



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
HOTELERAS**

**“INCIDENCIAS EN LAS ACTIVIDADES DE RECREACIÓN DEL TURISMO
DE SOL Y PLAYA PARA UN PLAN DE DESARROLLO DE
REGENERACIÓN EN LA PLAYA DE SAN MATEO”**

**AUTOR:
ELISA MAGDALENA SOLORZANO CEDEÑO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

**TUTOR:
ECO. LUIS FERNANDO ALBÁN**

**Guayaquil, Ecuador
2015**



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Elisa Magdalena Solórzano Cedeño**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Eco. Luis Fernando Albán

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 16 días del mes de marzo del año 2015



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Elisa Magdalena Solórzano Cedeño

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Incidencias en las Actividades de Recreación del turismo de sol y playa para un plan de desarrollo de Regeneración en la playa de San Mateo**”, previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 16 días del mes de marzo del año 2015

EL AUTOR:

Elisa Magdalena Solórzano Cedeño



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, Elisa Magdalena Solórzano Cedeño

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Incidencias en las Actividades de Recreación del turismo de sol y playa para un plan de desarrollo de Regeneración en la playa de San Mateo”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de marzo del año 2015

EL AUTOR:

Elisa Magdalena Solórzano Cedeño

AGRADECIMIENTO

A Dios quien me ha dado la vida y oportunidad de estar en estos momentos agradeciéndole este trabajo.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios, les agradezco toda su paciencia y confianza hacia mí.

A mi esposo quien ha estado conmigo desde que empecé mis estudios universitarios, brindándome su apoyo y amor incondicional. Ellos sin duda me han dado fuerzas y valor para no desmayar en las dificultades y adversidades que se me presentaron en varias circunstancias.

A mis hijos, quienes nacieron justo en el inicio de mi carrera y al término de la misma, mis dos mayores tesoros que me dan alegría y ganas de seguir superándome día a día.

Al Economista Luis Fernando Albán, Tutor asignado en este proyecto; quien me brindo su tiempo, guía y conocimientos en el proceso de elaboración de este trabajo.

Elisa Solórzano

DEDICATORIA

A Dios principalmente, por haberme permitido llegar a este momento tan importante y gratificante en mi vida.

A mis padres sin duda alguna les dedico este trabajo, el resultado final del esfuerzo de mis estudios, quienes han estado apoyándome a lo largo de mi carrera Universitaria, que debido a varias circunstancias personales no pude hacerlo como ellos anhelaban y deseaban, sin embargo gracias al apoyo de ellos y su confianza les demostré que pude culminar mi carrera.

A mi esposo José Eduardo, pilar fundamental en mi vida, quien me ha brindado su apoyo en todo momento.

A mis hijos va dedicado este trabajo, ellos mi razón de vida

Elisa Solórzano



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

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final del Tutor

Eco. Luis Fernando Albán
TUTOR

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Justificación	5
1.3 Planteamiento del problema	6
1.4 Formulación del problema	8
1.5 Objetivos	8
1.5.1 Objetivo General	8
1.5.2 Objetivos Específicos	8
CAPITULO II	9
MARCO CONTEXTUAL	9
2.1 Marco Teórico	9
2.2 Marco Conceptual	15
2.3 Marco Referencial	17
2.4 Marco Legal	21
CAPITULO III	27
MARCO METODOLOGICO	27
3.1 Enfoque de investigación	27
3.2 Diseño de investigación	27
3.2.1 Investigación Exploratoria	27
3.2.2 Investigación Descriptiva	28
3.3 Técnica de investigación	28
3.3.1 Observación	28
3.3.2 Encuesta	28
3.4 Tipo de Muestra	29
3.5 Cálculo de la Muestra	29
3.6 Tipo de muestreo	31
3.7 Técnica para la recolección de datos	31
CAPITULO IV	32
DIAGNÓSTICO	32
4.1 Análisis de resultados de la encuesta	32
4.2 Resultados de la encuesta	32
4.3 Resumen de las encuestas	43

4.4 Análisis final de resultados-----	43
CAPITULO V -----	45
DESARROLLO DE LA PROPUESTA -----	45
5.1. Descripción del proyecto -----	45
5.1.1. Misión -----	45
5.1.2. Visión-----	45
5.2. Objetivos del proyecto-----	46
5.3. Beneficios del proyecto -----	46
5.4 Análisis FODA-----	47
5.5 Implementación de la propuesta -----	49
5.5.1. Ubicación-----	49
5.6 Estrategias de Marketing Mix -----	49
5.6.1 Estrategias de Producto-----	50
5.6.2 Estrategias de Plaza -----	52
5.6.3 Estrategias de Promoción -----	52
5.6.4 Estrategias de Precio -----	52
5.7 Área a Regenerar -----	53
Conclusiones y Recomendaciones -----	55
Conclusiones -----	55
Recomendaciones -----	56
BIBLIOGRAFÍA -----	58
ANEXOS -----	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género de los Encuestados -----	32
Tabla 2 Edad de los Encuestados -----	34
Tabla 3 Turismo Interno -----	35
Tabla 4 turismo de sol y playa -----	36
Tabla 5 Cuando viaja lo hace -----	37
Tabla 6 Actividades a realizar en el viaje -----	38
Tabla 7 Gasto idóneo para las Actividades Turísticas -----	39
Tabla 8 Factor de Mayor Incidencia en un Viaje -----	40
Tabla 9 Dispuesto a realizar actividades recreativas en San Mateo? -----	41
Tabla 10 Recomendaría a otros turistas a que visiten San Mateo? -----	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Género de los Encuestados -----	33
Grafico 2 Edad de los Encuestados -----	34
Grafico 3 Turismo Interno -----	35
Grafico 4 Turismo de Sol y Playa -----	36
Grafico 5 Cuando viaja lo hace -----	37
Grafico 6 Actividades a Realizar en el viaje -----	38
Grafico 7 Gasto Idóneo para gastar en las Actividades -----	39
Grafico 8 Factores que inciden en la toma de decisiones en un Viaje -----	40
Grafico 9 Realizaría Actividades Recreativas en San Mateo -----	41
Grafico 10 Recomendaría a otro Turistas a que visiten San Mateo -----	42

RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone un análisis sobre las “Incidencias en las Actividades de Recreación del turismo de sol y playa para un plan de desarrollo de Regeneración en la playa de San Mateo” con el fin de incrementar y fomentar el turismo de Sol y Playa en la ciudad de Manta. Una de las ventajas es estar ubicada a comienzos de la Ruta Spondylus.

El problema de investigación se basa en la falta de actividades recreativas en la playa San Mateo proponiendo así un plan de actividades a implementar y una propuesta de desarrollo a regenerar. Para el eficaz desarrollo de esta investigación se utilizó la herramienta de investigación llamada encuesta, la cual ayudo a conocer los distintos gustos y preferencias sobre qué actividades desearían se implementen en la playa.

Finalmente la Parroquia urbana San Mateo se verá beneficiada al mismo tiempo con la construcción del Puerto Pesquero Artesanal, creando nuevas plazas de trabajo en el sector y generando visitas de turistas y locales.

Palabras Claves: Actividades de Recreación, Turismo de Sol y Playa, Regeneración, Ruta Spondylus, Plan de desarrollo, Demanda Turística.

ABSTRACT

The present research work proposes an analysis of the "impacts on recreation activities of tourism of Sun and beach for a development plan for regeneration on the beach of San Mateo" in order to increase and promote the tourism of Sun and beach in the city of Manta. One of the advantages is to be located at the beginning of the Spondylus trail. The research problem Matthew thus proposing a plan of activities to be implemented is based on the lack of recreational activities on the beach and a proposal for development to regenerate. The effective development of this research was the research tool called survey, which helped to meet the different tastes and preferences about which activities would like to implement on the beach. Finally, the parish urban San Mateo will benefit at the same time with the construction of the artisanal fishing port, creating new jobs in the sector and generating visits by tourists and locates.

Keywords: Activities of recreation, tourism of Sun and beach, regeneration, Spondylus trail, Development Plan, tourism demand

INTRODUCCIÓN

San Mateo, parroquia urbana ubicada en la Ruta Spondylus a solo 20 minutos de la ciudad de Manta. Una pequeña parroquia que no ha sido desarrollada potencialmente en varios ámbitos culturales, tales como cubrir sus necesidades básicas de alcantarillado, agua potable, y a su vez un desarrollo turístico.

El gobierno y la municipalidad de la ciudad intentan hacer cambios significativos en los últimos 5 años; preocupados de fomentar el desarrollo económico de la comunidad ya se realiza la construcción de un muelle artesanal que será de mayor bienestar y facilidad para los pescadores del lugar. La extensión de la playa que se logra tras la construcción del muelle genero mayor fluidez de visitantes, ya no solo locales sino de la ciudad; es así que dentro de los atractivos cuenta con una extensa playa de agua cálida y tranquila, senderos, y un rompe olas que atrae a los turistas de la zona.

Por tal motivo en el año 2011 se realizaron los II Juegos Suramericanos de playa con sede principal la ciudad de Manta, se dispuso que las competencias de surf se realicen en la playa de San Mateo, evento al que concurrieron muchos representantes de países extranjeros como Colombia, Argentina, Brasil, Perú, Bolivia y más; esta fue una competencia con resultados de buen grado que dejo satisfechos a los asistentes.

A raíz de este reconocido evento San Mateo es dado a conocer no solo como la parroquia de pescadores si no como un atractivo turístico que puede ser explotado y generador de divisas a la ciudad, brindando espacios acogedores y un ecosistema puro, propicio para el desarrollo del Turismo de Sol y Playa.

La falta de actividades de recreación, servicios y promoción turística de la playa San Mateo ha hecho que pocos turistas la prefieran como uno de sus lugares a visitar al llegar a Manta.

La Playa de San Mateo, tiene la necesidad de instaurar distintas alternativas de actividades de recreación para así fomentar el desarrollo del turismo de Sol y Playa y posicionar a San Mateo como un punto turístico en la ciudad de Manta que no se debe dejar de visitar.

La singularidad en este proyecto se basa en innovar actividades recreativas que incrementara la oferta y demanda turística, al mismo tiempo se busca generar plazas de trabajo a la comunidad, y sustentar un desarrollo turístico - cultural mediante la preservación del medio ambiente.

CAPITULO I

1.1 Antecedentes

Manta fue declarado Primer Municipio Turístico del Ecuador el 4 de noviembre de 1999, por resolución del expresidente Jamil Mahuad.

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. Está asentado en una espléndida bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en el Océano Pacífico. En la época aborigen Manta se llamaba Jocay, que quiere decir casa de los peces.

El conquistador Pedro Pizarro describió a Jocay como “una ciudad muy grande, en la que se llegaba al templo por una gran avenida, a cuyos lados se levantaban estatuas de hasta 2.5 metros de altura, construidas en piedra, que representaban a sus jefes y sacerdotes, desnudos de cuerpo, por lo cual los conquistadores españoles las destruyeron”.

En la época prehispánica fue el centro administrativo y religioso de una gran parcialidad llamada Cultura Manteña.

La ciudad de Manta está comunicada con todo el país por vía aérea, terrestre y marítima. Su aeropuerto internacional Eloy Alfaro, facilita el flujo constante de turistas y visitantes; por otro lado, las carreteras que la comunican con las más importantes ciudades del país y la provincia dan las debidas facilidades a la transportación. (Gobierno Provincial de Manabí, 2014)

La prefectura de Manabí lanza su campaña turística en el año 2012 con el eslogan “Ven a Manabí ¡te espero!, una herramienta de promoción turística muy efectiva, en la cual mediante videos e imágenes publicadas en redes sociales se da a conocer los diversos atractivos de la provincia; cultura, gastronomía, atractivos turísticos y más. El objetivo del Gobierno Provincial

de Manabí en esta administración es posicionar nuevas alternativas turísticas que destaquen la producción y la gastronomía. “Es nuestra meta tener corredores turísticos que promuevan las potencialidades rurales y productivas, para eso ya tenemos vías”, señaló la vice prefecta Clara Zambrano; ahora se establecieron tres ejes de trabajo que son: el fortalecimiento del turismo, estrategias y la elaboración de un Plan de Ordenamiento Turístico. (Gobierno Provincial de Manabi, 2014)

La ciudad es el centro financiero y económico de la provincia, además de ser la ciudad más poblada, y una de las principales ciudades del país, alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales.

Destaca la amabilidad y hospitalidad de su gente, lo que hace que este Cantón de la provincia de Manabí sea el preferido tanto por locales como extranjeros. Manta es conocida como el 1er. Puerto atunero del mundo y como uno de los principales puertos de paso de cruceros de la costa americana del Pacífico.

Así también Manta resulta el lugar ideal para quienes prefieran la playa dentro de un entorno urbano. Cuenta con un gran número de instalaciones turísticas y un ambiente divertido. (Ministerio de Turismo, 2014)

Por lo expuesto anteriormente se deduce que Manta es uno de los cantones que posee gran variedad de atractivos turísticos para visitantes nacionales y extranjeros; donde no solo se practica el turismo de sol y playa sino también turismo de aventura, ecoturismo, turismo religioso etc.

La ciudad es considerada el balneario más importante, popular y visitado de la Provincia de Manabí, por sus hermosas y acogedoras playas, hoteles de primera categoría, clubes, bares, discotecas y centros deportivos para el turista.

1.2 Justificación

Las Incidencias en las Actividades de Recreación en la playa de San Mateo están orientadas a explotar un potencial turístico que la parroquia tiene pero que sin embargo no se ha podido desarrollar.

Por lo expuesto anteriormente, se hace necesario ahondar más en la propagación de las bondades turísticas que presenta la Parroquia San Mateo de la Ciudad de Manta, que ha sido por mucho tiempo conocido como el pequeño pueblo de pescadores.

A pesar del auge turístico que se está experimentando y desarrollando en esta última década, se considera que se debe hacer mayores y mejores esfuerzos por conseguir un adecuado desarrollo en este ámbito.

San Mateo es un pueblo que tiene un potencial turístico sin desarrollar y ha pasado mucho tiempo sin que alguna autoridad le interese el progreso de esta comuna de pescadores. Sin embargo, las nuevas obras emprendidas por este Gobierno especialmente el muelle de pescadores han permitido que la naturaleza se encargue de proveer una inmensa explanada que embellece las playas dándoles facilidades a los visitantes para que se sientan más cómodos en su visita.

Es precisamente este beneficio el que lleva a tratar de implantar nuevas ideas, con el fin de hacer de este un lugar turísticamente activo mediante la implementación de un plan de desarrollo de regeneración donde se aprecie un cambio de la comunidad no solo atractivo a la vista sino a su vez capacitando a la comunidad a ofrecer un servicio de calidad.

El proyecto intenta un diagnóstico de la situación que permita tener una idea clara de las oportunidades existentes (hospedaje, sitios de diversión, áreas recreativas etc.) para el fomento turístico, que pudieran ser fortalecidas en el futuro, así como visualizar debilidades que deban ser minimizadas, a efectos de incrementar el turismo en la zona.

Así mismo en el desarrollo de este proyecto se realizaran análisis de mercado para conocer los gustos y preferencias del visitante y de la comunidad local.

El fin de este trabajo es aportar al desarrollo cultural de locales y visitantes a través de información y promoción que haga atractivos los principales lugares turísticos rescatando la historia y cultura de San Mateo y propendiendo a un beneficio tanto para el proceso turístico, como para el mejoramiento socioeconómico de la población.

1.3 Planteamiento del problema

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador en el boletín de Mayo de 2014 mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, reflejado en el 13% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013, igualmente en el período enero-mayo de 2014 se alcanza el 16% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior.

Durante el período 2007-2010, se registró un incremento paulatino de entradas de extranjeros al Ecuador, pasando de 937.487 en 2007a 1'140.978 en 2011 con una variación de 21,7% en el período. (Ministerio de Turismo, 2011)

Sin embargo del total del año 2011, Manabí fue visitada en un 13,90% un porcentaje relativamente importante en comparación a las provincias de Esmeraldas, El Oro e Imbabura.

La insuficiente promoción sobre aspectos turísticos en la parroquia San Mateo es uno de los problemas que afecta a su desarrollo.

Como causa principal se destaca la escasa publicidad en términos de difusión de importantes facilidades turísticas, dentro de las cuales sobresale el hecho de haber sido sede de uno de los juegos suramericanos en el año 2011. Sin embargo la falta de actividades de recreación en la playa, de restaurantes y de servicios públicos ha disminuido las ganas de visitar este lugar.

Pese a que San Mateo tiene una historia de muchos años no se había logrado fomentar la industria turística con mayor énfasis, sin embargo la actual administración está promocionando la ciudad de Manta y dando a conocer las 11 playas que posee con la instalación de letras con los respectivos nombres de las playas, es así que San Mateo ya cuenta con sus letras turísticas en la entrada a la Parroquia; incentivando a los turistas a hacer una parada , tomarse fotos y conocer la belleza y riqueza que la playa posee, la buena cultura de sus habitantes han hecho que esta playa se mantenga limpia y bien conservada.

Es así que este proyecto de desarrollo de Regeneración e implementación de actividades de recreación será posicionar a San Mateo como un destino turístico específico potencialmente sustentable en la ciudad de Manta, además de fomentar al desarrollo turístico de Sol y Playa del sector local.

1.4 Formulación del problema

Teniendo en consideración que San Mateo mantiene su economía ligada directamente con la pesca, no se descarta la idea de que puede ser considerada mucho más que un pueblo de pescadores y ser explotado turísticamente.

¿De qué manera inciden las actividades recreativas en el Turismo de Sol y Playa para la reactivación Turística de la Playa San Mateo?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Desarrollar un Plan de Regeneración que ayude a incrementar la demanda turística del turismo de Sol y Playa en la Playa San Mateo mediante la implementación de actividades recreativas.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar los principales problemas que afectan el desarrollo turístico de la playa San Mateo.
- Realizar un análisis de mercado para reconocer el perfil de los turistas.
- Conocer gustos y preferencias de los turistas y la comunidad acerca de cuáles actividades de recreación tendrían mayor nivel de aceptación.
- Proponer plan de Regeneración a la Municipalidad local.
- Reconocer aspectos positivos y negativos al momento de ejecutar la propuesta

CAPITULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Marco Teórico

Actualmente, el turismo es el tercer sector por ingresos en las exportaciones no petroleras después del, banano y plátano, camarón; generando ingresos de \$1.086.5 millones USD en el año 2014. (Ministerio de Turismo, 2015)

Turismo Sostenible

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) en la conferencia en 1993 llamada Euro mediterránea sobre el Turismo y Desarrollo Sostenible definió al turismo sostenible como:

“El desarrollo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (Lazaro, 2005)

El Estado ecuatoriano ha plasmado al turismo sostenible del Buen Vivir en estrategias como el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020), el cual ha sido diseñado para establecer a esta actividad como una política de Estado que impulse el desarrollo mediante la inversión pública y privada. (Ministerio de Turismo , 2007)

(Urry, 2001) Reconoce que el ser “turista” implica una convergencia entre dos lógicas diversas, la del ocio y del trabajo.

El turismo de sol y playa como parte del turismo en general

El turismo representa para muchas economías un ingreso importante, pues si no es la principal actividad económica, suele representar un segmento importante del Producto Interno Bruto nacional, y en el caso del turismo de sol y playa, se constituye en uno de los más importantes dentro del sector turístico. Soares y Gandara (2010) señalan sobre el particular:

El turismo de sol y playa es el segmento que genera el mayor flujo de turistas y representa cada vez más un importante motor para el desarrollo de la actividad en muchos países. La ciudad de Florianópolis, ubicada al sur de Brasil, tiene su desarrollo en el turismo de sol y playa, sin embargo, con la creciente masificación de la actividad y el aumento del deterioro ambiental, aliados a los cambios en la demanda y al aumento de la competencia de otros destinos, hacen necesarias estrategias que aumenten la competitividad del destino y que garanticen su sostenibilidad y la extensión de su ciclo de vida (Soares & Gandara, 2010).

Es precisamente esa fortaleza de atraer un gran número de visitantes a una región litoral de un país la que con el tiempo puede constituirse en una debilidad, cuando no se explota más que los elementos que vitalizan a este tipo de turismo, el mar, la arena y el sol.

El turismo de sol y playa se inició con las actividades balnearias practicadas en el Mediterráneo en las playas de Niza, Canes y Montecarlo a partir de la segunda década del siglo XIX. Los baños de sol, relativamente inusitados en la época, se constituyen como una práctica que atribuye status a los viajeros debidos fundamentalmente al surgimiento de balnearios de moda publicitados en diversas clases sociales. (Urry, 2001)

Los destinos turísticos de sol playa masivos se caracterizaron desde sus primeros desarrollos en España por una especialización en los componentes del ocio recreativo turístico orientados fundamentalmente al descanso, el reposo y la distensión, de manera que la oferta turística que se

creaba era, de manera casi exclusiva, la de alojamiento. Por otra parte, el control ejercido por los tour-operadores en el diseño de los paquetes turísticos limitaba la posibilidad de desarrollo de una oferta de recreación diversa (Valls, 2000)

Recurso turístico

Algunos autores presentan al recurso turístico como sinónimo de atractivo turístico (Boullón, 2002; Molina, 1997). En el caso ecuatoriano, algunos estudios se refieren de forma general a los recursos naturales como componente fundamental del turismo (Macas Robles, K., 2010). En cambio, el Plan de Desarrollo turístico 2020 ofrece algunas precisiones entre las cuales tenemos la siguiente: Son sitios naturales o manifestaciones culturales que vale la pena visitar, admirar o contemplar. Son el pilar fundamental para el desarrollo posterior del atractivo. (Ministerio de Turismo , 2007)

En otras palabras, es cualquier escenario natural, con escasa o nula intervención humana, pero que tiene las posibilidades de despertar el interés de los potenciales visitantes, aunque para ello se deberá invertir, desde el sector público y/o privado para que se constituyan en atractivos turísticos, los cuales son definidos por la misma fuente consultada en los siguientes términos:

El atractivo turístico es el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos. (Ministerio de Turismo , 2007)

La distinción entre recurso y atractivo turístico es fundamental para el desarrollo de este estudio, por cuanto para la consolidación de la oferta turística es fundamental la identificación de aquellos lugares, expresiones

culturales o similares que conciten el interés del visitante, y finalmente, su desplazamiento.

En cuanto a la importancia que tienen los recursos y atractivos turísticos, esta varía de una región a otra. Así, en el caso europeo, el impacto de la planta y los recursos turísticos en los indicadores macroeconómicos es mínimo, situación totalmente opuesta en los países en desarrollo, que en algunos casos, incluso, dependen casi exclusivamente del turismo para dinamizar sus economías, como pasa con pequeñas islas del Caribe y el sudeste asiático (Dugulan, Balaure, Popescu, & Veghe, 2010, p. 746).

En el caso ecuatoriano, el impacto del turismo está en proceso de consolidación, y si bien las medidas del actual gobierno para promocionar dan interesantes resultados, todavía no se asienta como una alternativa de generación de ingresos para el país, que todavía depende de la explotación de recursos naturales y una industria que todavía no es robusta.

Finalmente, vemos que un destino turístico es el lugar específico que recibe la visita de turistas que visitan los atractivos concretos que tal lugar ofrece, y que pueden ser festividades religiosas, donde se aprecien danzas autóctonas, se disfrute de platos exóticos y otras manifestaciones culturales, o bien observar un paisaje único en una ubicación geográfica específica. (Cárdenas, 1998, p. 47).

Al carecer de una noción clara de lo que es un atractivo turístico, este puede ser tomado como un sinónimo de “destino turístico”, pasando por alto que un destino es un lugar que puede contar con uno o más atractivos turísticos, pero estos, para ser catalogados como tal, deben ser previamente inventariados y clasificados, lo que en el campo especializado se conoce como jerarquización.

Turismo y Desarrollo Sustentable

La Organización de Turismo sustentable (2007) hace referencia al Turismo Sustentable como todas aquellas actividades turísticas que se relacionan con el medio natural, social, cultural y con los valores de la comunidad. Se trata de disfrutar un intercambio de experiencias positivas entre residentes y visitantes, donde la relación entre turista y visitante debe ser equitativa. Los beneficios de esta actividad deben ser compartidos con la comunidad, asimismo los visitantes tienen la oportunidad de participar y tener una experiencia inolvidable, en el cual el visitante convive con la naturaleza.

El desarrollo sostenible implica el uso racional de los recursos naturales que existen en un lugar evitando su afección irreversible o pérdida, permitiendo que las generaciones futuras puedan aprovechar su potencial de igual forma que lo hacen las actuales generaciones, o sea, evitando un daño irreparable al ecosistema de cualquier lugar o región en el planeta.

La categoría desarrollo sostenible, pese a originarse en la preocupación por el medio ambiente, no es un concepto cerradamente ambientalista, sino que integra el manejo responsable de los recursos naturales como parte del desarrollo económico de las naciones, sin oponerse a él, pero tampoco desvinculándose. El medio ambiente está íntimamente ligado con las actividades humanas, y la mejor manera de protegerlo es tenerlo en cuenta en todas las decisiones que se adopten. En este contexto general, vemos que el término desarrollo sostenible tiene tres componentes vectoriales: ambiental, económico y social. El aspecto social no se introduce como una concesión o por mera justicia humana, sino por la evidencia de que el deterioro ambiental está tan asociado con la opulencia y los estilos de vida de los países desarrollados y las élites de los países en desarrollo como con la pobreza y la lucha por la supervivencia de una humanidad marginada” (SETEC-COMSET, 2008).

El Turismo Sostenible como Estrategia de Desarrollo

El Turismo Sostenible como Estrategia de Desarrollo incorpora una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las poblaciones receptoras; a la vez que conlleva numerosos beneficios para todos los agentes relacionados con el sector, por tanto un principio básico del turismo sostenible es establecer el uso turístico racional y sostenible del patrimonio natural de la nación así como conservar el entorno natural en el que se encuentran los atractivos turísticos. (Ministerio de Turismo, 2014)

Actividades Físicas de Recreación:

Las actividades físicas-recreativas constituyen acciones de socialización que tienden a crear vínculos entre los participantes, produciéndose un proceso de identificación entre si y a la vez con el entorno, contribuyendo también el mejor disfrute y conocimiento de la oferta, recreativa y en consecuencia, aumentando el nivel, de la satisfacción de las expectativas individuales y la integración social, esto basado en lo referido por Aldo Pérez al expresar:

"Cuando programemos actividades físico-recreativas, tenemos que tener muy presente los aspectos que permitan sostener este enfoque, ya que la función principal de cualquiera de estas actividades es lograr junto a la más elevada y plena participación, la elevada y plena satisfacción." (105,45)

De acuerdo estas teorías expresadas por varios autores se puede deducir que las actividades físico recreativas son aquellas de carácter físico, deportivo, o turístico a los cuales el hombre le dedica voluntariamente en su tiempo libre para el desarrollo activo, diversión y desarrollo individual. Estas

tienen como objetivo principal la satisfacción de necesidades de recreación y distracción del hombre para lograr como resultado final salud bienestar y relax.

La población de San Mateo requiere una nueva alternativa que diversifique los servicios de entretenimiento y motive a los usuarios a participar de ellos. A la par que dinamice procesos económicos importantes para su desarrollo.

2.2 Marco Conceptual

Turismo

Según la OMT, El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

Turismo Interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los *visitantes* residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus *v*iajes turísticos internos o emisores.

Regeneración:

Es una noción que procede de *regeneratio*, un término latino. Se trata del proceso y el resultado de **regenerar** (lograr que algo recupere su forma o estado, realizar un tratamiento para que un material pueda reutilizarse, conseguir que una persona deje de lado una conducta dañina (Definicion.de, 2008-2015))

Definición de Regeneración Urbana:

El término que posee características dinámicas, maneja criterios sociales y ambientalistas incidiendo positivamente en las condiciones de vida y ambientales y actuando sobre las causas específicas y generales que dan origen a detrimento de las áreas afectadas: las estrategias de regeneración urbana más usadas en la actualidad son: rehabilitación, remodelación, renovación, mejoramiento, estas estrategias pueden vincularse entre sí pues el objetivo de irradiarse a no únicamente a la mejora física de la zona si no las mejoras en el bienestar económico y social (COPEVI, 1976)

Turismo de sol y playa

Según la OMT el Turismo de sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun . Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico, Aunque este tipo de turismo puede estar asociado a otros segmentos del turismo, por regla general, se trata de un segmento que puede subsistir por sí mismo, como pueden confirmar año tras año los informes con el resumen de las llegadas internacionales a esta comunidad autónoma en relación con este tipo de turismo

Turismo Comunitario

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Turismo Cultural

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona.³⁷ Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas.

2.3 Marco Referencial

"Propuesta para la implementación de actividades recreativas en playa varadero para incrementar el turismo de sol y playa de la ciudad de Guayaquil"

- Este proyecto tuvo como objetivo, diseñar un plan estratégico que ayude a incrementar la actividad turística de playa Varadero a través de la implementación de actividades recreativas; debido a la falta de implementación de actividades recreativas en el sector, es

indispensable la necesidad de implementar un proyecto que incorpore el desarrollo de actividades turísticas con la finalidad de incrementar el turismo de sol y playa en el sector. De esta forma sería un lugar con mayor atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros.

Su investigación fue basada en los resultados obtenidos a través de las encuestas y entrevistas que utilizó como instrumentos de recopilación de datos, tales como gustos y preferencias de los habitantes y turistas del sector, dando como resultado que en su mayoría las personas encuestadas fueron del género masculino representado por un 60.42%, y estos a su vez prefieren realizar deportes extremos como preferencia de actividades de recreación en la playa; por este motivo surge la necesidad de implementar actividades de recreación para así fomentar el turismo de sol y playa en dicho lugar.

Por otra parte, señala Freire que el futuro el balneario podría verse beneficiado con proyectos de gran magnitud como el Puerto de Aguas Profundas de Posorja y la construcción de una vía alterna que permita el mejor flujo vehicular y acceso al sector. Finalmente, en relación al campo económico, la propuesta dejaría un beneficio neto de 7.88 de ingreso adicional por cada dólar invertido, por lo que se demuestra la factibilidad de la propuesta.

El monto estimado de inversión es de \$ 89.104,40 cuya inversión se pretende sea financiada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, con la finalidad de incrementar la actividad turística en Playa Varadero. (Freire, 2012)

Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico

Fernando Vera y Carlos Bolaños, en su proyecto de investigación en el año 2010, lo que concluyen es que los destinos de turismo litoral presentan incertidumbres acerca de su competitividad y capacidad de adaptación a las tendencias del mercado turístico, razones que justifican la necesidad de progresar hacia una reestructuración y gestión turística avanzada que permita mantener la competitividad dentro de las coordenadas del desarrollo turístico sostenible. De tal manera que ellos plantean la necesidad de acometer estrategias de reestructuración, como espacios receptores de turismo, en una etapa en la que resulta clave el papel que desempeñan las actividades recreativas como impulsoras de nuevas dinámicas.

Entre las distintas dimensiones de análisis y las escalas de trabajo que implica la reestructuración de destinos turísticos, el presente trabajo se centra específicamente en la vertiente de la renovación de los espacios receptores, a partir del papel que desempeñan las actividades recreativas. (Vera Fernando, Bolaños Carlos, 2010)

Propuesta de Desarrollo de Actividades de Recreación Complementarias al Proyecto del Sendero Acuático en los Manglares de Data Villamil

- El Objetivo del Proyecto de Actividades de Recreación Complementarias al Proyecto del Sendero Acuático en los manglares de Data Villamil, principalmente diversificar la oferta de servicios turísticos en el recinto de Data Villamil, como complemento al Proyecto de Sendero Acuático, aprobado en 2007. Este objetivo se lograra a través de la implementación de un establecimiento que: proporcione en alquiler equipos y accesorios para la realización de actividades acuáticas en el estero, específicamente kayaks y botes de pedal, además promover la venta de artesanías elaboradas por los miembros

de la comunidad. Para determinar el mercado objetivo de este proyecto se consideraron las encuestas realizadas a un universo de 258 personas en el cantón Villamil Playas, teniendo como resultado que: el 86% de personas proviene de Guayaquil, de los cuales 40% accede en vehículo propio y el 60% en transportes público, un 73% de los encuestados están dispuestos a gastar hasta \$10.00 en esparcimiento, el 30.45 prefiere realizar actividades vinculadas a la naturaleza; y el 61.60% prefiere viajar en familia.

Como conclusión de este proyecto, las actividades complementarias de recreación contribuirán al desarrollo económico de la comunidad, ya que creara un modelo de desarrollo funcional y rentable; así mismo la concienciación de la comunidad sobre sus recursos naturales, motivando su participación directa en el proyecto y por ende el desarrollo turístico y económico del recinto. (Paola Molina García, Lorena Rodríguez Gámez, Gonzalo Sigüenza Llaguno, 2009)

- La investigación titulada “Regeneración urbana y exclusión social en la ciudad de Guayaquil: El caso de la playita del Guasmo” por el Magister en Ciencias Políticas Henry Allan Alegría en el 2007 sostiene que los objetivos del plan de regeneración urbana para esa área en específico fue de dotar de servicios básicos el adecuar las fachadas de las viviendas, la construcción de nuevos 18 locales para los vendedores de comida así como de bordillos y aceras, la colocación de plantas ornamentales y también la construcción de un cerramiento alrededor del barrio, que lo aisló del resto del sector. El M.I. Municipio de Guayaquil determinó e implementó reglamentos que los moradores de las zonas regeneradas debían cumplir a cambio de las mejoras realizadas, tales como no escuchar música en alto volumen, la prohibición de salir sin camiseta de las casas. (Delgado, 2012)

Proyecto de inversión para la creación de un complejo turístico en General Villamil Playas

- Armijos Andrea, Leal Paola y Sen Cecilia en su proyecto de tesis, en el año 2010 plantean en poner a disposición del público un lugar de recreación, donde podrán disfrutar de un ambiente 100% natural, junto a familiares y amigos que necesitan pasar momentos de relajamiento y diversión en u complejo turístico privado con acceso al mar. Su proyecto estuvo enfocado principalmente en las familias de clase media-alta de la provincia del Guayas, iniciando con un estudio en la ciudad de Guayaquil y contara con una TMAR del 13,28%, un VAN \$446.550,67 y una TIR del 18,50%. Por lo cual la creación de un complejo turístico que consta de dos elementos notables: 1) Hospedaje y 2) Turismo y recreación; sería un proyecto que potencializará al turismo de sol y playa y mejorará significativamente a la localidad ya que aportará gran acumulación de turistas nacionales y extranjeros. (Armijos Andrea, Leal Paola, Sen Cecilia , 2010)

Las investigaciones anteriores demuestran que en varias ciudades a nivel Nacional e Internacional se han realizado proyectos de Regeneración, e implementación de actividades de recreación, dando como resultado final, el desarrollo potencial del Turismo de Sol y mayor demanda turística en los lugares mencionados.

2.4 Marco Legal

Dentro de las generalidades de la Ley de Turismo

Art. 1.-La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las

potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.-Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.-Son principios de actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo debe cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento de promoción de un producto turístico competitivo;

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (Ley de Turismo, 2002)

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

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

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del

servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (Ley de Turismo, 2002)

PLAN BUEN VIVIR

Mejorar la calidad de vida de la población. La vida digna requiere acceso universal y permanente a bienes superiores, así como la promoción del ambiente adecuado para alcanzar las metas personales y colectivas. La calidad de vida empieza por el ejercicio pleno de los derechos del Buen Vivir: agua, alimentación, salud, educación y vivienda, como prerrequisito para lograr las condiciones y el fortalecimiento de capacidades y potencialidades individuales y sociales.

La Constitución, en el artículo 66, establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”. Por ello, mejorar la calidad de vida de la población es un proceso multidimensional y complejo.

Entre los derechos para mejorar la calidad de vida se incluyen el acceso al agua y a la alimentación (art. 12), a vivir en un ambiente sano (art. 14), a un hábitat seguro y saludable, a una vivienda digna con independencia de la situación social y económica (art. 30), al ejercicio del derecho a la ciudad (art. 31) y a la salud (art. 32).

La calidad de vida se enmarca en el régimen del Buen Vivir, establecido en la Constitución, dentro del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social (art. 340), para la garantía de servicios sociales de calidad en los ámbitos de salud, cultura física y tiempo libre, hábitat y vivienda, transporte y gestión de riesgos.

PLANDETUR 2020

Inventario de Atractivos

El análisis se basa en el inventario de atractivos turísticos del MINTUR. Es importante diferenciar entre recursos y atractivos turísticos, la definición es la siguiente:

- **Recurso Turístico.** Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.
- **Atractivo Turístico.** Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR y es la siguiente:

- **Atractivos Turísticos.** Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

DESCRIPCIÓN GENERAL. Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

- **JERARQUIA IV:** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **JERARQUIA III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **JERARQUIA II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar

corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

□ JERARQUIA I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

T&L Informe Final - PLANDETUR 2020

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

La investigación, de acuerdo con Sabino (2000), se define como “un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento” (p. 47).

3.1 Enfoque de investigación

Para efectos del desarrollo de esta investigación se considera que el enfoque más apropiado es el “cuantitativo”, puesto que esta metodología permite examinar datos de una forma más numérica empleando para ello herramientas estadísticas que mediante resultados tabulados en gráficos ayudaran a los lectores en la comprensión de la información que se quiere dar a conocer.

El proyecto se ejecutará en la ciudad de Manta específicamente en la playa de San Mateo para lo cual se valorara a 310 habitantes mediante una herramienta de investigación llamada “encuesta” con la finalidad de conocer intereses turísticos de los visitantes, tales como que actividades desean que se instauren.

3.2 Diseño de investigación

3.2.1 Investigación Exploratoria

Resulta necesario que se empleen técnicas de recolección de datos como la encuesta. Además dado a que se carece de información suficiente sobre la parroquia San Mateo y sus atractivos turísticos no se cuenta con

fuentes de información de mayor relevancia y el investigador debe regirse a datos primarios, es decir a datos autóctonos de la Parroquia San Mateo.

3.2.2 Investigación Descriptiva

La investigación tendrá un enfoque descriptivo ya que tiene como objetivo examinar los acontecimientos y los valores que se manifiestan en una o más variables y así también realizar una categoría de una comunidad o una situación que se presente, además porque como resultado de este diseño se busca responder la hipótesis planteada.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Morales, 2010)

3.3 Técnica de investigación

Las técnicas que se utilizaran para realizar el estudio serán:

3.3.1 Observación

Esta se realizará en la Playa San Mateo para conocer el sitio y tener una idea más clara. Se observará el lugar, la realidad de sus pobladores, la experiencia del turista, la flora y fauna, etc.

3.3.2 Encuesta

El medio a emplear para esta etapa de la investigación de campo tuvo como centro principal; gustos, hábitos y preferencias sobresalientes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y personas.

Encuestas: encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población (Definición ABC)

El fin de realizar una encuesta es poder recopilar datos acerca de gustos y preferencias de la comunidad respecto a qué tipo de actividades de recreación serían de su agrado.

Se logró una muestra característica la cual fue procedente de un universo de habitantes de la Parroquia de San Mateo, donde se realizaron un total de 310 encuestas a turistas locales y visitantes nacionales y extranjeros.

3.4 Tipo de Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó el Muestreo Probabilístico. En este tipo de muestreo se intenta que las generalizaciones que se realizan a partir de las muestras, sean correctas.

3.5 Cálculo de la Muestra

Para poder determinar el tamaño de la muestra de esta propuesta turística se debe considerar como universo a los habitantes de la Parroquia San Mateo.

Según el último censo poblacional realizado por la INEC en el año 2010, el número de habitantes de la parroquia corresponden a 3.211 los cuales se dividen en 1.961 hombres y 1.250 mujeres.

Por lo tanto se puede afirmar que para la determinación del tamaño de la muestra se calculará mediante la fórmula para poblaciones finitas correspondiente a poblaciones menores a 500 000 elementos.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Tabla con valores reemplazados.

$$n = \frac{(1.96)^2 (3211)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2 (3211 - 1) + (1.96)^2 * (0.50*0.50)}$$

$$n = 310$$

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la fórmula se deben realizar encuestas a 310 personas para poder obtener los datos necesarios para la recolección de información.

3.6 Tipo de muestreo

Lo que se pretende con esta técnica de muestreo es recopilar información que permita conocer datos significativos y comportamientos de los habitantes para el desarrollo del proyecto.

Población: Total de visitantes en San Mateo

Muestra: Total de visitantes en un día en San Mateo.

Los habitantes que serán encuestados no serán seleccionados al azar, sino habrá una selección dependiendo el área al cual vaya dirigida la encuesta; proporcionaran un tipo de respuesta más concreta y adaptada al tema en cuestión.

De la misma manera se seleccionara un número de turistas los cuales proporcionarán la información respecto a las necesidades turísticas de la Playa para que esta se convierta en un lugar atractivamente turístico.

3.7 Técnica para la recolección de datos

Este trabajo investigativo se fundamenta a través de encuestas realizadas a turistas y habitantes ya que por medio de esta herramienta se puede elaborar preguntas demográficas, socio gráficas y económicas que serían útil para ayudar a la elaboración de una propuesta turística para la parroquia, esta encuesta está elaborada con una serie de preguntas respecto al ámbito turístico y a las diferentes opciones para mejorar, que les gustaría a las personas acentuadas en el lugar.

CAPITULO IV

DIAGNÓSTICO

4.1 Análisis de resultados de la encuesta

- Las encuestas fueron ejecutadas en el lugar del Proyecto, es decir en la Playa de San Mateo, en el mes de Enero, los días de mayor afluencia de turistas, viernes, sábado y domingo.
- Los horarios de la realización, fueron entre 11H00 – 17H00
- Los encuestados fueron divididos en grupos, mujeres y hombres, turistas y residentes.

4.2 Resultados de la encuesta

Se obtuvo una muestra representativa para el universo de habitantes de la Parroquia San Mateo, es decir encuestar a 310 personas; este fue el número de encuestas realizadas a turistas y residentes de la parroquia. Obteniendo una considerable aceptación y aportación por parte de todos los encuestados, representados con un 61,50% habitantes del sexo femenino, y un 38,50% por parte del sexo masculino.

GÉNERO		
TABULACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	191	61,61%
Masculino	119	38,39%
TOTAL	310	100%

Tabla 1 Género de los Encuestados

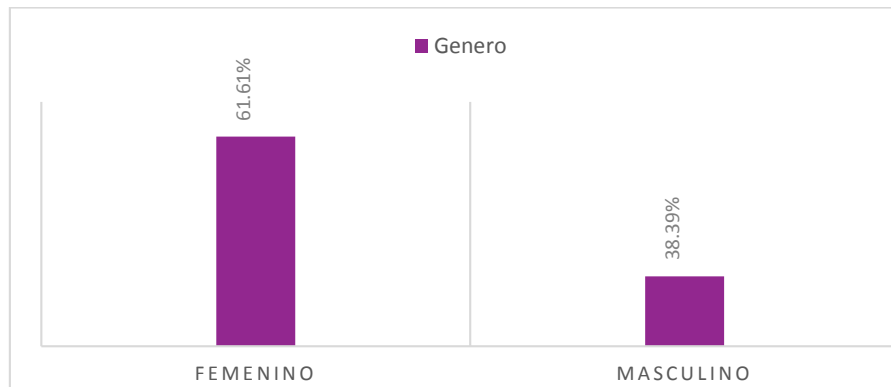


Grafico 1 Género de los Encuestados

Fuente: Autora

Estas encuestas fueron realizadas en su mayoría la generación Y de la comunidad de San Mateo tomando como referencia sus respuestas con mayor certeza y confianza.

ANALISIS

En la recopilación de datos demográficos se puede observar que las personas encuestadas con un porcentaje de 27,42 son personas de 18 a 25 años de edad, mientras que el mayor porcentaje con el 38,71 % equivale al rango de edad de 26 a 30 años, el 20,97 % a personas con edad comprendida entre 31 a 45 años, mientras que el 7,10 % corresponde a personas de 46 a 60 años y finalmente del 5,81 % habitantes más de 61 años.

Tabla 2 Edad de los Encuestados

EDAD		
TABULACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 25 Años	85	27,42%
De 26 a 30 Años	120	38,71%
De 31 a 45 Años	65	20,97%
De 46 a 60 Años	22	7,10%
Más de 61 Años	18	5,81%
TOTAL	310	100%

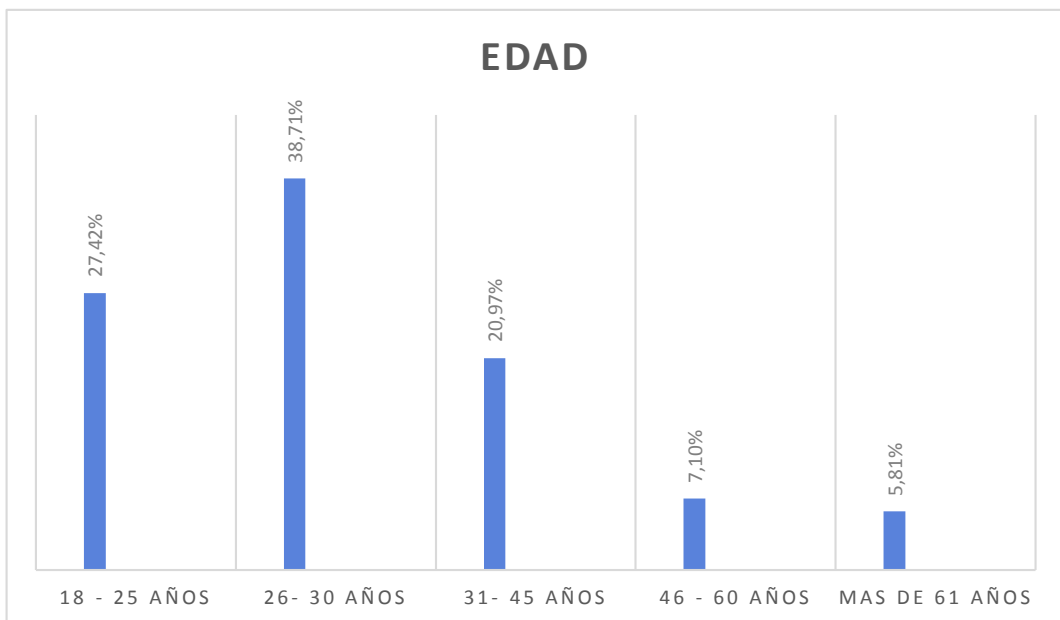


Grafico 2 Edad de los Encuestados

Elaboración: Autora

3.2 TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

Tabla 3 Turismo Interno

TURISMO INTERNO		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	295	95,16%
No	15	4,84%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

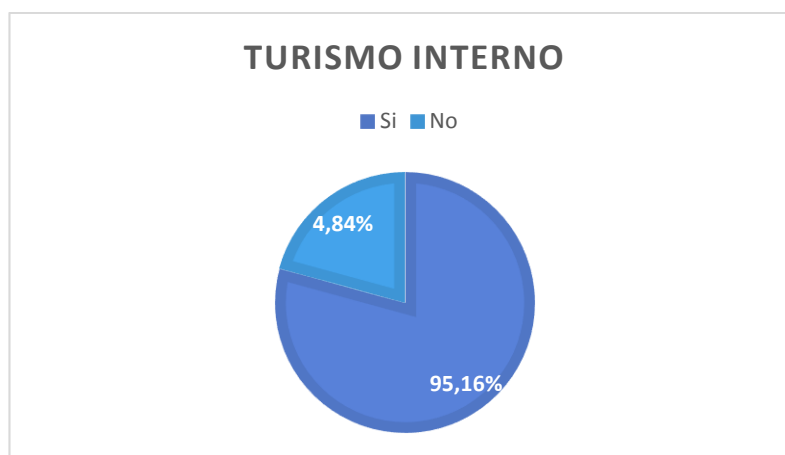


Gráfico 3 Turismo Interno

Elaboración: Autora

ANALISIS

De los encuestados, el 95,16% pertenece a personas que realizan turismo interno, siendo estos generadores de divisas dentro del país, frente a un mínimo porcentaje del 4,84% que respondieron que no hacen turismo interno.

Tabla 4 turismo de sol y playa

TURISMO DE SOL Y PLAYA		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	250	80,65%
No	60	19,35%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

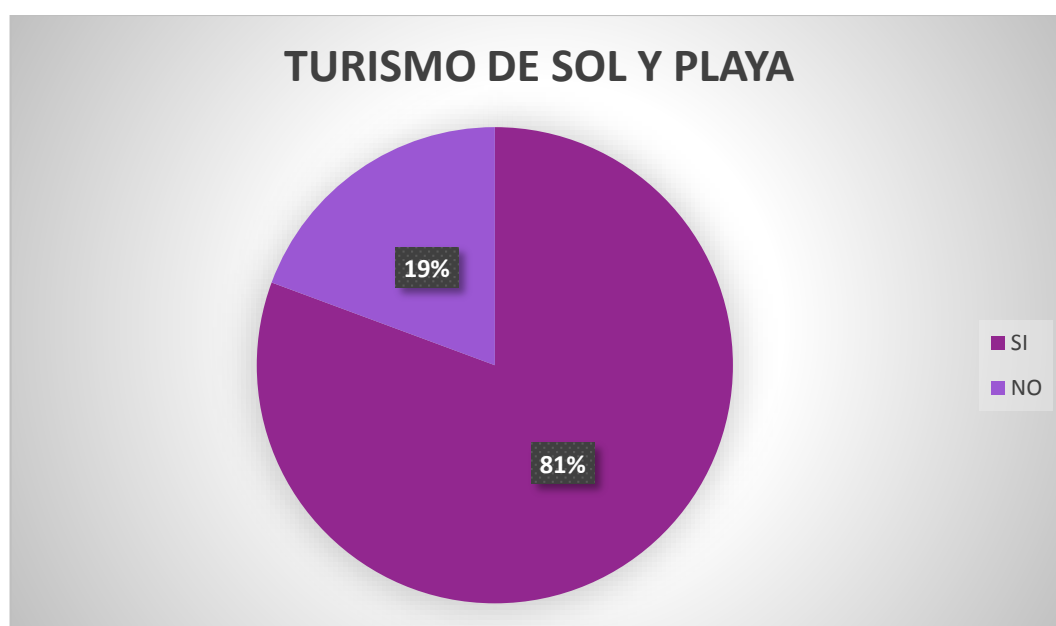


Gráfico 4 Turismo de Sol y Playa

Elaboración: Autora

ANALISIS

En la siguiente pregunta se puede notar la distinción de los turistas en hacer turismo de sol y playa con el 81% que afirmaron el gusto por hacer turismo de sol y playa en el Ecuador, contra el 19% que no le consideran como una preferencia al realizar esta actividad turística.

Tabla 5 Cuando viaja lo hace

CUANDO VIAJA LO HACE		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Solo	15	4,84%
Amigos	182	58,71%
En Pareja	25	8,06%
Familia	88	28,39%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora



Grafico 5 Cuando viaja lo hace

Elaboración: Autora

ANALISIS

Los resultados de la encuesta reflejan que la mayoría de los encuestados con un 58,71% prefiere viajar entre grupo de amigos, un mientras 28,39% lo hace en familia, el 8,06% que lo realizan en pareja y el 4,84% prefiere viajar solo.

Tabla 6 Actividades a realizar en el viaje

ACTIVIDADES A REALIZAR EN EL VIAJE		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Natación	90	29,03%
Deportes Extremos	100	32,25%
Juegos Acuáticos	77	24,85%
Tomar sol en la arena	15	4,84%
Otros	28	9,03%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

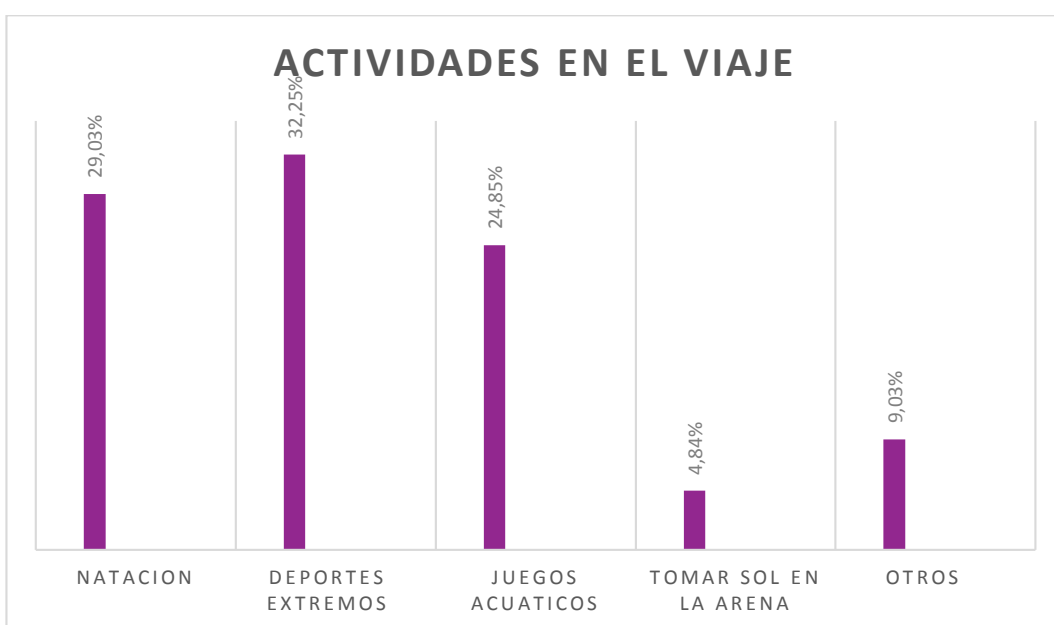


Grafico 6 Actividades a Realizar en el viaje

Elaboración: Autora

ANALISIS

Las preferencias y gustos de habitantes y turistas son variadas de las cuales se ha obtenido como referencia que el 32,25% optan por la actividad de deportes extremos, seguido con un 29% la natación, con el 24,85% el disfrutar de juegos inflables en el agua, y un mínimo porcentaje representado con el 4,84% de personas que prefieren tomar sol en la arena y en la opción de otros el 9% que desean otras actividades distintas a las planteadas.

Tabla 7 Gasto idóneo para las Actividades Turísticas

GASTO IDÓNEO PARA LAS ACTIVIDADES TURISTICAS		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$20 a \$ 40	90	29,03%
\$ 41 a \$ 60	200	64,52%
Más de \$ 60	20	6,45%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

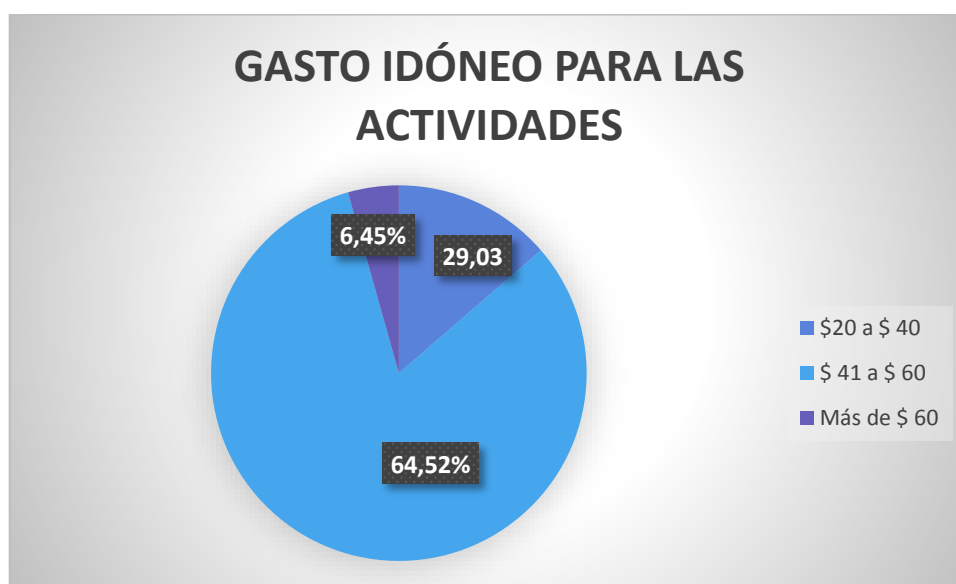


Gráfico 7 Gasto Idóneo para gastar en las Actividades

Elaboración: Autora

ANALISIS

Se deduce el presupuesto sugerido para gastos en las actividades de recreación a realizarse en la Playa San Mateo. Los resultados demuestran que el valor fijado entre \$ 41.00 a \$60.00 es el ideal a gastar en estas actividades representado con el 64,52%, con el 29% aquellas que estiman gastar entre \$20 a \$40 es del y finalmente con el 6% algunos encuestados que oscilan gastar más de \$60 en actividades recreativas para su diversión.

Tabla 8 Factor de Mayor Incidencia en un Viaje

FACTOR DE MAYOR INCIDENCIA EN UN VIAJE		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Precios económicos	45	14,52%
Distancias cortas	55	17,74%
Variedad gastronómica	50	16,13%
Atractivos del lugar	105	33,87%
Otros	55	17,74%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

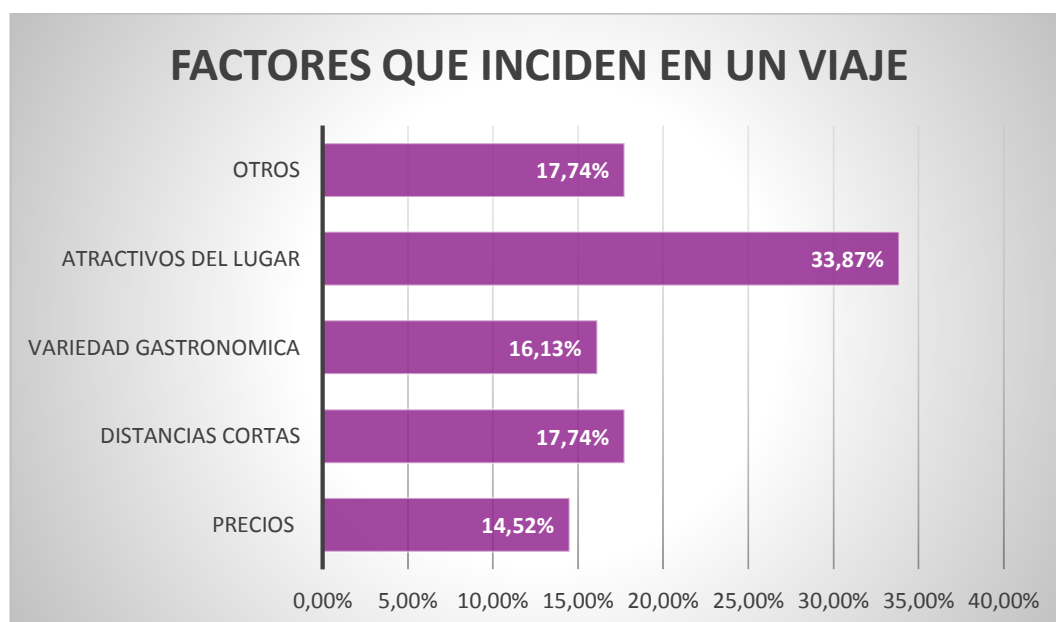


Grafico 8 Factores que inciden en la toma de decisiones en un Viaje

Elaboración: Autora

ANALISIS

Se deduce cuáles son los factores de mayor incidencia que llaman la atención de los turistas al momento de realizar un viaje, el principal factor son los atractivos de un lugar con un 33,87%, seguido de las distancias cortas con el 17,74%, la variedad gastronómica es otro factor influyente en los turistas representado con un 16%, el precio económico no toma mayor importancia a la hora de visitar un lugar este con el 14,52% de los encuestados.

Tabla 9 Dispuesto a realizar actividades recreativas en San Mateo?

DISPUESTO A REALIZAR ACTIVIDADES RECREATIVAS EN SAN MATEO?		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	260	83,87%
No	50	16,13%
TOTAL	310	100%

Elaboración: Autora

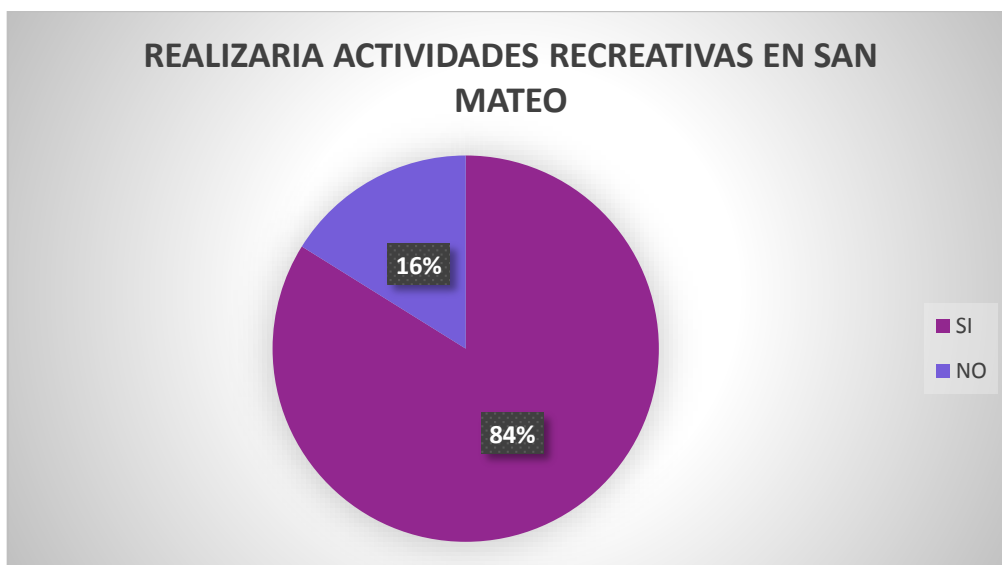


Gráfico 9 Realizaría Actividades Recreativas en San Mateo

Elaboración: Autora

ANALISIS

Del 100% de los encuestados la mayoría respondió positivamente con un 84% al afirmar que si haría actividades de recreación en la Playa San Mateo, frente al 16% que dice que no haría alguna actividad en la Playa San Mateo.

Tabla 10 Recomendaría a otros turistas a que visiten San Mateo?

RECOMENDARÍA A OTROS TURISTAS A QUE VISITEN SAN MATEO?		
PREGUNTA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	295	95,16%
No	15	4,84%
TOTAL	366	100%

Elaboración: Autora

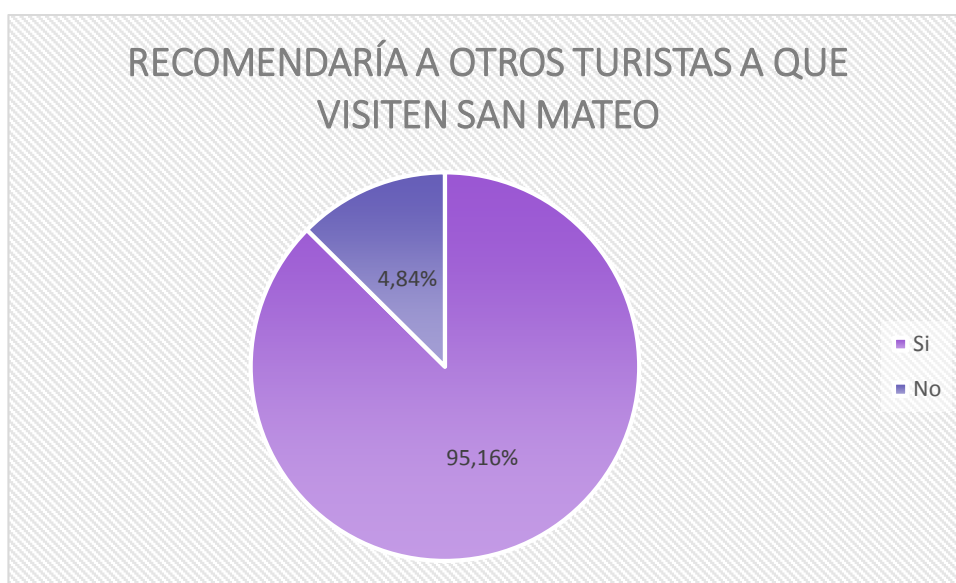


Gráfico 10 Recomendaría a otro Turistas a que visiten San Mateo

Elaboración: Autora

ANALISIS

El 95.16 % de los encuestados afirma que si recomendaría a otros turistas que visiten la Playa San Mateo, mientras que los que no recomendarían con un mínimo porcentaje del 4,84%.

4.3 Resumen de las encuestas

En el presente Proyecto se utilizaron las encuestas realizadas a turistas y residentes de la Playa San Mateo, con la finalidad de conocer si hacen turismo interno y al mismo tiempo turismo de Sol y Playa.

Por otra parte se determinó el perfil del turista, iniciando con datos generales y específicos como género y edad.

Finalmente se procedió a determinar los gustos y preferencias de los turistas sobre qué actividades de recreación desearían se implementen en la playa, y al mismo tiempo cuanto estarían dispuestos a gastar en las mismas.

4.4 Análisis final de resultados

Según las encuestas realizadas y los resultados obtenidos se deduce que la mayoría de las personas encuestadas son de la generación Y, comprendidos entre las edades de 26 a 30 años quienes dieron a conocer sus preferencias por: actividades de deportes de extremos, tales como wakeboard, senderismo, entre otros. Se deduce que la mayoría de encuestados escoge un lugar de visita por sus atractivos turísticos, cabe recalcar que esto es uno de los factores negativos de la playa San Mateo, la falta de actividades de recreación para los visitantes; el lugar brinda una extensa y limpia playa, sin embargo es necesario se implementen distintas actividades anteriormente mencionadas para así atraer mayor fluidez de turistas.

Se puede observar que los precios económicos no es el principal factor al momento de viajar, por lo que nos damos cuenta que los habitantes y turistas de esta playa están dispuestos a aportar potencialmente en el desarrollo de las actividades a implementar.

Para lo cual el apoyo de entidades gubernamentales tal como el Municipio de Manta, Cámara de Comercio y Ministerio de Turismo servirán para la difusión y promoción de la Playa San Mateo, generando así mayor fluidez de turistas y consecuentemente generar ingresos económicos a la parroquia que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes.

CAPITULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El ámbito turístico de la Playa San Mateo carece de Actividades Recreativas para ofertar a los visitantes tanto locales como nacionales y extranjeros.

Actualmente se está generando mayor fluidez de turistas por ser una playa tranquila y limpia, sin embargo es necesario se implementen actividades de recreación y desarrolle un plan de regeneración para aumentar la demanda turística del lugar.

La Playa San Mateo ofrece una extensa playa en la cual se puede implementar y regenerar el pueblo sin perjudicar el medio ambiente, ofreciendo servicios de calidad que cubran las necesidades de los turistas.

5.1. Descripción del proyecto

5.1.1. Misión

La misión del proyecto es promover el desarrollo del Turismo de Sol y Playa, integrando a los habitantes de la comunidad de San Mateo con el fin de mejorar su calidad de vida.

5.1.2. Visión

Consolidar a la Playa de San Mateo como un nuevo punto de visita por parte de turistas nacionales y extranjeros a través de la realización de actividades recreacionales, promoviendo un turismo sostenible y sustentable.

5.2. Objetivos del proyecto

- Promocionar el turismo cantonal a través de la Playa San Mateo, para diversificar la oferta de balnearios en la provincia; mediante la implementación de actividades de recreación.
- Hacer partícipes a los habitantes de la Playa San Mateo y de las comunidades aledañas a formar parte de este proyecto sustentable para mejorar su calidad de vida en los aspectos cultural, social y económico.
- Crear nuevas plazas de trabajos para la población local
- Incentivar el cuidado y protección del medio ambiente
- Posicionar un nuevo punto de parada en la Ruta Spondylus
- Incentivar a la comunidad local a ser partícipe de las actividades recreacionales, y puedan realizar artesanías que sean vendidas como suvenires
- Involucrar al municipio como gestor y promotor de la Regeneración e implementación de las actividades recreacionales.

5.3. Beneficios del proyecto

- Aumentar los ingresos económicos para la población debido a la venta productos y servicios, que según la encuesta realizada el 84% de los encuestados respondieron de manera positiva a que si realizarían actividades de recreación; esto indica que la propuesta será rentable y con gran aceptación por parte de los turistas.
- Ahorro para los turistas en tiempo, dinero y distancia comparado a otros balnearios, debido a que San Mateo está ubicado a solo 20 minutos de la ciudad de Manta, y es una de las primeras paradas en la Ruta Spondylus.

- Creación de fuentes de trabajo para la localidad y personas aledañas al sector, como son Santa Marianita, El Aromo, entre otros
- Descongestionamiento de otros puntos turísticos saturados por la gran demanda turística, en feriados y temporada alta.
- Impulsar la creación de negocios complementarios alrededor de los juegos recreacionales.

5.4 Análisis FODA

El análisis FODA permite saber la situación de este proyecto con el fin proponer un plan que permita tomar acción sobre los factores internos (amenazas y debilidades) y potencializar los factores externos (fortalezas y oportunidades).

Factores Internos:

Fortalezas:

- La playa San Mateo cuenta con una amplia y extensa playa.
- Está ubicada en la Ruta Spondylus, a tan solo 15 minutos del centro de Manta.
- Habitantes responsables y comprometidos a ser partícipe de cualquier proyecto que sirva para mejorar la calidad del turismo del sector.
- La comunidad tiene mucha motivación de hacer cambios positivos. Bajos niveles de contaminación de desechos sólidos debido a la poca presencia de población.

Debilidades:

- Mal estado de la vía principal y acceso a la playa por falta de mantenimiento

- No cuenta con servicios ni infraestructura adecuada para satisfacer las necesidades de los turistas.
- Niveles de educación y capacitación bajos o nulos
- No hay sistema de reciclaje en proceso de desecho de desperdicios
- El sistema de alcantarillado es deficiente

Análisis Externos

Oportunidades:

- La ubicación geográfica del sector es ventajosa por la cercanía con la playa Santa Marianita, la cual está siendo potencializada turísticamente por parte del gobierno seccional y nacional, en los sectores turístico y logístico, ya que ha sido sede de varias competencias de Skateboard.
- Turistas y locales que han llegado al sector han tenido interés en la realización de deportes extremos como surf y wakeboard.
- La Municipalidad de Manta dentro de sus proyectos tiene planeado la zonificación de la playa San Mateo.
- Seguridad en la Playa debido a la calidez de sus moradores.
- En temporada de feriados, la Playa San Mateo podría ser un atractivo para descongestionar otros balnearios típicos de Manta tal como la Playa Murciélago.

Amenazas:

- La inseguridad en el sector podría aparecer debido a la gran afluencia de turistas.
- La contaminación y daños ambientales podrían acrecentar debido a la mayor visita de turistas a la Playa.
- La creciente del río podría impedir la visita de turistas

5.5 Implementación de la propuesta

5.5.1. Ubicación

El proyecto estará situado en la Playa San Mateo, ubicado en la vía de la Ruta Spondylus a 20 minutos aproximadamente de la Ciudad de Manta. San Mateo ocupa un área de relieve irregular con colinas de altura media, de cimas alargadas y subredondeadas.

Características de la Playa:

Altura: 0 – 10 metros sobre el nivel del mar

Temperatura: 27 ° C

Dimensiones: 3.3 Km aproximadamente



(www.ecostravel.com) Manabí, Playa de San Mateo

5.6 Estrategias de Marketing Mix

El **marketing mix** es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a

sus cuatro componentes básicos: **producto, precio, distribución y comunicación**. Estas cuatro variables también son conocidas como las **4Ps**, por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (Espinoza, 2014)

Los estudios anteriores demuestran que la aplicación de un marketing mix es necesario para crear difusión y posicionamiento de la Playa San Mateo; trabajando conjuntamente la combinación de las cuatro variables conocidas como 4Ps, tal como señala Espinosa.

5.6.1 Estrategias de Producto

Dentro de las estrategias de nuestro producto, se debe tener en consideración que el producto turístico que se ofrece es un plan de desarrollo de regeneración e implementación de actividades recreacionales en la Playa San Mateo, integrando a miembros de la comunidad del sector.

La finalidad de estos planes es diversificar el abanico de opciones locales.

Con el objetivo de potencializar la Playa San Mateo de Manta como un balneario con valor agregado, de acuerdo a la recopilación de información obtenida a través de las encuestas se ha planificado la creación las siguientes actividades recreacionales:

- **Wakeboard:** En pocas palabras el wakeboard consiste en realizar intrépidos saltos y giros, utilizando una tabla que se enfrenta a las olas

formadas por la embarcación que tira del wakeboarder, tras surcar el agua. los paseos están planificados en intervalos de 15 minutos y 30 minutos.

- **Hidropedales:** Frecuentemente se construye con fibra y consiste en dos grandes flotadores o barras huecas completamente cerradas, a modo de plataforma flotante, estos estarían a disposición del turista para ser alquilados de 15 a 30 minutos.
- **Tablas de Surf:** se ofrecerán tablas de surf a los amantes del surf, San Mateo ofrece así mismo excelente olas para aquellos aficionados a este deporte. Los turistas podrían alquilarlas entre 1 hora y más.
- **Paseos en Moto Acuática:** Es un deporte extremo de menor riesgo, consiste en conducir una moto acuática previa instrucciones de seguridad y con los equipos de protección apropiados. El intervalo de estos paseos con este vehículo están planificados de 15 minutos.
- **Organización de Campeonatos de Deportes Playeros:** Para incrementar y fomentar el deporte, en conjunto con el municipio de Manta se propone la creación de diversos campeonatos de deportes playeros como vóley, fútbol y surf. La creación de estos campeonatos en su etapa inicial serán de ciclo corto y a medida que la zona obtenga mayor inversión en infraestructura se irán ampliando.
- **Bailoterapia:** actividad deportiva recreativa para todas aquellas personas que deseen realizar ejercicios físicos con el fin de mantener un cuerpo sano, una mente sana y no con un fin deportivo, en conjunto con el Gobierno y su plan Ecuador Ejercítate se asignaría a San Mateo como punto estratégico para esta actividad.
- **Kayaking:** Para quienes disfrutan de realizar actividades en el agua, el kayaking es la opción ideal. El kayak es una embarcación pequeña, cubierta, poco ancha y alargada con proa y popa, con la cual recorrerá aguas de todo tipo, propulsándose con un remo.
- **Juegos inflables en el agua:** pensando no solo en los adultos si no a su vez en los niños se ofrecerá juegos inflables en el agua.

5.6.2 Estrategias de Plaza

La estrategia de canal de distribución será principalmente mediante entidades Públicas como el Gad Turismo Municipal Manta, el Ministerio de Turismo Nacional, y Cámara de Comercio de Manta en conjunto con la Cámara de Turismo de la Provincia de Manabí; a través de vallas de publicidad en carretas principales como la Ruta Spondylus y publicidad en redes sociales y medios de comunicación.

5.6.3 Estrategias de Promoción

La promoción eficaz directa de la Playa ayuda positivamente al proyecto de implementación de actividades recreativas ya que la efectiva publicidad del lugar atraerá visitantes que son potenciales usuarios de nuestras actividades. Es necesario ofrecer el producto de manera que cautive y llegue al turista convenciéndolo que visitar la Playa San Mateo es la mejor opción en su visita a Manta.

5.6.4 Estrategias de Precio

El precio es un aspecto importante a la hora de elegir un lugar o una actividad de otra. Según las encuestas obtuvimos que las personas están dispuestas a gastar en un rango de USD 41.00 a 60.00 en actividades de recreación. Haciendo un comparativo con otras playas nacionales hemos decido mantener los precios de otros balnearios para no salirnos del mercado:

ACTIVIDAD	PRECIO EN DOLARES ESTIMADO SEGUN ESTUDIOS	TIEMPO
Wakeboard	\$30	30 minutos
Hidropedales	\$12	30 minutos
Moto Acuática	\$20	30 minutos
Tablas de Surf	\$30	1 hora
Organización de Campeonatos	Entrada libre	
Juegos Inflables	\$5	30 minutos
Kayaks	\$30	30 minutos
Bailoterapia – Yoga	Entrada libre	

Elaboración: Autora

5.7 Área a Regenerar

El área a regenerar de este proyecto será la explanada de la playa, donde se observan las lanchas de los pescadores, en ese sector hacia un lado que no perjudique la entrada de los turistas se reubicaran, permitiendo así una entrada más amplia ; es en ese sector donde empieza a construirse el estacionamiento respectivo para carros y motos, evitando de esta forma el caos vehicular y desorden de los visitantes al parquear a orillas de la playa, perjudicando de esta forma al medio ambiente y exponiendo al peligro a visitantes.

En el mismo sector cerca del estacionamiento se ubicara un área específica para los restaurantes tipo cabañas donde se ofrecerá comida típica de la zona, y adicional bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Se instalaran dispensadores de basura, clasificándola de manera tal que se incentive a reciclar.

Aproximado al mismo se ubicarán las duchas típicas de playa y los sanitarios, cerca de la arena para así quienes salen del mar podrán ducharse antes de visitar los restaurante o bien antes de irse.

Se ubicará un área donde se podrá ofrecer una variedad de artesanías elaborados por los habitantes.

Como notamos San Mateo ofrece una amplia playa, en la misma; hacia el costado izquierdo se instauraran canchas de vóley, se adicionarán kioscos de alquiler de hamacas y sombrillas.

A orillas del mar se encontrarán las tablas de surf, hidropedales, entre otros y en el mar directamente se ubicaran los juegos inflables.

Es de esta manera que esta propuesta logrará brindar a todos los habitantes y visitantes variedad de servicios antes no ofrecidos en esta playa, potenciando un turismo sustentable y de calidad en la ciudad de Manta.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. La mayoría de las personas encuestadas realizan turismo interno, lo cual favorece notablemente dando a conocer que si se está promoviendo el desarrollo turístico y generando divisas al país, sin embargo no todos ellos deciden viajar a la ciudad de Manta y visitar la Playa San Mateo.
2. Los resultados indican que en su mayoría los jóvenes de la generación Y, prefieren realizar Turismo de Sol y Playa y viajar en grupo de amigos, la ventaja es que esta generación prefiere realizar variedad de actividades de recreación como deportes extremos, la desventaja sería la falta de seriedad y cultura que muchos tiene al momento de conservar los instrumentos y preservación del medio ambiente.
3. San Mateo cuenta con aproximadamente 3.3 km de extensa y amplia playa ubicada a 20 minutos de la ciudad de Manta, lo cual es favorable y ventajoso para quienes visitan Manta en feriados y desean salir de la rutina de visitar las mismas playas de la ciudad, la desventaja es que no todos los visitantes poseen vehículo propio; y no todos los transportes públicos van directo a San Mateo.
4. Si bien es cierto, en San Mateo ya existen adelantos de regeneración, esto se da por la construcción del Puerto Pesquero artesanal que ha innovado y mejorado la calidad de vida de los pescadores.
5. Se concluye que San Mateo es una Playa con gran potencial turístico que debe ser explotado y desarrollado responsablemente, ya que es muy visitado por turistas nacionales y extranjeros sobre todo en los días

de feriado, si a esta playa se implementan actividades de recreación y se regenera el lugar ofreciendo un mejor servicio y de calidad, la demanda turística se elevara notablemente mejorando su desarrollo socioeconómico, turístico y cultural.

Recomendaciones

1. Se recomienda la colaboración e integración de los habitantes de la parroquia, de manera que tengan conocimiento de los beneficios que el Turismo de sol y playa representa y así convertirse en el pilar fundamental de esta propuesta.
2. Capacitar a los habitantes mediante programas del Municipio de Manta, talleres de artesanías, hospitalidad, alimentos y bebidas etc. para que sean los únicos partícipes de incentivar el turismo en este sector y beneficiados culturalmente y económicamente al mismo tiempo.
3. Recomendable que el Municipio de la ciudad sea el principal encargado de llevar a cabo este proyecto y pueda financiar las obras de regeneración y buscar inversionistas para la implementación de las actividades de recreación.
4. Utilizar campañas de publicidad llamativas a nivel nacional para fomentar un alto número de visitas de turistas nacionales y extranjeros y lograr que sea reconocido nacionalmente como destino turístico de la ciudad Manta y de esta manera dar a conocer la variedad turística que Manta puede ofrecer a los visitantes.
5. Reforzar la seguridad local en el sector, brindando patrullaje de la Policía Nacional con mayor frecuencia en la playa.

6. Ampliar la zona de entrada y reubicar las lanchas de los pescadores hacia un costado donde no intersecte y perjudique la entrada de visitantes.

7. Recomendable se zonifique la playa, para así brindar un mejor servicio al turista.

8. Que se instale una caseta de salvavidas y primeros auxilios, específicamente en feriados.

BIBLIOGRAFÍA

- (2007). Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/>
- (2011). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/>
- (2014). Obtenido de Gobierno Provincial de Manabi:
<http://www.manabi.gob.ec/ecuador/ven-a-manabi>
- (2014). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/>
- Armijos Andrea, Leal Paola, Sen Cecilia . (2010). *Repositorio Ucsg*. Obtenido de www.repositorio.ucsg.edu.ec
- Definicion.de*. (2008-2015). Obtenido de www.definicion.de.com
- Definicion ABC*. (s.f.). Obtenido de www.definicionab.com
- Delgado, D. M. (2012). *repositorio ucsg*. Obtenido de www.repositoriucsg.edu.ec
- Espinoza, R. (06 de 05 de 2014). *Roberto Espinosa Blog de Marketing y Ventas*. Obtenido de <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Freire, M. J. (2012). *"PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES RECREATIVAS EN PLAYA VARADERO PARA INCREMENTAR EL TURISMO DE SOL Y PLAYA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"*. Obtenido de www.repositoriucsg.edu.ec
- Gobierno Provincial de Manabi*. (2014). Obtenido de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/manta>
- Gross, M. (2010).
- Hiernaux-Nicilas, D. (2002). *Google Académico*.
- Lazaro, M. B. (2005). *Introduccion al Concepto de Turismo Sostenible*. Obtenido de <http://www.aragon.es/estaticos/turismosostenible>
- Ley de Turismo*. (2002). Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo*. (2015). Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Morales, F. (2010).
- Moreno, E. (2007).
- Paola Molina García, Lorena Rodriguez Gámez, Gonzalo Sigüenza Llaguno. (2 de Marzo de 2009). *Repositorio Espol*. Obtenido de www.espol.edu.ec
- Salinas, E. Lao O, J. . (2006).
- Soares, J., & Gandara, J. (16 de Marzo de 2010). Recuperado el 30 de Noviembre de 2014, de <http://blogs.ua.es/renovestur/files/2010/03/Comunicaci%C3%B3n-Soares-Gandara.pdf>
- Solorzano, E. (s.f.).
- Urry. (2001).
- Vera Fernando, Bolanos Carlos. (2010). *RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL: LAS PRÁCTICAS RECREATIVAS EN LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO*. Obtenido de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3321298/1.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Campaña Publicitaria Turística de Manabí



Anexo 2. Letras Emblemáticas Turísticas de la Ciudad



Anexo 3. Playa San Mateo



Anexo 4. Actividades de Recreación:

Wakeboard



Moto Acuática



Tablas de Surf



Kayaks



Hidropedales



Juegos Inflables



Bailoterapia



Anexo 5. Modelo de Encuesta



DATOS GENERALES:

A) SEXO

Masculino ____

Femenino ____

B) EDAD

De 18 a 25 Años ____

De 26 a 30 Años ____

De 31 a 45 Años ____

De 46 a 60 Años ____

Más de 61 Años ____

Preguntas:

1. ¿Ud. realiza turismo dentro del país?

SI ____ NO ____

2. ¿Considera que el turismo de playa es el de su mayor agrado?

SI ____ NO ____

3. Indique en que época del año Ud. prefiere hacer turismo de playa? (pregunta abierta)

4. Cuando usted viaja, generalmente lo hace.....

Solo ____

Con amigos ____

En pareja ____

Con familia ____

5. ¿Qué actividad prefiere realizar en sus viajes de playa?

Natación ____

Juegos acuáticos ____

Moto acuática ____

Deportes extremos ____

Pesca deportiva ____

Juegos Infantiles ____

Otros (mencione) ____

6. ¿Cuál sería el presupuesto que usted considera adecuado asignar para gastos de entretenimiento?

De \$20 a \$ 40 ____

De \$ 41 a \$ 60 ____

Más de \$ 60 ____

7. ¿Cuál es el factor de mayor incidencia en su toma de decisiones en la realización de un viaje?

Precios económicos ____

Variedad gastronómica ____

Distancias cortas ____

Atractivos del lugar ____

Otros (mencione) ____

8. Estaría dispuesto a realizar actividades recreativas en San Mateo?

Sí ____ No ____

9. Recomendaría a algún familiar o amigo a que visite San Mateo?

Sí ____ No ____