueden ofrecer, así como su nivel de precio. 52
5.5 Actores locales que podrían estar interesados 54
5.6 Qué hace especial al producto 56
5.7 Fundamentación (aportaciones del producto turístico al destino / sinergia con otros productos locales) 56
5.8 Qué recuerdo queremos que se lleve el turista 57
5.9 Qué expectativas queremos superar 57
5.10 Calidad necesaria en infraestructura 57
5.11 Calidad del servicio necesaria 60
5.12 Itinerario posible de consumo del producto turístico 60
5.13 Evaluación y priorización 64
5.14 Análisis de viabilidad 64

CAPÍTULO 3: PBL 2 66
Gestión de Proyectos Turísticos 66
1. Infraestructuras Generales 67
2. Recursos turísticos 68
3. Planta turística 69
4. Actividades turísticas 70
5. Comunidades locales 71
6. Acta de Constitución del Proyecto (Project Charter) 72
6.1 Propósito del proyecto 72
6.2 Objetivos 72
6.3 Interesados del Proyecto 73
6.4 Alcance del Proyecto 73
6.5 Presupuesto y Cronograma de Alto Nivel 74
6.6 Cronograma: 78

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.7 Riesgos y Estrategias de Mitigación 79
6.8 Miembros del Equipo, sus Roles y Responsabilidades 80
7. Business Model Canvas: 81
8. Análisis de cada componente del Business Model Canvas 82
8.1 Segmentos de Clientes 82
8.2 Propuesta de Valor 82
8.3 Canales de Distribución 82
8.4 Relaciones con Clientes 83
8.5 Fuentes de Ingresos: identifica cómo generar ingresos. 84
8.6 Recursos Clave: 84
8.7 Actividades Clave: 85
8.8 Socios Clave: 86
8.9 Estructura de Costos: 87

CAPÍTULO 4: PBL 3 88
Gestión de Marca para los Destino Turísticos Culturales y naturales 88
1. Del producto que previamente has definido, establece lo siguiente: 89
1.1 ¿Cómo este producto impacta en la sostenibilidad del destino? 89
1.2 Establece, define y expone dos posibles estrategias para aumentar el valor de marca. 90
2. En el destino que ya has elegido: 95
2.1. Identifica 5 elementos distintos del destino, valorando dichos recursos a través de alguno de los métodos vistos en clase. 95
2.2. Establece una estrategia de captación, satisfacción y fidelización para poder ser un motor tractor de comunidades locales y entes públicos y privados. 98
3. Diseña el storytelling del destino que has escogido. 100
4. El enfoque Customer Centric y tecnológico: 101
4.1 ¿Qué acciones orientadas al cliente tienes pensadas para posicionar y potenciar tu marca-destino? 101
4.2 ¿Qué tecnologías vas a utilizar para dar seguridad, experiencia y autenticidad a la experiencia turística? 103
5. Definición e implementación de una marca turística: 105
5.1 Investigación y Análisis 105
5.2 Desarrollo de estrategia de marca 107
5.3 Diseño y creación de elementos de marca 108

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.4 Implementación en medios y canales 113
5.5 Lanzamiento oficial 119
5.6 Gestión de continua adaptación 123
CAPÍTULO 5: 125
CONCLUSIONES Y APLICACIONES 125
5.1. Conclusiones generales 126
5.2. Conclusiones específicas 127
5.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación 127
5.2.2. Contribución a la gestión empresarial 128
5.2.3. Contribución a nivel académico 128
5.2.4. Contribución a nivel personal 128
5.3. Limitaciones a la Investigación 129

BIBLIOGRAFÍA 130

ANEXOS 134
Anexo 1. Cuestionario para la evaluación de la competitividad y la sostenibilidad del destino Manta basado en el modelo de Crounch y Ritchie (2003) 134
Anexo 2. Refugio Pacoche 137
Anexo 3. Mono aullador 138
Anexo 4. Sendero el Faro 139
Anexo 5. Sendero pasaje el Mono 139
Anexo 6. Cascada San Lorenzo 140
Anexo 7. Museo Pacocha 141
Anexo 8.Corrales Marinos Ligüiqui 141
Anexo 9. Playa San Lorenzo 142
Anexo 10. Playa Ligüiqui 142
Anexo 11. Alojamiento Ecolodge Pacoche 143
Anexo 12. Menú de Pacoche 144
Anexo 13.Tarifas de pernoctación 145
Anexo 14. Tarifas de caminatas y otros servicios 146
Anexo 15. Artesanías en Pacoche elaboración del sombrero 147
Anexo 16. Artesanías en Pacoche tejido del sombrero 148
Anexo 17. Ciudad de Manta 149

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 18. Terminal de Cruceros 149

LISTA DE TABLAS (Índice de tablas)

Tabla 1. Llegada de visitantes internacionales al Cantón Manta por año 38
Tabla 2. Motivaciones de viajes 42
Tabla 3. Características demográficas de los visitantes de Manta 43
Tabla 4. Matriz DAFO del destino Manta 45
Tabla 5. Actividades del producto turístico seleccionado 53
Tabla 6. Ficha de atractivos del producto turístico 59
Tabla 7. Itinerario medio día en Pacoche 62
Tabla 8. Itinerario opción un día en Pacoche 63
Tabla 9. Itinerario extensión de más de un día en Pacoche 63
Tabla 10. Cuadro de Viabilidad 64
Tabla 11. Infraestructuras generales 67
Tabla 12. Base de datos recursos turísticos 68
Tabla 13. Base de datos de planta turística 69
Tabla 14. Base de datos de actividades turísticas 70
Tabla 15. Base de datos de comunidades locales 71
Tabla 16. Costos fijos 75
Tabla 17. Costos variables Excursión de medio día 76
Tabla 18. Costos variables Tours de 2 y 3 días 77
Tabla 19. Planificación de Tours 78
Tabla 20. Propósito Marca-Destino 94
Tabla 21. Estrategias Comunidad local 98
Tabla 22. Estrategias Administración pública 99
Tabla 23. Estrategias Empresas privadas 100
Tabla 24. Tecnologías a utilizar en la experiencia turística 104
Tabla 25. Atributos y significados del logo 109

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

LISTA DE FIGURAS (Índice de figuras)

Figura 1. Ubicación del destino 22
Figura 2. Infraestructura general 24
Figura 3. Recursos turísticos 27
Figura 4. Instalaciones turísticas 30
Figura 5. Planta turística 33
Figura 6. Productos turísticos 36
Figura 7. Ubicación del producto turístico seleccionado 49
Figura 8. Componentes del producto turístico 50
Figura 9. Actividades del producto turístico seleccionado 52
Figura 10. Actores del producto turístico 55
Figura 11. Business canvas model 81
Figura 12. Logotipo 108
Figura 13. Ejemplo de página web 111
Figura 14. Ejemplos de historias y posts promocionales para Instagram 112
Figura 15. Planificación de marketing para redes sociales 116
Figura 16. Planificación de capacitación macro 117
Figura 17. Planificación de capacitación micro 118
Figura 18. Material para redes y promoción del evento de lanzamiento 121
Figura 19. Ejemplo lanzamiento del producto 121
Figura 20. Material de campaña 122

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

1. Planteamiento Del Problema e Importancia Del Estudio

1.1 Definición Del Proyecto

La planificación turística es una actividad que se lleva a cabo en un determinado espacio y que implica la recuperación del conocimiento sobre el mundo rural, a través de la experiencia y la participación en la cultura de sus habitantes, facilitando la toma de decisiones y ayudando a la sociedad moderna que se distancia cada vez más de sus tradiciones (Romero, 2010). El proyecto de planificación turística en torno al Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, señala la importancia en la reestructuración del producto turístico de la región, aprovechando el potencial como la biodiversidad y patrimonio cultural de la zona de estudio.

La investigación, busca desarrollar y realizar el turismo sostenible innovador tomando como base el Refugio de Vida Silvestre Pacoche, que permita potenciar el turismo de una manera auténtica, brindando un servicio de calidad y calidez hacia el turista. Debido a la oferta genérica en el mercado, el propósito es lanzar un producto innovador con valor agregado y posicionamiento. Dentro de las actividades a ofrecer son: el ecoturismo o turismo de naturaleza; en la cual se ofrecen actividades del disfrute del paisaje y entorno, en donde la accesibilidad hacia el destino así como la calidad en los servicios, permiten realizar un turismo sostenible en concatenación con el ambiente y la comunidad a través de experiencias únicas, creando un modelo de desarrollo turístico que beneficie a la comunidad local. La importancia del estudio radica en generar un impacto positivo en la economía local y fomentar el turismo responsable con una adecuada planificación estratégica que permita preservar los recursos naturales y culturales del refugio, con un enfoque holístico, siendo el destino quien atraiga a los turistas y este a su vez sea respetuoso con el destino, contribuyendo al bienestar de los residentes y a la conservación del patrimonio natural así como el patrimonio cultural.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

1.2 Naturaleza o Tipo de Proyecto

De acuerdo a la naturaleza o tipo del proyecto, la investigación se centra en la planificación turística del Refugio de Vida Silvestre y Costero Pacoche, cantón Manta, provincia de Manabí, y se lo clasifica como un proyecto de desarrollo estratégico, debido a que el objetivo principal es la reestructuración y mejora del producto turístico de la región, potenciando los recursos naturales y culturales.

Objetivos Del Proyecto

1.1.1. Objetivo general

Desarrollar una planificación turística que potencialice y promueva el ecoturismo en Manta, tomando como centro la Reserva Pacoche.

1.1.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico turístico macro, evaluando las condiciones actuales del destino de Manta, identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis FODA) que afectan la oferta turística y la infraestructura existente.
- Identificar y conceptualizar productos turísticos innovadores en sostenibilidad, que aprovechen los recursos naturales y culturales de Pacoche, con modalidad de ecoturismo.
- Diseñar un plan de acción estratégico, como la definición de la propuesta de negocio, fomentando la colaboración entre actores locales, incluyendo autoridades municipales, empresarios del sector turístico y comunidades la implementación de valor agregado a los atributos del producto a reestructurar, para generar su autenticidad.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Comercializar y aplicar branding en el producto turístico, utilizando técnicas de marketing y enfocándonos en el cliente para garantizar buena percepción, satisfacción y fidelización del consumidor, además asegurando la sostenibilidad y el éxito en el posicionamiento del producto turístico en Pacoche.

Justificación e Importancia Del Trabajo de Investigación

El presente trabajo tiene como principal eje la investigación y planificación turística de un producto turístico en torno al Refugio de Vida Silvestre y Costero Pacoche, ubicado en el cantón Manta provincia de Manabí; la importancia del estudio radica en la inserción de la comunidad local y el desarrollo sostenible del turismo de la región.

En un primer plano, la investigación aborda el análisis situacional relacionada con la infraestructura en la que se detalla la planta turística en la que se aprecian los servicios, la accesibilidad y los recursos turísticos de forma general, hasta detallar las actividades turísticas, características demográficas mediante el cual se aprecia el tipo de turistas, motivos de viaje hacia el destino de forma específica. También se aprecia el estudio del destino y sus potencialidades a través del análisis F.O.D.A.

La OMT define al turismo sostenible como aquel que considera las repercusiones actuales y futuras en los ámbitos económicos, social y ambiental, buscando satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria y las comunidades anfitrionas. El presente proyecto de investigación se centra en un turismo sostenible dirigido a un segmento específico de turista que valoran la conservación ambiental y deseen experiencias auténticas, atrayendo a los visitantes que buscan otro tipo de actividades que permitan el disfrute de la naturaleza como son el senderismo, avistamiento de flora y fauna, así como experiencias culturales; en donde el uso de la tecnología como la realidad virtual la cual permite la innovación y atracción de turistas hacia el destino. Esta innovación permite modernizar su oferta, señalando otros destinos del lugar en la que se fortalece el modelo de negocio utilizando herramientas que permiten actualizar al

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

atractivo, estructurando y analizando la idea de negocio propuesta, identificando nuevas oportunidades y desafíos; creando un impacto positivo tanto en la comunidad local como en los visitantes.

Por último, este trabajo contribuirá al conocimiento académico referente al turismo sostenible y servirá de base para otras investigaciones. Al proporcionar datos relevantes como la gestión de la marca-destino diferenciada del Refugio de Vida Silvestre y Costero Pacoche, en donde se aprecian atributos como la autenticidad cultural, la biodiversidad y prácticas sostenibles, apoyada sobre una narrativa o storytelling que mejoran la percepción del destino y lo posiciona en el mercado competitivo del ecoturismo dentro y fuera del país.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

CAPÍTULO 2: PBL 1

Planificación de Productos Turísticos

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

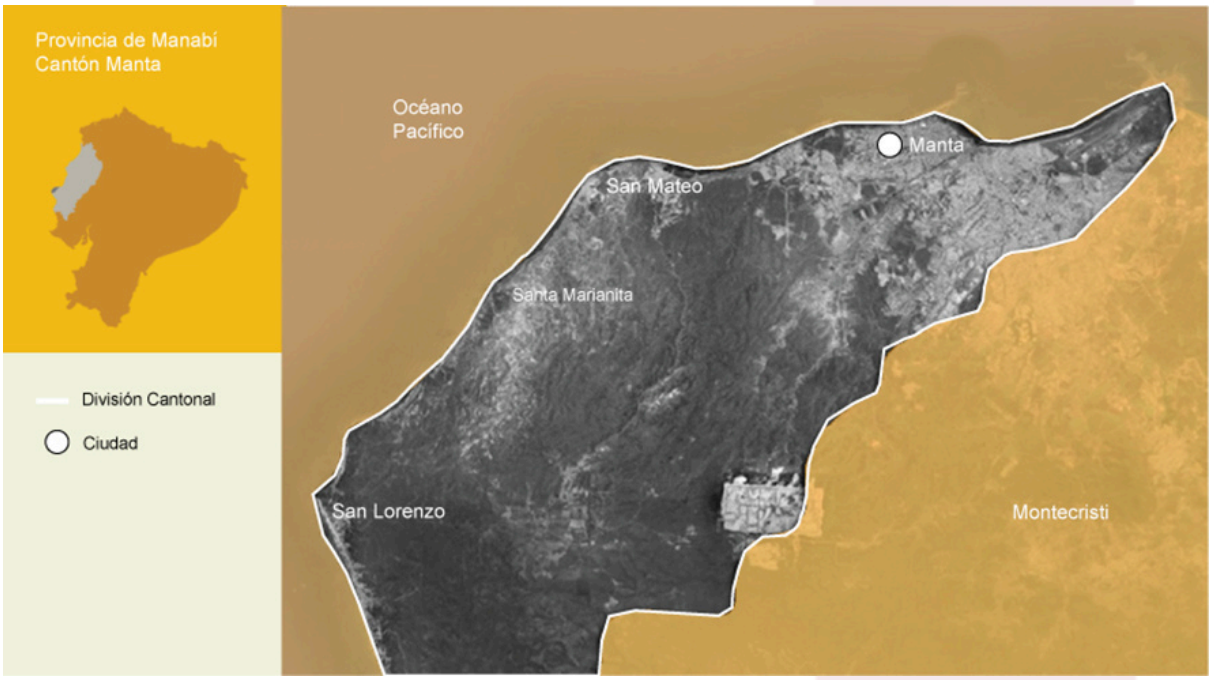
2. Análisis De La Oferta Del Destino Turístico Manta

2.1 Análisis Situacional

Ecuador se caracteriza por ser un país de aproximadamente 283,561 km² ubicado en la costa oeste de Sudamérica. Dentro de este, existen una variedad de áreas naturales, manifestaciones culturales, gastronómicas, y arquitectónicas, que lo convierten en un destino con un alto potencial turístico. Manta es uno de los 22 cantones que componen la provincia de Manabí, y de acuerdo con el INEC (2022), la población es de 271.145 habitantes. En los últimos años, el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes económicas del cantón Manta, lo cual ha traído consigo el desarrollo de infraestructura turística junto con obras públicas (Figura 1).

Figura 1

Ubicación del destino



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

3. Oferta del Destino

3.1 Infraestructura General

La ciudad de Manta cuenta con una infraestructura de movilidad variada que incluye varios componentes claves para el desarrollo turístico. En primer lugar, se encuentra el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro, ubicado a 3.5 km del centro urbano, el cual cuenta con 5 vuelos internacionales semanales y 13 vuelos nacionales semanales. Por otro lado, se encuentra el Puerto de Manta, el cual antes de la pandemia, recibía alrededor de 37.000 visitantes entre pasajeros cruceristas y tripulantes de distintos lugares del mundo; principalmente desde Estados Unidos, Canadá, Australia y Reino Unido. (Autoridad Portuaria Manta, 2020).

Manta es conocida por tener el puerto marítimo más grande de Ecuador, el cual se divide en dos terminales principales: 1) Terminal Internacional y 2) Terminal Pesquero y de Cabotaje. Siendo la industria pesquera una fuente de ingresos con un impacto en la economía cantonal, provincial, nacional y regional. La captura, procesamiento, y comercialización de productos derivados del atún representa una de las actividades que se originan en el Puerto de Manta. Adicionalmente, esta ciudad cuenta con la terminal terrestre de Manta Luis Valdiviezo Morán, en donde autobuses y taxis facilitan el transporte dentro de la ciudad y hacia destinos cercanos.

De acuerdo con el informe del Plan de Uso y Gestión del Suelo (2024), para el año 2020 el 93% del suelo urbanizado de la ciudad cuenta con cobertura de agua potable; mientras que en las cabeceras parroquiales rurales existe provisión del servicio por medio de reservas en los predios o tanqueros. La cobertura de la red de alcantarillado en la ciudad es del 85 % y es inexistente en la zona rural. El tratamiento de las aguas servidas de la ciudad de Manta observa dos limitaciones por el aporte extra de carga orgánica industrial a un “sistema lagunar que está diseñado y regulado para tratar solo agua de origen doméstico” (PDOT, 2024); representando una problemática ambiental del cantón.

Según la Corporación Eléctrica del Ecuador- CELEC EP, proveedora del sistema el sistema eléctrico en el cantón Manta, está atiende a la totalidad del área ocupada de la ciudad y provee servicio a todos los asentamientos humanos rurales. Para el 2020 la ciudad de Manta cuenta con 76.235 clientes, de los cuales 73.117 el 95.91% son residenciales, 200 el 0.25% son industriales y 3.008 el 3.94 % son usuarios comerciales. (PDOT, 2024). Así mismo, el cantón

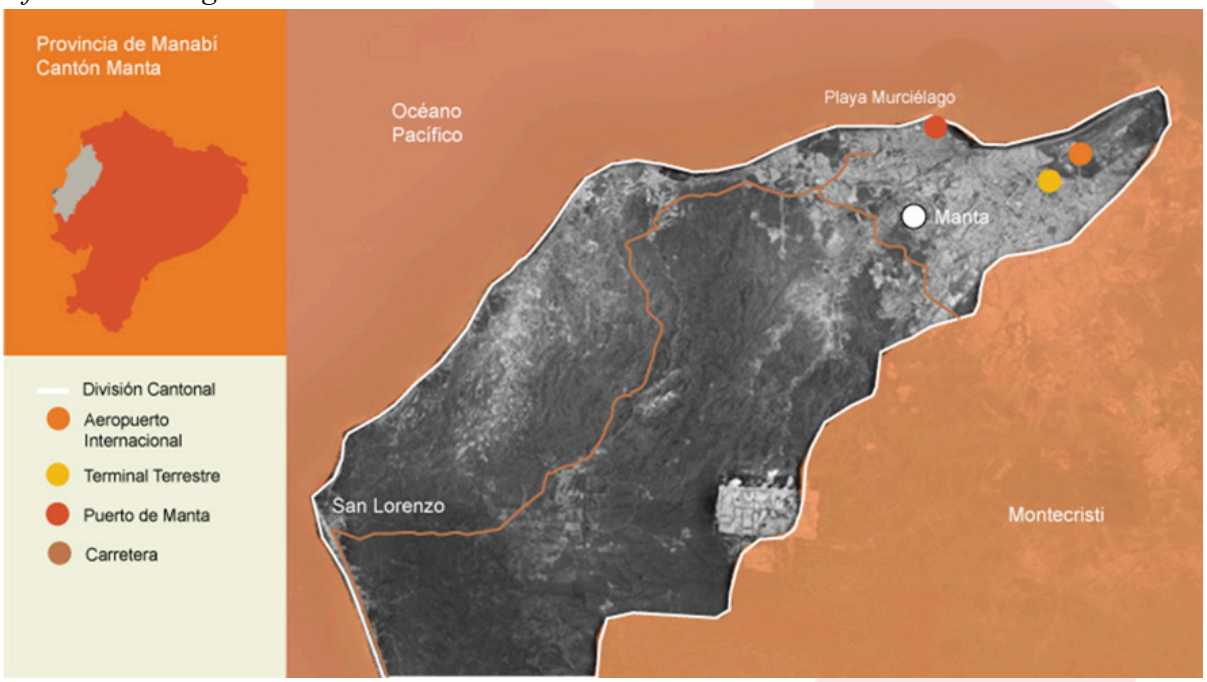
Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Manta cuenta con una cobertura total en el recorrido de los vehículos recolectores a través de zonas de recolección domiciliaria de desechos sólidos.

Al hablar sobre las carreteras en Manabí, estas presentan una alta accesibilidad y una existencia satisfactoria. Las principales vías interurbanas y carreteras regionales se encuentran en un estado de conservación generalmente bueno, facilitando el transporte tanto para residentes como para turistas. Sin embargo, las autopistas en la provincia muestran un nivel de interconexión medio y algunas están en estado de conservación precario. El sistema de autobuses en Manabí está bien desarrollado, destacándose por su buena accesibilidad y estado de conservación (Figura 2).

Figura 2

Infraestructura general



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Finalmente, la infraestructura comercial y los servicios de salud en Manabí están bien desarrollados en términos de existencia y conservación. Sin embargo, ambos aspectos presentan oportunidades para mejorar la accesibilidad y la interconexión, lo que podría apoyar el crecimiento del turismo en la región.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

3.2 Recursos Turísticos

Manta posee una variedad de recursos turísticos naturales, culturales, urbanos y rurales que lo convierten en un atractivo turístico nacional e internacional. Sus manifestaciones y tradiciones envuelven la cultura manabita y se ven representadas en varios atractivos turísticos que ofrece el cantón; a continuación, se destacan algunos. De acuerdo con datos recuperados por parte del Ministerio del turismo con relación al perfil del internauta, en el 2022, el 5.47% seleccionó Manta como su destino de preferencia.

Al hablar de Áreas Naturales hacemos referencia a los espacios nombrados por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) como lugares de protección debido a su diversidad y riqueza de flora y fauna. En el cantón manta se encuentra: El Refugio de vida silvestre y Marino Pacoche, el cual ofrece recorridos en senderos dentro de un bosque primario, rico en flora y fauna; en donde se pueden observar una variedad de especies únicas como los monos aulladores. Adicionalmente, los guías locales son comuneros capacitados en crear experiencias auténticas y vivenciales en el ecoturismo. Esta zona es un lugar mágico debido a que se encuentra en un bosque húmedo tropical, cerca de la Ruta del Spondylus y a 15 min zonas de playa.

Dentro del **Patrimonio Cultural**, Manta y la provincia de Manabí cuentan con varios recursos turísticos creando sinergia en una gran representación cultural como:

- El Cerro de Hojas y Jaboncillo, sitio arqueológico ubicado en la parroquia de Picoazá a 40 minutos de Manta que muestra el pasado de los pueblos Manteños.

- Montecristi, a 18 minutos de Manta, ciudad conocida por su riqueza artesanal manabita y la Ciudad Alfaro.

- Los Corrales Marino Ligüiqui, Playa rural al sur de Manta, caracterizadas por ser estructuras de gran relevancia cultural y patrimonial, estos corrales extienden a lo largo de las playas rurales de Manta, y al momento que la marea sube se convierten en piscinas naturales en las orillas del mar.

- Astilleros de los Esteros, en la parroquia urbana Los Esteros, se caracteriza por las construcciones de grandes embarcaciones marinas y artesanales y el significado de las técnicas aplicadas en el mismo.

- Adicionalmente, Manta cuenta con varios museos que muestran la historia cultural y forma de habitar de las comunidades ancestrales, y que a su vez representan la historia urbana y desarrollo de la ciudad. Entre los principales se encuentran: el Centro Cultural

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

de Manta; el Museo Municipal Etnográfico Cancebí; y el Museo Pacocha, ubicado en la zona rural del Manta a 30 minutos de la urbe.

Dentro del **Patrimonio Inmaterial** se destaca:

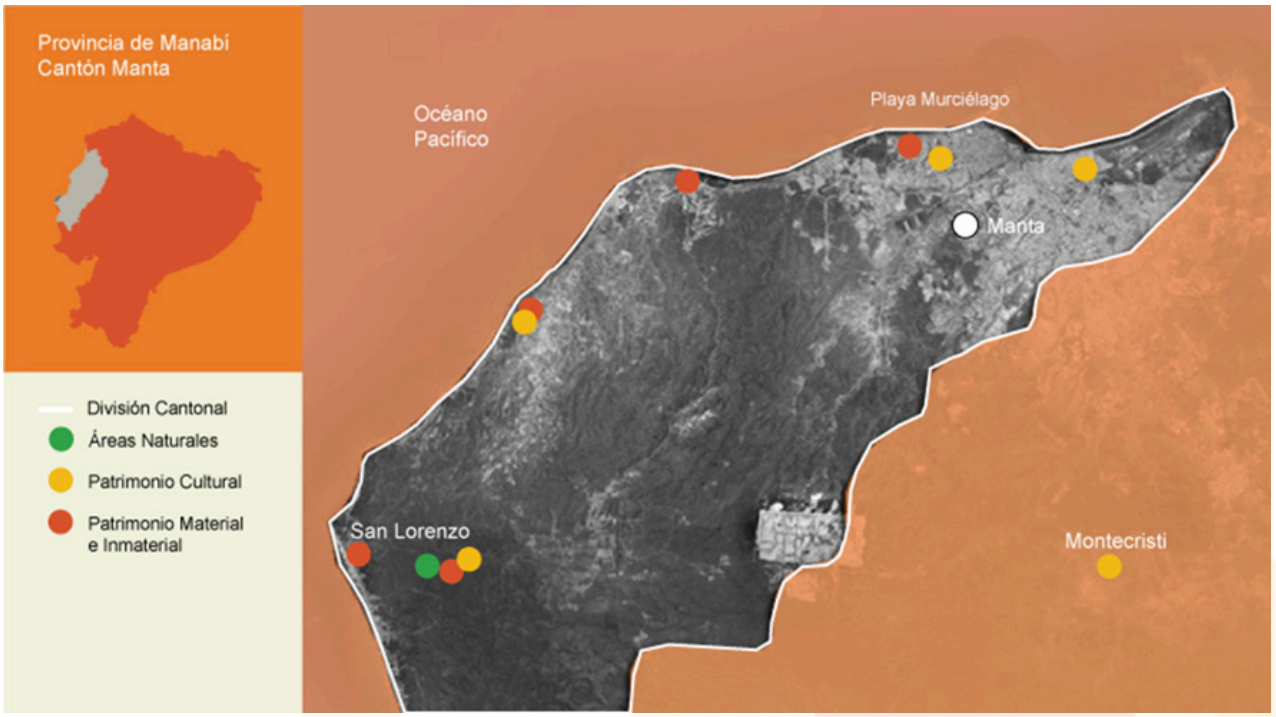
- La Cultura Cholo-Montubia, la cual cuenta con una actividad importante como es el rodeo montubio.
- Así mismo, otro vínculo que afianza las costumbres del pueblo manteño son las Fiestas de San Pedro y San Pablo, fiestas que se celebran en el mes de junio o en semana santa. Estas tradiciones fortalecen la identidad cultural de la religión manteniendo vivas las creencias religiosas y combina elementos religiosos con tradiciones locales, como procesiones, música, danzas y comidas típicas. La mayor parte de las tradiciones religiosas son una mezcla de las influencias indígenas, africanas y europeas.
- El sombrero de paja toquilla, elemento emblemático de la cultura ecuatoriana, y reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de Humanidad por la UNESCO en 2012. Este patrimonio no solo es un objeto de artesanía, sino que también refleja la historia, la identidad y los valores de las comunidades que lo producen. El sombrero se elabora a mano a partir de la paja toquilla, la cual proviene de la planta Carludovica palmata. Este proceso de tejido puede durar desde un día hasta ocho meses, dependiendo de la calidad y finura del sombrero; esta técnica se transmite de generación en generación.

Esto se puede observar en la figura 3:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 3

Recursos turísticos



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Al hablar sobre las Artesanías elaboradas a mano en Manta, se encuentra:

- El parque industrial de manufacturas, en donde se promueve generar una mayor especialización en los trabajadores y aumentar su calidad de vida.

- Otra técnica manufacturera es la caña guadua, conocida como Caña Brava, recurso muy importante en el desarrollo de la provincia de Manabí y en Manta. Su uso se aplica en conservación de cuencas hídricas, preservadores de lluvia, balsas para navegar y usos domésticos, aunque debido a la globalización se está perdiendo esta técnica artesanal.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

En lo que se refiere a Tradiciones Orales se destacan los: Amorfinos que son una creación popular en forma de canción y composición poética corta, cuyo contenido mezcla lo romántico con lo humorístico, diferenciándose así de la copla. Los amorfinos son un símbolo de la tradición oral del pueblo montubio y representan una forma de resistencia cultural, manteniendo vivas las historias y sentimientos de sus comunidades.

La Gastronomía del cantón Manta se destaca por platos típicos como:

- El viche de pescado, cuya elaboración es a base de pescado, maní, y verduras, y es considerado como la fanesca de los manabitas por la variedad de ingredientes que conforman esta sopa. Según pruebas arqueológicas realizadas en los últimos treinta años, existe una idea bastante aproximada de que el consumo de esta sopa es desde hace miles de años en estas culturas.

- El ceviche, el cual se cree tiene su origen en la zona de Santa Elena, que nace como una preparación picante compuesta por pescado crudo, frutos ecuatorianos como taxo y maracuyá, y hierbas ecuatorianas como la chillangua. Con la llegada de los españoles se combinaron ingredientes introducidos con preparaciones de la zona que hoy es Ecuador, como el ceviche, por eso es un plato mestizo que hoy en día es muy consumido en el país y que han salido nuevas preparaciones y se han recuperado unas cuantas.

- Por otro lado, se encuentra el camotillo, un pez que deleita en la gastronomía manabita y es conocido como un plato ancestral y criollo.

- La bebida tradicional hecha a base de jugo de caña de azúcar fermentado de la provincia de Manabí y en Manta es el guarapo. Esta bebida forma parte importante de las fiestas religiosas locales como las de San Pedro y San Pablo en la comuna de Pacoche. Antiguamente, se usaba incluso como medio de intercambio en los mercados locales. La historia se refiere a esta bebida como elemento ceremonial como lo fue la chicha cuando se sepultaba a un ser querido.

- Un plato típico muy popular y representativo de la Cultura Montubia, tanto en Manta como en toda la provincia, es la tonga, la cual según el investigador e historiador Enrique Delgado Copiano, tiene sus orígenes cuando existía la jungla manabita y durante el boom del caucho entre 1879 y 1912.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

3.3 Instalaciones Turísticas

Al hablar de instalaciones turísticas hacemos referencia a las instalaciones que se encuentran ligadas directamente al recurso o atractivo turístico; es decir, elementos que complementan el disfrute de la visita. De acuerdo con la propuesta metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de infraestructura turística elaborado por la Universidad Pontificia de Chile, (2017) pág 5 "Las instalaciones son infraestructuras de pequeña escala, las cuales facilitan las prácticas netamente turísticas y que son imprescindibles para que una actividad pueda desarrollarse. Pueden ser, por ejemplo, desde una plataforma para no dañar el ecosistema (sendero), hasta un muelle".

Para garantizar el desarrollo turístico sostenible, esta actividad debe estar respaldada con las facilidades para la visita y estancia del turista en los lugares de destino. Este modelo de desarrollo requiere de soportes especiales de orientación, información y equipamiento para garantizar las condiciones de conservación y valoración en la calidad ambiental, sociocultural y socioeconómica. Al hablar de los espacios públicos y de recreación, como parques, plazas, y el mercado central, se evidencia la presencia de servicios sanitarios para los comerciantes y clientes.

El Ministerio de Turismo del Ecuador ha desarrollado una serie de parámetros que buscan regular las señalizaciones y señalética presente en los atractivos turísticos. La señalización propende a la regulación de flujos humanos y motorizados en el espacio exterior; mientras que la señalética identifica y regula el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno delimitado o definido. Entre los tipos de señalización constan: señales regulatorias, señales preventivas, señales de información, señales especiales delineadoras y señales para trabajos en la vía y propósitos especiales.

Los turistas que ingresan a la ciudad de Manta acceden por medio del terminal terrestre, el aeropuerto, o el puerto; por lo que existen varios centros de información que ofrecen a los turistas herramientas para visitar este destino. Existen 4 puntos de información turística ubicados en la zona urbana:

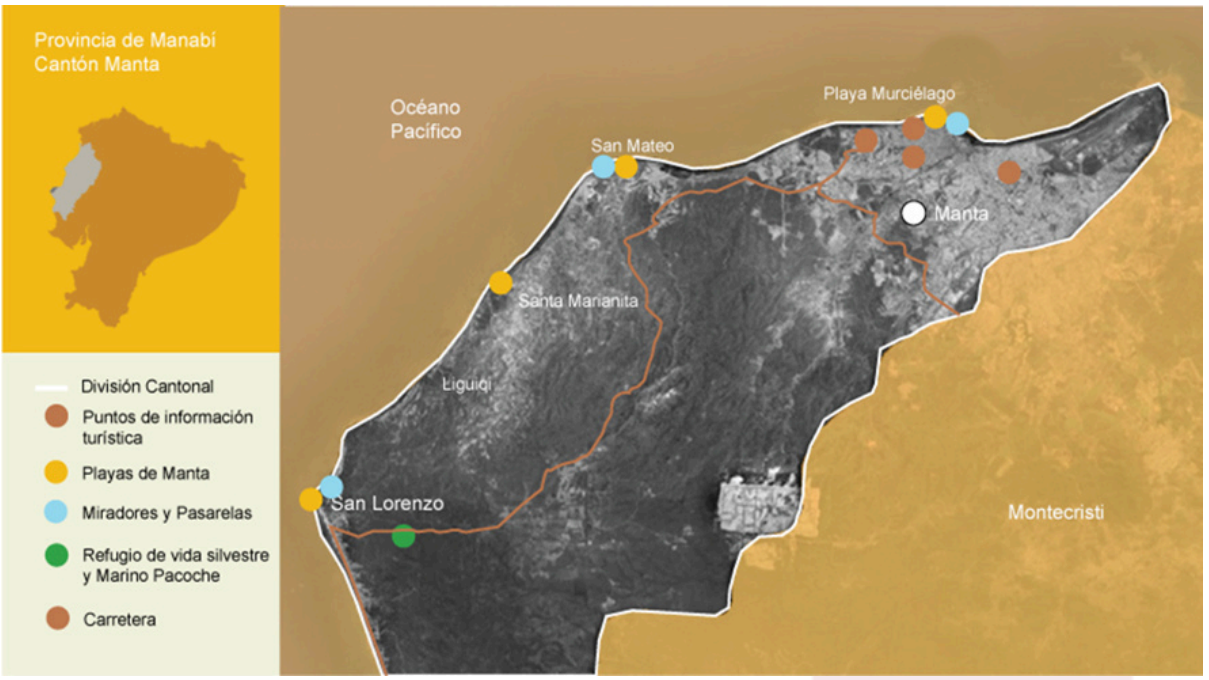
- El primero en el Terminal Terrestre de Manta
- El segundo en el Mall del Pacífico
- El tercero ubicado en la Playa El Murciélago (i-Tur)
- El último en el Museo Centro Cultural Manta.

Adicionalmente, el cantón Manta cuenta con una red de carreteras que conectan la zona urbana con los atractivos rurales, variando entre carreteras de primer y segundo orden. (Figura 4).

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 4

Ubicación de instalaciones turísticas



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Las playas de Manta cuentan con equipamientos a menor escala como restaurantes o comercios, en donde se puede encontrar servicios sanitarios. Para llegar a las playas: El Murciélago, San Mateo, Santa Marianita, se puede utilizar tanto transporte público como vehículo privado, pues existen zonas de parking gratuito. Mientras que, para llegar a la playa de San Lorenzo, el acceso es únicamente en taxi o vehículo particular pues no existen líneas de bus con frecuencias hacia esa zona; San Lorenzo cuenta con un espacio destinado al estacionamiento de vehículos.

En Manta al hablar de miradores y pasarelas, el cantón es conocido por su variedad de paisajes y lugares de observación que ofrecen vistas panorámicas de la ciudad y el océano. A continuación, se detallan algunos de los principales miradores:

- Mirador de Tarqui: Este mirador es conocido por sus vistas espectaculares del océano y la costa de Manta. Es un lugar ideal para disfrutar de la puesta de sol y capturar fotografías impresionantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Mirador el Faro, San Lorenzo: Ubicado en una colina, este mirador permite a los visitantes contemplar la belleza natural de la región, así como el puerto de Manta. Es un espacio popular entre los turistas y locales que buscan un lugar tranquilo para relajarse y disfrutar del paisaje.

- Mirador de La Tiñosa: Este mirador ofrece una vista única de la playa y el entorno natural. Es un lugar frecuentado por quienes desean disfrutar de un momento de paz y contemplación.

- Mirador de la Playa El Murciélago: Este mirador está situado cerca de una de las playas más populares de Manta, ofreciendo vistas directas al mar y a la actividad costera. Es un lugar perfecto para observar el movimiento de las olas y la vida en la playa.

Dependiendo del mirador, la accesibilidad es limitada; debido a la topografía irregular y montañosa que llevó a la construcción de pasarelas que se adaptan al terreno, más no a las necesidades de todas las personas. Adicionalmente, varios de estos atractivos cuentan con mobiliario destinado al disfrute y descanso de las personas; sin embargo, muchos de estos espacios se encuentran abandonados y deteriorados.

Finalmente, dentro de Manta se encuentra el Malecón, espacio pensado para el disfrute de turistas y locales, que a su vez cuenta con cámaras de vigilancia y mobiliario de uso público. Durante los últimos años, la seguridad ha sido un tema recurrente en este cantón, por lo que se han implementado varias medidas por parte del gobierno para precautelar la seguridad de turistas nacionales y locales, lo que ha resultado en un aumento progresivo del turismo nacional mas no extranjero.

3.4 Planta Turística

Dentro del análisis de los datos recopilados por fuentes primarias y secundarias del cantón Manta; podemos decir que el sector Hotelero cuenta con una gran variedad de establecimiento de alojamientos que se clasifican en diferentes categorías, desde 1 a 5 estrellas. La mayoría de los alojamientos se concentran en 1 y 3 estrellas. Lo cual sugiere un turismo más accesible económicamente. Entre 2022 y 2023 se observa un crecimiento del número de habitaciones (214) y plazas (459) disponibles. La diferencia entre el periodo 2022-2023 con respecto al n° de habitaciones es del 2.75% y en el n° de plazas 3.37%. Por otro lado, sobre la evolución a lo largo del periodo 2016-2023 con respecto al n° de habitaciones es el -16.50% y en el n° de plazas el -16.32%, lo cual indica un desarrollo en la infraestructura hotelera para satisfacer la creciente demanda turística.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

En establecimientos de alimentos y bebidas. Hay una notable presencia de restaurantes, cafeterías y bares en Manta, siendo los restaurantes el tipo de establecimiento más común, sin embargo, del 2022 al 2023 ha tenido una diferencia del -10%, y la variación en el periodo de 2016-2023 es el -26.66%. A pesar del dato detallado existe impulso en la innovación y esto resalta la importancia de la gastronomía en la oferta turística de la región. La oferta de alimentos y bebidas está diversificada, lo que permite atraer a un amplio espectro de turistas con diferentes preferencias gastronómicas.

En las Agencias de Viajes, existen diversas según su clasificación, incluyen mayoristas, internacionales, operadoras y duales, siendo esta última la que ha ganado mayor popularidad con una diferencia del 18% entre 2022 al 2023 debido a la creciente demanda de servicios turísticos. Con respecto al n° total de agencias de intermediación en el periodo 2022-2023 existe una diferencia del 8,78%, en cambio en la evolución anual periodo 2016-2023 es del -13.29%. Esto sugiere un ecosistema de servicios que puede llegar a un potencial desarrollo que facilita la planificación y gestión de turismo en la ciudad y región.

Sobre el transporte turístico, el transporte terrestre es el más común, con rutas intra e interprovincial, seguido por el transporte aéreo, lo cual es crucial para la conectividad y accesibilidad de los turistas nacionales e internacionales, sin embargo, posee una conectividad intermedia debido a las frecuencias. Por último, el marítimo en los cruceros, Manta ha experimentado una variación en el creciente número de cruceros en los últimos años, en la temporada 2022 con 26 cruceros y 27.136 pasajeros y tripulantes, en enero de 2023 arribaron 6 cruceros, y en la temporada 2024 que terminó en julio llegaron 18 cruceros. Los datos demuestran su importancia como destino turístico. Hay una variedad limitada de opciones de transporte, lo que podría ser un área de oportunidad para mejorar la infraestructura de transporte turístico.

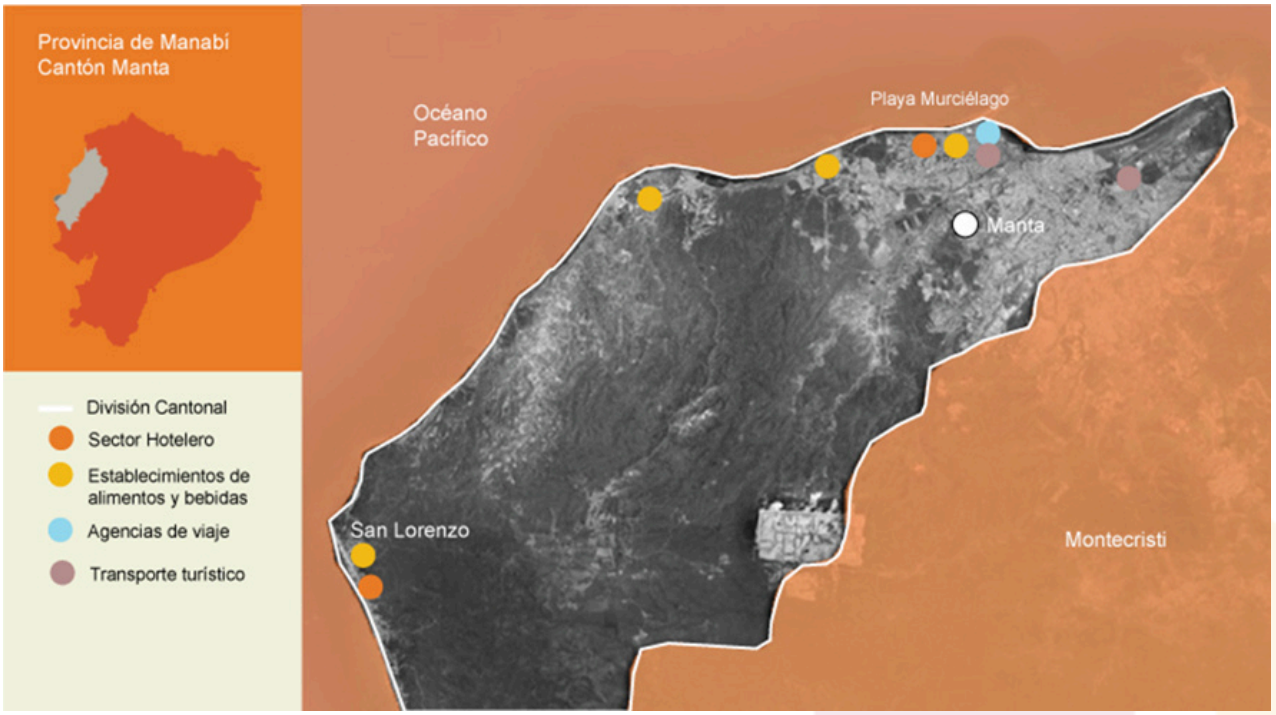
Dentro de los Eventos, Manta se ha caracterizado por ser la ciudad con más concentración de congresos, foros y encuentros donde participan diversos actores de la industria y partes interesadas, debido a la facilidad y calidad de espacios en infraestructuras como son en las salas de recepciones y de convenciones del sector hotelero. (Figura 5).

Según ICCA (2018) en América Latina, Brasil ocupa el tercer lugar a nivel mundial en cuanto a la cantidad de eventos internacionales realizados, con 233 eventos, seguido de Argentina en cuarto lugar con 232 eventos, México en quinto lugar con 172 eventos y Colombia en sexto lugar con 147 eventos. En el ranking, Ecuador ocupa el décimo lugar con la creación de 57 eventos.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 5

Planta turística



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

3.5 Actividades Turísticas

En las zonas de Playa de Manta como: Playa Murciélago / San Mateo / Santa Marianita / Liguiqui / San Lorenzo, los recursos e infraestructuras facilitan a la realización de varias actividades de turismo sol y playa. Como pueden ser:

- Deportes acuáticos: Buceo en las zonas marinas de Manta, esta actividad la facilita el sector hotelero, uno de ellos el hotel Oro Verde (tarifas aprox $103 por noche) que dentro de sus servicios de alojamiento incluye actividades en sus playas. Otra actividad deportiva muy demandada por turistas extranjeros es el surf.

- Paseo en barcos: En el Malecón Murciélago principal atractivo donde la concentración de turistas y demanda es muy evidente, se prestan servicios de navegaciones por precios desde $22 por persona. Los paseos en barcos en las áreas costeras ofrecen una manera tranquila de observar el entorno natural y la biodiversidad. Esta actividad permite a los

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

visitantes disfrutar de la belleza del paisaje desde una perspectiva diferente (Fennell, 2008).

- Ocio: Tanto en las playas rurales como en zonas de la reserva, se prestan espacios para bienestar y relajación. Desde pasar un día en las orillas del mar hasta conectarse con el bosque húmedo de Pacoche.

- Gastronómico: Aparte de degustar los platos típicos de Manta, se puede conocer cómo realizar su preparación por medio de experiencias vivenciales, como lo es en Pacoche lodge en paquetes desde $15,00 cómo full day.

En la zona urbana de la ciudad de Manta, caracterizada por el potencial en el desarrollo de su infraestructura y zona hotelera, ofrece varias actividades desde culturales hasta de deportivas:

- Museos: Los lugares estratégicos de los museos, crean un espacio de enriquecimiento, conocimiento y práctica de la cultura, atractivo y accesible para el visitante local y extranjero. Tanto en los museos urbanos y rurales se comparten bienes arqueológicos y raíces étnicas como es de la cultura Manteña-Huancavilca.

- Exposiciones y eventos: Eventos artísticos y culturales, foros y conservatorios son muy comunes en Manta, en salas de recepciones hoteleras o auditorios de museos con capacidad para 72 a 100 personas. Con respecto a eventos masivos normalmente en temporada playera de febrero a mayo, se ofrecen espectáculos mayores.

- Turismo Deportivo: Anualmente en cada mes de abril se lleva a cabo el Ironman Manta, evento que es una serie de triatlones que combina natación, ciclismo y carrera a pie, esta actividad atrae a competidores de diversas regiones y países y a turistas amantes al deporte donde pueden participar. Por otro lado, en la comuna Pacocha se organizan ciclo paseos a turistas y locales organizados por alianza público-privada.

Estudios realizados dentro del Refugio de vida silvestre y Marino Pacoche, se deduce que abarca el 98 % de hábitats naturales lo que ofrece un refugio seguro para la biodiversidad marina y terrestre. Los turistas que visitan este refugio y que lo han visitado en anteriores ocasiones, consideran que los atractivos que posee (bosque, playa y faro) son los que hacen el principal motivo de visitar el lugar dentro de las encuestas que se realizaron en el 2023. (Bravo et al., 2023).

La entrada principal se llama Sendero Pasaje del Mono, se registra en la caseta del guardaparques. La entrada es gratuita, sin embargo, Prohibido ingresar sin guía, lo cual hay que contratar el servicio de guianza tiene un valor de $20.00 por grupo de máximo 15 personas,

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

tiempo aproximado 2 horas. Dentro de su capacidad de carga turística por día es de 320 personas por día. Una de las empresas proveedoras de servicios en este refugio es Pacoche Lodge que cuenta con alojamiento, restaurante y senderismo.

Dentro de las actividades a realizarse en el lugar (Pacoche) se encuentran:

- Observación de Aves (Aviturismo): Pacoche es un destino destacado para el aviturismo debido a la gran diversidad de aves que habitan en sus senderos, como El Faro y Pasaje del Mono, con longitudes de 1 y 1,5 km respectivamente.

- Senderismo: El refugio ofrece senderos para caminatas a través de su bosque húmedo tropical con una distancia de 2km. Donde podemos encontrar a los monos aulladores, y flora la cual varias de ellas sirven para recolección de agua y elaboración de artesanías.

- Artesanías: Dentro del área protegida, podemos encontrar ecolodges (Pacoche Lodge) que incluyen actividades artesanales y ancestrales que le dan valor agregado a la experiencia. Se trabaja con materiales como la tagua, la caña guadua, la paja toquilla para la elaboración de los sombreros, incluido dentro del programa.

En la playa San Lorenzo con una extensión de 3km siendo una de las playas rurales caracterizada por su belleza paisajística y conectividad con el refugio Pacoche. Entre sus actividades están:

- Caminata en el Faro: se puede ingresar por la playa, o desde parqueaderos en la ruta del Spondylus, posee un sendero serpenteante con una pendiente muy pronunciada, tiene 830 m de distancia.

- Avistamiento de Ballenas: A pesar de que San Lorenzo no posee un muelle u operadoras que ofertan paseos en barcos para ver este espectáculo con mayor cercanía y enriquecer la experiencia, se pueden observar a las ballenas con sus crías desde lo alto en el faro, la temporada de ballenas Jorobadas son desde junio hasta septiembre.

- Turismo sol y playa: Para obtener excelente experiencia y disfrutar del sol y un clima cálido, se debe ir en temporada playera de enero a mayo. Debido a que es una playa rural, no ha sido víctima de masificación, por lo cual se conserva y su ecosistema sirve de hábitat para muchas especies marinas.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

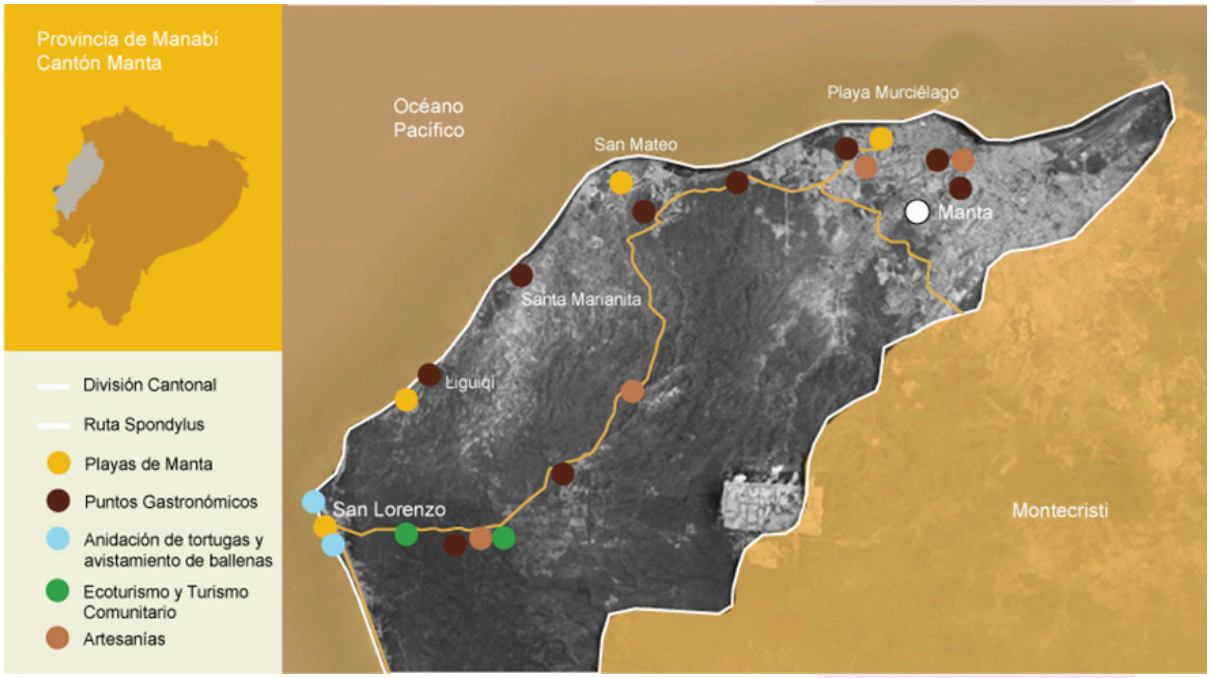
- Observación de Tortugas: Entre septiembre y diciembre, los visitantes tienen la oportunidad de observar la anidación y eclosión de tortugas marinas..El ecoturismo marino también incluye la observación de eventos naturales como la anidación de tortugas, promoviendo la conservación y la educación sobre las especies marinas.

3.6 Productos Turísticos

El cantón Manta cuenta con una variedad de productos turísticos enfocados tanto a turistas nacionales como internacionales. En el año 2023, el Refugio de vida Silvestre Pacoche recibió 7.470 turistas, de los cuales 29.37% fueron extranjeros y 70.63% nacionales. Por otro lado, en lo que va del año 2024 se han registrado 6.276 visitantes en esta área natural, de los cuales el 23.81% son visitantes extranjeros y 76.19% son visitantes nacionales. Entendiendo que la mayor parte de los turistas que visitan este atractivo corresponden a turistas nacionales que realizan actividades cercanas a la ciudad de Manta (figura 6).

Figura 6

Ubicación de Productos turísticos



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Dentro de los productos turísticos del Refugio y sus alrededores se encuentran:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Ruta del Spondylus.- Como producto turístico de mayor demanda es el turismo de sol y playa. Playa el Murciélago la más preferida por su ubicación
dentro de la ciudad y además por sus festivales y conciertos. A este producto se suma el talento de los comuneros de parroquias rurales donde se ofrecen actividades de turismo comunitario San Mateo, Santa Marianita, Liguiqui y San Lorenzo.

Gastronomía Manabita. - Manta se destaca por su especialidad de mariscos tanto dentro de la ciudad como en lo rural, por ejemplo, en la vía de Pacoche a San Lorenzo sitio donde se encuentran restaurantes con gastronomía de la zona que hace posible que los turistas que van o vienen por la ruta del Spondylus, se queden a disfrutar de las delicias del mar, por ejemplo: Camotillo, Viche de pescado, ceviche, langosta.

La anidación y eclosión de tortugas marinas. - San Lorenzo es el destino ideal para vivir esta experiencia. La anidación comienza desde junio hasta septiembre y llegan a extenderse hasta noviembre. Con el apoyo del proyecto de conservación de tortugas donde participan el Municipio de Manta, Ministerio del Ambiente y 16 países, se brinda diagnóstico de lo que sucede con las especies además de protección y recuperación. Sin embargo, existen restricciones por lo vulnerable que es el hábitat de este proceso natural.

Artesanías elaboración del sombrero de Paja Toquilla,Caña Guadua y Palo Santo.- Estos productos elaborados por comuneros y asociaciones de artesanos se suman a la cadena valor de las playas de Manta, dinamizando la economía. Ejemplo con el sombrero de paja toquilla (Patrimonio Cultural inmaterial de humanidad por la UNESCO), existe el centro de formación artesanal en la comuna Pile donde los llevan a vender a Montecristi o zonas turísticas de la Ruta del Spondylus.

Avistamiento de ballenas. - Esta experiencia se da en San Lorenzo en el mes de junio a septiembre desde la playa sin necesidad de hacer recorridos a alta mar, además se ofertan Tours a la Isla de la Plata a 1 hora en lancha. Los locales preparan los recorridos y administran el equipamiento y transporte.

Área Protegida "Refugio de Vida Silvestre Marina Costera Pacoche". - Esta área ofrece recorridos en senderos de un bosque primario con rica flora y fauna, incluyendo monos aulladores, ideal para biólogos y científicos. Guías locales capacitados crean experiencias auténticas en ecoturismo. La zona es especial por su bosque húmedo tropical y su proximidad a la playa, a solo 15 minutos en carretera. La palabra Pacocha proviene de "mococha", nombre común que se le daba al árbol de la tagua o marfil vegetal, particularmente al fruto tierno, que es comestible. En la antigüedad, cuando los ríos llegaban hasta el poblado, se recogían muchas "mococha".

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4. Análisis de la Demanda del Destino Turístico Manta

4.1 ¿Cuántos Viajeros Visitan el Destino?

Para citar cuántos turistas visitan Manta se han revisado datos estadísticos de fuentes primarias siguiendo una estructura jerárquica que va desde el macro siendo el turismo regional y aterrizando en el micro con el ente rector dentro del país como el Ministerio de Turismo en Ecuador, tal como se describe en la Tabla 1.

De acuerdo a la entrada de turistas internacionales por jefatura de migración tenemos que existen dos vías de acceso para los turistas hacia el destino Ecuador reflejado en miles en la página del ministerio de turismo:

Tabla 1

Llegada de visitantes internacionales al cantón Manta por año

Medio	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2016	2017	2018	2019	2022	2023	2024
Aéreo	4744	204	437	392	342	5061	6267
Marítimo	10040	10535	5829	7734	7755	6344	2012

Nota: Elaborado por los autores a partir de tabla Turismo en cifras (MINTUR, 2024).

Lo que nos refleja que los años en donde hubo mayor aumento de llegadas en el transporte marítimo son los años 2016 y 2017. Posteriormente, post pandemia, nuevamente retoma la reactivación de vuelos en los años 2023 hasta datos del mes de julio de 2024 según el reporte de la página oficial del ministerio de turismo.

De acuerdo con el Ministerio de turismo, estos visitantes se distribuyen en la ciudad de Manta de la siguiente manera:

Año 2016

- Vía aérea: Manta tiene un mayor número de visitantes con los siguientes
- siendo los meses de febrero con 1.303 visitantes, así como el mes de marzo con 1.288 de apenas una diferencia de 15 turistas.
- Vía marítima: Los meses de mayor demanda es el mes de julio con 1.736 visitantes, y el mes de noviembre con 1.660 visitantes con una diferencia de 76 visitantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Año 2017

- Vía aérea: Se reporta un mayor número de llegadas a Manta de 53 visitantes en el mes de noviembre.
- Vía marítima: Un dato diferente al medio aéreo se da en el mes de enero con 4.310 llegadas y en el mes de septiembre con 2.031 visitantes a la ciudad, siendo una diferencia de 2.279 llegadas entre estos dos meses.

Año 2018

- Vía aérea: En el mes de abril se aprecia 149 llegadas no así en otros meses.
- Vía marítima: en el mes de marzo se aprecia llegadas de 1.546 así como en el mes de noviembre de 699 llegadas una diferencia considerable de 847 llegadas entre estos dos meses.

Año 2019

- Vía aérea: En el mes de febrero se aprecia en relación a los otros meses una cantidad de 161 llegadas con una severa reducción en el mes de junio de 37 llegadas.
- Vía marítima: Se puede apreciar que por este medio de transporte hubo un auge de 2.080 llegadas, y de apenas 732 llegadas en el mes de octubre.

Año 2022

- Vía aérea: En el mes de mayo se aprecia 110 llegadas por este medio y con apenas 52 llegadas en el mes de noviembre
- Vía marítima: Las llegadas de los turistas no son nada alentadoras en este año siendo de apenas 2.502 llegadas en el mes de octubre.

Año 2023

- Vía aérea: En el mes de julio se aprecia una llegada de visitantes con 1.108 no así con los otros meses.
- Vía marítima: En el mes de enero se aprecia 2.116 llegadas no así en octubre con 957 llegadas.

El análisis comparativo de las llegadas de turistas a Manta a través de medios aéreos y marítimos entre 2016 y 2023 nos permite visualizar la preferencia de los turistas, proyectando un crecimiento enfocado al turismo sol y playa, cultural, gastronómico y natural.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4.2 ¿Qué Proporción Suponen Estos Viajeros Con Respecto Al Total De Viajeros En El Conjunto Nacional? ¿Cuántos Son Extranjeros?

De acuerdo con el Ministerio del Turismo, en el año 2023, 11.405 turistas extranjeros visitaron el cantón Manta que representan el (10%), y 102.645 turistas nacionales que representan el (90%), es decir que el total de turistas nacionales y extranjeros resulta ser (114.05). Dentro del tipo de viajero, el excursionismo posee mayor dominio con el (67,49%) con una diferencia del turista que pernocta (32,51%) (Ávila, 2023 citando en Garcia, 2021). En el 2023, la Reserva Pacoche recibió 7.470 turistas; siendo aproximadamente el 29% turistas extranjeros y el 71% turistas nacionales. Por otro lado, de los turistas extranjeros que ingresaron por el aeropuerto internacional o el puerto de Manta durante este año, solo el 19.24% realizó una visita a la reserva.

4.3 ¿Cuál Es La Tendencia En La Llegada De Viajeros Durante Los Últimos Años?

Las principales tendencias o factores que motivan el viaje a Manta son: Turismo sol y playa con una valoración del 59,87%, caracterizado por el disfrute de la playa, el mar, el sol, la naturaleza y el paisaje atractivo. Como segunda tendencia está el turismo cultural con una valoración del 38, 58%, dentro de sus características y motivaciones se encuentra el patrimonio histórico y la arqueología (Garcia, 2021).

4.4 ¿Cuál Es El Perfil De Los Viajeros?

Los turistas que visitan Manta tienden a ser principalmente nacionales (90.5%), en su mayoría de la sierra ecuatoriana, Pichincha 16% y Chimborazo 14,5%, con un perfil demográfico que incluye una mayoría de adultos mayores de 35 años. La duración promedio de su estancia es de 1 a 2 noches, y prefieren alojarse en hoteles. La mayoría de viajeros realizan sus reservas directamente con el hotel con un estimado del 32%, seguido a través de agencias de viajes 29%. El perfil de este viajero se caracteriza por realizar viajes de amigos con un estimado del 38% (Garcia, 2021).

4.5 ¿Cuándo Viajan?

De acuerdo con datos recopilados por el Ministerio de Turismo, para la Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales: El 2% de los turistas que visitan la provincia de Manabí y la ciudad de Manta durante los feriados nacionales son extranjeros; mientras que los turistas nacionales representan el 98%.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4.6 ¿Cómo Planifican El Viaje?

Para planificar su viaje, los visitantes suelen: Utilizar agencias de viajes o recomendaciones de amigos / Informarse a través de buscadores en línea / Considerar la duración del viaje y el tipo de alojamiento que desean.
El gasto diario por persona en turismo (sin incluir alojamiento) es significativo, con un 36% gastando más de $101 USD. La satisfacción general con el destino es alta, con una puntuación promedio de 8.66 sobre 10, destacando la valoración positiva de las playas y la oferta gastronómica (Garcia Reinoso, 2021).
Este enfoque en las motivaciones y el comportamiento del visitante permite a los responsables del turismo en Manta diseñar estrategias más efectivas para atraer a diferentes segmentos del mercado turístico, mejorando así la experiencia general del visitante.

4.7 ¿Qué Medio De Transporte Utilizan?

El turismo en Manta se ha visto influenciado por múltiples factores, incluyendo la infraestructura turística y la conectividad. Según un estudio, "la actividad turística ha mostrado un crecimiento sostenido desde 2016, reflejando la importancia de Manta como un destino atractivo" (Journal Business Science, 2022). La preferencia por el transporte aéreo ha ido en aumento, especialmente en meses específicos, lo que se atribuye a la mejora en la conectividad aérea y la promoción del destino.

El medio de transporte más utilizado es el transporte terrestre específicamente para los turistas nacionales, ya que Manta está bien conectada por carreteras. Adicionalmente, Manta también tiene un aeropuerto que recibe vuelos nacionales e internacionales, facilitando la llegada de turistas desde Quito, Guayaquil y el exterior.

Por vía aérea en el año 2016 se aprecia una estabilidad en el flujo de turistas aéreos presentando una mayor demanda, en tanto que por vía marítima existe una preferencia por el turismo a través de este medio de transporte durante temporada alta. En el año 2017 se aprecia por vía aérea un pico significativo por este medio, en tanto que por vía marítima existe una variación estacional.

Para el año 2018, por vía aérea se aprecia un incremento notable en comparación con otros años, mientras que por vía marítima se visualiza un drástico cambio de preferencia de los turistas. En el año 2019 por razones de salud se aprecia una fuerte caída en el turismo aéreo mientras que por vía marítima se resalta la preferencia de llegada.

Finalmente, para los años 2022 y 2023 existe una alarmante disminución de llegadas de turistas a Manta, tanto por vía aérea como marítima es decir en ambos medios de transporte existe una notable baja.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Es importante resaltar que el turismo marítimo ha mostrado una mayor fluctuación, con picos en meses de alta demanda, lo que puede estar relacionado con eventos específicos o la estacionalidad de los cruceros. La llegada de turistas por mar ha sido variable, con un notable descenso en ciertos meses, lo que sugiere que "el desarrollo de la infraestructura portuaria ha sido crucial para atraer cruceros, aunque la competencia de otros destinos también juega un papel importante"(Mejía & Muñoz, 2019).

4.8 ¿Motivación Del Viaje?

Dentro de los factores con mayor dominancia que motivan el viaje (en escala del 1 al 10) , la misma que se aprecia en la Tabla 2.

Tabla 2

Motivaciones de viaje

Motivos de viaje	Porcentaje
Excursiones	8,2
Playa, mar y sol	6,59
Patrimonio histórico	6,11
Arqueología	5, 96
Gastronomía	5, 74

Nota: Garcia, 2021 *Adaptado:* Equipo Maestrantes, 2024.

La motivación del viaje se revela a través de una variedad de intereses que los viajeros priorizan. Las excursiones destacan con una puntuación notable de 8,2, lo que sugiere un fuerte deseo de explorar y experimentar nuevas aventuras al aire libre. En segundo lugar, la atracción por la playa, el mar y el sol, con un puntaje de 6,59, indica que muchos buscan relajarse y disfrutar del entorno natural. Aunque el patrimonio histórico (6,11) y la arqueología (5,96) también son relevantes, su menor puntuación sugiere que estos aspectos son menos prioritarios en comparación con experiencias más activas y recreativas. Finalmente, la gastronomía (5,74) muestra que la cultura culinaria es un componente importante, aunque no tan dominante como las excursiones. Este análisis refleja un perfil de viajero que busca aventuras y conexión con la naturaleza, complementado por un interés en la cultura local.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4.9 ¿Sexo, Grupo Etario, Ingresos, Nivel De Estudios?

Se aprecia en la Tabla 3, los parámetros de estudio demográfico.

Tabla 3

Características Demográficas de los visitantes de Manta, 2021

Parámetros	Detalle	Porcentaje
Género	Mujer	41%
	Hombre	59%
Edad	Joven (≤ 35 años)	22%
	Adulto (> 35 años)	78%
País de origen	Ecuador	57%
	Colombia	14%
	Perú	7%
	USA	6%
	Venezuela	4%
	Cuba	3%
	España	2%
	México	2%
	Resto del mundo	5%
Nacionalidad	Ecuatoriano	90,50%
	Extranjero	9,50%
Residencia	Pichincha	16%
	Chimborazo	14,50%
	Manabí	13,50%
	Santo Domingo	6%
	Guayas	5%
Nivel de estudio	Primarios-secundarios	15%
	Medios-Técnicos	32%
	Universitarios	52%
	Sin estudios	1%
Ocupación principal	Cuota propia	44%
	Empresa privada	42%
	Sector público	14%

Fuente: Garcia, 2021 *Adaptado:* Equipo Maestrantes, 2024.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Dentro de los aspectos demográficos del turista que visita Manta, Ecuador, se caracteriza por una mayoría de Hombres (59%) y un predominio de adultos mayores de 35 años (78%). La nacionalidad de los visitantes es mayoritariamente ecuatoriana (90,5%), con un 57% proveniente de Ecuador, seguido por un 14% de Colombia y menores porcentajes de otros países. En cuanto al nivel educativo, la mayoría tiene estudios universitarios (52%), lo que sugiere un perfil socioeconómico relativamente alto. La ocupación principal de los turistas es variada, con un 44% trabajando por cuenta propia y un 42% en empresas privadas, esto se aprecia en la figura 9. Este perfil indica que Manta atrae a un turismo que busca tanto recreación como oportunidades de negocio, destacando su atractivo como destino de sol y playa y su infraestructura turística en constante desarrollo.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5. Matriz DAFO

Para evaluar los factores internos y externos se ha procedido a realizar la Tabla 4, en la que se aprecia el análisis del equipo de trabajo referente al destino.

Tabla 4

Matriz DAFO del destino Manta

	Fortalezas	Debilidades
Internos	El destino de Manta representa el 88% de factores de soporte y el 90% de factores de atracción, entre ellos:	Según el estudio, Manta representa el 77% de factores de gestión y el 71% de factores de producción, entre ellos:
	1. Infraestructura Turística dotada.	1. Problemas Ambientales
	2. Recursos Naturales y Culturales, Área protegida de Pacoche.	2. Accesibilidad Limitada
	3. Herencia cultural que incluye festividades y artesanías reconocidas a nivel nacional e internacional.	3. Falta de Mantenimiento en Espacios Públicos.
	4. Crecimiento del Turismo	4. El imaginario turístico con poca consolidación.
	5. Cuenta con adecuada accesibilidad para llegar al destino.	5. Pocas políticas en la visibilización del destino y productos.
	6. Suficiente señalética turística en los principales lugares y atractivos.	6. Poco involucramiento de la comunidad rural en la participación del sistema turístico.
	7. El destino se presta para la realización de múltiples actividades.	7. Escaso desarrollo en las TIC y manejo de big data.
	8. Destacado por ser anfitrión de eventos turísticos.	8. Poca conexión en vuelos internacionales.
	9. Clima adecuado y atractividad paisajística.	9. Falta de mayor oferta en paquetes turísticos de zonas naturales de Manta.
	Oportunidades	**Amenazas**
Externos	1.Desarrollo Sostenible	1. Competencia y comercialización de otros destinos.
	2. Diversificación Gastronómica	2. Inseguridad: criminalidad y delincuencia.
	3. Promoción Cultural	3. Impacto del Cambio Climático.
	4. Brindar mayor competitividad en la comercialización de productos locales.	4. Crisis energética.
	5. Experiencias auténticas e inmersas.	5. Inestabilidad política.
	6. Alianzas con sectores estratégicos de la industria.	6. Cambio y sin posicionamiento de la marca país.
	7. Cercanía con diversos destinos turísticos.	7. Desigualdad socioeconómico
	8. Posicionamiento como destino Ecoturístico y Cultural.	
	9. Financiación para proyectos turísticos locales.	

Elaborado por: Equipo Maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.1 Análisis DAFO

Para el siguiente análisis de los 4 aspectos de la matriz DAFO, se desarrolló una evaluación del destino de su competitividad y sostenibilidad, basado en el modelo de Crounch y Richie (2003).

Factores Internos:

Fortalezas

1. Manta cuenta con un Aeropuerto Internacional y un puerto marítimo que facilitan el acceso y conectividad con otros países. El puerto es el más grande de Ecuador, lo que potencia el turismo de cruceros.
2. El cantón ofrece una variedad de recursos turísticos, que van desde playas, hasta áreas naturales protegidas como el Refugio de vida silvestre y Marino Pacoche. Así mismo es rico en biodiversidad.
3. Manta se caracteriza por su patrimonio histórico y cultural, en el 2012 el sombrero de paja toquilla fue reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. Así mismo, cuenta con otras manifestaciones culturales que se pueden apreciar en los distintos museos.
4. En los últimos años, el turismo se ha convertido en una fuente importante de ingresos para la economía local; lo que ha llevado a un desarrollo en la infraestructura turística.
5. En cuanto a la accesibilidad, cuenta con la Ruta del Spondylus, ruta principal que crea conexiones con los destinos más emblemáticos de la provincia de Manabí.
6. El cantón cuenta con señalética en toda la delimitación del destino, tanto en sus zonas urbanas como rurales, pictogramas turísticos y simbología.
7. La ubicación y recursos que posee Manta facilitan el desarrollo de varias actividades turísticas, que varían desde acuáticas, aventura, avistamiento, hasta culturales y ecoturismo.
8. Manta ha sido el foco de un gran número de eventos turísticos, tanto del sector público como privado, que se llevan a cabo debido a su ubicación.
9. Debido al clima Trópical Megatérmico semi-árido, Manta es conocida por sus actividades de sol y playa, ecoturismo y aventura.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Debilidades

1. Existen limitaciones en el tratamiento de aguas residuales debido a la carga orgánica industrial, lo que representa un desafío ambiental significativo para la sostenibilidad del turismo.
2. Aunque la infraestructura general es buena, algunas carreteras de segundo orden presentan un estado de conservación precario, lo que puede dificultar el acceso a ciertos atractivos turísticos como senderos, playas, miradores, áreas de camping, entre otros.
3. Muchos miradores y espacios recreativos están deteriorados o con falta de mantenimiento, lo que afecta la experiencia del visitante.
4. El imaginario turístico no está bien consolidado en el destino, no posiciona su auténtico valor cultural como ventaja para la competitividad.
5. El cantón Manta cuenta con pocas políticas en favor de la visibilización del producto.
6. Existe poco involucramiento de las comunidades en procesos de planificación y desarrollo de productos turísticos.
7. Existe poco desarrollo en las Tics y big data, siendo estos elementos valor agregado para generar mayor dotación en la gestión turística.
8. La poca conectividad y frecuencia de vuelos internacionales se debe a la falta de alianzas y mesas técnicas entre actores públicos y privados.
9. Existe poca promoción y comercialización de los productos en paquetes turísticos del destino.

Factores externos:

Oportunidades

1. Implementar prácticas de turismo sostenible puede atraer a un segmento creciente de turistas interesados en experiencias ecológicas y culturales.
2. La rica gastronomía local ofrece oportunidades para desarrollar eventos culinarios y festivales que atraigan tanto a turistas nacionales como internacionales, así como la variedad en tarifas de productos y servicios.
3. La promoción de las tradiciones locales, como las festividades religiosas y las técnicas artesanales, puede fortalecer la identidad cultural y atraer visitantes interesados en experiencias auténticas.
4. Existe mayor competitividad de productos locales, este aspecto favorece en el posicionamiento del producto a crear o reestructurar.
5. Renovar o innovar experiencias auténticas y en conjunto con la comunidad local, con el fin de potenciar el turismo y experiencias en el destino.
6. Alianzas con sectores estratégicos, este aspecto ayudaría al destino y empresas a mejorar su competitividad y a ofrecer mejores servicios.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

7. Cercanías a otros destinos turísticos, lo que permite potenciar la experiencia del turista, sinergias en promoción, desarrollo local, y diversificación de la oferta.
8. Financiamiento público y privado para proyectos turísticos locales que permitan beneficiar a los emprendedores, al igual que el desarrollo sostenible de las comunidades. Además, esta oportunidad impulsaría a la innovación con dotación a la industria en tecnología y capacitar al personal en el área de servicios.

Amenazas

1. Existen otros destinos turísticos en Ecuador y Sudamérica que pueden atraer a los turistas, lo que podría afectar la cuota de mercado de Manta, vendiendo otros destinos como Galápagos, Panamá y Florida.
2. La percepción de inseguridad puede desalentar a los turistas. Las medidas implementadas por el gobierno son un intento por mejorar esta situación, pero aún persiste como una preocupación.
3. Los fenómenos climáticos pueden afectar la infraestructura turística y los recursos naturales, comprometiendo la sostenibilidad del destino a largo plazo.
4. Crisis energética, debido a los apagones actuales a nivel nacional, lo cual genera un impacto negativo en pérdidas económicas. Por ejemplo, causaría la cancelación de reservas hoteleras por parte de los turistas.
5. La inestabilidad política, al momento del cambio de gobierno o Alcaldía, puede generar incertidumbre en cuanto al manejo del destino a futuro.
6. El cambio y sin posicionamiento de la marca país genera confusión en el ojo extranjero, evitando consolidar el destino Ecuador y destino Manta.
7. La desigualdad socioeconómica en oportunidades laborales locales lleva a la reducción de la calidad de servicio y por ende va en contra del desarrollo sostenible.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

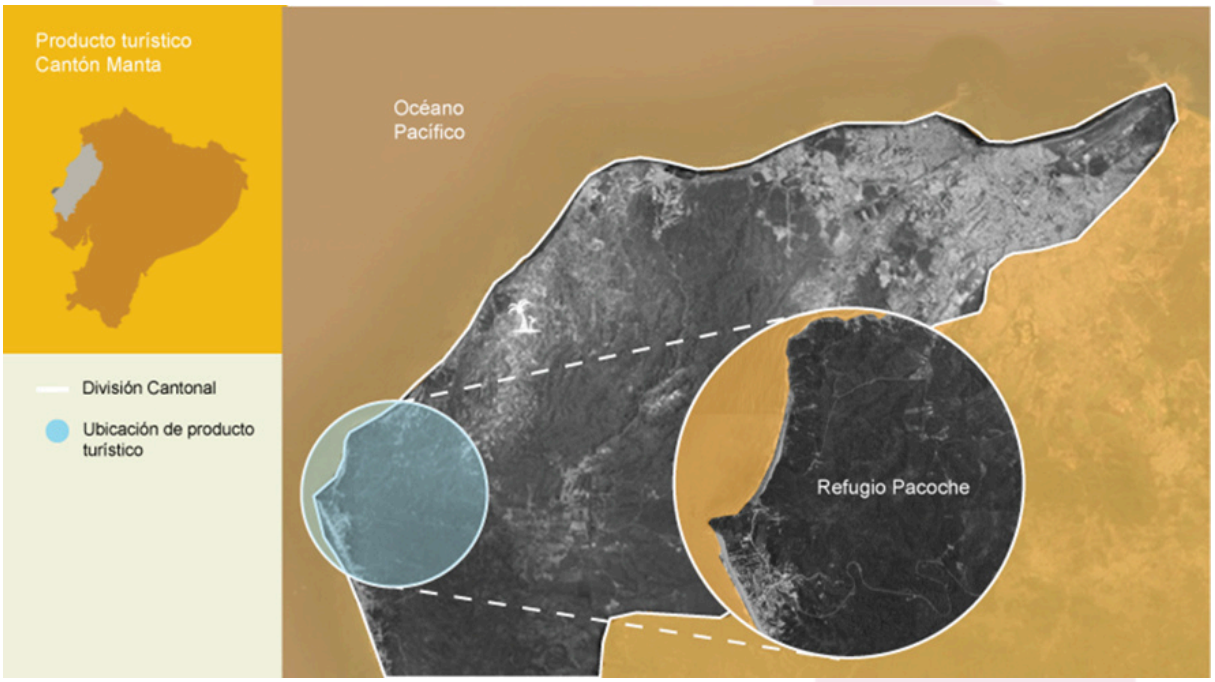
6. Conceptualización, Evaluación y Priorización de Productos Turísticos

6.1 Conceptualización

A continuación se presenta el producto se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, en el cantón Manta (Figura 7). De igual manera se identifican los componentes del producto turístico. (Figura 8).

Figura 7

Ubicación producto turístico



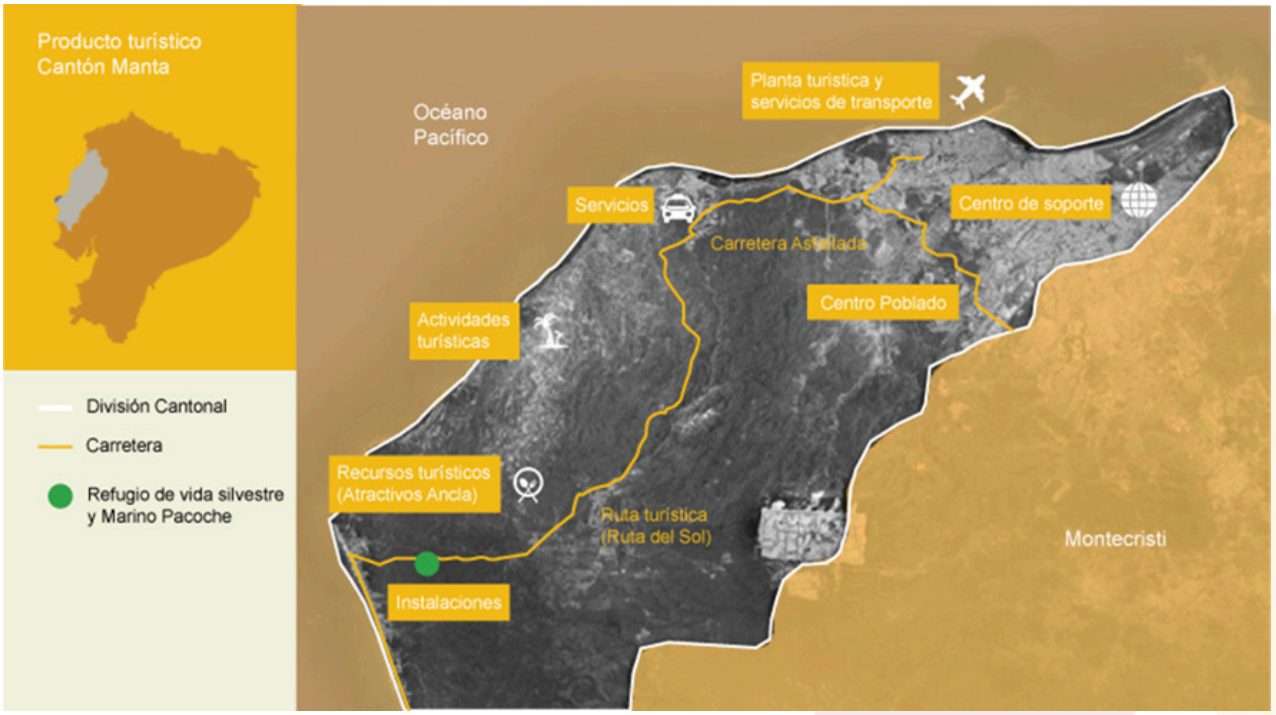
Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Nombre del producto: Corazón verde de Pacoche
Producto nuevo o producto reestructurado: Producto Reestructurado
Área temática del producto: Ecoturismo, Turismo Rural (entre sus variantes turismo de naturaleza, senderismo, aventura, gastronomía y turismo cultural).
Ubicación: Región Costa, Provincia de Manabí, Cantón Manta

Figura 8

Componentes del producto turístico



Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.2 Segmento De Mercado

El perfil demográfico del turista que visita Manta, Ecuador, revela que la mayoría son hombres (59%) y adultos mayores de 35 años (78%), lo que indica una inclinación hacia un grupo etario más maduro. Los visitantes se han identificado que buscan experiencias diferentes puesto que quienes visitan la ciudad son personas solteras, en pareja o familias con hijos. Por otro lado, la procedencia de los viajeros permite a los proveedores de servicios ajustar sus ofertas a las costumbres y preferencias culturales, mientras que el poder adquisitivo define el tipo de servicios ofrecidos, abarcando desde opciones económicas hasta experiencias de lujo. La gran mayoría de los visitantes son ecuatorianos (90,5%), con un 57% provenientes de Ecuador, seguido por un 14% de Colombia, lo que refleja una influencia importante de turistas nacionales y regionales.

En términos de nivel educativo, el 52% de los visitantes posee estudios universitarios, lo que sugiere un perfil de viajero con un nivel socioeconómico medio-alto y una mayor capacidad adquisitiva. En cuanto a la ocupación, el 44% trabaja por cuenta propia y el 42% en empresas privadas, lo que muestra un equilibrio entre turistas que buscan tanto relajación como oportunidades profesionales.

Este perfil resalta que Manta es un destino atractivo no solo para el turismo recreativo, especialmente por su oferta de sol y playa, sino también para quienes combinan ocio con negocios, en un entorno de desarrollo turístico continuo, para personas sostenibles el ecoturismo es otra actividad que se destaca dentro de las actividades de los visitantes.

6.3 Principales Motivaciones Del Viaje

Según la taxonomía de motivaciones para viajar propuesta por Pereira y Gosling (2017), una de las principales razones es la búsqueda de aventuras y desafíos. En Manta, esto se refleja claramente en las actividades turísticas como los deportes acuáticos y el senderismo. Los turistas que buscan romper con la rutina y escapar de la realidad pueden disfrutar del surf y el buceo en las playas de Murciélago o San Lorenzo, mientras que aquellos interesados en la naturaleza pueden adentrarse en el Refugio de Vida Silvestre Pacoche para explorar su biodiversidad y observar monos aulladores, convirtiendo su visita en una experiencia desafiante y enriquecedora.

Otro motivo recurrente en la taxonomía es el interés por vivir la diversidad cultural. Manta ofrece a los turistas una inmersión en su herencia cultural a través de museos que exhiben los bienes arqueológicos de la cultura Manteña-Huancavilca y en actividades artesanales, como la elaboración de sombreros de paja toquilla. Además, los eventos artísticos y festivales locales brindan a los visitantes la oportunidad de conectarse con las tradiciones de la

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

región, cumpliendo con el deseo de muchos viajeros de experimentar autenticidad y libertad durante sus viajes.

Finalmente, la búsqueda de autenticidad y la creación de historias para contar también figuran entre las motivaciones principales para los turistas. En Manta, esta necesidad se satisface con experiencias únicas como el avistamiento de ballenas y tortugas marinas en San Lorenzo.

6.4 Actividades Que Se Pueden Ofrecer, Así Como Su Nivel De Precio.

Entre las actividades del destino se aprecian senderismo, visitas guiadas y otras actividades propias del destino, como se aprecia en la (Figura 9).

Figura 9

Actividades producto turístico seleccionado

Fuente: Elaboración propia a partir del programa de geolocalización SIG.

El área de Pacoche, ubicado en Manta, Ecuador, ofrece diversas actividades turísticas

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

que se alinean con el perfil del viajero interesado en la naturaleza y la cultura local. (Tabla 5). Dentro de las actividades disponibles que se ofrecen y su nivel de precios, las detallamos a continuación:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 5

Actividades producto turístico seleccionado

Actividad	Descripción	Precio
Senderismo en el Refugio de Vida Silvestre y Marino Pacoche	Recorridos por senderos dentro de un bosque primario que alberga una rica biodiversidad, incluyendo especies como los monos aulladores.	Generalmente, las tarifas con guías locales oscilan entre $10 a $25 por persona, dependiendo de la duración del recorrido y si incluye transporte.
Experiencia Gastronómica	Degustación de platos típicos como el ceviche, el viche de pescado y la tonga en restaurantes locales.	Las comidas en restaurantes locales pueden variar entre $5 a $15 por plato.
Observación de Flora y Fauna	Actividades de ecoturismo que permiten observar la fauna local en su hábitat natural.	Las tarifas para actividades guiadas pueden estar en el rango de $15 a $30 por persona.
Participación en festividades locales	Experiencias culturales durante festividades como las Fiestas de San Pedro y San Pablo. Se puede disfrutar de su experiencia en las parroquias y comunas cercanas como Pacocha, el Aromo, San Lorenzo	La participación es generalmente gratuita, aunque se recomienda un presupuesto para comidas y souvenirs.
Experiencias vivenciales con artesanías	Normalmente estas experiencias vivenciales y auténticas, las facilitan los establecimientos turísticos en el área de Pacoche, por ejemplo, en el trabajo con la tagua como elemento indispensable para las comunas, el tejido del sombrero de paja toquilla, el guarapo que es una bebida extraída de la caña de azúcar, cabalgata, etc.	La participación es generalmente gratuita, siempre y cuando el visitante sea parte del programa turístico, servicios o consumidor de productos manufacturados.
Visitas culturales	Los establecimientos de ecolodge en Pacoche, además de ofrecer servicios de hospedaje, alimentación y senderismo, también incluyen excursiones, por ejemplo, a Montecristi, famosa por su artesanía y sombrero de paja toquilla. Otro sitio cultural es el museo de Pacocha que contiene bienes arqueológicos e históricos.	Tour guiados desde Manta entre $20 a $50, incluyendo transporte y guía.

Elaborado por: Equipo de maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

En relación con el perfil del viajero que visita Pacoche, tiende a ser aquel que busca experiencias auténticas relacionadas con la naturaleza y la cultura local, especialmente para el segmento de viajero de este destino que se caracteriza por viaje de amigos. Este tipo de viajero suele estar interesado en: Actividades al aire libre que promuevan la sostenibilidad / Interacción con comunidades locales para aprender sobre sus tradiciones / Gastronomía típica que refleje la identidad cultural del lugar.

Pacoche ofrece una variedad de actividades que no solo son atractivas para los turistas interesados en la naturaleza y la cultura, sino que también son accesibles en términos de precios.

La combinación de senderismo, experiencias culturales y gastronomía local proporciona un atractivo integral para los viajeros que buscan sumergirse en la riqueza natural y cultural de Ecuador.

6.5 Actores Locales Que Podrían Estar Interesados

Se aprecian los actores que podrían mostrar interés en participar en el producto turístico de Pacoche, Manta, incluyendo una variedad de grupos y organizaciones que pueden contribuir al desarrollo y promoción del turismo en el área del producto. (Figura 10). Detallamos algunos de ellos:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 10

Actores del producto turístico

Actores	Detalle	Descripción
Comunidades Locales	Guías turísticos	Entre los guías capacitados que pueden participar en el producto, tendríamos a **guías de ecoturismo**, especializados en la biodiversidad del área, proporcionan información sobre la flora y fauna especialmente con el recurso natural como lo es la reserva Pacoche.**Guías culturales**, ofreciendo experiencias que destacan la cultura local. **Guías comunitarios,** integrados en la comunidad comparten conocimiento sobre las tradiciones y costumbres locales.
	Artesanos	Productores de sombreros de paja toquilla y otras artesanías (en tagua) que pueden participar en talleres y exhibiciones para turistas.
Organizaciones Gubernamentales	Ministerio de turismo	Encargado de la regulación y promoción del turismo en Ecuador, puede ofrecer apoyo técnico y financiero para el desarrollo de proyectos turísticos.
	Gobiernos locales	Las municipalidades pueden facilitar permisos, infraestructura y servicios necesarios para el turismo.
Empresas Privadas	Hoteles y restaurantes	Establecimientos que pueden ofrecer alojamiento y gastronomía típica, contribuyendo a la experiencia del visitante. Pueden destacar emprendimientos ecoturísticos y agroturísticos para aumentar la cadena de valor en el área del producto.
	Agencias de viajes	Pueden incluir Pacoche en sus itinerarios, promoviendo el destino a través de paquetes turísticos.
	Transporte	Esta parte interesada, puede ser un aliado estratégico, ya que las frecuencias de transporte público en esta área rural son muy escasas, y al potenciar este producto por medio de innovaciones, vendría siendo un plus para favorecer el traslado de turistas en especial a mochileros y a excursionistas.
Academia	Universidad y centros de formación	Pueden colaborar en la capacitación de guías turísticos y en la investigación sobre el impacto del turismo en la comunidad.
ONG	ONGs Ambientales	Pueden trabajar en proyectos de conservación del bosque y la biodiversidad, asegurando que el turismo sea sostenible y beneficioso para el medio ambiente. Por ejemplo, en la anidación y eclosión de tortugas marinas en San Lorenzo, ofrecer proyectos de un turismo consciente con la fauna marina.
Sector Pesquero	Pescadores locales	Pueden involucrarse en actividades como el turismo pesquero, ofreciendo experiencias a los visitantes sobre técnicas tradicionales de pesca.

Elaborado por: Equipo de maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Este enfoque colaborativo entre diversos actores no solo busca potenciar el turismo en Pacoche, sino también asegurar que este desarrollo sea sostenible y beneficioso para la comunidad local. Tanto el sector público como privado y comunidad local son cruciales para potencializar la red turística en el destino y de igual manera al producto turístico. El capital humano en la industria turística es el motor que al crear sinergia y alianza entre ellos genera seguridad al destino.

6.6 Qué Hace Especial Al Producto

El producto turístico de Pacoche en Manta destaca por varios aspectos, incluyendo biodiversidad, cultura y naturaleza. Al hablar de biodiversidad, el Refugio de Vida Silvestre y Marino Pacoche ofrece recorridos en senderos de un bosque primario, rico en flora y fauna; así mismo al ser un área protegida, es hogar de especies únicas, como los monos aulladores, y es ideal para observación de aves y senderismo.

Pacoche está cerca de la Ruta del Spondylus y a 15 minutos de zonas de playas como San Lorenzo, Liguiqui y Santa Marianita, lo que lo convierte en un punto accesible para los turistas que buscan combinar actividades de naturaleza con actividades de sol y playa. Por otro lado, en el área se realizan actividades artesanales utilizando materiales locales como la tagua y la paja toquilla, lo que enriquece la experiencia turística con un componente cultural y educativo.

Finalmente, esta reserva no es solo un lugar para el turismo, sino también un espacio para la conservación y educación sobre la biodiversidad marina y terrestre. Convirtiendo este producto en una experiencia especial al promover en esta área medidas de prevención y mitigación para disminuir los impactos ambientales; especialmente los negativos.

6.7 Fundamentación (Aportaciones Del Producto Turístico Al Destino / Sinergia Con Otros Productos Locales)

Proponer la reestructuración de este producto turístico traerá beneficios tanto para la comunidad local como para los actores involucrados; se generarán empleos directos e indirectos, impulsando sectores como la hostelería, el transporte y el comercio local. Así mismo se promoverá la diversificación de la oferta turística, valorizando la cultura local a través de festivales y eventos; promoviendo la cultura manabita, sus manifestaciones, tradiciones y riqueza gastronómica.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.8 Qué Recuerdo Queremos Que Se Lleve El Turista

Queremos que el turista se lleve un día inolvidable; que tras un día de exploración en la Reserva de Pacoche, el visitante se relaje mirando el atardecer desde el Faro de San Lorenzo, rodeado de la belleza natural, el canto de las aves y el sonido del mar. Durante la noche, se puede organizar una fogata donde comparten historias con locales, degustando platillos típicos y disfrutando de música ecuatoriana.

Esta experiencia no solo conecta con la naturaleza, sino que también evoca la calidez de la cultura local y deja un recuerdo imborrable de amistad y convivencia. Buscamos que se sientan parte de la comunidad, llevándose consigo la sensación de haber vivido un momento mágico y auténtico.

6.9 Qué Expectativas Queremos Superar

Queremos mostrarles a los turistas una cara diferente del destino. Queremos que descubran no solo la belleza natural de la Reserva de Pacoche, sino también la riqueza cultural y la autenticidad de la vida local. Por medio de actividades que se adaptan a los intereses de cada visitante, desde el avistamiento de aves, monos aulladores, hasta talleres de artesanía con artesanos locales. Así mismo, los turistas no solo verán paisajes, sino que también tendrán la oportunidad de interactuar con la comunidad, participando en tradiciones y celebraciones locales.

Del mismo modo, se plantean excursiones nocturnas para observar la vida silvestre o caminatas por senderos poco explorados, buscando promover prácticas sostenibles que permiten a los visitantes disfrutar de la naturaleza mientras contribuyen a su conservación; sintiendo que han vivido algo realmente especial y único.

6.10 Calidad Necesaria En Infraestructura

La ciudad de Manta posee infraestructura desarrollada lo que permite satisfacer las demandas del público objetivo y mejorar el producto turístico entre los que se destacan el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro, que enlaza a Manta con destinos tanto nacionales como internacionales, facilitando así el acceso de los turistas. Además, el Puerto de Manta, el más grande de Ecuador, no solo recibe pasajeros de cruceros, sino que también contribuye a la economía local a través de la industria pesquera. La terminal terrestre Luis Valdiviezo Morán complementa esta red de transporte, garantizando que los visitantes puedan desplazarse con facilidad dentro de la ciudad y hacia lugares cercanos en carreteras de primer y segundo orden.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Se aprecia en la Tabla 6, respecto a las instalaciones y servicios turísticos, es crucial asegurar el acceso a servicios básicos como agua potable y alcantarillado. Aunque el 93% del área urbanizada tiene cobertura de agua potable, el sistema de alcantarillado alcanza solo el 85%, presentando deficiencias en áreas rurales que están siendo subsanadas como lo cita el PDOT 2021 de Manta para convertirla en un DTI a medio y largo plazo.

En la planta turística, a pesar de que Manta cuenta con diferentes categorías de hoteles de 1 a 5 estrellas (teniendo mayor concentración en hoteles de 1 a 3 estrellas), el producto ecoturístico que deseamos reestructurar posee una calificación en Ecolodge, siendo este un tipo de alojamiento que ofrece una experiencia más cercana a la naturaleza, actividades al aire libre y proporcionando comodidades similares como en los hoteles del sector urbano (wi-fi gratuito, estacionamientos, comedor). Sobre el área de restauración, se puede visualizar varios establecimientos en la ruta del Spondylus siendo el trayecto principal de Pacoche, en el cual brinda un nivel de satisfacción alto debido a la degustación de platos típicos del cantón.

Con respecto a las agencias de viajes, existen algunas opciones destacadas que proporcionan paquetes turísticos a Manta, donde incluyen estancias en ecolodges, además plataformas como Booking y Expedia contienen información y disponibilidad para que los viajeros puedan encontrar y reservar paquetes que incluyan lodges, facilitando también la comparación de precios y servicios disponibles.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 6

Ficha de atractivos del Producto Turístico

	Facilidades							
Atractivos del producto turístico	Señalización interna	Teléfono	SSHH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/ Cafetería	Horarios de visita / precios
Refugio Pacoche	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	08:00 a 17:00 / gratuito, sin embargo, la guianza tiene costo $20 por grupo de 10 PAX
Gastronomía local	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	07:00 a 15:00 la gran mayoría de comedores / entre $5 a $15
Sendero el Faro	Si	No	No	Si	Si	No	Si	08:00 a 17:00 / gratuito, sendero autoguiado
Sendero pasaje el Mono	Si	No	Si	Si	Si	No	No	08:00 a 17:00 / gratuito, sin embargo, la guianza tiene costo $20 por grupo de 10 PAX
Cascada San Lorenzo	No	No	No	Si	Si	No	No	Sin horario, aun así, se recomienda horario máximo 17:00 debido al trayecto / gratuito
Museo Pacocha	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	08:00 a 16:00 / gratuito
Los corrales marinos Ligüiqui	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	Sin horarios / gratuito
Playa San Lorenzo	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Sin horarios / gratuito
Playa Ligüiqui	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Sin horarios / gratuito

Fuente: MINCETUR, G. de P., Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Adaptado: Equipo de maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.11 Calidad Del Servicio Necesaria

La calidad del servicio en Manta es segura y satisfactoria por lo que ofrece una experiencia turística aceptable. La gestión de la seguridad es prioritaria, un ejemplo es el Malecón que cuenta con cámaras de vigilancia, y capacitación del personal de servicio. En cuanto a recursos humanos se ha brindado entretenimiento para atención al cliente de alta calidad, creando un ambiente acogedor y profesional que promueva la satisfacción del turista. La implementación de tecnología, como sistemas de información y comunicación, también es crucial para facilitar la interacción entre los visitantes y los servicios turísticos, permitiendo un acceso rápido a información relevante y actualizada sobre atracciones y actividades.

Además, la incorporación de tecnología en la gestión de servicios puede optimizar los procesos y mejorar la experiencia del turista. Esto incluye desde la gestión de reservas en hoteles y restaurantes hasta el uso de aplicaciones móviles que informen sobre el transporte público y los eventos locales. La accesibilidad a recursos turísticos, junto con la formación de los trabajadores del sector, no solo eleva la calidad del servicio, sino que también fomenta un turismo más inclusivo y responsable. Así, Manta puede posicionarse como un destino atractivo que no solo cumple con las expectativas del público objetivo, sino que también genera un impacto positivo en la comunidad local.

6.12 Itinerario Posible De Consumo Del Producto Turístico

Según la definición de OMT (2023), un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital".

El itinerario de consumo del producto turístico en Manta puede variar considerablemente según los recursos y actividades disponibles, lo que permite disfrutar de experiencias tanto en menos de un día como en períodos más prolongados.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Para aquellos que buscan una experiencia breve, Manta ofrece atractivos como el Refugio de Vida Silvestre y Marino Pacoche, donde se pueden realizar recorridos de senderismo y avistamiento de fauna en un entorno natural único. Esta actividad puede completarse en medio día, permitiendo a los visitantes explorar la biodiversidad del bosque húmedo tropical y observar especies como los monos aulladores, todo a solo 15 minutos de las playas. Como se muestra en la Tabla 7.

Para quienes disponen de un día completo, en la Tabla 8 se visualiza que Manta presenta una combinación rica de actividades culturales y gastronómicas. Los turistas pueden visitar el Cerro de Hojas y Jaboncillo, un sitio arqueológico que revela la historia de los pueblos Manteños, o explorar Montecristi, famoso por su artesanía. Además, disfrutar de la gastronomía local es esencial; platos típicos como el viche de pescado o el ceviche pueden ser degustados en diversos restaurantes. Este tipo de itinerario permite a los visitantes sumergirse en la cultura manabita y experimentar la diversidad culinaria en un solo día.

Manta ofrece la posibilidad de disfrutar tanto del turismo urbano como del ecoturismo. Los visitantes pueden optar por alojamientos que faciliten el acceso a múltiples actividades durante su estadía, como deportes acuáticos en sus playas o visitas a los museos locales. La combinación de actividades culturales, recreativas y gastronómicas puede extenderse durante varios días, permitiendo un profundo conocimiento del patrimonio cultural e histórico.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 7

Itinerario medio día en Pacoche

Duración: medio día (4-5 horas)	
Llegada a Pacoche Lodge (10AM)	Ubicación: A solo 20 minutos de Manta, el lodge es el punto de partida ideal para explorar el bosque de Pacoche.
	Actividad: Registro y breve introducción sobre la biodiversidad del área.
Caminata por el Bosque Húmedo (10h30 - 12h00pm)	Sendero: Comienza en el sendero empedrado, que se vuelve más natural y terroso.
	Observación de fauna: Busca monos aulladores y más de 250 especies de aves, incluyendo varias endémicas de la región
Experiencia Cultural	Actividad: Participa en una breve demostración sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla y otras artesanías locales.
(12h15 - 13H00)	Degustación: Prueba platos típicos de la zona, como ceviche o bolones
Relajación y conexión con la naturaleza (13h15 - 14h00)	Actividad: Disfruta del entorno natural, con tiempo para tomar fotografías y observar aves en su hábitat natural.
	Cierre: Reflexiona sobre la importancia de la conservación del bosque y su biodiversidad.

Elaborado por: Equipo de maestrantes

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 8

Opciones de un día en Pacoche

Opciones para extender a un día completo	
Almuerzo en Pacoche Lodge	Menú: Platos típicos preparados con ingredientes frescos de la región.
(14h00 - 15h00)	
Actividades adicionales	Caminata guiada por otros senderos del bosque.
(15h15 - 17h00)	Visita a la playa ecológica de San Lorenzo, donde se puede nadar o simplemente relajarse. Si visitan en los meses de junio a septiembre existe la oportunidad de observar la eclosión de las tortugas marinas, aunque existe estricta restricción en esa área ya que es sensible.

Elaborado por: Equipo de maestrantes.

En la Tabla 9, se aprecia para aquellos que deseen explorar más a fondo, se puede considerar un itinerario extendido que incluya:

Tabla 9

Extensión de más de un día en Pacoche

Extensión del itinerario (más de un día)	
Día 2	Excursiones a playas cercanas como Playa Santa Marianita, Liguiqui o actividades acuáticas en Playa Murciélago.
Día 3	Visitas a comunidades locales para aprender sobre sus tradiciones y modos de vida.
	Visita a Montecristi donde encontramos la ciudad Alfaro, monumentos y restos históricos y apreciar las artesanías, entre ellas el sombrero de paja toquilla.

Elaborado por: Equipo de maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.13 Evaluación Y Priorización

En los que respecta a la viabilidad del proyecto se aprecia en la Tabla 10.

Tabla 10

Cuadro de viabilidad

Mercado		Tiempo requerido		Nivel de inversión requerido		Condiciones para la gestión	
Demanda real con oferta adecuada	3	Corto plazo (1año o menos)		Bajo (inferior 250.000 dólares)		Buenas	
Demanda potencial con oferta adecuada	3		3		3		3
Demanda real con oferta adaptable	2						
Demanda potencial con oferta adaptable	2	Medio plazo (2 años)	2	Medio (Entre 250.000 y un millón de dólares	2	Regular	2
Demanda real sin oferta adecuada	1						
Demanda potencial sin oferta adecuada	1	Largo plazo (3-4 años)	1	Alto(Más de un millón de dólares)	1	Malas	1

Fuente: MINCETUR, G. de P., Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Adaptado por el Equipo Maestrantes.

6.14 Análisis De Viabilidad

Al analizar el producto propuesto con el cuadro de viabilidad, ubicamos el mercado en una demanda real con oferta adaptable; debido a que visitar la Reserva de Pacoche es uno de los atractivos naturales que posee Manta, sin embargo, no existe mucha promoción en torno a la actividad y sus alrededores. Por otro lado, el tiempo de implementación de la propuesta tomará aproximadamente 2 años, debido a que se requiere la participación de varios actores involucrados y para lograr generar sinergias entre estos sectores serán necesarios varios procesos participativos.

El nivel requerido de inversión es considerado bajo, pues el proyecto propone una reestructuración de un producto existente; siendo necesario utilizar la infraestructura actual y adaptarla a las nuevas necesidades. Finalmente, las condiciones para la gestión son favorables

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

pues se evidencia un interés por parte de las entidades de promover el turismo en este cantón y crear nuevos imaginarios en torno a nuevos productos y la percepción del destino.

De acuerdo con la tabla de evaluación, el producto turístico propuesto da un total de 10 puntos, siendo un producto con una escasa dificultad para su implantación y, por tanto, viable.

Conclusiones

Fomentar una oferta turística diversificada y sostenible puede ayudar a posicionar a Manta como un destino integral y atractivo en la región; sin dejar de lado los beneficios que el aumento de turismo otorga en cuanto a desarrollo de infraestructura y mejora de la imagen del destino. Así mismo, desarrollar este destino como producto turístico, generará sinergias con otros productos, a la vez que fortalece el desarrollo local y promueve la cultura manabita.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

CAPÍTULO 3: PBL 2

Gestión de Proyectos Turísticos

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

1. Infraestructuras Generales

A continuación se aprecia la infraestructura del destino para mejor apreciación del destino, como se aprecia en la Tabla 11.

Tabla 11

Infraestructuras Generales

Base de datos Políticos y funcionarios relacionados con el sector turismo

N°	Actores y/o asociaciones	Nombre de Contacto	Cargo	E Mail	Teléfonos	Dirección
1	Cámara de turismo	Esteban Fiallo	Presidente	gerencia.general@hotelposeidon-manta.com	0997197649	Vía Barbasquillo
2	Cámara de comercio Manta	Ing. Pablo Pinargote	Presidente	presidencia@ccm.org.ec	097 864 5980	Avenida 2 entre calles 10 y 11
3	GAD Provincial de Manabí	Lic. RodriguezEguez Veronica Vanessa	Directora de Turismo	vrodriguez@manabi.gob.ec	05 2590300	Portoviejo, Córdova entre Olmedo y Ricaurte, Portoviejo
4	GAD Cantonal de Manta	Ing. Hernán Salcedo	Presidente de Turismo	info@fonaturec.org	098 344 3907	Avenida 24 de mayo y calle 13, Manta
5	GAD Parroquial San Lorenzo	Dra. Reyes López Carmen Julia	Presidenta parroquial	carmenjuliareyesl@gmail.com	0984380454 052932876 52558004	Barrio 10 de Agosto edificio del GAD Y calle 10 de agosto
6	Mintur Zonal N° 8	Ing. Fanny Lorena Condo Tamayo	Coordinadora	fanny.condo@turismo.gob.ec	(05) 3043711 (05) 3043734	Avenida 15 de Abril S/N y Calle de los Nardos; Referencia Edificio Centro de Atención Ciudadana Oficina Técnica de Manabí piso 3

Fuente: Elaborado por los maestrantes a partir de Turismo MICE, (Ávila Carreño, 2023)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

2. Recursos turísticos

En cuanto a recursos turísticos del destino Pacoche se puede visualizar en la Tabla 12 lo más importante.

Tabla 12

Base de datos Recursos Turísticos

Base de datos Gestores de Recursos Turísticos

N°	Actores y/o asociaciones	Nombre de Contacto	Cargo	E Mail	Teléfonos	Dirección
1	Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche	Dirección Provincial del Ministerio del Ambiente	Funcionario	juan.garrido@ambiente.gob.ec	(05) 263-8857	Bosque de Pacoche-Manabí-Ecuador
2	Pacoche Lodge & Reserve	Ana Cristina de la Torre	Gestor administrativo	info@pacochelodge.org	+593 992749865	Ruta del Spondylus, Vía Manta-Puerto Cayo Carretera E 15 Km 582
3	Museo Pacoche Dr José Reyes	Ing. Daniela Macías Zambrano	Secretaria	museouleam@gmail.com	(02) 625094	Ciudadela Universitaria (Vía San Mateo)
4	RACSE Ecuador Red de Agentes de la Conservación y Sostenibilidad de Ecosistemas	Ing. Dominique Segura	Directora	racse.ec@gmail.com	0987380277	Olivia Miranda, Manta

Fuente: Elaborado por los maestrantes a partir de Turismo MICE, (Ávila Carreño, 2023)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

3. Planta turística

En cuanto a la planta turística dentro del estudio se destacan aspectos importantes que se aprecian en la Tabla 13.

Tabla 13

Base de datos Planta Turística

Base de datos Planta Turística

N°	Actores y/o asociaciones	Nombre de Contacto	Cargo	E Mail	Teléfonos	Dirección
1	Luis Reyes, Decano Factur	ULEAM	Decano	reinaldoreyes_10@hotmail.com	0984205661	Av. Circunvalación, Manta
2	Director del Departamento de Turismo GAD Cantón Manta	Sr. Plutarco Geovanny Bowen Salmon	Presidente	pluto103@live.com	098 411 2930	Tarqui
3	Pacoche Lodge (alojamiento, restaurante, senderismo)	Ana Cristina de la Torre	Propietaria	info@pacochelodge.org	0998103178	Vía San Lorenzo, Ruta del Spondylus
4	El Bosque Ecolodge (restaurante, hospedaje, eventos)	Rolando Cerda	Propietario	rolandocerdac@hotmail.com	0989668778	Vía San Lorenzo, Ruta del Spondylus
5	El Mono de Pacoche (alojamiento)	Jeff Schleebs	Propietario	elmonopacoche@gmail.com	0969615622	Vía San Lorenzo, Ruta del Spondylus
6	Quinta Victoria Restaurante y Mirador	Dalia Zavala	Propietaria	quintavictoriaecuador@gmail.com	0993740925	Vía San Lorenzo, Ruta del Spondylus
7	Manta Host (Hotel 4 estrellas)	Karen Macías Z.	Coordinadora de Eventos	eventos@mantahosthotel.com	099155422252677503	Vía Barbasquillo
8	Sail Plaza (Hotel 3 estrellas)	Cynthia Fernández	Ejecutiva de Ventas	cfernandez@wyndamsailplaza.com	09990741615001000	Vía Barbasquillo
9	Oro Verde (Hotel 5 estrellas)	Katty Alcívar	Jefe de ventas	kalcivar@hotelesoroverde.com	0998096515	Malecón y Calle 23
10	Terminal Portuario de Manta (TPM)	Isamar Vinces	Asistente Comercial	ivinces@tpm.ec	0983873257	Avenida Malecón de Manta

Fuente: Elaborado por los maestrantes a partir de Turismo MICE, (Ávila Carreño, 2023)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4. Actividades turísticas

Dentro de nuestro producto se realizan varias actividades que están detalladas en la Tabla 14.

Tabla 14

Base de datos Actividades Turísticas

Base de datos Actividades Turística

N°	Actores y/o asociaciones	Nombre de Contacto	Cargo	E Mail	Teléfonos	Dirección
1	Turquino Travel - Mayorista de Turismo	Jesús Montes de Oca	Gerente de venta y operaciones	info@turquinotravel.com	(05) 262-8037	Av 20 & Calle 13, Manta, Ecuador
2	Narwell Tours	Gabriel Solórzano	Co-owner	info@narwelltours.com	0995376249	Urbanización Barbasquillo #148 130802, Manta 130802
3	Ceibos Tour	Javier Cherrez	Propietario y Guía Nacional	info@ecuadorceibos.com.ec	0994481411	Quiroga, Portoviejo
4	Operadora De Turismo Rural Monkeys Tour	Hugo Zambrano	Operador	operuralmonkeystours@gmail.com	0984988841	Liguiqui-Manta, Manta, Ecuador
5	Asociación de Empresarios Turísticos de Manta	Paul Andrade	Presidente	gerencia@balandrahotel.com	(05) 262-0545	Manta
6	Guía de turismo	Adrian Montalvo Antonio	Guía Local	naturalhistorian@yahoo.com	0991074759	San Lorenzo
7	Guía de turismo	Belkis Jessenia Acosta Reyes	Guía Local	belkisacosta2016@hotmail.com	0992106736	San Lorenzo
8	Guía de turismo	Kimberli Karolina Rivera Reyes	Guía Local	Kimberlirivera40@gmail.com	0979561203	San Lorenzo
9	Guía de turismo	Jose Javier Cedeño Palacios	Guía Local	auditores_cedeno27@hotmail.com	0979341365	San Lorenzo
10	Guía de turismo	Alava zambrano Maria Rosario	Guía Nacional	rosarioalava85@gmail.com		Manta

Fuente: Elaborado por los maestrantes a partir de Turismo MICE, (Ávila Carreño, 2023)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5. Comunidades locales

Cabe destacar la importancia dentro de la actividad turística a las comunidades locales, la misma que se aprecia en la Tabla 15.

Tabla 15

Base de datos Comunidades Locales

Base de datos Comunidades Locales

N°	Actores y/o asociaciones	Nombre de Contacto	Cargo	E Mail	Teléfonos	Dirección
1	Pueblo Montubio del Ecuador	Ing. Francisco Cañarte Gutiérrez	Presidente FECRAMEC La Fundación Étnica Cultural Raíces Montubias del Ecuador	ing.franciscocanarte1958@gmail.com	0985771797	Colon y Tungurahua, Jipijapa, Ecuador
2	Comuna Agua Blanca	Paul Martínez	Presidente de la Comuna	aguablancaancestral@gmail.com	0994434864	Ruta del Spondylus, a 12 km de Puerto López

Fuente: Elaborado por los maestrantes a partir de Turismo MICE, (Ávila Carreño, 2023)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6. Acta de Constitución del Proyecto (Project Charter)

6.1 Propósito del proyecto

El propósito del Proyecto de Ecoturismo en Manta es desarrollar una oferta turística innovadora y sostenible en torno al Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, promoviendo una experiencia única que combine la naturaleza, la biodiversidad, la gastronomía, y la cultura local. Como tour operador, nuestro objetivo es crear una propuesta ecoturística de uno o varios días que permita a los visitantes disfrutar del entorno natural mediante actividades como el avistamiento de flora y fauna, senderismo, cascadas y visitas a los miradores de la playa. Adicionalmente buscamos ofrecer a los turistas una inmersión cultural a través de visitas al Museo Pacocha y la adquisición de productos artesanales.

Este proyecto busca atraer a turistas que valoran la conservación ambiental, al mismo tiempo que promueve el desarrollo local, genera nuevas oportunidades de negocio y se conecta con la ruta gastronómica de Manta.

6.2 Objetivos

Objetivo Principal:

Elaborar un paquete turístico sostenible, completo e innovador que incluya la exploración del Refugio Pacoche y sus alrededores, fomentando el respeto por el medio ambiente y la cultura local con el fin de dar a conocer la otra cara del destino Manta.

Objetivos Específicos:

- Crear y ofrecer 3 rutas guiadas alrededor del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, destacando la biodiversidad, los paisajes, y la cultura local; buscando atraer turistas interesados en actividades ecoturísticas.

- Promover el ecoturismo y las prácticas sostenibles entre los visitantes, por medio de redes sociales y capacitaciones a la comunidad local, con el fin de minimizar el impacto en el ecosistema.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Vincular emocionalmente al turista con el destino por medio de experiencias vivenciales, auténticas y participativas que permita al turista entender la cosmovisión de la región.

- Crear un recorrido virtual que enseñe a los turistas parte de la biodiversidad, paisajes y cultura; mediante la implementación de tecnología de Realidad Virtual que permita brindar un acercamiento previo del turista con el destino y promueva su interés por visitarlo.

6.3 Interesados del Proyecto

Patrocinador del proyecto: Pacoche
- Rol: Proporciona recursos, apoyo y liderazgo al equipo del proyecto
- Responsabilidades: Proveer recursos y apoyo estratégico.

Clientes (turistas): Nacionales y extranjeros
- Rol: Disfrutar de las experiencias turísticas propuestas, actuando como motores de la demanda turística.
- Responsabilidades: Acatar las políticas del destino

Comunidad local: Parroquias y comunas cercanas
- Rol: Participar activamente en el proyecto
- Responsabilidades: Mantenerse informados sobre el desarrollo, gestión e impactos del proyecto.

Organizaciones ambientales: ONGs
- Rol: Apoyar proyectos de gestión, recuperación y protección de recursos naturales de manera perdurable
- Responsabilidades: Asesorar sobre la implementación de prácticas sostenibles y asegurar que el proyecto cumpla con los estándares de conservación ambiental.

Gobierno local: Gobierno local y cantonal
- Rol: Colaborar en la gestión del destino
- Responsabilidades: Proveer apoyo en la regulación ambiental y turística, y facilitando la conexión con las comunidades locales.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.4 Alcance del Proyecto

Lo que se incluirá en el proyecto:

- Ruta de senderismo y avistamiento de flora y fauna: Diseño y promoción de recorridos guiados dentro del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, en donde se exploran ecosistemas como bosques húmedos tropicales, bosques secos, un clima tropical megatérmico Semi-Árido, y además se observan especies únicas de la región.

- Ruta de paisajes y miradores: Promoción de visitas a miradores cercanos que ofrecen vistas panorámicas al océano y forman parte de la historia local, en combinación con actividades recreativas como avistamiento de aves o ballenas.

- Ruta cultural - arqueológica: Visitas al museo local, corrales arqueológicos marinos, talleres de artesanía y presentaciones de la cultura tradicional de la región.

- Marketing y promoción: Desarrollo de campañas de marketing dirigidas a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles en destinos naturales poco conocidos.

- Capacitación local: Implementación de programas de formación para guías turísticos, gestores de la experiencia y emprendedores locales, asegurando un servicio de alta calidad y basado en parámetros de sostenibilidad.

Lo que se excluirá del proyecto:

- Construcción de infraestructura a gran escala: El proyecto se enfoca en un ecoturismo de bajo impacto, por lo que no se contempla la construcción de instalaciones que alteren el entorno natural.
- Turismo masivo: Nuestro proyecto está dirigido a grupos especializados por lo que no se incluirán grupos con grandes volúmenes de turistas.

6.5 Presupuesto y Cronograma de Alto Nivel

El presupuesto se realizó tomando en cuenta un aproximado de 500 personas mensuales distribuidas en los diferentes paquetes. A partir de esto se plantearon los ingresos y egresos. (Tabla 16).

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Para evitar un desbalance en los gastos, identificamos las siguientes variables de ventas mínimas mensuales:

- 38 paquetes turísticos de excursiones, 8 paquetes de tour de 2 días 1 noche, y 4 paquetes de tour de 3 días 2 noches.

Costos fijos:

Gastos fijos de la empresa tour operadora, independientemente de la cantidad de tours que organice o del nivel de ventas que logre. Estos costos surgen únicamente en el proceso de planificación del tour.

Tabla 16

Costos fijos

Costos fijos mensuales

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Marketing y promoción	1	$2,000	$2,000
Responsable de marketing y ventas	1	$800	$800
Coordinador de Ecoturismo	1	$500	$500
Gerente de proyecto	1	$1,200	$1,200
Honorarios de consultores y asesores	1	$150	$150
Licencia y permiso	3	$450	$1,350
Material promocional y documentación	500	$10	$5,000
		Total	$11,000

Fuente: Elaborado por los maestrantes

Costos variables:

Los costos variables son aquellos gastos que varían directamente en función de la cantidad de tours que se vendan o el número de clientes que participen en las excursiones o tours. Estos costos surgen desde que inicia el tour hasta su cierre, es decir en todo el proceso de operación del producto turístico. (Tabla 17 y Tabla 18).

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 17

Costos Excursión medio día.

Excursión medio día (Grupo 10 personas)

Servicios	Cantidad	Valor	Total
Transporte	1	$80	$80
Alimentación	10	$15	$150
Guianza	1	$100	$100
Entradas a Pacoche	10	$2	$20
Seguro de viaje por persona	10	$15	$150

Total sin IVA	$500
Imprevistos 10%	$50
Ganancia 30%	$150
Total tour	$700
IVA 15%	$105
Total con IVA 10PAX	$805
PVP	**$81**
Utilidad por Paquete	$20
Utilidad Total 10PAX	$200

Fuente: Elaborado por los maestrantes

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 18

Costos tours 2 y 3 días.

(Grupo 10 personas)			Tour de 2 días 1 noche	Tour de 3 días 2 noches
Servicios	**Cantidad**	**Valor**	**Total**	**Total**
Transporte	1	$80	$80	$160
Alojamiento	10	$40	$400	$800
Alimentación	10	$15	$150	$300
Guianza	1	$150	$150	$300
Entradas a Pacoche	10	$2	$20	$20
Seguro de viaje por persona	10	$15	$150	150
Total sin IVA			$950	$1,730
Imprevistos 10%			$95	$173
Ganancia 30%			$285	$346
Total tour			$1,330	$2,249
IVA 15%			$200	$337
Total con IVA 10PAX			$1,530	$2,586
PVP			**$153**	**$259**
Utilidad por Paquete			$38	$52
Utilidad Total 10PAX			$380	$519

Fuente: Elaborado por los maestrantes

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.6 Cronograma:

Tomando en cuenta las actividades relacionadas con la creación, promoción, y realización de los tours, asegurando que todo se lleve a cabo a tiempo y dentro del presupuesto. Desarrollamos las actividades más esenciales tanto para la planificación del tour como para su operatividad, basado en el método PMBOK. (Tabla 19).

Tabla 19

Planificación de tours 2 y 3 días.

Cronograma													
Actividades	**Tiempo en semanas**												
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**
Creación del nombre													
Delimitación geográfica													
Evaluación de la planta Turística													
Contacto con proveedores													
Planificación del tour													
Reserva de transporte													
Reserva de alojamiento													
Contratación de guias													
Promoción del tour													
Inicio del tour													
Desarrollo de actividades diarias													
Cierre y feedback del cliente													

Nota: Planificación estratégica y operativa del tour de Pacoche representado en un diagrama de Gantt. Elaboración propia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.7 Riesgos y Estrategias de Mitigación

A. **Posible riesgo: Baja aceptación del proyecto por parte de la comunidad local**
Estrategia de Mitigación: Involucrar a las comunidades locales en todas las etapas del proyecto; desde la fase de planificación, capacitándose y brindándoles una participación activa en el proyecto.

B. **Posible riesgo: Baja demanda en los primeros meses**
Estrategia de Mitigación: Utilización de una estrategia de marketing que incluya descuentos iniciales y alianzas estratégicas con agencias de turismo; con el fin de aumentar la visibilidad.

C. **Posible riesgo: Condiciones climáticas adversas**
Estrategia de Mitigación: Planificación de itinerarios alternativos para las épocas de clima desfavorable, asegurando que el avistamiento de fauna, las visitas a miradores o las caminatas dentro del Refugio Pacoche se ajusten según el pronóstico del tiempo.

D. **Posible riesgo: Problemas logísticos en vuelos o transporte terrestre**
Estrategia de Mitigación: Ajustar los horarios de las actividades y excursiones para ser flexibles en caso de que los turistas lleguen tarde o temprano. Adicionalmente se propone establecer alianzas con varias compañías de transporte local para tener opciones alternativas en caso de que un vehículo o un servicio falle.

E. **Posible riesgo: Cancelaciones de clientes**
Estrategia de Mitigación: Establecer una tarifa de penalización por cancelaciones de último minuto; junto con el desarrollo de ofertas relámpago en páginas alternativas que por un precio menor puedan captar clientes de última hora.

F. **Posible riesgo: Si hay más personas de las que la capacidad del tour puede manejar**
Estrategia de Mitigación: Si se prevé un aumento inesperado en la demanda, se propone tener disponibles recursos adicionales como guías o vehículos para distribuir a los participantes de manera eficiente.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

6.8 Miembros del Equipo, sus Roles y Responsabilidades

- **Gerente de proyecto: Tour Operador Vive Pacoche**
  Rol: Líder del proyecto
  Responsables del proyecto:
  - Kevin Muñoz / Operatividad / kevinmvelez93@hotmail.com
  - Nicole Merizalde / Planificación / arq.nicolemerizalde@gmail.com
  - Viviana Pérez / Comercial / vivianaperezdga@gmail.com

  Responsabilidades: Gestionar la implementación del proyecto, liderando las actividades de marketing, operaciones y desarrollo turístico.

- **Coordinador de Ecoturismo:**
  Rol: Supervisar la calidad de los servicios turísticos ofertados.
  Contacto: Refugio Pacoche / Gestor administrativo / info@pacochelodge.org
  Responsabilidades: Asegurarse de que las actividades sean sostenibles y atractivas para los turistas.

- **Coordinador de Alojamiento:**
  Rol: Proporcionar alojamiento a turistas que pernoctan
  Contacto: Pacoche Lodge / Ana Cristina de la Torre / Propietaria / info@pacochelodge.org
  Responsabilidades: Disponer de las plazas previstas para los turistas.

- **Coordinador de Alimentos y Bebidas:**
  Rol: Ofertar servicios de alimentos y bebidas a turistas que forman parte del tour.
  Contacto: Dalia Zavala / Propietaria Quinta Victoria Restaurante y Mirador / quintavictoriaecuador@gmail.com
  Responsabilidades: Disponer de espacio para recibir diariamente a los turistas.

- **Responsable de Marketing y Ventas:**
  Rol: Diseñar y ejecutar la estrategia de promoción y ventas.
  Contacto: Karen Salgado / Comunicador / karensalgado1414@gmail.com
  Responsabilidades: Desarrollar y planificar contenido que atraiga a turistas interesados en la naturaleza, prácticas sostenibles, y experiencias locales auténticas.

- **Guías turísticos locales:**
  Rol: Guiar a los turistas en las rutas establecidas.
  Contacto 1: Adrián Montalvo / Guía Local / naturalhistorian@yahoo.com
  Contacto 2: Belkis Acosta / Guía Local / belkisacosta2016@hotmail.com

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Responsabilidades: Proporcionar información sobre la flora, fauna, gastronomía, paisajes y cultura, mientras promueven el respeto por el entorno natural y prácticas sostenibles.

7. Business Model Canvas:

El Business Model Canvas (BMC) es una herramienta fundamental para estructurar y analizar modelos de negocio, especialmente en el sector turístico. Este modelo permite a los emprendedores visualizar los componentes clave de su negocio, tales como: segmentos de mercado, propuestas de valor, y canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos claves, actividades claves, socios clave y estructura de costos, facilitando la identificación de oportunidades y desafíos específicos del sector. Además, el BMC promueve un enfoque colaborativo que puede ser crucial para el desarrollo de productos turísticos innovadores y sostenibles.

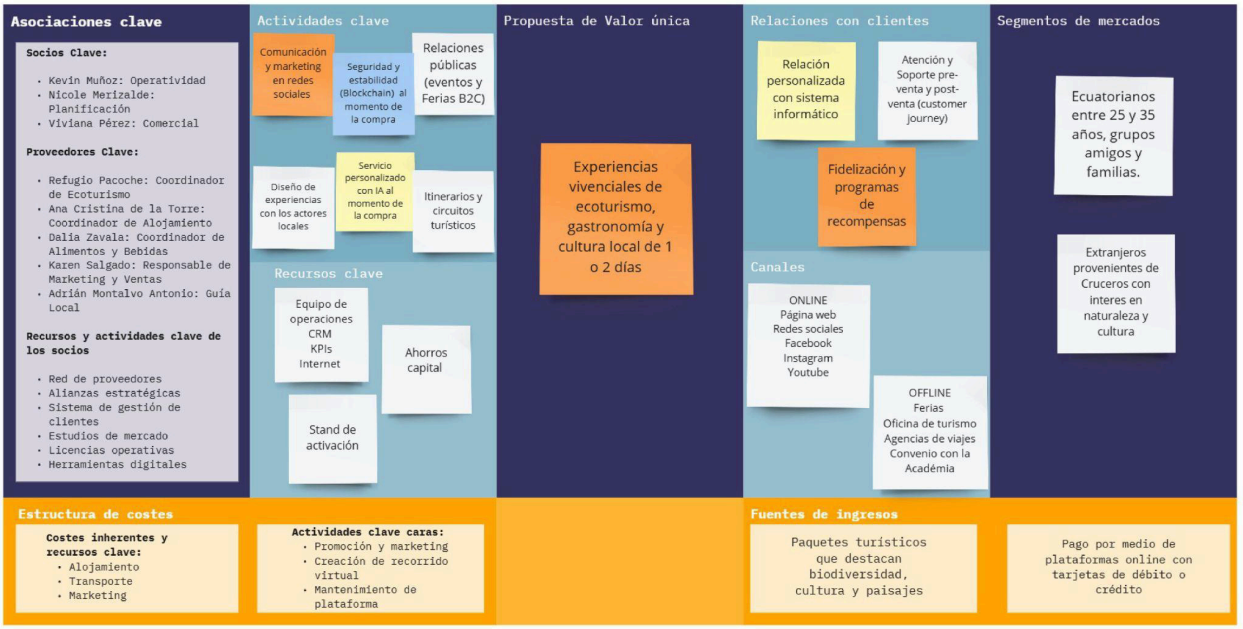
Seleccionar uno de los Objetivos de tu proyecto Pmbok:

Crear y ofrecer 3 rutas guiadas alrededor del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, destacando la biodiversidad, los paisajes, y la cultura local; buscando atraer turistas interesados en actividades ecoturísticas. (Representado en la Figura 11).

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 11

Business Model Canvas Simplificado



Nota: Lienzo canvas para la definición de la idea de negocio a presentar. Elaboración propia con la herramienta Miro.

8. Análisis de cada componente del Business Model Canvas

8.1 Segmentos de Clientes

Aventureros y ecoturistas (familias y grupos de amigos):

- Ecuatorianos principalmente jóvenes adultos, entre 25 y 35 años; grupos de amigos interesadas en el ecoturismo, la aventura y la conexión con la naturaleza.
- Extranjeros provenientes de cruceros que buscan experiencias de viaje auténticas y desafiantes. Prefieren viajar a destinos menos explorados, donde puedan disfrutar de actividades al aire libre como senderismo, avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, fotografía de paisajes, etc.
- Este segmento busca apoyar el turismo responsable, por lo que valoran las iniciativas ecológicas y las prácticas sostenibles de los operadores turísticos.
- Están muy conectados, usan plataformas de viajes digitales y redes sociales para planificar, comparar precios, hacer reservas y compartir sus experiencias.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Las familias valoran mucho la seguridad, tanto en el alojamiento como en las actividades y excursiones. Valoran las ofertas de todo incluido.

8.2 Propuesta de Valor

Experiencias vivenciales de Ecoturismo, Gastronomía y Cultura local de 1 o 2 días:

Por medio de experiencias vivenciales con la comunidad local y el medio natural, los turistas podrán experimentar principalmente las tradiciones y gastronomía local de Pacoche. Para destacar nuestro compromiso con la sostenibilidad, utilizaremos proveedores locales y capacitaremos a los involucrados en temas relacionados; garantizando que nuestros itinerarios apoyen el turismo responsable.

8.3 Canales de Distribución

Canales online

Con el servicio de expertos en programación y marketing, se diseñará una página web de la operadora de turismo, comprendiendo que es el corazón de la estrategia digital de una empresa, desde donde todo referente comercial nace, es la cara o cédula de identidad de una empresa o emprendimiento.

Algunos aspectos a analizar en nuestra futura página web:

- Calidad y cantidad del contenido: cubrir contenido esencial de nuestro producto ecoturístico.
- SEO (Optimización para buscadores): la facilidad para encontrar nuestra página web, el ranking y ubicación en internet.
- Auditoría web: Para valorar el posicionamiento y estadísticas.
- Usabilidad: Para que las personas que visiten nuestra web, encuentren lo que buscan, de forma ágil y sencilla.

Con esta herramienta, deseamos incrementar el número de oportunidades de venta, mejorar el posicionamiento, obtener una buena reputación y proporcionar excelente experiencia al cliente. Además, las redes sociales como Facebook, Instagram y Youtube también formarán parte de nuestros canales de distribución.

Canales offline

Las participaciones en ferias de turismo, como el networking, nos ayudaría a conectar con otros profesionales del sector, buenas oportunidades para establecer relaciones comerciales

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

y posibles colaboraciones. Así mismo, las oficinas de turismo locales pueden ayudarnos a destacar nuestras propuestas de valor, de la misma manera con las agencias de viajes solo que la diferencia es que podemos llegar a buenos acuerdos en comisiones, y además incluir servicios complementarios, lo que enriquecería nuestra oferta a los clientes.

Es muy importante mantener estos contactos después de establecer alianzas y mantener comunicaciones constantes para analizar el impacto de las ventas.

8.4 Relaciones con Clientes

Atención personalizada, fidelización:

Un sistema de reservas online eficiente y automatizado, servirá para elegir entre diferentes actividades y destinos, sin necesidad de interacción directa con un agente. Como una idea de innovación a corto plazo, a través de plataformas digitales podemos crear una comunidad de viajeros donde puedan compartir sus experiencias e intercambiar recomendaciones; fomentando el sentido de pertenencia y confianza.

Atención pre-venta, venta y post-venta:

Con el fin de brindar tranquilidad se propone ofrecer soporte en tiempo real durante el viaje a través de chat en línea o una línea telefónica. Adicionalmente, podemos ofrecer paquetes familiares y de amigos con precios preferenciales en actividades conjuntas como excursiones en grupo.

8.5 Fuentes de Ingresos: identifica cómo generar ingresos.

Venta Directa de Paquetes Turísticos:

La fuente principal de ingresos será la venta directa de paquetes turísticos a través de nuestro sitio web o ferias físicas. Incluyendo 3 rutas turísticas guiadas alrededor del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche. Se cobrará un anticipo al momento de la reserva, y el resto puede ser pagado antes del viaje o en cuotas.

Tarifas Adicionales por Servicios Personalizados o Premium:

Podemos ofrecer servicios premium o personalizados que agreguen valor a la experiencia del cliente. Por ejemplo, brindamos la opción de contratar guías privados o excursiones exclusivas en destino, que serán un ingreso adicional sobre el paquete base.

Publicidad y Patrocinios:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Incorporar ingresos a través de publicidad digital o patrocinios de marcas relacionadas con el turismo en nuestra página web, permitirá obtener ingresos pasivos adicionales que no afectan directamente las operaciones principales de la empresa.

8.6 Recursos Clave:

Equipo de operaciones:

Este equipo debe estar compuesto por profesionales capacitados en gestión turística, marketing, ambiental, atención al cliente y logística. Su función incluye la planificación y ejecución de actividades ecoturísticas y su promoción, garantizando que se cumplan las normativas ambientales y se ofrezca una experiencia enriquecedora al cliente.

CRM (Customer Relationship Management):

El uso de un sistema CRM es crucial para gestionar las relaciones con los clientes. Permite recopilar datos sobre preferencias y comportamientos, facilitando la personalización de la oferta ecoturística. Las métricas clave (KPIs) que se pueden rastrear incluyen la tasa de retención de clientes y el costo de adquisición de clientes, lo que ayuda a optimizar las estrategias de marketing y mejorar la satisfacción del cliente.

KPIs (Indicadores Clave de Desempeño):

Los KPIs son esenciales para medir el rendimiento del negocio; en nuestro contexto ecoturístico, algunos KPIs relevantes pueden incluir:

- Tasa de conversión: Proporción de visitantes que se convierten en clientes.
- Valor del tiempo de vida del cliente: Ingresos generados por un cliente a lo largo de su relación con la empresa.
- Tasa de satisfacción del cliente: Medida del nivel de satisfacción con los servicios ofrecidos.

Stand de activación:

Los stands de activación son espacios físicos donde se pueden presentar productos o servicios a potenciales clientes. En el caso del ecoturismo, estos stands pueden ubicarse en ferias o eventos relacionados con el medio ambiente y el turismo sostenible. Sirven como una plataforma para interactuar directamente con los consumidores, generar interés y facilitar reservas.

Ahorros - Capital:

Los ahorros capitales son recursos financieros que pueden ser utilizados para invertir en mejoras operativas, marketing o expansión del negocio. Es esencial contar con un fondo reservado para imprevistos o para aprovechar oportunidades emergentes en el mercado ecoturístico.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

8.7 Actividades Clave:

Comunicación y Marketing en Redes Sociales:

La comunicación efectiva a través de las redes sociales es esencial para atraer y retener a los turistas interesados en el ecoturismo. Esta actividad permite la promoción de la identidad de Pacoche en Manta, junto con la interacción directa con los clientes; esto facilita el diálogo con potenciales visitantes, permitiendo responder preguntas y recibir retroalimentación instantánea. Así mismo, el publicar imágenes y videos atractivos puede aumentar el interés y la visibilidad del destino, fomentando el deseo de visitarlo.

Recorrido virtual interactivo:

Se propone incorporar en la página web un recorrido virtual que permita a los usuarios "vivir" el destino antes de visitarlo. Podrán ver detalles específicos de las actividades, los alojamientos, el paisaje, y las experiencias que pueden disfrutar. Ayudándoles a decidir qué paquetes o experiencias se ajustan mejor a sus necesidades; todo esto basado en IA.

Así mismo, se plantea incluir visualizaciones 360° de los principales destinos turísticos que promovemos, como la Reserva Pacoche, los miradores, y las tradiciones culturales. Adicionalmente, podrán explorar las habitaciones e instalaciones del hotel.

Seguridad y estabilidad (blockchain) al momento de realizar la compra:

La seguridad y la confianza son elementos fundamentales al momento de realizar una compra en línea, especialmente cuando los clientes invierten grandes sumas de dinero en viajes y experiencias. Ofrecer seguridad, transparencia y estabilidad en las transacciones en línea, no solo asegurará transacciones más seguras, sino que también puede diferenciarnos como una marca confiable.

Diseño de Experiencias con los Actores Locales:

Involucrar a los actores locales en el diseño de rutas turísticas garantizará su autenticidad y relevancia. Para lograr esto fomentamos la colaboración con comunidades locales, en la preparación de alimentos y demostraciones de su forma de vida. Al personalizar experiencias se relacionan las necesidades de la población con los deseos de los turistas por realizar actividades que resalten la particularidad del lugar.

Relaciones Públicas (Eventos y Ferias B2C):

La participación en ferias B2C, estas plataformas permiten interactuar directamente con consumidores potenciales, ofreciendo información sobre el producto turístico y estableciendo relaciones personales. Adicionalmente, las alianzas estratégicas nos impulsan a colaborar con otras empresas o instituciones, que puede ampliar el alcance del marketing y mejorar la oferta turística.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Itinerario y circuitos turísticos:

Deseamos elaborar itinerarios bien diseñados ya que es crucial para maximizar la experiencia del visitante en Pacoche. Esto implica: Diversificación de actividades, ofrecer una variedad de circuitos que incluyan naturaleza, cultura y aventura. La flexibilidad en los itinerarios es crucial, tenemos que permitir ajustes según las preferencias del grupo o individuo y enriquecer la satisfacción del cliente.

8.8 Socios Clave:

Socios de la empresa Tour Operadora:

Contribuyen con diversos tipos de recursos cruciales para que la empresa turística funcione desde el día uno. Esto puede incluir: capital financiero, experiencia en la industria, redes de contactos y alianzas estratégicas, infraestructura, etc.

- Kevin Muñoz
- Nicole Merizalde
- Viviana Pérez

Proveedores de Servicios Turísticos:

Contar con socios alineados a los valores de la empresa determinará la buena ejecución del producto; debido a que estos proveedores son responsables de la prestación de los servicios tangibles que los clientes experimentan directamente durante el viaje.

- Coordinador de Ecoturismo: Refugio Pacoche
- Coordinador de Alojamiento: Pacoche Lodge
- Coordinador de Alimentos y Bebidas: Quinta Victoria Restaurante y Mirador
- Responsable de Marketing y Ventas: Comunicador
- Guías turísticos locales: Adrian Montalvo Antonio / Jessenia Acosta Reyes

8.9 Estructura de Costos:

La operación del negocio dependerá de contar con un aproximado de 500 personas mensuales distribuidas en los diferentes paquetes; con el fin de cumplir el mínimo de ingresos y egresos requeridos.

- Costos fijos: surgen únicamente en el proceso de planificación del tour.
    - Marketing y promoción
    - Responsable de marketing y ventas
    - Coordinador de Ecoturismo
    - Gerente de proyecto
    - Honorarios de consultores y asesores

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Licencia y permiso
- Material promocional y documentación

- Costos variables: surgen desde que inicia el tour hasta su cierre, es decir en todo el proceso de operación del producto turístico.
  - Transporte
  - Alimentación
  - Guianza
  - Entradas
  - Seguro de viaje

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

CAPÍTULO 4: PBL 3

Gestión de Marca para los Destino Turísticos Culturales y naturales

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

1. Del Producto Que Previamente Has Definido, Establece Lo Siguiente:

1.1 ¿Cómo Este Producto Impacta En La Sostenibilidad Del Destino?

Siendo el valor único de nuestro producto: *las experiencias vivenciales de ecoturismo, gastronomía y cultura local.*

Como primer impacto sostenible en el destino a analizar sería la **Conservación del Medio Ambiente**, el Ecoturismo se basa en el respeto por el entorno natural, promoviendo prácticas que minimizan el impacto ambiental. Deseamos que esto incluya la conservación de ecosistemas y la biodiversidad de Pacoche en Manta donde se localiza nuestro producto turístico, así como la implementación de prácticas sostenibles que reducen la degradación de los recursos naturales dentro de la reserva. Además, al atraer a turistas interesados en la naturaleza, se sensibiliza a la comunidad sobre la importancia de preservar su entorno.

Esto nos lleva a otro punto importante que es la conciencia y educación. Las experiencias vivenciales podrían servir como plataformas educativas que informen a los turistas sobre los desafíos ambientales y sociales que pueden estar enfrentando la comunidad local. Al aumentar la conciencia sobre estos temas, se fomenta un comportamiento turístico más responsable, donde los visitantes se convierten en aliados en la conservación del destino.

Segundo impacto que este producto generaría en el destino de Manta sería, el **Fortalecimiento de la cultura local,** las experiencias que integran gastronomía y cultura local ayudan a preservar tradiciones y costumbres que quizás con el tiempo han ido desapareciendo. Al involucrar a los turistas en actividades vivenciales, como talleres de cocina con técnicas ancestrales o festivales locales con folklore autóctono, se fomenta un intercambio cultural que enriquece tanto a visitantes como a anfitriones. Este enfoque también contribuirá a una mayor apreciación por parte de los turistas hacia las costumbres locales, promoviendo un turismo más consciente y respetuoso.

Por otro lado, este producto turístico **dinamizará la economía local**, generando oportunidades de empleo de manera directa e indirecta. Las experiencias vivenciales suelen involucrar a pequeños productores locales, lo que genera ingresos directos para la comunidad. Al priorizar productos locales, como alimentos y artesanías, se estimula la economía regional y se crean empleos sostenibles. Esto es esencial para combatir la pobreza y mejorar la calidad de vida de los residentes.

¿Cómo este producto turístico dinamizará la economía local?

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Tal cual mencionamos anteriormente, se puede *generar empleo directo e indirecto*: La implementación de experiencias vivenciales crearía nuevas oportunidades laborales tanto en el sector turístico como en actividades relacionadas con la producción local. Esto incluye empleos para guías turísticos, personal de restaurantes, y facilitadores de talleres culturales, entre otros. Además, al involucrar a pequeños productores locales y artesanos, se generan ingresos directos que benefician a la comunidad.

- *Involucramiento de Pequeños Productores Locales*: Las experiencias turísticas priorizan productos locales autóctonos, como alimentos y artesanías, lo que estimula la economía regional. Por ejemplo, al incluir platos típicos en las ofertas gastronómicas (como la tonga) o vender artesanías durante las visitas (la tagua o sombrero paja toquilla), se apoya a los productores locales y se asegura que los ingresos permanezcan dentro de la comunidad, generando una justa distribución de riquezas con el apoyo de una buena gestión de gobernanza.

- *Estimulación del Comercio Local*: La llegada de turistas incrementará la demanda de servicios y productos locales, lo que beneficiará a comerciantes y emprendedores de Manta especialmente en la zona rural de Pacoche. Esto puede incluir desde mercados locales hasta restaurantes familiares que ofrecen gastronomía típica, creando un efecto multiplicador en la economía local, lo cual mejoraría la calidad de vida de los residentes. Esto es esencial para el desarrollo sostenible del área, ya que una economía más fuerte permite a las comunidades invertir en educación, salud y conservación del medio ambiente.

Este tipo de productos turísticos se alinean con los objetivos del turismo sostenible al integrar consideraciones ambientales, sociales y económicas en su oferta. Como consecuencia de los impactos, mucho más positivos que negativos que este producto turístico generaría en el destino, podemos implementar estándares para lograr un sello verde como BIOSPHERE que garantiza que las prácticas turísticas son responsables y sostenibles, siendo al mismo tiempo un mecanismo de evaluación de impacto del turismo en Manta, sin olvidar que esta metodología atraerá a un segmento creciente de turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

1.2 Establece, Define Y Expone Dos Posibles Estrategias Para Aumentar El Valor De Marca.

¿Qué puedo hacer para mejorar la experiencia turística a través de la implementación conceptualización de dos estrategias? Deberás justificar la elección de dichas estrategias.

Estrategia 1: Participación Comunitaria Activa.

Involucrar a la comunidad local de Manta en el desarrollo y la gestión de las actividades turísticas en Pacoche. Dentro de las acciones está dotarlos de capacitaciones, talleres y la creación de productos turísticos que reflejen la cultura y tradiciones locales. En nuestro caso del producto turístico en Pacoche, con el propósito de reforzar el capital humano en turismo con bases en desarrollo de un buen servicio, calidez e innovación.

Justificación:

La participación comunitaria no sólo empodera a los residentes, sino que también mejora la autenticidad de la experiencia turística. Cuando los turistas interactúan con miembros de la comunidad, se genera un intercambio cultural significativo que puede enriquecer su visita. Además, al involucrar a la comunidad de Pacoche en Manta, se asegura que los beneficios económicos del turismo se distribuyan localmente, lo que puede aumentar la lealtad hacia la marca y mejorar su percepción entre los visitantes. Para que los beneficios sean transparentes, se puede involucrar a los miembros o representantes de la comunidad a mesas técnicas donde se compartan las etapas de desarrollo del proyecto, rendición de cuentas y expresar opiniones y sugerencias turísticas garantizando que se integren sus perspectivas en las decisiones.

Estrategia 2 Alianzas Estratégicas

Alianza a) con Organizaciones Ambientales

Establecer colaboraciones con ONGs y organizaciones que se dediquen a la conservación ambiental y la sostenibilidad. Estas alianzas pueden incluir proyectos conjuntos de conservación, educación ambiental y promoción de prácticas sostenibles. Una de ellas sería RACSE Ecuador que es una red de agentes de conservación y sostenibilidad de ecosistemas. Otra posible alianza WWF Ecuador, que pueda dotarnos con metodologías de prevención, mitigación y restauración para los recursos biodiversos de la zona turística de Pacoche.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Justificación:

Las organizaciones ambientales pueden aportar experiencia y recursos que enriquecen la oferta turística. Además, al asociarse con estas entidades, se puede aumentar la credibilidad del destino y atraer a turistas interesados en el ecoturismo, asimismo, nos puede facilitar la obtención de sellos verdes y marcar la diferencia en el mercado turístico. Esta colaboración también puede facilitar el acceso a financiamiento para proyectos de conservación y preservación que beneficien al destino, por ejemplo: Innovación en energía renovable o tecnología sostenible, monitorización de fauna vulnerable a efectos del turismo como las tortugas marinas.

Alianza b) con Empresas Locales

Ya que nuestro producto está enfocado al ecoturismo, lo más factible sería formar alianzas con empresas locales conectadas más al entorno natural y que emplean prácticas sostenibles como: lodges, restaurantes con prácticas ancestrales, artesanos y guías locales, para crear paquetes turísticos integrados que ofrezcan una experiencia completa al visitante dentro de este destino biodiverso.

Justificación:

Estas colaboraciones no solo benefician a los turistas al proporcionarles una experiencia más rica y variada, sino que también fortalecen a la comunidad con las divisas generadas por el turismo. Además, al trabajar juntos, las empresas pueden mejorar su visibilidad y la vinculación emocional del turista con el entorno, lo que contribuye al crecimiento del destino en su conjunto y creando fidelización.

Alianza C) con Operadoras emisoras internacionales

Implementar esta estrategia permitirá no solo mejorar la experiencia turística en Pacoche, sino también posicionar el destino como un lugar atractivo y seguro para visitantes internacionales, contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestra localidad y región.

Justificación:

La elección de esta estrategia se justifica por la capacidad de las operadoras para atraer un flujo constante y planificado de turistas, así como por su experiencia y comercialización de destinos. Otras razones serían: por acceso a nuevos mercados y dichas operadoras cuentan con una red establecida que nos facilitaría nichos de ecoturismo.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Entrando un poco en datos del Ministerio de Turismo del Ecuador, entre 2023 y lo que va del año 2024, en el ranking de entradas internacionales, EEUU encabeza la lista con 510.780 turistas (en Manta 11.525) siendo el 111,31% de llegadas, seguido de Colombia con 214.952 turistas (en Manta 877) siendo el 46,84% de llegadas, y España con 119.206 turistas (en Manta 329) siendo 25, 98% de llegadas. Lo que podríamos planificar con estos mercados que lideran la lista de entradas internacionales, es aliarnos a operadoras acreditadas o miembros del ATTA (Adventure Travel Trade Association) base de datos de operadoras emisoras, que negociando podrían potencializar nuestra oferta y enviarnos nichos de ecoturismo.

Esta alianza también nos puede favorecer en compartir recursos, conocimientos y experiencias creando sinergia que beneficien a todos los stakeholders. Lo más importante es que dicha alianza fortalecerá nuestra marca con reconocimiento internacional, aumentando la credibilidad y visibilidad del destino de Manta.

Para definir el propósito de la marca-destino en base al producto que has definido, se presenta la Tabla 20 en la que se detallan aspectos importantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 20

Propósito Marca - Destino

¿Por qué?	¿Cómo?		¿Qué?
Propósito	**Propuesta de valor**	**Modelo de negocio**	**Acciones estratégicas**
"Aventura consciente, Experiencias auténticas"	**Experiencias inmersivas:** Innovación tecnológica durante el proceso de compra y durante la visita del destino. **Participación comunitaria:** Colaborar con comunidades y actores locales en el desarrollo de la actividad turística de pacoche. **Enfoque en la Sostenibilidad:** Cada interacción con el medio natural y cultural es cuidadosamente seleccionada cumpliendo con los parámetros de sostenibilidad establecidos. **Facilidad y seguridad al momento de la reserva:** Plataforma en línea flexible para la reserva y pago seguro.	**Experiencias 360:** Incluir actividades que permitan a los clientes interactuar con la comunidad, como talleres de cocina manabita ancestral o artesanías. **Colaboradores en innovación tecnológica:** Encargados de crear un recorrido virtual interactivo que genere interés en el turista. **Guías locales expertos:** Contar con guías que dominan la fauna, flora, cosmovisión y cultura local, capaces de enriquecer la experiencia. **Transporte sostenible y Alojamiento eco-amigable:** Ofrecer opciones de transporte y hospedaje que cumplan con prácticas sostenibles. **Informes de impacto:** Proporcionar a los clientes informes sobre cómo sus viajes contribuyen a proyectos de conservación y desarrollo sostenible, trabajando en conjunto con stakeholders. **Herramientas de seguridad:** Seguridad en la compra mediante el uso de Blockchain.	**Ofertas diversificadas y opciones de personalización:** Paquetes turísticos que incluyen diferentes experiencias, como avistamiento de aves, gastronomía local, senderismo y actividades de conservación. Incluyendo itinerarios detallados. **Alianzas con operadoras emisoras:** con el objetivo de comercializar el destino y promocionarlo a redes de nichos similares. **Storydoing y Storytelling :** Destacar los beneficios del ecoturismo mediante narrativas de cómo se crea la experiencia. Y por otro lado, contar historias sobre las experiencias ya vividas por otros viajeros. **Feedback constante y comunidad:** Canales para que los clientes puedan dar sus reseñas e interactuar con otros visitantes, mejorando así la experiencia. **Incentivos para el regreso:** Ofrecer descuentos o promociones para futuros viajes, fomentando la lealtad.

Nota: Propósito de la marca - destino del producto Pacoche. Elaboración propia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

2. En El Destino Que Ya Has Elegido:

2.1. Identifica 5 Elementos Distintos Del Destino, Valorando Dichos Recursos a Través De Alguno De los Métodos Vistos En Clase.

Objetivo general:

Elaborar un paquete turístico sostenible, completo e innovador que incluya la exploración del Refugio Pacoche y sus alrededores, fomentando el respeto por el medio ambiente y la cultura local con el fin de dar a conocer la otra cara del destino de Manta. (Vinculado con elemento 1).

Elemento 1:

Analizo Recurso: Reserva de Pacoche - Sendero del mono

Qué información me interesa saber del recurso:

- Cuantas personas lo visitan diariamente
- El valor que puede tener para el turista (percepción)
- El valor ambiental que representa para la provincia
- El valor económico que puede tener para el destino

Métodos:

- Estudios de Capacidad de Carga Turística
- Evaluación del Patrimonio Natural - UNESCO
- Evaluación del Impacto Ambiental (EIA)
- Valoración Económica

Objetivo secundario:

Crear y ofrecer 3 rutas guiadas alrededor del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, destacando la biodiversidad, los paisajes, y la cultura local; buscando atraer turistas interesados en actividades ecoturísticas. (Vinculado con elementos 2 y 3).

Elemento 2:

Analizo Recurso: Playa de San Lorenzo - Sendero el Faro

Qué información me interesa saber del recurso:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Cuantas personas lo visitan diariamente
- Estado de conservación
- Cercanía con otros atractivos
- El valor que puede tener para el turista (percepción)

Métodos:

- Estudios de Capacidad de Carga Turística
- Evaluación del Impacto Ambiental (EIA)
- Evaluación del Patrimonio Natural - UNESCO

Elemento 3:

Analizo Recurso: Playa Ligüiqui - corrales marinos

Qué información me interesa saber del recurso:

- Cuantas personas lo visitan diariamente
- El valor que puede tener para el turista (percepción)
- El valor ambiental que representa para la provincia
- Valor arqueológico para el destino de Manta

Métodos:

- Estudios de Capacidad de Carga Turística
- Evaluación del Patrimonio Natural - UNESCO
- Evaluación del Impacto Ambiental (EIA)

Objetivo secundario: Vincular emocionalmente al turista con el destino por medio de experiencias vivenciales, auténticas y participativas que permita al turista entender la cosmovisión de la región. (Vinculado con elementos 4 y 5).

Elemento 4:

Analizo Recurso: Gastronomía Manabita

Qué información me interesa saber del recurso:

- Técnicas de preparación ancestral
- El valor que puede tener para el turista (percepción)
- El valor económico que puede tener para el destino

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Métodos:

- Estudios de Capacidad de Carga Turística
- Evaluación del Patrimonio Cultural - Instituto Internacional de Gastronomía (Reconocimiento Región Gastronómica)
- Valoración Económica

Elemento 5:

Analizo Recurso: Cultura Manabita - Sombrero de Paja Toquilla

Qué información me interesa saber del recurso:

- Cuantas personas lo compran por viaje
- El valor que puede tener para el turista (percepción)
- El valor económico que puede tener para el destino
- El valor autóctono que puede tener para la cultura montubia

Métodos:

- Evaluación del Patrimonio Cultural - UNESCO
- Valoración Económica

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

2.2. Establece Una Estrategia De Captación, Satisfacción Y Fidelización Para Poder Ser Un Motor Tractor De Comunidades Locales Y Entes Públicos Y Privados

Esto se puede apreciar en la Tabla 21 referente a la comunidad local, mientras que en la Tabla 22 se aprecia la administración pública, finalmente en la Tabla 23 se visualiza aspectos relacionados con las empresas privadas.

Tabla 21

Comunidad Local

CAPTACIÓN	SATISFACCIÓN	FIDELIZACIÓN
Estrategia 1: Involucrar a la comunidad local en la planificación de los productos turísticos	**Estrategia 1:** Empodera a la comunidad mantense, fortalece sus tradiciones, talento y promueve su estilo de vida auténtico.	**Estrategia 1:** Establecer reuniones regulares para recibir feedback sobre las actividades que se están llevando a cabo. Valorando sus opiniones y demostrando que estamos dispuestos a adaptarnos para mejorar el proyecto.
Estrategia 2: Inclusión con la comunidad local de Manta en la gestión de las actividades turísticas en Pacoche.	**Estrategia 2:** Emplear mano de obra local (como guías turísticos y conductores locales) en la gestión de las actividades en los alrededores de la reserva.	**Estrategia 2:** Crear un sistema de incentivos basado en el desempeño, como bonificaciones por cumplir metas de calidad, ventas o satisfacción del cliente. Esto motiva a las personas a reforzar su compromiso y mejora constantemente.
Estrategia 3: Involucramiento de Pymes locales.	**Estrategia 3:** Al incluir platos típicos en las ofertas gastronómicas (como la tonga) o vender artesanías durante las visitas (la tagua o sombrero paja toquilla), se apoya a los productores locales y se asegura que las divisas permanezcan dentro de la comunidad.	**Estrategia 3:** Se promueve la creación de capacitaciones y talleres sobre distintas actividades; ofertando certificados por completar los cursos; lo que les da un sentido de logro y mejora su perfil profesional.

Nota: Captación, satisfacción y fidelización de la comunidad y Pymes locales. Elaboración propia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 22

Administración Pública

CAPTACIÓN	SATISFACCIÓN	FIDELIZACIÓN
Estrategia 1: Adaptar el desarrollo del proyecto a los planes de desarrollo turístico y territorial de Manta	**Estrategia 1:** Proponer proyectos de interés mutuo, como la creación de rutas turísticas o la promoción conjunta de la región.	**Estrategia 1:** Resaltar públicamente el apoyo recibido de las entidades (Municipio) , tanto en medios de comunicación como en eventos o informes.
Estrategia 2: Participación activa en eventos oficiales como ferias, congresos y eventos gubernamentales.	**Estrategia 2:** Destacar cómo el proyecto fomentará la creación de empleo en la región, en particular para grupos vulnerables (jóvenes, mujeres, comunidades indígenas, etc.); contribuyendo a la estabilidad social y económica.	**Estrategia 2:** Demostrar cómo su colaboración con el proyecto beneficiará a sus propios objetivos de desarrollo económico, social o ambiental.
Estrategia 3: Adaptar el desarrollo del proyecto a las políticas locales y regionales. (GAD Manta, GAD Provincial de Manabí, Mintur)	**Estrategia 3:** Implementar sistemas de seguimiento y evaluación para medir el impacto del proyecto en áreas clave como la generación de empleo, la conservación ambiental, el aumento de turistas, el fortalecimiento de la cultura local, etc.	**Estrategia 3:** Proveer a la entidad pública de resultados medibles que puedan ser utilizados para su gestión y transparencia.

Nota: Captación, satisfacción y fidelización de la administración pública. Elaboración propia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 23

Empresas Privadas

CAPTACIÓN	SATISFACCIÓN	FIDELIZACIÓN
Estrategia 1: Marketing conjunto y promoción cruzada es decir beneficio mutuo, modalidad B2B	**Estrategia 1:** Acceso a nuevos segmentos de mercado como los cruceristas y ecoturistas.	**Estrategia 1:** Ofrecer a las entidades privadas oportunidades de visibilidad a través de nuestras redes sociales y página web (SEO).
Estrategia 2: Crear paquetes turísticos que incluyan los productos o servicios de las entidades privadas (Alojamiento, Restaurante, Agencia de actividades turísticas)	**Estrategia 2:** Medir el impacto directo de estas colaboraciones y ofrecer estadísticas sobre cómo sus productos y servicios están siendo consumidos gracias al turismo generado por el proyecto.	**Estrategia 2:** Definir junto con las empresas privadas indicadores clave de rendimiento (KPIs) que permitan medir el éxito de la colaboración.
Estrategia 3: Participar dentro del Turismo MICE para presentar el producto turístico en los road shows.	**Estrategia 3:** Establecer alianzas estratégicas para la generación de leads y contactos comerciales.	**Estrategia 3:** Ofrecer a las empresas privadas beneficios exclusivos; facilitando la creación de una red de contactos compartida. Seguimiento post-evento para retroalimentar la experiencia del cliente sobre satisfacción y lealtad al destino.

Nota: Captación, satisfacción y fidelización de las empresas privadas. Elaboración propia.

3. Diseña El Storytelling Del Destino Que Has Escogido.

El video se encuentra adjuntado en el entregable. Los fragmentos de videos provienen de videos de redes sociales, no nos atribuimos la propiedad intelectual de los mismos.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4. El Enfoque Customer Centric y Tecnológico:

4.1 ¿Qué Acciones Orientadas Al Cliente Tienes Pensadas Para Posicionar y Potenciar Tu Marca-Destino?

Acción 1. **Crear una Narrativa Atractiva:**

Desarrollar una historia auténtica de Pacoche-Manta que conecte emocionalmente con los potenciales visitantes, identificando lo único, resaltando su biodiversidad, prácticas sostenibles, cultura manteña y montubia, y experiencias únicas que ofrecemos. Por medio del storytelling y el storydoing como elementos de branding esenciales, para también narrar la creación y la vivencia de esta experiencia de ecoturismo en Manta. Con esta acción podemos influir en la decisión de compra y generar lealtad. A continuación, presentamos similitud de la acción tomada en los siguientes destinos:

- Nueva Zelanda, destino que se ha destacado por su enfoque en la autenticidad y la sostenibilidad. Han desarrollado campañas que destacan la belleza natural y la cultura única del país, centrándose en la conexión emocional de los visitantes con la naturaleza y la comunidad local. Desde entonces trabajan con el concepto de "La promesa Tiaki" una guía no solo para los turistas sino también también para residentes a actuar como guardianes del medio ambiente y la cultura local, generando una experiencia responsable.

  En el siguiente link se puede ver más información:
  https://www.kiaoratravellers.com/kia-ora-y-la-tiaki-promise/

- Chile, se destaca por su impresionante diversidad paisajística, desde el árido desierto de Atacama hasta la majestuosa Patagonia. Su narrativa turística resalta la riqueza cultural, indígena y las tradiciones locales, integrando prácticas sostenibles. El turismo comunitario en áreas rurales refuerza su compromiso con el desarrollo responsable y auténtico.

  En el siguiente link se puede ver más información:
  https://www.marcachile.cl/proposito-y-pilares/
  https://turismoantilen.com/turismo-cultural-en-chile-explorando-la-rica-historia-y-tradiciones-del-pais/

- Perú, ofrece una herencia cultural y natural que combina la historia ancestral de los

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Incas, promociona la biodiversidad con un turismo que se dirige hacia Machu Picchu y las comunidades locales, con experiencias inmersivas a talleres de cocina y visitas a mercados locales promocionando la gastronomía y la cultura peruana.

En el siguiente link se puede ver más información:
https://blog.limatours.com.pe/limatours-marca-per%C3%BA-s%C3%ADmbolo-orgullo#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Marca%20Per%C3%BA,todos%20encontrar%C3%A1n%20algo%20que%20disfrutan.

Acción 2. Interacción Proactiva: Con una comunicación efectiva, podemos involucrar a los clientes en la toma de decisiones, como votar sobre nuevas actividades o eventos en el destino. Esto no solo mejora la satisfacción y personalización del producto turístico de Pacoche, sino que también crea un sentido de pertenencia y anticipa sus necesidades. Podemos encontrar similitud de la acción tomada en los siguientes destinos:

- Canadá, ha implementado un enfoque de turismo centrado en la comunidad, donde los visitantes pueden participar en la planificación de actividades turísticas. A través de plataformas digitales y encuestas, se invita a los turistas a votar sobre nuevas experiencias, como festivales o rutas de senderismo.

  En el siguiente link se puede ver más información:
  https://www.canadasvisa.org/es/exploring-the-indigenous-canada-through-its-tourism

- En Brasil, los organizadores suelen consultar a la comunidad local y a turistas sobre qué tipos de desfiles o eventos desean ver en el próximo carnaval, permitiendo una mayor personalización del evento.

  En el siguiente link se puede ver más información:
  https://www.nationalgeographicla.com/viajes/2022/07/los-5-destinos-de-turismo-sostenible-en-la-amazonia

- Barcelona, España, ha implementado plataformas digitales donde los residentes y turistas pueden votar sobre eventos culturales y actividades que desean ver en sus barrios. Esto fomenta un sentido de comunidad y permite que las decisiones reflejen los intereses de los participantes.

  En el siguiente link se puede ver más información:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20170207/barcelona-desarrollara-plataforma-abierta-datos-ciudadanos-5791539

Acción 3. Programa de Lealtad: Sistema de recompensas que incentivan al cliente a regresar y poder fortalecer la relación con ellos. Por ejemplo, otorgándoles beneficios como eventos exclusivos para clientes leales, podemos realizar eventos privados donde los clientes puedan disfrutar de experiencias únicas, como cenas temáticas en el entorno natural de Pacoche. Otra iniciativa, tours guiados especiales como caminatas sensoriales, los guías invitan a los participantes a caminar en silencio, prestando atención a los sonidos, olores y texturas del entorno. En las dos actividades mencionadas de incentivo a retorno para los clientes, incluirá un sombrero de paja toquilla por cada compra de tour como elemento memorial y representativo del destino. Podemos encontrar similitud de la acción tomada en los siguientes destinos:

- Costa Rica, la gran mayoría de operadoras y empresas de ecoturismo de este destino, gestionan como estrategias de fidelización caminatas exclusivas y bienestar en la naturaleza. Siendo Costa Rica un destino donde la experiencia de ecoturismo es su predominancia, va acompañado de la sostenibilidad y preservación de sus recursos.

  En el siguiente link se puede ver más información: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/30937/TFG-N.944.pdf;jsessionid=6327CDADE19F808C7CA5C0666FF727F5?sequence=1

- Mashpi Lodge en Ecuador ofrece un programa de fidelización e incentivos tanto para turistas nacionales como internacionales, en donde resaltan sus prácticas de sostenibilidad a la par que ofrecen beneficios exclusivos para sus visitantes en futuros viajes o actividades extra.

  En el siguiente link se puede ver más información: https://www.mashpilodge.com/es/ofertas/residentes/

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4.2 ¿Qué Tecnologías Vas a Utilizar Para Dar Seguridad, Experiencia y Autenticidad a la Experiencia Turística?

Para poder apreciar la interrogante se ha aprecia la Tabla 24 las tecnologías del producto.

Tabla 24

Tecnologías a utilizar para la experiencia turística

Recurso	Información a proporcionar al turista	Tecnología Utilizada
Cliente	Cómo será la experiencia en destino. Información concreta y visual del destino (desde origen). Cómo serán las actividades a realizar en el destino. Información sobre el compromiso del producto con la sostenibilidad del destino.	Realidad Virtual (Durante el proceso de compra)
Cliente	Seguridad y transparencia en las transacciones y pagos del tour. Simplicidad en el Proceso de Reserva o Ticketing. Comodidad en los pagos internacionales. Estabilidad en todo el customer journey. Impulso a la fidelización y lealtad.	Blockchain (Durante el proceso de compra)
Cliente	Integrarlo en el sistema de reservas para evaluar las necesidades del cliente Automatización de reservas y seguimiento Recopilación de datos Segmentación de clientes Gestionar programas de fidelización	CRM
Producto-Cliente	Recomendaciones automáticas de destinos o actividades para próximas temporadas. Prever tendencias de demanda y ajustar tus servicios según los datos. Establecer precios dinámicos para maximizar la rentabilidad. Descuentos y promociones personalizadas.	Big Data

Nota: Tecnología del destino. Elaboración propia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5. Definición E Implementación De Una Marca Turística:

A continuación, detallaremos la información relativa al análisis realizado. La información que se muestra es la que se considera tiene un impacto y relación directa con nuestra idea de negocio. Así pues, la información es la siguiente en 7 fases:

5.1 Investigación y Análisis

a) Estudio del entorno:

El análisis del entorno turístico de Manta revela un destino con un alto potencial debido a su infraestructura y recursos. Según el INEC (2022), Manta tiene una población de 271,145 habitantes y ha visto un crecimiento en el turismo, convirtiéndose en una fuente económica clave. El Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro, ubicado a solo 3.5 km del centro, opera 5 vuelos internacionales y 13 nacionales semanales. Antes de la pandemia, el Puerto de Manta recibía alrededor de 37,000 visitantes anuales. La cobertura de agua potable llega al 93% del suelo urbanizado, mientras que el sistema de alcantarillado cubre el 85%. Sin embargo, la interconexión con Pacoche es limitada, lo que representa una oportunidad para el ecoturismo. La diversidad cultural y natural de la región, incluyendo el Refugio de Vida Silvestre Pacoche, destaca la necesidad de integrar estos atractivos para potenciar el turismo sostenible.

b) Investigación del destino:

Manta, ubicada en la provincia de Manabí, Ecuador, se destaca como un importante destino turístico tanto a nivel nacional como internacional, gracias a su rica diversidad de recursos naturales, culturales y urbanos. En 2022, según el Ministerio de Turismo, el 5.47% de los internautas eligieron Manta como su destino preferido, lo que subraya su atractivo creciente en el ámbito turístico.

Recursos naturales, Entre los recursos naturales, Manta alberga el Refugio de Vida Silvestre y Marino Pacoche, un área protegida que ofrece senderos en un bosque primario rico en biodiversidad. Este refugio es hogar de especies únicas como los monos aulladores y es guiado por comuneros capacitados en ecoturismo, lo que permite experiencias auténticas. La proximidad a la Ruta del Spondylus y las playas cercanas añaden valor a esta oferta ecoturística.

Patrimonio Cultural, Manta y Manabí poseen un patrimonio cultural significativo que se manifiesta en varios sitios de interés:

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Cerro de Hojas y Jaboncillo: Un sitio arqueológico que revela la historia de los pueblos Manteños.
- Montecristi: Conocida por su rica tradición artesanal y la Ciudad Alfaro.
- Los Corrales Marino Ligüiqui: Estructuras culturales que se transforman en piscinas naturales con la marea alta.
- Astilleros de los Esteros: Famosos por la construcción de embarcaciones artesanales.
- Además, Manta cuenta con varios museos que exhiben la historia cultural y el desarrollo urbano de la ciudad, como el Centro Cultural de Manta y el Museo Municipal Etnográfico Cancebí

Patrimonio Inmaterial, El patrimonio inmaterial incluye la Cultura Cholo-Montubia, con actividades como el rodeo montubio y las Fiestas de San Pedro y San Pablo, que combinan elementos religiosos con tradiciones locales. También destaca el sombrero de paja toquilla, reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2012, reflejando la identidad y valores de las comunidades de Manabí.

Artesanías, Manta es conocida por sus artesanías elaboradas a mano, incluyendo productos fabricados con caña guadua, y otras relacionadas a la actividad pesquera. Las tradiciones orales, como los amorfinos, son composiciones poéticas que mantienen vivas las historias del pueblo montubio.

Gastronomía, La gastronomía mantense es rica y variada, destacándose platos típicos como:

- Viche de pescado: Una sopa tradicional manabita.
- Ceviche: Con raíces en Santa Elena, este plato mestizo combina ingredientes locales.
- Camotillo: Un pez ancestral en la dieta local.
- Guarapo: Una bebida tradicional a base de jugo de caña fermentado.
- La tonga: es otro plato representativo que refleja la cultura montubia.

c) Segmentación de mercado: Aventureros y ecoturistas (familias y grupos de amigos):

- Ecuatorianos principalmente jóvenes adultos, entre 25 y 35 años; grupos de amigos interesadas en el ecoturismo, la aventura y la conexión con la naturaleza.
- Extranjeros provenientes de cruceros que buscan experiencias de viaje auténticas y desafiantes. Prefieren viajar a destinos menos explorados, donde puedan disfrutar de actividades al aire libre como senderismo, avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, fotografía de paisajes, etc.
- Este segmento busca apoyar el turismo responsable, por lo que valoran las iniciativas ecológicas y las prácticas sostenibles de los operadores turísticos.
- Están muy conectados, usan plataformas de viajes digitales y redes sociales para planificar, comparar precios, hacer reservas y compartir sus experiencias.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Las familias valoran mucho la seguridad, tanto en el alojamiento como en las actividades y excursiones. Valoran las ofertas de todo incluido.

5.2 Desarrollo De Estrategia De Marca

Propuesta de Valor: "Aventura consciente, Experiencias auténticas"

Por medio de experiencias vivenciales con la comunidad local y el medio natural, los turistas podrán experimentar principalmente las tradiciones y gastronomía local de Pacoche. Para destacar nuestro compromiso con la sostenibilidad, utilizaremos proveedores locales y capacitaremos a los involucrados en temas relacionados, garantizando que nuestros itinerarios apoyen el turismo responsable.

Identidad de la marca:

La personalidad de nuestra marca busca reflejar tanto los valores de conservación ambiental como el respeto y la valorización de la cultura local. Asimismo, generar una sensación de aventura, autenticidad y conexión con el destino. Nos distinguimos por nuestro acercamiento al cliente, la experiencia de compra y estancia en el destino.

- **Valores principales:**
    - Sostenibilidad: tanto con el medio natural como con las actividades a desarrollarse en la comunidad local; fomentando prácticas turísticas responsables.
    - Autenticidad: Conexión genuina con las comunidades locales y sus tradiciones autóctonas.
    - Aventura responsable: La experiencia de descubrir el destino, tanto en sus miradores, senderos, como en la Reserva Pacoche.

- **Personalidad de la marca:**
    - Aventurero consciente: Invitando a los viajeros a explorar lo desconocido, pero con un enfoque respetuoso y sostenible.
    - Cálida y cercana: Nuestra marca será amigable, hogareña, accesible y comprometida con la comunidad mantense y sus viajeros.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Bienestar y ecoturismo: Relacionada con la serenidad del paisaje y la conexión que se puede encontrar en el entorno natural de Pacoche.

Posicionamiento:

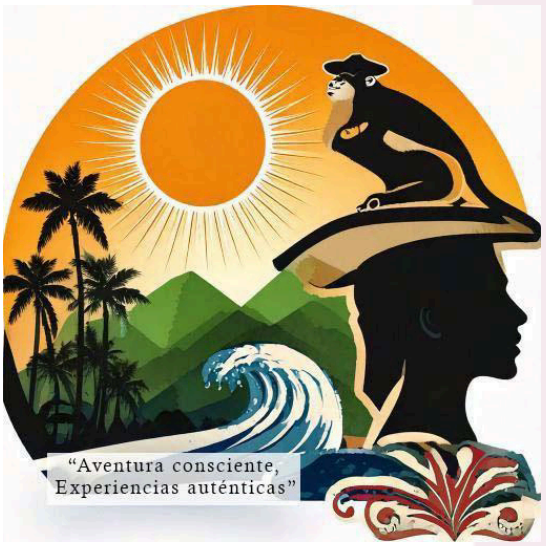
Queremos que nos perciban como un destino turístico comprometido con la sostenibilidad en todos sus ámbitos. En donde la belleza natural del mar y la selva tropical se encuentran con la riqueza cultural local, por medio de 3 rutas turísticas de Pacoche. Nuestro compromiso con la sostenibilidad y el ecoturismo no es solo una práctica, es nuestra filosofía: cuidamos el entorno, apoyamos a las comunidades locales y ofrecemos experiencias que enriquecen tanto a los viajeros como al planeta.

5.3 Diseño Y Creación De Elementos De Marca

Logotipo y elementos visuales: Representando la esencia del producto turístico, este se aprecia en la Figura 12 y adicionalmente la explicación de los elementos en la Tabla 25.

Figura 12

Logotipo



Nota: La figura muestra el logotipo del producto con elaboración propia a través de Canva.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Tabla 25

Atributos y significado del logo

Atributos	Significado
Color verde y palmeras	La biodiversidad de la Reserva Pacoche y la cordillera costanera (pequeña falla geográfica), naturaleza y sostenibilidad.
Mono aullador	Fauna de la reserva Pacoche
Sombrero de Paja Toquilla	La Cultura Montuvia (grupo mestizo) y el Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO
El sol	El dorado, la fortaleza e iluminar de la cultura manteña-huancavilca (grupo nativo americano)
Olas	El mar y la Ruta del Spondylus. Ballenas jorobadas y tortugas marinas.
Molusco Rojo	La concha del Spondylus, un símbolo cultural que conecta su historia a lo largo de la costa del pacífico. Su color rojo anaranjado simbolizaba el poder y la vitalidad de las élites.

Elaborado por: Equipo Maestrantes.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Mensajes clave: Storytelling que representa los valores del producto.

- Destacar los beneficios del ecoturismo mediante narrativas de cómo se crea la experiencia con representación de sus atributos. Y por otro lado, contar historias sobre las experiencias ya vividas por otros viajeros

  .

  Ejemplo, storytelling del producto turístico de Pacoche:

  El ecoturismo es equilibrio, no solo un estilo
  Esta no es una aventura típica, esta es una experiencia auténtica
  Aquí la aventura es nuestro lenguaje y Ecuador nuestro escenario
  Nos sumergimos en lo local, en rutas que pocos se atreven a explorar
  Cada paso nos conecta con la cultura y nos vuelve conscientes con el entorno
  No somos turistas, somos viajeros que buscan más que fotos perfectas
  Buscamos la esencia y la historia detrás de cada aventura
  Existen rutas que simplemente debes vivir
  Manta, Montecristi y San Lorenzo
  Puerto López, Playa Ligüiqui y Agua Blanca
  Pero también experiencias únicas en donde la ruta del spondylus te muestra su lado más cálido y puro.
  Desde la majestuosa Reserva de Pacoche hasta los mágicos atardeceres en el faro de San Lorenzo
  Su arqueología con increíbles corrales marinos y su cultura montubia donde destaca la exquisita sazón manabita
  La experiencia es solo tuya, diseñada a la medida
  Viajeros, amigos, familia que juntos aprendemos y descubrimos nuevas formas de ver y sentir a Manta.

El corazón verde de Pacoche te espera, ¡Vivelo!

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Material de marketing:

- Buscamos priorizar lo digital sobre lo impreso, siempre que sea posible, y ofrecer contenido educativo que inspire y capacite a los viajeros mientras disfrutan un destino único y diverso.
- Ofrecer un sitio web interactivo que resalte la experiencia de ecoturismo que tendrá el turista en el destino y nuestro compromiso con la sostenibilidad.
- Adicionalmente, usamos tonos relacionados a la tierra y naturaleza, junto con imágenes de alta calidad. Presentando las rutas que ofertamos en el destino de Manta, junto con historias y publicaciones de viajeros.

Prototipo material de marketing:

El primer acercamiento entre el cliente y la marca se realizará por medio de redes sociales como instagram o tiktok, en donde por medio de videos cortos e historias se atraerá la atención del potencial cliente gracias al storytelling y se lo remitirá al sitio web.(Figura 13). Aquí podrá observar de primera mano la oferta del destino, donde resalta el recorrido virtual, información sobre las rutas, nuestro compromiso con la sostenibilidad y las experiencias con otros viajeros. (Figura 14).

Figura 13

Ejemplo página web

Nota: La figura muestra el ejemplo de la página web del producto con elaboración propia a través del recurso canva.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 14

Ejemplo historias y posts promocionales para Instagram

Nota: La figura muestra el ejemplo de material publicitario a usar en las redes sociales, con elaboración propia a través del recurso canva.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.4 Implementación En Medios Y Canales

Estrategias de marketing: marketing digital y tradicional para promover la marca.

Para desarrollar una planificación realista y efectiva de las acciones y estrategias, se debe abordar cada uno de los siguientes puntos con un enfoque integral y detallado. A continuación se describe una planificación estructurada para cada acción:

Página web multifuncional y segura:

- Objetivo: crear una página web que integre diversas funciones para facilitar la comunicación e interacción del cliente con el producto, manteniendo un alto nivel de seguridad.

- Estrategias y acciones:
  - Crear una página web que contenga varios apartados como: información sobre las rutas, el sistema de reservas, recorrido virtual del destino y acceso a las redes sociales.
  - Implementar aplicaciones para la gestión de correos electrónicos y notificaciones automáticas (confirmaciones de reserva, ofertas, etc.).
  - Establecer mecanismos de retroalimentación con el cliente mediante encuestas post visita, que permitan compartir las experiencias y sugerencias.

- Recursos necesarios: Desarrollo web, mapping, diseño de experiencia inmersiva, blockchain desarrollado por equipo de seguridad informática.

Implementación de SEO (Search Engine Optimization):

- Objetivo: Optimizar nuestro contenido para que nuestro sitio web aparezca más alto en los resultados de búsqueda.

- Estrategias y acciones:

  - Realizar un análisis exhaustivo de palabras clave relacionadas con el destino Manta, ecoturismo y destinos sostenibles, usando herramientas como Google Keyword Planner.
  - Optimizar títulos, descripciones, imágenes, y URLs con las palabras clave seleccionadas.
  - Asegurar que la calidad del contenido sea relevante, útil y fácil de leer.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Recursos necesarios: Especialistas en SEO, contenido web optimizado, gestor de branding.

Sistema CRM (Customer Relationship Management):

- Objetivo: Mejorar la relación con los clientes y ofrecer experiencias personalizadas mediante el seguimiento de su historial de compras e interacción.

- Estrategias y acciones:
  - Centralizar toda la información del cliente (interacciones previas, reservas, preferencias) en una base de datos para ofrecer servicios personalizados.
  - Configurar campañas de marketing automatizado (e-mails, ofertas personalizadas) basadas en el comportamiento de compra y preferencias del cliente.
  - Sincronización con plataformas de afiliación de viajes y turismo como Tripadvisor y Booking.

- Recursos necesarios: Tecno CRM, Especialistas en CRM, datos de clientes.

Experiencias inmersivas en el proceso de compra:

- Objetivo: Innovar la experiencia de compra a través de la tecnología para mejorar la interacción del cliente con el producto; convirtiendo el proceso de compra en una experiencia por si mismo.

- Estrategias y acciones:
  - Ofrecer recorridos virtuales de las rutas ofertadas en el destino para permitir que los clientes vivan la experiencia antes de viajar.
  - Implementar mapas interactivos con geolocalización que guíen a los turistas una vez lleguen al destino.

- Recursos necesarios: Especialistas en VR, desarrollo web y software.

Colaboración con creadores de contenido e influencers especializados en ecoturismo:

- Objetivo: Aumentar la visibilidad de la marca y promover una filosofía sostenible mediante la contratación de influencers destacados en el sector del ecoturismo.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Estrategias y acciones:
  - Identificar influencers y creadores de contenido que tengan un enfoque en ecoturismo y sostenibilidad.
  - Establecer acuerdos de colaboración para crear contenido (videos, posts en redes sociales) sobre los destinos y nuestra filosofía de trabajo.
  - Crear campañas conjuntas donde los influencers compartan sus experiencias de viaje en el destino y cómo la empresa promueve prácticas sostenibles.

- Recursos necesarios: Presupuesto para marketing con influencers.

Implementación del Net Promoter Score (NPS):

- Objetivo: Medir la satisfacción y lealtad de los clientes para mejorar la calidad del servicio y potenciar estrategias de fidelización.

- Estrategias y acciones:
  - Integrar encuestas NPS automáticas post-compra o post-visita para evaluar la satisfacción de los clientes y recoger comentarios.
  - Realizar un seguimiento personalizado con comentarios negativos y trabajar sobre sus necesidades para mejorar.

- Recursos necesarios: Herramienta de medición de NPS como SurveyMonkey

Presencia en redes sociales:

La presencia en redes sociales se logra creando y gestionando nuestro perfil en plataformas clave (como Instagram, Facebook, Tiktok) para compartir contenido relevante, e interactuar directamente con la audiencia a través de comentarios, mensajes y publicaciones como se aprecia en la Figura 15; generando una comunidad en torno a la marca. A continuación, se detallan posibles estrategias y acciones:

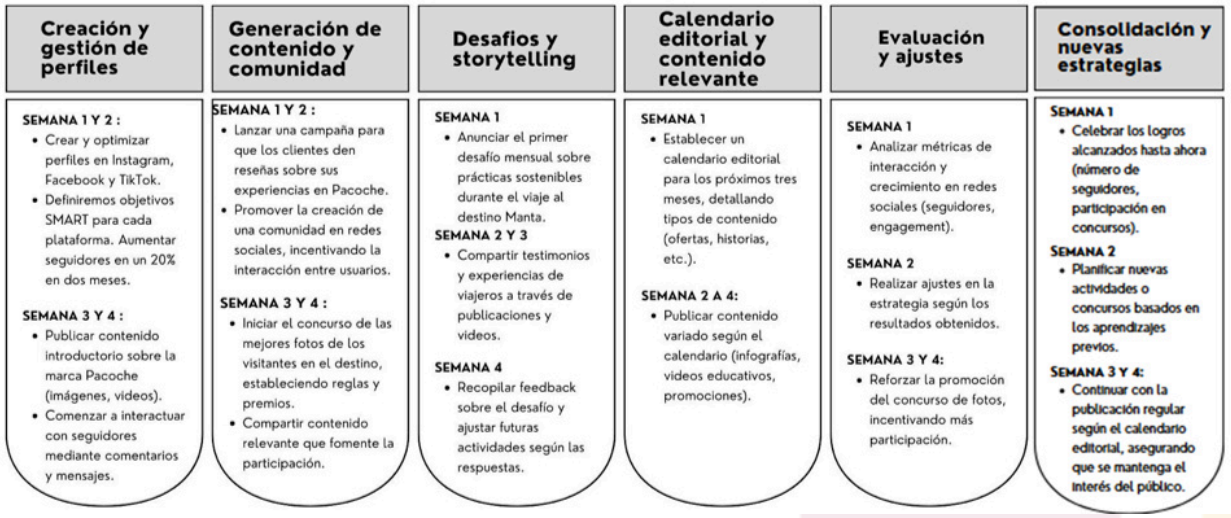
- Canales para que los clientes puedan dar sus reseñas e interactuar con otros visitantes, potencializando la experiencia.
- Concurso de las mejores fotos de los visitantes en el destino, y así captar leads entre los usuarios de las redes que quieran repetir el producto.
- Promoción de desafíos mensuales, invitando a nuestros seguidores y viajeros a adoptar prácticas sostenibles durante su viaje.
- Storytelling con testimonios de viajeros y la comunidad, en donde comparten sus experiencias en el destino.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Establecer un calendario de contenidos que permita detallar el tipo de contenido que se va a publicar por temporada, ofertas, y otros aspectos que aseguren el interés del público hacia el producto ofertado.
- En la siguiente planificación se detallarán actividades en el lapso de 6 meses, del mes 1 al mes 6:

Figura 15

Planificación de marketing para redes sociales



*Nota***:** La figura muestra una planificación para el social media. Elaboración propia.

Formación y sensibilización

Capacitación del personal: Capacitar al personal que estará en contacto directo con los visitantes para transmitir la marca de manera consistente para lo cual se aprecia la Figura 16.

- Establecer reuniones regulares para recibir feedback sobre las actividades que se están llevando a cabo. Valorando sus opiniones y demostrando que estamos dispuestos a adaptarnos para brindar mejoras al proyecto.
- Se promueve la creación de capacitaciones y talleres sobre distintas actividades; ofertando certificados por completar los cursos; lo que les da un sentido de logro y mejora su perfil profesional.
- Involucrar a la comunidad local de Manta en la planificación de los productos turísticos.
- Las capacitaciones se llevarán a cabo en colaboración con las instalaciones de Pacoche lodge.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 16

Planificación macro

Nota: La figura muestra una planificación a nivel macro de la capacitación para el personal del producto turístico, representado en un diagrama de Gantt, elaboración propia con canva.

Para la capacitación del personal que colaborará en el producto turístico de Pacoche, el cuál también será el rostro de la marca, procederemos a potencializar sus habilidades y conocimientos de acuerdo a las necesidades que les servirá en la operatividad de la experiencia para los clientes, la misma que se visualiza en la Figura 17. Dentro de este primer cronograma a nivel macro, se colocan los pasos primordiales para que la capacitación se lleve a cabo con éxito y reforzar el nivel de educación del capital humano de Manta en turismo. Desde la definición del producto como conceptos básicos de servicios y experiencias turísticas, seguido

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

de un análisis de lo que necesitan reforzar, el contigo que tendrá las sesiones, los materiales y recursos que serán crucial para la capacitación, la logística de cómo se ejecutarán, y culminando con evaluación y feedback para analizar el resultado del programa.

Figura 17

Planificación micro

Cronograma de capacitación del personal del producto turístico

TEMAS	Fecha	Hora	Método	Duración	Instructor
Introducción al producto turístico	17/02/2025	9am -11am	Presencial	2 horas	Mgs. Viviana Pérez
Atención al cliente	18/02/2025	10am - 12pm	Taller	2 horas	Mgs. Kevin Muñoz
Manejos de quejas y sugerencias	19/02/2025	9am -11am	Online	2 horas	Mgs. Nicole Merizalde
Trabajo en equipo	20/02/2025	9am -11am	Dinámica grupal	2 horas	Mgs. Viviana Pérez
Marketing turístico	21/02/2025	10am - 12pm	Presencial	2 horas	Mgs. Kevin Muñoz
Cierre del Taller	22/02/2025	9am- 11am	Presencial	2 horas	Mgs. Nicole Merizalde

Nota: La figura muestra una planificación a nivel micro de la capacitación para el personal del producto turístico, representado en un diagrama de Gantt, elaboración propia con canva.

En este cronograma a nivel micro, se especifica que incluirá en la formación del personal del producto turístico de Pacoche, en el cual se seleccionaron los temas más esenciales y que deberán dominar en la operatividad e innovación para los servicios y la experiencia a los clientes. En lo que respecta a las metodologías, se aplicará flexibilidad según el peso del tema y requerimiento del personal para su práctica y simulación en la operación turística. Los instructores serán los gerentes y líderes del producto reestructurado de Pacoche, con horarios cómodos y fechas acorde a la planificación macro para así dar marcha a la gestión. Se

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

implementará seguimiento y revisión periódica del cronograma para ajustarlo a las necesidades cambiantes.

Este cronograma proporciona una estructura clara y organizada para garantizar que el personal esté debidamente capacitado en todos los aspectos relevantes del producto turístico, mejorando así su desempeño y la satisfacción del cliente.

Sensibilización local: Involucrar a la comunidad local en la marca y su importancia para el desarrollo del turismo sostenible, fortaleciendo su empoderamiento.

- Emplear mano de obra local (como guías turísticos y conductores locales) en la gestión de las actividades en los alrededores de la reserva.
- Al incluir platos típicos en las ofertas gastronómicas (como la tonga) o vender artesanías durante las visitas (la tagua o sombrero paja toquilla), se apoya a los productores locales y se asegura que los beneficios permanezcan dentro de la comunidad.
- Crear un sistema de incentivos basado en el desempeño, como bonificaciones por cumplir metas de calidad, ventas o satisfacción del cliente.

5.5 Lanzamiento Oficial

Evento de lanzamiento: Organizar un evento oficial para presentar la marca a la comunidad, los medios y los stakeholders.

Durante el lanzamiento oficial y promocional de nuestro producto turístico se plantea realizar una rueda de prensa en donde se convoca al Municipio de Manta, Prefectura de Manabí y Ministerio de Turismo, proveedores de turismo, al igual que influencers alineados a nuestros valores. En el evento se presentará un video o exposición destacando las riquezas naturales y culturales de Manta haciendo un aterrizaje hasta Pacoche.

Los asistentes podrán participar en talleres interactivos sobre ecoturismo (técnicas de senderismo, equipamiento) y artesanías (símbolos, historia y folklore), como la elaboración de sombreros de paja toquilla, bebida típica como el Guarapo proveniente de la caña de azúcar, fomentando el conocimiento y la valoración de la identidad local. Asimismo, se ofrecerá una degustación gastronómica con platos típicos como el viche de pescado.

El lanzamiento culminará con recorridos in situ guiados por senderos del bosque tropical y otros atractivos, brindando una experiencia inmersiva que conecte a los visitantes con la riqueza natural y cultural de Pacoche.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

El evento de lanzamiento tiene fecha para el 17 de enero del 2025, en el Terminal de cruceros de Manta a las 10h00 AM, con los principales agentes públicos y privados. Al culminar el acto formal y lanzamiento del producto, a las 12h00 PM se invita a la Reserva Pacoche, en colaboración con el restaurante y mirador Quinta Victoria para un almuerzo con los delegados y actores locales a formar parte de esta experiencia de ecoturismo.

Prototipo en material de marketing para el lanzamiento del evento:

En la Figura 18 y Figura 19, se puede apreciar que la promoción del evento de lanzamiento se realizará en todas las plataformas y medios digitales (perfil de Mintur, OTAs, redes sociales); dependiendo de la plataforma o el canal de comunicación se mostrará un formato adaptado al receptor. Para reels y posts en instagram se promocionará el evento una semana antes, y cada día se subirán diferentes formatos de material publicitario; en donde varía el paisaje de acuerdo a las 3 rutas ofertadas, junto con su flora y fauna.

Figura 18

Material para redes y promoción evento

Nota: La figura muestra material promocional para la campaña de lanzamiento del producto, con elaboración propia a través del recurso canva.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 19
Ejemplo Lanzamiento del producto

Nota: La figura muestra el ejemplo del lanzamiento del producto con elaboración propia a través del recurso Genially.

Campañas especiales: Lanzar campañas y promociones especiales para generar interés y participación inicial.

- Previo al lanzamiento oficial del producto, se propone proyectar campañas en redes sociales que generen intriga sobre un producto innovador a desarrollarse en Manta; utilizando material multimedia (videos de la reserva y fotografías de la fauna y su gente) inmersivas para resaltar la belleza de Pacoche, como se muestra en la Figura 20.

- Así mismo crear hashtags específicos, para maximizar el alcance e interacción con audiencias jóvenes y amantes de la naturaleza.

- Durante estas campañas se plantea ofrecer promociones únicas en paquetes que incluyan una de las 3 rutas propuestas, destacando los talleres de artesanías, como el sombrero de paja toquilla, combinados con degustaciones de la gastronomía manabita, y turismo sostenible en la Reserva de Pacoche.

- Descuentos atractivos para aquellos que reserven con anticipación, incentivando así la planificación y el compromiso temprano con nuestro producto turístico.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Figura 20

Material de campaña

Elaborado por: Equipo de maestrantes

5.6 Gestión de Continua Adaptación

Monitoreo de la percepción: seguimiento de la percepción de la marca mediante encuestas, comentarios y análisis de redes sociales.

- Implementar encuestas digitales al final de las actividades en Pacoche, usando tablets o códigos QR, para recopilar opiniones sobre la experiencia y detectar áreas de mejora. Monitoreo en Plataformas Digitales: Analizar comentarios y calificaciones en redes sociales y portales turísticos, utilizando herramientas como Hootsuite para medir la percepción del destino.
- Interacción en Redes Sociales: Fomentar la participación con hashtags cómo #ExperienciaPacoche.
- Informes de Percepción: Elaborar reportes trimestrales con la data recopilada, identificando fortalezas y áreas de mejora, para compartirlos con otras operadoras y autoridades con el objetivo de realizar ajustes estratégicos y transparencia.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Adaptación a cambios: Estar preparado para ajustar la estrategia de marca en función de cambios en el mercado, las tendencias y las necesidades de los visitantes.

- Análisis de Mercado: Monitorear regularmente las tendencias turísticas globales y nacionales, como el auge del ecoturismo en otros destinos o las demandas de experiencias personalizadas. Esto permitirá identificar oportunidades y adaptar la oferta de Pacoche a las expectativas del mercado.

- En casos de cambios en la administración pública, ya sea nacional, provincial o local, estableceremos canales de comunicación claros y alianzas con los stakeholders locales y actores públicos con influencia en la centralidad de poder, para beneficio al turismo y evitar que sean afectadas directa e indirectamente las actividades turísticas que forman parte de nuestro producto en Pacoche.

- Realizar sondeos frecuentes entre los visitantes para conocer sus preferencias, expectativas y necesidades emergentes. Incorporar preguntas abiertas ayudará a detectar ideas innovadoras o cambios en sus intereses y poder acoplarlas a nuestra idea de negocio.

- Ante las competencias crecientes y en diversificaciones de las ofertas de turismo, podemos a través de las OTAs expandirnos a dos nuevos mercados internacionales, como estrategia de alianza y como un pilar que nos beneficie en la distribución y comercialización de Pacoche.

- Fortalecer el capital humano de Manta en turismo: Brindaremos formación continua a los proveedores turísticos locales, para que estén actualizados en tendencias y técnicas de atención al cliente, garantizando una experiencia adaptada y competitiva.

- Colaboración con Expertos: Establecer alianzas con expertos en turismo sostenible, marketing y tecnología para implementar estrategias que integren innovaciones y mantengan la relevancia de la marca Pacoche frente a los cambios del mercado.

Evaluación y mejora: Evaluar regularmente el desempeño de la marca y realizar mejoras basadas en la retroalimentación y resultados.

- Indicadores clave de desempeño para tour operadores **(KPI)**: Realizar análisis trimestrales de las métricas clave como los siguientes:

    - Nivel de satisfacción

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

- Tasa de conversión
- Tasa de ocupación de los servicios turísticos
- Reseñas y calificaciones online
- Tráfico de página web y la tasa conversión
- El valor de vida del cliente

Y así poder evaluar el impacto de las estrategias implementadas.

- Análisis **FODA** regular: una evaluación interna y periódica de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para que nos refleje un panorama mucho más transparente y actual del producto turístico en el mercado.

- **Monitoreo Continuo**: mediante auditorías internas y revisiones basadas en el feedback, establecer un sistema de seguimiento continuo para evaluar los cambios implementados, garantizando y asegurando que las mejoras realmente se alineen con las expectativas de los visitantes en el destino.

- **Con el Big Data de la gestión del CRM** de nuestro producto en Pacoche, realizaremos un estudio cuantificable de satisfacción del cliente. En caso de obtener una alta lealtad, incrementar un 25% la inscripción al programa de fidelización de cliente para los próximos meses.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

CAPÍTULO 5:

CONCLUSIONES Y APLICACIONES

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.1. Conclusiones Generales

A lo largo de esta investigación, se ha evidenciado la importancia de una planificación turística estratégica sostenible para la reestructuración del producto turístico del Refugio de Vida Silvestre y Marino Pacoche. Los resultados obtenidos indican que la implementación de un modelo de planificación que integre las necesidades de los actores locales, así como el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales, es fundamental para maximizar los beneficios económicos y sociales de la actividad turística.

Se ha demostrado que una adecuada coordinación entre los diferentes stakeholders y sectores involucrados de la industria turística, pueden transformar el producto turístico de Pacoche en una oferta atractiva y competitiva. La identificación de las fortalezas y debilidades del destino Manta, a través de herramientas como el análisis FODA al igual que otras herramientas tecnológicas innovadoras que ha permitido delinear estrategias efectivas que fomenten la sostenibilidad y rentabilidad en la propuesta de negocio.

Además, se concluye que la capacitación continua del personal que colaborará en la operatividad turística son esenciales para mejorar la calidad del servicio y garantizar una experiencia positiva hacia el cliente. La participación activa de la comunidad local de Pacoche en el diseño e implementación del producto no solo aumentará la aceptación social, sino que también dinamizará la economía local.

Finalmente, este proyecto de investigación prioriza un área sensible y protegida, en donde se resalta la necesidad de la planificación estratégica como herramienta para facilitar la toma de decisiones para favorecer el bienestar social y la conservación ambiental. Se recomienda que futuros estudios profundicen en sostenibilidad e innovación turística para ideas de negocios en áreas protegidas. Este ejemplo de investigación incluye elementos clave como metodologías para proyectos turísticos (PBL, PMBOK, Lean startup), desde un nivel macro hasta llegar al micro, asegurando su viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.2. Conclusiones Específicas

5.2.1. Análisis Del Cumplimiento De Los Objetivos de la Investigación

En cumplimiento del objetivo 1 de la investigación, al abordar el tema de investigación de una manera general hasta llegar a lo específico se realiza un análisis micro referente a los aspectos esenciales de un atractivo turístico en mismo que se aprecia en la planificación del destino turístico cumpliendo satisfactoriamente una visión detallada de las condiciones actuales del destino identificando los factores internos y externos que permiten desarrollar estrategias referente a la oferta turística permitiendo mejoras en la infraestructura.

En lo que respecta al objetivo 2, este se cumple mediante la conceptualización del producto turístico del producto denominado "Corazón Verde de Pacoche" enfocado a un turismo ecológico y sostenible, aprovechando los recursos naturales y culturales como el sombrero de paja toquilla aspecto patrimonial dando un plus al producto en experiencias vivenciales con el turista, en concatenación con actividades de naturaleza.

Al referirnos al objetivo 3, se cumple a través del plan de acción estratégico en la reestructuración del producto turístico en la Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, creando una propuesta clara de negocio referente al ecoturismo en beneficio de la localidad, en donde se identifican como atributos propios del destino la capacitación de los guías locales, así como la inclusión de la comunidad en el producto replanteado, garantizando un enfoque sostenible en donde se garantiza la autenticidad del destino brindando un servicio de calidad al turista.

El objetivo 4, se cumple al priorizar al cliente en la experiencia del producto de ecoturismo, en la gestión de marca; dichas estrategias de comercialización permiten fortalecer el posicionamiento, calidad del servicio, promoviendo el éxito del producto.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

5.2.2. Contribución a La Gestión Empresarial

Una de las estrategias con mayor dominio y viabilidad en este proyecto de investigación, es la colaboración entre sectores, la creación de alianzas estratégicas entre el sector público, privado y la comunidad local es esencial para fomentar un entorno propicio para el producto turístico en Pacoche. Estas colaboraciones nos garantizan y facilitan la obtención de financiamiento, compartir buenas prácticas, y promover iniciativas conjuntas que beneficien a todos los involucrados.

A nivel empresarial también nos compete resaltar la inversión en capacitación y formación del personal involucrado en la operatividad del producto turístico. Es vital ya que aparte de empoderar a los colaboradores, se contribuye a una amyor satisfacción al cliente y fidelización del mismo.

5.2.3. Contribución a Nivel Académico

Este trabajo enfocado en la planificación turística, la cual se basa en metodologías de proyectos con principios para garantizar su viabilidad, académicamente nos permite una organización efectiva de actividades y recursos, identificación de necesidades, garantizados que las iniciativas turísticas sean sostenibles beneficiosas para todos los actores, especialmente para comunidad local. Además, las metodológicas aplicadas en este proyecto para restaurar un producto como propuesta de negocio, no solo nos aborda cuestiones prácticas de desarrollo turístico, sino que también contribuye al ámbito académico mediante investigación, datos, innovación y sostenibilidad. Elementos cruciales para poder enfrentar desafíos en el sector turístico.

5.2.4. Contribución a Nivel Personal

El desarrollo en la reestructuración del proyecto en el Refugio Marino y Costero Pacoche, permite valorar e integrar aspectos relacionados a la sostenibilidad de forma real y efectiva, mediante la utilización de los recursos naturales y culturales, además del uso adecuado de los atractivos del destino de manera integral. Este enfoque sostenible enfatiza aspectos positivos

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

como la elaboración de un plan estratégico que promueva la conservación ambiental en donde se destaque la importancia de involucrar a la comunidad local, creando fuentes de empleo que propender a mejorar la calidad de vida, fortaleciendo la identidad cultural a través de una gobernanza equitativa entre los diversos actores, permitiendo garantizar el fortalecimiento de la economía del destino mediante la capacitación continua del personal integrando el uso de herramientas tecnológicas que optimicen la experiencia del visitante, contribuyendo significativamente al éxito del destino Pacoche, siendo un destino ecoturístico auténtico y competitivo.

5.3. Limitaciones a la Investigación

En lo que respecta a limitaciones metodológicas, existió una falta de datos confiables y precisos que se presentaron durante la evaluación del destino de Manta, a pesar de ser un destino turístico muy estudiado por ser considerada la puerta del pacífico, las fuentes primarias formaron alrededor del 40% de la información recopilada y un 10% de artículos de turismo. Por otro lado, en limitaciones de acceso, el número de participantes fue limitado, ya que dentro del proceso de evaluación macro, hubo escasa colaboración por parte de los agentes turísticos especialmente del sector hotelero en lo que respecta a encuestas por correo electrónico. Sin embargo, actores del sector público como la Prefectura de Manabí, Municipio de Manta y comunidad pudieron cubrir las necesidades que se requirieron para cumplir con éxito este proyecto.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Air New Zealand.** (s.f.). *Tiaki promise*. Air New Zealand. https://www.airnewzealand.com/tiaki-promise
2. **Anchundia Santana, G. C.** (2023). *Comportamiento de la demanda turística en el año 2022 en el cantón Manta* (Tesis doctoral). https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4402/1/ULEAM-HT-0102.pdf
3. **Atracciones - Oro Verde Manta.** (s.f.). *Oro Verde Manta.* https://www.oroverdemanta.com/es/atracciones/
4. **Autoridad Portuaria Manta.** (2020). *Boletín estadístico portuario*. Dirección de Planificación y Gestión Integral.
5. **Ávila Carreño, D.** (2023). Turismo MICE como estrategia para superar la estacionalidad turística, caso: Manta, Manabí, Ecuador. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR*, 3(1), 25-34. https://doi.org/10.51260/rigistur.v3i1.397
6. **Beedie, P., & Brooks, S.** (2006). *Ecotourism and nature-based tourism.* Routledge.
7. **Bravo Macías, C.** (2023). *Perspectivas turísticas del Refugio de Vida Silvestre y Marino Costera Pacoche, Manabí – Ecuador".* Artículo revista Retos Turísticos, volumen 22, número 1.
8. **Centro de Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica de Chile.** (2017). *Propuesta metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de infraestructura turística.*
9. **Chuenpagdee, R., & Hoag, D.** (2009). *Marine ecotourism and conservation.* Springer.
10. **Desarrollo de productos turísticos.** (s.f.). https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos
11. **Dutch Cycling Embassy.** (s.f.). *Cycling in the Netherlands: A sustainable transport solution.* Recuperado de [Dutch Cycling Embassy website].
12. **Fennell, D. A.** (2008). *Ecotourism.* Routledge.
13. **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta.** (2024). *Plan de uso y gestión del suelo PUGS.* Instrumento Territorial del PDOT.
14. **Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí.** (2021). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí 2030.* Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. https://www.manabi.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/I_PDOT_Manabi_2030_compressed.pdf
15. **Gobierno de Ecuador.** (s.f.). *Turismo en cifras: Entradas y salidas internacionales.* https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/
16. **Gobierno de Manabí.** (s.f.). *Base de datos del directorio.* https://www.manabi.gob.ec/doc_transparencia/doc_internos/05_b1/BASEDEDTOSDELDIRECTORIO.pdf
17. **Government of Canada.** (s.f.). *Canadian tourism strategy.* [Government of Canada

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

website].
18. **ICCA Statistics Report.** (2018). *Country & city rankings.* https://n9.cl/qj9n4
19. **INEC.** (2022). *Estructura poblacional. Cantón Manta.*
20. **Mejía Cano, Y. K., & Muñoz Mera, K. R.** (2019). *Estudio de mercado emisor en el consumo de turismo de crucero en el destino Manta* [Informe de trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López].
21. **MINCETUR, G. de P., Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.** (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos.* Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.
22. **Ministerio de Turismo.** (2022). *Gestión de emprendimientos turísticos.* EDUKRED.CIA.LTDA.
23. **Ministerio del Turismo.** (2022). *Turismo interno del internauta. Destino de preferencia.*
24. **Ministry of Infrastructure and Water Management (Netherlands).** (2019). *National Cycling Agenda.* Recuperado de [Government of the Netherlands website].
25. **Molina Velásquez, E., Cabanilla Vásconez, E., Garrido Cornejo, C., & Borja Vivero, J.** (2022). Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación pos-COVID-19 en Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 9(3), 63–80. https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.663
26. **Moreno, M. C. M.** (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158.
27. **Muentes Navarrete, J. G.** (2017). *Propuesta conceptual de un sistema vinculante de los espacios públicos existentes en la zona urbana de la parroquia Manta del cantón Manta* (Tesis doctoral). https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/426/1/ULEAM-ARQ-0016.pdf
28. **Muñoz, D. G. H.** (2020). Algunos antecedentes históricos, socio-culturales de las bebidas alcohólicas en Ecuador dirigido a los estudiantes de arte y turismo. *Tercio Creciente*, 57-73.
29. **Museo Centro Cultural Manta – Museo Nuclear Corporación Ciudad Alfaro.** (s.f.). https://ciudadalfaro.gob.ec/museo-centro-cultural-manta/
30. **Naranjo, L.** (2021). *Propuesta de plan de negocios con el modelo Canvas: Plataforma digital colaborativa de experiencias rurales de Ecuador.* Trabajo de proyecto para la obtención de un Máster en Marketing y Promoción Turística, Escuela Superior de Turismo y Tecnología del Mar. Supervisado por Dr. Nuno Almeida.
31. **Olmedo Bravo Terán, N., & Jama Cornejo, F. V.** (2023). *Modelo de turismo inteligente en la gestión de información de big data en Manta, Ecuador.* Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador.
32. **Organización Mundial del Turismo.** (2023). *Definición de turismo sostenible.* https://www.unwto.org
33. **Organización Mundial del Turismo (OMT).** (2020). *Manual de turismo de naturaleza.*
34. **Organización Mundial del Turismo (OMT).** (2021). *Turismo de naturaleza y ecológico.*
35. **Orgaz-Agüera, F., & Moral Cuadra, S.** (2016). Perfiles turísticos en función de las

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

motivaciones para viajar. *International Journal of World of Tourism*, 3(6), 45-56. https://doi.org/10.12795/IJWT.2016.i06.05

36. **PromPerú.** (s.f.). *Perú: A world of wonders.* Recuperado de [PromPerú website].
37. **Pucher, J., & Buehler, R.** (2008). Making cycling irresistible: Lessons from The Netherlands, Denmark and Germany. *Transport Reviews*, 28(4), 495-528. https://doi.org/10.1080/01441640701806612
38. **Reinoso, N. G.** (2021). Segmentación por motivaciones y valoración del turismo interior en el destino Manta, Manabí, Ecuador. *Innovar*, 31(80), 57-72.
39. **Romero.** (2010). *Gestión de proyectos turísticos.* Lima, Perú: Ediciones Piura.
40. **Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación.** (2011, junio). *Visión Gerencial.* https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf
41. **Universidad Pontificia de Chile.** (2017). *Propuesta metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de infraestructura turística.* https://sni.gob.cl/storage/docs/Documento%20metodol%C3%B3gico%20turismo.pdf
42. **Zambrano Barcia, A. V., & Molina Cedeño, J. W.** (2022). Aporte académico ULEAM para reactivación y empoderamiento turístico del cantón Manta frente a pandemia COVID-19. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(6), 45-56. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.006

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para la evaluación de la competitividad y la sostenibilidad del destino Manta basado en el modelo de Crounch y Ritchie (2003)

	Puntuación de 0 a 3
1. FACTORES DE GESTIÓN	
1.1 Definición del Sistema y Organización	
1. El destino cuenta con la participación de todos los actores sociales públicos y privados	2
2. Se han generado alianzas con los agentes locales para la preservación de la cultura local	2
3. Los actores existentes están involucrados en la definición del sistema y organización	2
4. Existe un sistema de articulación permanente para el desarrollo del destino	1
5. Existen estrategias a largo plazo	2
1.2 Filosofía, valores y visión	
6. Se cuenta con una imagen identitaria que genere arraigo y apropiación territorial de la población	1
7. Se cuenta con una visión a largo plazo que no cambie con cada gobierno	1
8. Las filosofías, visión misión que se persigue trasciende hacía un ámbito general	1
1.3 Gestión de factores de atracción	
9. Existen acciones para la conservación de los recursos y atractivos	3
10. Existen instalaciones turísticas en torno a los recursos turísticos	3
11. Existen actividades turísticas en torno a los recursos turísticos	3
1.4 Análisis de mercadeo	
12. Existe una identificación del perfil del turista para los productos turísticos del destino.	3
1.5 Marketing	
13. Existe un plan de comercialización y visibilización del destino	3
14. Cuenta con una página, Fan page u otros medios, orientada a la promoción de productos turísticos	2
15. Las organizaciones realizan estrategias de visibilización coordinada y comercialización de los atractivos o por el contrario la labor de divulgación la realizan agentes privados de manera aislada e independiente.	1
16. Existe una labor de divulgación constante del destino en medios de comunicación o por medios impresos	3
17. Los paquetes promocionales tienen dificultades con los procesos para su formalización	2
18. existen políticas para la visibilización del destino y los productos	1
19. Existe una visión positiva del destino en redes sociales e internet en general	3
1.6 Marca	
20. Existe una imagen de marca del destino o por el contrario los slogans de cada administración son la marca que visibiliza el destino	3
1.7 Desarrollo y expansión	
21. Se ha visto el turismo como una alternativa de diversificación económica	3

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

22. Se llevan a cabo acciones capacitación y entrenamientos desde las instituciones	3
23. Existe un plan institucional de desarrollo turístico para la gestión del destino	3
24. Existen convenios con operadores nacionales e internacionales para la promoción y venta del destino – creación de paquetes.	2
1.8 Colaboraciones estratégicas externas	
25. Existe un número de apoyos suficiente en los niveles superiores de la administración y en asociaciones empresariales nacionales	2
1.9 Calidad del Servicio	
26. Los hoteles, restaurantes, agencias de viaje y empresas de turismo cuentan con certificaciones de calidad	2
1.10 Control y evaluación internos	
27. Se cuenta con información (cuadro de mando) que permita un adecuado análisis del destino enfocada al turismo que permita verificar indicadores como: número de viajeros, pernoctaciones, empleos en el sector, gasto medio diario, ingresos por turismo, satisfacción y motivación turística.	3
1.11 Gestión de visitantes	
28. Se cuenta con un sistema de información turística para poder llevar una gestión eficiente de toda la información turística y emitir informes que permitan adaptar la gestión y difundir la información turística.	3
1.12 Gestión de crisis	
29. Se cuenta con un plan de emergencias	3
1.13 Evaluación externa	
30. Existe un sistema para la evaluación externa del destino	3
Puntuación obtenida	**69**
Puntuación obtenida / Máxima puntuación obtenible (90)	**77%**

	Puntuación de 0 a 3
2. FACTORES DE PRODUCCIÓN	
2.1 Recursos humanos	
1. El sector turístico cuenta con la atractividad suficiente para el desarrollo perfiles profesionales relacionados con el sector	3
2. Existe una cultura de servicio turístico.	3
2.2 Sistema de financiación	
3. Existe un nivel suficiente de inversión pública para el desarrollo de proyectos turísticos o las iniciativas son privadas y principalmente centradas en la infraestructura hotelera.	3
4. Existen líneas de financiación para los proyectos turísticos que se identifican en la esfera local	2
2.3 Tecnología de la comunicación	
5. Se cuenta con tecnología para la gestión de información en tiempo real, que ofrezca conectividad permanente	1
6. Se ha innovado en proyectos tecnológicos que crean productos para el turista	2
2.4 Tecnología para la gestión	
7. Se cuenta con herramientas tecnológicas, conectividad e internet de las cosas para lograr gestionar, monitorear e identificar el estado de los lugares turísticos, su tratamiento y cuidado por los habitantes del territorio.	1
2.5 Tecnología I+D	
8. Existe un sistema de investigación y desarrollo de productos turísticos competitivos	2
Puntuación obtenida	**17**
Puntuación obtenida / Máxima puntuación obtenible (24)	**71%**

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

	Puntuación de 0 a 3
3. FACTORES DE SOPORTE	
3.1 Infraestructura	
1. Cuenta con infraestructura vial en buen estado de accesibilidad	3
2. Cuenta con infraestructuras suficientes para el transporte de pasajeros (aeropuertos, estaciones de tren, estaciones de autobuses, terminal marítima)	3
3. La infraestructura hotelera y de restauración cuenta con equipamiento adecuado y de calidad	3
3.2 Accesibilidad	
4. Cuenta con sistema de transporte regular organizado	2
5. Cuenta con empresas para alquiler de vehículos	3
3.3 Seguridad Integral	
6. Se cuenta con suficiente dotación policial para la protección del turista	2
7. Los índices de delincuencia y criminalidad garantizan la estancia de los viajeros.	2
3.4 Recursos facilitadores	
8. Cuenta con señalética turística para identificar los lugares emblemáticos y principales atractivos.	3
9. El turista cuenta con Mapas, folletos e información de seguridad en las zonas de visita	3
3.5 Tourism awareness (conciencia turística de la sociedad civil)	
10. Se ha definido la participación de las comunidades en proceso de desarrollo turístico	2
3.6 Empresas	
11. Existe un número suficiente de empresas legalmente constituidas para operar y prestar servicios turísticos	3
Puntuación obtenida	**29**
Puntuación obtenida / Máxima puntuación obtenible (33)	**88%**

	Puntuación de 0 a 3
4. FACTORES DE ATRACCIÓN	
4.1 Fisiografía y clima	
1. El clima facilita la práctica turística	3
2. El paisaje es visualmente atractivo	3
4.2 Cultura e historia	
3. La historia y la cultura son un atractivo del destino	3
4.3 Mix de actividades	
4. Se pueden realizar un número suficiente de actividades (deportivas, culturales, observación y avistamiento, gastronómicas, ...)	3
4.4. Eventos especiales	
5. La agenda cultural preparada por las administraciones públicas y los operadores culturales, congresos y fiestas populares son suficientes para satisfacer las necesidades turísticas.	2
4.5 Ocio	
6. Existe un número suficiente de actividades de ocio en la que los turistas puedan emplear su tiempo.	3
4.6 Relaciones de mercadeo	
7. Existe una política de promoción del destino coordinada en la que se involucren tanto a agentes públicos como privados.	2
Puntuación obtenida	**19**
Puntuación obtenida / Máxima puntuación obtenible (21)	**90%**

FACTORES DE EVALUACIÓN

1. FACTORES DE GESTIÓN	69	77%
2. FACTORES DE PRODUCCIÓN	17	71%
3. FACTORES DE SOPORTE	29	88%
4. FACTORES DE ATRACCIÓN	19	90%
Puntuación obtenida	134	
Puntuación obtenida / Máxima puntuación obtenible (168)	80%	

Fuente: Modelo de Crounch & Richie, (2003)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

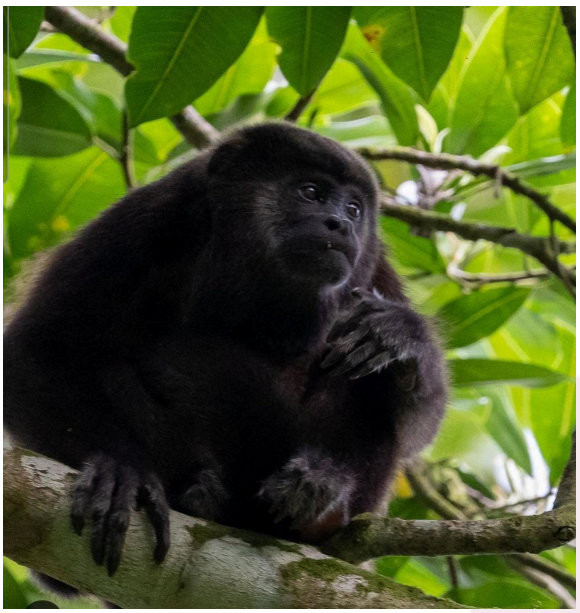
Anexo 2. Refugio Pacoche

Refugio de Vida Silvestre Marino Costero
Pacoche

Fuente: Plan de Manejo Refugio de Vida Silvestre Marino y Costero Pacoche (2017)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 3. Mono aullador



Fuente: Pacoche Lodge & Reserve (perfil instagram)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 4. Sendero el Faro

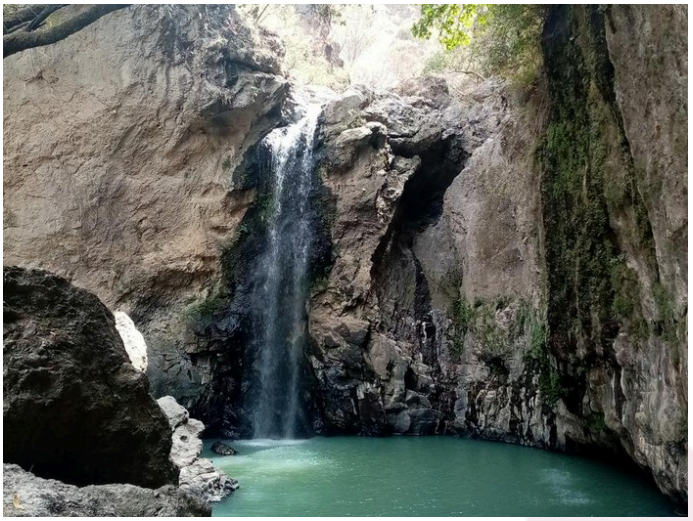
Fuente: Plan de Manejo Refugio de Vida Silvestre Marino y Costero Pacoche (2017)

Anexo 5. Sendero pasaje el Mono

Fuente: Plan de Manejo Refugio de Vida Silvestre Marino y Costero Pacoche (2017)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 6. Cascada San Lorenzo



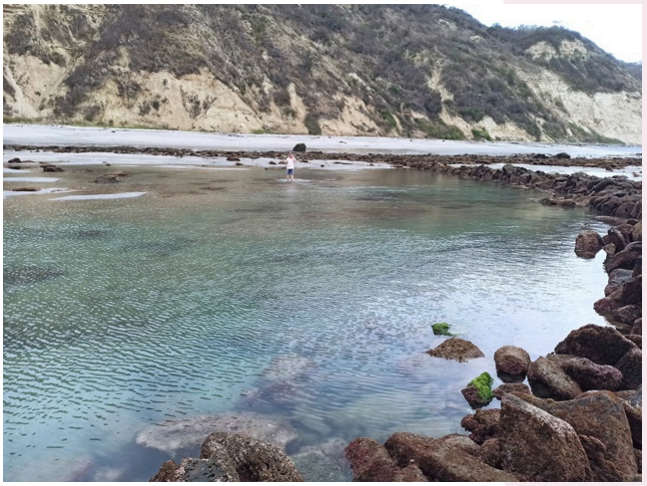
Fuente: Refugio de Vida Silvestre Marino y Costero Pacoche (2017)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 7. Museo Pacocha

Fuente: ULEAM, (2021)

Anexo 8.Corrales Marinos Ligüiqui



Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, (2020)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 9. Playa San Lorenzo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10. Playa Ligüiqui

Fuente: Plan de Manejo Refugio de Vida Silvestre Marino y Costero Pacoche (2017)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 11. Alojamiento Ecolodge Pacoche

Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 12. Menú de Pacoche

MENÚ* Pacoche lodge & reserve *Precios incluyen IVA y servicio

TONGAS DE PACOCHE	PRECIO
Tonga tradicional de pollo	9,80
Tonga de pescado	10,60
Tonga de camarón	10,60
Tonga de longaniza	10,60
Tonga de cerdo	10,60
Tonga de gallina criolla	10,60
Tonga mixta especial	11,80
Tonga vegana / vegetariana	9,80

BEBIDAS VARIAS	PRECIO
Jugo natural	2,50
Gaseosa / Té helado	1,50
Agua sin gas	1,50
Agua con gas	2,00
Té de manzanilla	2,50
Jarra de jugo	8,00
Media jarra de jugo	4,00
Cerveza	3,00
Avena Quaker	2,50
Jarra de avena	9,60
Café Pacoche	2,50
Chocolate caliente	3,00

MÁS DELICIAS ÚNICAS	PRECIO
Caldo de gallina criolla	9,80
Pescado en salsa de camarones	12,80
Camarones al ajillo	12,80
Espagueti en salsa de camarones	12,80
Estofado de pescado	9,60
Pescado a la plancha	10,60
Seco de gallina criolla	10,80
Estofado de pollo	9,80
Pollo a la plancha	9,60
Desayuno de la casa (hasta 10h00)	7,80
Tigrillo con longaniza	7,80
Cazuela de pescado o de camarón	9,40
Cazuela mixta	10,20
Viche manaba	8,20
Risotto con camarones	10,80

POSTRES Y ANTOJOS	PRECIO
Mousse del día	4,80
Maduro con queso rallado	3,90
Patacones con queso rallado	3,90
Bolón de verde con queso	3,90
Bolón de verde con chicharrón	5,60

Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 13.Tarifas de pernoctación

Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

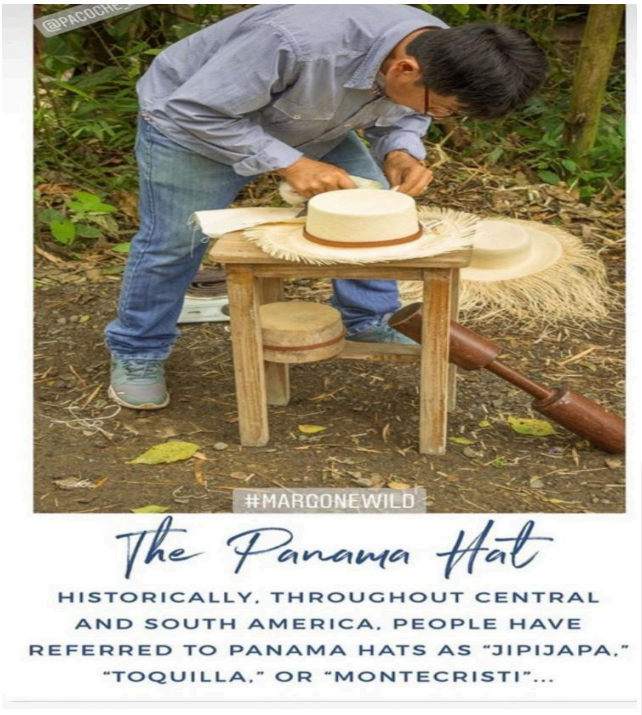
Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 14. Tarifas de caminatas y otros servicios

Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 15. Artesanías en Pacoche elaboración del sombrero



Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 16. Artesanías en Pacoche tejido del sombrero

Fuente: Pacoche Lodge & Reserve

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Anexo 17. Ciudad de Manta

Fuente: PDOT Manta

Anexo 18. Terminal de Cruceros

Fuente: PDOT Manta

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.