



**UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE  
PORTOVIEJO**

**Carrera de Educación**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del título de:

***Licenciada en Educación Ambiental y Ecoturismo***

Tema:

**“LAS OFERTAS TURÍSTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU RELACIÓN  
CON LA PROMOCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PORTOVIEJO”**

Autora:

**Johana Melissa Zapata Chilán**

Directora de Tesis:

**Licenciada Gina Molina Molina**

**Portoviejo – Manabí – Ecuador**

**2012**

**TESIS DE GRADO:**

“Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo”

De la egresada:

**Johana Melissa Zapata Chilán**

Sometida al tribunal y sustentación para su respectiva aprobación

**TRIBUNAL**

Lic. Sara Ulloa Alvear

COORDINADORA DE LA CARRERA  
DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

Lic. Gina Molina Molina

DIRECTORA DE TESIS

Lic. Mercedes Intriago R. Mg.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dra. Lubis Zambrano Montes

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

## **DECLARACIÓN DERECHO DE AUTORA**

Johana Melissa Zapata Chilán, declaro que la presente investigación titulada “Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo”, es fiel testimonio del plan de tesis presentado a la coordinadora de la carrera de Ciencias de la Educación.

La responsabilidad de esta investigación, argumentos, análisis, procedimientos, ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones expresadas, pertenecen exclusivamente a la autora.

Johana Melissa Zapata Chilán

**AUTORA**

Lic. Gina Molina, tengo a bien:

### **CERTIFICAR**

Que la egresada Johana Melissa Zapata Chilán, ha realizado el trabajo de tesis titulado:“Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo”, la cual fue desarrollada bajo mi guía y control. En la misma, la egresada mostró eficiencia, capacidad y responsabilidad durante la investigación realizada.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Portoviejo, 8 de Agosto de 2012

Lic. Gina MolinaMolina

**DIRECTORA DE TESIS**

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi eterna gratitud a quienes permitieron el desarrollo y culminación de la meta propuesta, a DIOS por darme fortaleza y por la luz maravillosa para superar los inconvenientes presentados durante mi investigación.

Al término de mi carrera estudiantil quiero plasmar en esta tesis mi agradecimiento a la UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO y en especial a las autoridades de la carrera de Ciencias de la Educación, quienes me brindaron su apoyo para la culminación de mis estudios.

A la Lic. Gina Molina, Directora de Tesis; a la Lic. Sara Ulloa Alvear, Coordinadora de la Carrera de Ciencias de la Educación y a los miembros del tribunal de tesis que con su asesoramiento pedagógico me guiaron en este trabajo investigativo.

Y por último, mi eterna gratitud a todas aquellas personas que creyeron en mi capacidad y me permitieron convertir mi sueño en realidad.

**JOHANA MELISSA ZAPATA CHILAN**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis presenta esfuerzo a lo largo de mi vida, está dedicado a los seres que hicieron que este sueño anhelado se haga realidad.

**A DIOS:** Ser supremo que con su infinita misericordia guía mi convivir diario, dándome fortaleza, vida, sobre todo paciencia y amor.

### **A MIS PADRES:**

**EDUARDO Y MARISOL** que gracias a su confianza, cariño y comprensión creyeron en mí, brindándome confianza, amor, y me apoyaron siempre.

**En especial a mi esposo Alex Centeno:** compañero de todos los días, quien con su paciencia, amor, siempre está conmigo.

**A MIS HERMANOS Y SOBRINOS:** quienes estuvieron siempre apoyando, y me brindaron su ayuda incondicional y moral.

**A MIS FAMILIARES Y AMIGOS:** con su constante ayuda e incentivaron para llegar a la meta.

**Con amor**

**Johana**

# ÍNDICE

Declaración derecho de Autora	iii
Certificación del tutor	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Introducción	1
CAPÍTULO I	
MARCO REFERENCIAL	
1. Tema	3
1.1 Formulación del problema	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1. Preguntas de la investigación	5
1.3 Delimitación de la investigación	5
1.4 Justificación	5
1.5 Objetivos	6
MARCO TEÓRICO	
2.1 Agencias de Viajes	8
2.1.1 Clasificación de las Agencias de viaje	8
2.1.2. Actividades Turísticas y quienes la ejercen	10
2.1.2.1 Facultad de las Agencias de Viaje	10
2.1.3 La oferta Turística	11
2.1.2.1. La oferta turística integrada por 8 partes	12
2.1.3.1.1 Atractivo Turístico	12
2.1.3.1.2 Patrimonio Turístico	12
2.1.3.1.3 Producto Turístico	12
2.1.3.1.4 Componentes	13
2.1.3.1.5 Los Recursos Turísticos	14
2.1.3.1.6 La Planta Turística	14
2.1.3.1.7 El Equipamiento Turístico	14
2.1.3.1.8 La Infraestructura Turística	15
2.1.3.1.1.1 Los Servicios Complementarios	15
2.1.4. Demanda turística	16
2.1.4.1 Turismo receptor	16
2.1.4.2 Turismo interno	18
2.1.4.3 Turismo Emisor	19
2.1.5. El Consumo y el Gasto Turístico	20
2.1.6 Actores del Turismo	20
2.1.6.1. Oficinas de información turística	20
2.1.6.2. Empresas de alojamiento	20
2.1.6.3. Restaurantes	21
2.1.6.4. Comerciantes	21
2.1.6.5. Artesanos	21
2.1.6.6. Atractivo turístico	21
2.1.6.7. Guías	21
2.1.6.8. Policía de turismo	21
2.1.6.9. Instituciones Públicas, privadas y ONG.	22
2.1.7. Acciones que cumplen el MINTUR y el Municipio	27

2.2 Promoción Turística	19
2.2.1. Medios Audiovisuales	29
2.2.1.1. Medios de Comunicación	34
2.2.1.2 Campaña de promoción turística en Manabí para el año 2012.	37
2.2.2 Síntesis Histórica de Portoviejo	38
2.2.2.1 Datos importantes del Cantón Portoviejo	40
2.2.3. Aspectos Socioculturales	45
2.2.4. El turismo en el cantón Portoviejo	47
2.2.4 Atractivos turísticos del cantón Portoviejo	48
2.2.5 Índice de atractivos cantón Portoviejo	48
2.2.5.1. Descripción de los atractivos naturales y culturales de Portoviejo	49
2.2.5.1.1 Cascada de Mancha Grande	49
2.2.5.1.2 Cerro de Hojas o Jaboncillo	50
2.2.5.1.3 Estuario Río Portoviejo	51
2.2.5.1.4 Laguna Encantada	52
2.2.5.1.5 Playa Crucita	53
2.2.5.1.6 Playa La Boca	54
2.2.5.1.7 Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales	54
2.2.5.1.8 Cascada del Cuchucho	55
2.2.5.1.9. Iglesia la Merced	55
2.2.5.1.10 Iglesia la Catedral	56
2.2.5.1.11 Celebración Religiosa patrona de Portoviejo	58
2.2.5.1.12 San Pedro y San Pablo Picoaza	59
2.2.5.1.13 Expoferia Universitaria - Industrial, Artesanal y Comercial	61
2.2.5.1.14 Fiesta cívica Portoviejo	62
2.2.5.1.15 Fiesta Popular revitalización de los chigualos	64
2.2.5.1.16 Museo histórico Portoviejo colecciones patrimoniales	65
2.2.5.1.17 Monumento Inti Raymi	65
2.2.5.1.18 Complejo deportivo la California	66
2.2.5.1.19 Jardín Botánico	67
2.2.5.1.20 Parque ecológico El Mamey	68
2.2.5.1.21 Parque Eloy Alfaro	69
2.2.5.1.22 Parque central Vicente Amador Flor	70
2.2.5.1.23 Verbena Parque Central	71
2.2.5.1.24 Cerro arqueológico Cerro Jaboncillo	72
2.2.5.1.25 Vuelo Libre en Crucita	73
2.2.5.1.26 Embutidos de Calderón (morcilla)	73
2.2.5.1.27 Artesanías en algodón - hamacas - Río Chico	74
2.2.6 La Ley de Turismo	76
2.3. Hipótesis	77
2.3.4. Matriz de Operacionalización de las Variables	78
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Modalidad de la investigación	79
3.2 Tipos de Investigación	79
3.3 Métodos	80
3.4 Técnica	81
3.5 Instrumentos	81
3.6 Población y muestra	82

3.7 Recolección de la información	83
3.8 Procesamiento de la información	83
CAPÍTULO IV	
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1 Resultados de la encuesta y entrevista	84
4.2 Comprobación de las hipótesis	123
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
CAPÍTULO VI	
Propuesta	127
Bibliografía	148
Anexos	
Nº. 1 Formulario de Encuesta	151
Nº. 2 Formulario de Entrevista	154
Paquete Turístico de Portoviejo	155
Nº. 3 Catastro actualizado de las Agencias de Viaje de Portoviejo	159
Nº. 4 Fichas Resumen de inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo	160

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Ficha Nº 1 Cascada De Mancha Grande	169
Ficha Nº2 Cerro De Hojas Y Jaboncillo	170
Ficha Nº3 Estuario Río Portoviejo	171
Ficha Nº4 Laguna Encantada	172
Ficha Nº5 Playa Crucita	173
Ficha Nº6 Playa La Boca	174
Ficha Nº7 Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales	175
Ficha Nº8 Cascada Del Cuchucho	176
Ficha Nº9 Celebración Religiosa Patrona Portoviejo	177
Ficha Nº10 Embutidos Artesanales De Calderón (Morcilla)	178
Ficha Nº11 Expoferia Universitaria - Industrial, Artesanal Y Comercial	179
Ficha Nº12 Fiesta Cívica Portoviejo	180
Ficha Nº13 Fiesta Popular Revitalización Chigualos	181
Ficha Nº14 Jardín Botánico	182
Ficha Nº15 Museo & Archivo Histórico Portoviejo, Colecciones Patrimoniales	183
Ficha Nº 16 Parque Ecológico El Mamey	184
Ficha Nº 17 Verbena Parque Central	185
Ficha Nº 18 Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo	186
Ficha Nº 19 San Pedro Y San Pablo Picoaza	187
Ficha Nº 20 Monumento Inti Raymi	188

Ficha N° 21 Complejo Deportivo La California	189
Ficha N° 22 Vuelo Libre En Crucita	190
Ficha N° 23 Parque Eloy Alfaro	191
Ficha N° 24 Artesanías En Algodón - Hamacas - Río Chico	192
Ficha N° 25 Iglesia La Merced	193
Ficha N° 26 Iglesia Catedral Jesús el Buen Pastor	194
Ficha N° 27 Parque Central Vicente Amador Flor	195

## INTRODUCCIÓN

Uno de los descuidos de los operadores turísticos que se desenvuelven en Portoviejo y su entorno, ha sido el de no percatarse de los elementos que pueden constituirse en un imán para atrapar la atención y el interés de turistas afuerreños, de tal manera que Portoviejo pueda desarrollar su potencial económico, abonado por las actividades de servicio turístico.

Tradicionalmente, se ha pensado que los atractivos turísticos de la región están concentrados sólo en las playas y cercanías del mar. De hecho, los habitantes de Portoviejo, prefieren realizar turismo de sol y playa, y han ignorado las potencialidades que en ese campo ofrece el cantón.

El turista extranjero no llega a Portoviejo sino a los lugares aledaños a él, todo esto porque las agencias de viajes no incluyen a esta ciudad en su oferta.

Motivo por el cual se ha considerado importante realizar esta investigación, con las siguientes temáticas investigativas:

En el Capítulo I, el Planteamiento del problema en el que se destaca que Portoviejo posee significativos lugares turísticos y a la vez se hace énfasis de la poca afluencia de turistas al cantón, por la poca promoción de parte de las agencias de viaje.

En el Capítulo II, Marco teórico, se mencionan los contenidos y los temas, debidamente analizados.

El Capítulo III, Procedimientos metodológicos más sobresalientes, principalmente la modalidad de la investigación.

En el Capítulo IV, los resultados y el análisis de la aplicación de las encuestas, luego el Capítulo V, las Conclusiones y Recomendaciones, obtenidas en el marco de la presente investigación y por último en el Capítulo VI, la Propuesta de Conformación de una agencia de viajes operadora, que incluya los atractivos turísticos de Portoviejo.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO REFERENCIAL**

### **2. Tema**

Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo.

#### **2.1 Formulación del problema**

¿De qué manera incide la oferta turística de las agencias de viajes, en la promoción de los atractivos turísticos del cantón Portoviejo?

#### **2.2 Planteamiento del problema**

Actualmente la actividad turística en el Ecuador se ha convertido en una de las más promisorias para la generación de empleo, sustento y reactivación económica, mejor redistribución de la riqueza; adicionalmente, permite una mejor conservación de los entornos urbanos y rurales. Otros países como Cuba, que sufren más de cuarenta años de bloqueo comercial, han despegado mediante el impulso que a su economía le ha dado el desarrollo turístico, a pesar de practicar el monocultivo, carecer de energéticos minerales, estar desvinculado territorialmente del continente.

El turismo por otro lado es una fuente inagotable de recursos, que desde hace pocos años, se ha constituido en una de las actividades más importantes del Ecuador y que según el Gobierno Nacional, se perfila a convertirse en el primer renglón de divisas del País; es por tanto un punto estratégico, para el crecimiento sostenido de esta sociedad.

Portoviejo no se beneficia de los flujos de pasajeros que llegan a la provincia de Manabí; ya que, en las propuestas de las operadoras, no está incluida ninguna de

los potencialidades turísticas del cantón, debido a que el desarrollo económico de Portoviejo se fundamenta en actividades laborales burocráticas y comercio de minoristas, el cantón no recibe un impulso significativo en su desarrollo económico. Al no existir industrias que absorban mano de obra de manera masiva, porque tal requeriría ingentes inversiones y rediseño de la infraestructura básica, queda el recurso del aprovechamiento turístico, como alternativa para iniciar el progreso de la comunidad.

Portoviejo no tiene la capacidad económica, tecnológica y de infraestructura para competir en un mundo globalizado con actividades de transformación de materias primas a productos terminados; eso desanima el desarrollo económico sostenido. Debido a que la obtención de esas características requerirá de algunos años de esfuerzos y sacrificios, se considera necesario buscar actividades alternativas, que compensen la falta de capacidad en la producción.

Es imperativa la creación de modelos administrativos, que permitan que los proyectos de inversión, dirigidos a las áreas productivas de crecimiento potencial, sea parte de la cultura económica y laboral de la sociedad empresarial, para que la implantación y operación de éstos, los orienten a permanecer a lo largo del tiempo, produciendo un efecto multiplicador de las fuentes de trabajo y atracción de divisas.

Sin embargo, al no existir una oferta claramente definida, los potenciales atractivos turísticos de Portoviejo no serían reconocidos y por lo tanto no se los aprovecharía para derivar hacia el cantón, una proporción importante del flujo de turistas que llega a la provincia. La actual oferta de las agencias de viajes, no incluye ingredientes o productos turísticos que formen parte de la realidad del cantón Portoviejo, lo que representa la postergación del aprovechamiento de significativos capitales que generan las actividades turísticas.

### 1.2.1. Preguntas de la investigación

- ✓ ¿Será posible involucrar a todos los atractivos turísticos de Portoviejo en la oferta turística?
- ✓ ¿Será factible la creación de nuevas agencias de viajes que involucren los atractivos de Portoviejo?
- ✓ ¿Será factible la implementación de facilidades turísticas en la zona?
- ✓ ¿De qué manera los recursos ambientales de la zona podrán ser aprovechados en un programa de turismo local responsable?
- ✓ ¿El cantón Portoviejo cuenta con los suficientes Atractivos turísticos para motivar a los turistas a visitar el cantón.

### 2.3 Delimitación de la investigación

**Campo:** Empresarial.

**Área:** Turismo.

**Delimitación espacial:** La investigación se realizó en el Cantón Portoviejo, con la participación de los turistas por medio de las encuestas y las agencias de viajes que ayudaron con la entrevista.

**Delimitación temporal:** Enero a Agosto de 2012.

### 1.4 Justificación

La evidente escasez de las propuestas turísticas de Manabí y específicamente del cantón Portoviejo, no le permiten insertarse en el mercado nacional e internacional; situación que se ve reflejada en el escaso flujo de visitantes. La desarticulación parte de situaciones geopolíticas, de aspectos relacionados con el marketing y de la escasa oferta turística complementaria.

Por esto, es importante incluir al cantón en las diferentes promociones que hacen las distintas agencias de viajes, para que así se logre la reactivación de Portoviejo como sector turístico, atrayendo divisas y obteniendo a través del aprovechamiento turístico adecuado y con servicios competitivos y de calidad, un proyecto rentable.

Si se logra desarrollar la propuesta, se generarán plazas de trabajo en el sector turístico, también mejorará la calidad de vida de los pobladores de la zona de influencia, ya que éstos percibirán ingresos con los cuales incrementarán su poder de adquisición, transformándose este proceso, en un círculo virtuoso en donde se dará el crecimiento y desarrollo de la economía.

Se justifica, porque si se logran incluir los atractivos turísticos de Portoviejo se verán constituidos en productos turísticos que son el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades, ya que las zonas que rodean a la provincia, contribuyen a crear de forma directa una serie de ventajas competitivas y comparativas, tales como las condiciones atmosféricas, climáticas, entre otras.

La investigación es de impacto, por cuanto es necesario crear modelos empresariales en la provincia, que impulsen el desarrollo sustentable de la región. Es imperante dejar a un lado los manejos empíricos y sin planificación, que no permiten que un buen proyecto se implante y opere de manera adecuada.

La factibilidad de la investigación radicó en la colaboración de los turistas y de las agencias de viaje existentes en el cantón, y una bibliografía actualizada que sustentó el marco teórico.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

- ✓ Determinar la incidencia de la oferta turística de las agencias de viajes, en la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar los atractivos turísticos del cantón Portoviejo.
- ✓ Investigar las agencias de viajes operadoras específicas, existentes en el cantón Portoviejo.
- ✓ Establecer la relación que existe entre la oferta de las agencias de viaje y el flujo de turistas movilizados.
- ✓ Elaborar una propuesta de conformación de una agencia de viaje operadora de turismo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Agencias de Viajes**

Definición.- Son consideradas agencias de viajes, las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social, conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar, medios propios o de terceros.<sup>1</sup>

##### **2.1.1 Clasificación de las Agencias de Viajes**

Clasificación.- Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras
- d. Duales

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real, sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular.

Las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras.

---

<sup>1</sup>REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS, LEXIS S.A. - Silec, Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana

Agencias de viajes mayoristas.- Son agencias de viajes mayoristas, las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

Esta clase de agencias, podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos, que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

Las agencias de viajes mayoristas podrán actuar como representantes en el Ecuador de agencias de viajes extranjeras, pero deberán declarar este particular ante el Ministerio de Turismo.

Agencias de viajes internacionales.- Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.

Agencias de viajes operadoras.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Agencias de viajes Duales: (Internacional y Operadoras)

## **2.1.2 Actividades turísticas y quienes la ejercen**

### **DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

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. Existe un borrador de ley de Turismo que está en revisión.  
(Anexo)

#### **2.1.2.1 FACULTAD EXCLUSIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS DE TURISMO.**

Únicamente, las agencias de viajes operadoras de turismo definidas en los reglamentos pertinentes y en las normas técnicas establecidas por el Ministerio de Turismo, se encuentran facultadas para elaborar, organizar, operar y vender, ya sea directamente al usuario o a través de los otros tipos de agencias de viaje, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional para ser vendidos al interior o fuera del país. En consecuencia, los prestadores de

servicios de transporte terrestre turístico, no podrán organizar ni prestar dichos servicios.

### **2.1.3. La oferta turística**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenada y estructurada de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas, está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión. La oferta turística mundial es cada día más variada en bienes y servicios.<sup>2</sup>

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. La oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad, los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto, son con frecuencia de mucha importancia para los turistas extranjeros, como para los nacionales. Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

- a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b. Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- c. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

#### **2.1.3.1. La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:**

##### **2.1.3.1.1 Atractivo Turístico:**

---

<sup>2</sup>BOULLÓN ROBERTO, Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México 1997, capítulo 2, pág. 34.

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables”<sup>3</sup>

#### **2.1.3.1.2 Patrimonio Turístico:**

“Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan”.<sup>4</sup>

“Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura”.<sup>5</sup>

#### **2.1.3.1.3 Producto Turístico:**

“Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico”.<sup>6</sup>

“Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”

Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades, Paquete turístico que incluye atractivos.

#### **2.1.3.1.4 COMPONENTES**

---

<sup>3</sup>(Favio Cárdenas, Comercialización del Turismo, Editorial Trillas, México 1982).

<sup>4</sup>BOULLÓN ROBERTO, Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México 1997, capítulo 2, pág. 54.

<sup>5</sup>Diccionario General del Turismo. Editorial Diana. México).

<sup>6</sup>Diccionario General de Turismo. Obra citada).

Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.

Facilidades: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc.

Es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

La imagen de un destino turístico

Hoy en día el turismo afecta a cada continente, país y ciudad. La economía está influida, tanto por las personas que viajan a otras partes (gastos de importación en otros lugares) como por las exportaciones de servicios turísticos (consumos realizados por los turistas en los sitios que visitan). Los destinos turísticos deben decidir qué mercados emisores son los más importantes, y cuáles desean captar, pues a pesar de que en la actualidad el turismo es el sector de crecimiento más rápido, como cualquier industria depende de los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general (Kotler et al., 1997).

#### **2.1.3.1.5 Los Recursos Turísticos:**

Recursos Turísticos es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”.<sup>7</sup>

Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos

---

<sup>7</sup>(Principios Elementales de Turismo. Aníbal Urrutia).

comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones, los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

#### **2.1.3.1.6 La Planta Turística:**

Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.<sup>8</sup>

#### **2.1.3.1.7 El Equipamiento Turístico:**

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

#### **2.1.3.1.8 La Infraestructura Turística:**

La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

---

<sup>8</sup>BOULLÓN ROBERTO, Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México 1997, capítulo 2, pág. 38.

Además, es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes, para así promover modificaciones o ampliaciones.

#### **2.1.3.1.1.1 Los Servicios Complementarios:**

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Los servicios, son la actividad en que el Estado interviene más directamente como el caso de la salud, los deportes, etc. Los servicios públicos constituyen un sector importante de la actividad económica. Incluyen proveedoras de agua, gas, transporte ferroviario, etc. Precisan una inversión considerable de planta y equipo por lo que con frecuencia, sus costos fijos son superiores a sus costos variables.

Los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita, las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son: Alojamiento, Medios de Comunicación e Información y Servicios de Comercio Asociados. El comercio, en el fenómeno turístico en vez de tener que llevar los productos a lugares situados más allá de sus fronteras, son los turistas de esos lugares los que vienen hasta el comerciante.

El servicio de correos es igualmente utilizado por el turismo, traslada cartas y tarjetas postales, valores declarados, giros, reembolsos, certificados, etc.

En cuanto a las comunicaciones, una población puede contar con muchos atractivos turísticos, pero sólo pueden ser explotados si se dispone de las comunicaciones adecuadas y principalmente con información turística de la mejor calidad.

En síntesis, los servicios complementarios que componen toda oferta turística moderna son:

- los servicios de comunicación;
- los servicios de correos;
- los servicios de información turística;
- el alojamiento para turistas;
- el comercio de productos para turistas;.

#### 2.1.4. DEMANDA TURÍSTICA

Expresión del turista que en función de su necesidad, concurre a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a su vez producto de estadía dinamiza el espacio desde su concepción de capacidad de pago.<sup>9</sup> La demanda turística está conformada por el turismo receptor, interno y emisor.

##### 2.1.4.1 TURISMO RECEPTOR

Es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país o región de referencia. Tomando a 2004 como año base para el cálculo de la tasa de crecimiento anual (TACC), para el periodo 2004 – 2010 se evidencia una variación positiva tanto de los arribos internacionales (4,2%), como del ingreso de divisas por turismo receptor (9,1%)

**TABLA # 1 CUADRO DE ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR <sup>10</sup>**



<sup>9</sup>BOULLÓN ROBERTO, Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México 1997, capítulo 2, pág. 32.

<sup>10</sup>BOLETÍN ESTADÍSTICO JUNIO 2012 DATOS GENERALES

Durante el mes de JUNIO del 2012 ingresaron al país un total de 118.293 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de un 18,36 % ya que en mayo de 2011 ingresaron un total de 99.944 visitantes.

#### **2.1.4.2 TURISMO INTERNO<sup>11</sup>**

Es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país o región de referencia; dado que viajan únicamente dentro de este mismo país o región.

Turismo interior es el conformado por los flujos de turistas que residen en el país y Viajan en el interior de su territorio. Los rubros más importantes de gasto son: servicios de alimentación, compra de bienes y servicios de transporte, entre otros.<sup>12</sup>

El Ministerio de Turismo informó que como resultado de un estudio realizado en seis ciudades del país, se determinó que Ecuador ha tenido un crecimiento del 4.9% en lo referente al turismo interno.

En 2011, se desplazaron por las cuatro regiones del Ecuador 10,4 millones de personas que recorrieron indistintamente los Andes, la Costa, la Amazonía y las Islas Galápagos.

El Ministerio de Turismo busca incentivar el volumen del turismo interno potencializando las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejercen el ocio como derecho.

Lo que es un resultado favorable de la promoción en la que se trabaja en el país desde que inició el actual Gobierno, que busca hacer del turismo uno de los principales ingresos, para aprovechar los diferentes atractivos naturales y culturales que hay en las diversas regiones, según lo ha resaltado el presidente de la República, Rafael Correa, en varias ocasiones.

Y como resultado de esta estrategia, el Ministerio de Turismo presentó las cifras del sector que reflejan un incremento del 9% en cuanto a arribos, con relación al crecimiento mundial, informó el subsecretario de promoción Turística,

---

<sup>11</sup> Durante 2010, el Ministerio de Turismo en coordinación con el INEC ha venido realizando la encuesta de turismo interno, inserta como módulo en la encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo que administra el INEC.

<sup>12</sup> ECUADOR Y SUS LUGARES TURISTICOS-2008.

### **2.1.4.3 TURISMO EMISOR**

Turismo emisor, es el conformado por los flujos de residentes que salen del país con motivos turísticos.

Es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país o región de referencia; dado que viajan a otro país o región.<sup>13</sup>

### **2.1.5. EL CONSUMO Y EL GASTO TURÍSTICO**

El consumo es la adquisición de bienes o servicios con el fin de satisfacer una necesidad.

El consumo turístico: es la adquisición de servicios turísticos para satisfacer la necesidad del turista. (Meyer, D.; 2004:100-101). Este consumo se divide en:

Consumo turístico primario, consistente en adquirir bienes y servicios netamente turísticos como alojamiento o transporte.

Consumo turístico secundario, que consiste en el gasto realizado por el turista en bienes de la oferta complementaria como aspirinas o jabón.

Características del consumo turístico:

El consumo turístico ha de realizarse in situ.

El cliente puede componer por si mismo el producto global.

Se puede producir una sustitución de algunos subproductos.

El turismo es un bien consumible de lujo relativo.

Si bien históricamente sólo las clases altas tenían acceso al turismo; hoy, gracias al abaratamiento de los precios, la elevación del nivel de renta y la intervención del Estado, pueden practicar el turismo todas las clases.

---

<sup>13</sup><http://es.scribd.com/doc/3157035/FORMAS-DE-TURISMO>

El gasto turístico es todo gasto de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Los conceptos principales del gasto turístico son: alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras, etc.

Las agencias de viajes son operadores del mercado encargados de poner en contacto oferta y demanda, y aunque forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta. A pesar de esto la Secretaría General de Turismo las incluyó en la oferta turística.

Los transportes suponen una categoría mixta ya que, en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino, donde se encuentra la oferta turística, realizan también una función de mediación.

En definitiva el turista compra satisfacciones y experiencias únicas.

## **2.1.6 ACTORES DEL TURISMO**

**2.1.6.1. Oficinas de información turística:** son entidades públicas o privadas que manejan la información referente a las actividades turísticas de una región o destino turístico. A ellas recurren en primera instancia los visitantes o turistas para obtener información.

**2.1.6.2. Empresas de alojamiento:** “se entiende por alojamiento todo servicio que permita al viajero acomodación y techo, dentro de ciertas condiciones de seguridad y confort, mediante el pago de un precio; algunas veces se completa este servicio con el de alimentación y otros”<sup>14</sup>

**2.1.6.3. Restaurantes:** “se entiende por restaurante el establecimiento abierto al público en donde se venden principalmente comidas y secundariamente bebidas y licores”.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Legislación Turística Colombiana. Moisés Sánchez Cabrera. Universidad Externado de Colombia, 1974

**2.1.6.4. Comerciantes** : es quien ejecuta los actos de comercio

**2.1.6.5. Artesanos:** trabajador manual que ejercita un oficio por su cuenta, solo o con ayuda de su familia y que utiliza materiales típicos de una región.

**2.1.6.6. Atractivo turístico.-** conjunto de elementos materiales y/o materiales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último, se transforma de esta manera en destino turístico.

**2.1.6.7. Guías:** el la persona natural que presta sus servicios profesionales en el área de guianza turística, cuyas funciones hacia el turista son las de orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

**2.1.6.8. Policía de turismo:** depende jerárquicamente de la Policía Nacional y tiene las funciones de adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos, atender labores de información turística, orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten por parte de los turistas.

**2.1.6.9. Instituciones Públicas, privadas y ONG.** Son actores importantes del turismo, que juegan un papel fundamental. En la actualidad se están dando pasos por parte de los Gobiernos, para traspasar los límites nacionales de sus programas de turismo social, bajo formas de intercambio transnacional.

**2.1.7 Acciones que cumplen el Ministerio de Turismo y el Municipio**<sup>16</sup>

### **Acciones del Ministerio de Turismo**

Establecer políticas nacionales y regulaciones generales.

---

<sup>16</sup>La descentralización de las competencias turísticas en Ecuador  
Elsa María Castro

Elaborar normas y reglamentos para el funcionamiento de los establecimientos turísticos.

Vigilar el cumplimiento de la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus reglamentos.

Entrega de un equipo y software de computación.

Prestar asistencia técnica y capacitación.

Transferir las atribuciones y funciones para el otorgamiento de la Licencia Anual de Funcionamiento a los establecimientos turísticos.

Apoyar a los proyectos de desarrollo turístico sostenible.

Preferentemente cofinanciará actividades promocionales de carácter local que presente el Municipio.

Evaluará continuamente la marcha del proceso y sus avances.

Acciones del Municipio:

Adicionalmente se compromete a impulsar procesos participativos para generar una conciencia a favor del turismo.

Estructurar o fortalecer la dependencia administrativa que se encargue de la gestión turística local.

Estructurar o fortalecer una Comisión de Turismo en el seno del Concejo Cantonal.

Impulsar la formación del Consejo de Turismo Local, como un espacio amplio de concertación con todos los actores.

Destinar los recursos obtenidos de la Licencia al desarrollo local del turismo.

Asumir el liderazgo para la formulación del Plan Estratégico Participativo del Turismo Local y garantizar su ejecución, con la participación de los actores.

Coordinar con el Consejo Provincial y otros municipios la planificación y desarrollo de productos o circuitos turísticos.

Participar en el Sistema Integrado de Información Turística y crear centro de información turística.

Crear mecanismos para la seguridad de los turistas.

Mantener una adecuada señalización turística e impulsar campañas de concienciación ciudadana para el turismo.

Propiciar la estructuración de un Fondo de Promoción Cantonal o Regional.

Participar en la elaboración de las estadísticas nacionales y locales de turismo.

Promover el desarrollo de productos turísticos acordes con la tendencia del mercado

**Obligaciones conjuntas:**

Establecer mecanismos para mantener el Sistema Integrado de Información Turística y el diseño, obtención y publicación de estadísticas.

Intercambiar información y documentos que faciliten el trabajo.

Trabajar en la divulgación y aplicación del Código Mundial de Ética en Turismo.

Trabajar en líneas de cooperación nacional e internacional, para garantizar la sostenibilidad del turismo.

Impulsar el intercambio de experiencias y herramientas.

**EMTURP:<sup>17</sup>**

La Empresa Municipal de Turismo de Portoviejo EMTURP, tiene como objetivos social los siguientes:

a) Actuar como agente planificador, coordinador, fiscalizador de las obras de desarrollo turístico y de protección ecológica y ambiental que se realicen en el área del Cantón Portoviejo.

b) Controlar con objetivos y criterios turísticos y urbanísticos, el buen uso del suelo, las edificaciones, los espacios de uso recreacional y las zonas de protección ecológica, en coordinación con instituciones afines.

c) Proyectar dentro del cantón Portoviejo, obras de desarrollo turístico y cultural, como museos, planetario, cine teatro, bibliotecas, sitios históricos y demás lugares que se constituyen atractivos turísticos y recreacionales.

d) Identificar y promover las infraestructuras hoteleras y de servicio de comidas y bebidas, procurando su ordenamiento y desarrollo.

---

<sup>17</sup>CONCEJO MUNICIPAL DEL CANTÓN DE PORTOVIEJO

e) Coordinar las obras que contemplen la distribución y uso de la tierra, su infraestructura, acorde con los fines turísticos y ecológicos.

f) Otorgar la Licencia Única Anual de Funcionamiento de los establecimientos Turístico del Cantón Portoviejo.

g) Coadyuvar al cumplimiento de la política turística cantonal, emanada desde el Consejo Cantonal de Turismo de Portoviejo.

h) Ejecutar en coordinación con el Consejo Turístico Cantonal de Portoviejo y otros organismos, el Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible del Turismo de Portoviejo.

La Empresa Municipal de Turismo de Portoviejo EMTURP, tiene los siguientes fines:

a) Elaborar y contratar los estudios requeridos para las obras y proyecto a su cargo, de conformidad con la Ley de Contratación Pública y de Consultoría.

b) Ejecutar directamente o por contrato las obras y proyectos que le ordene el Concejo Municipal de conformidad con la Ley,

c) La nueva Empresa Municipal de Turismo, no puede constituirse en unidad ejecutora o actuar como tal. Para esto deberá ser un ente técnico y no lo es, por lo tanto, seguirá dependiendo de los departamentos de Obras Públicas y Planificación de la Municipalidad,

d) Elaborar con el Departamento de Planificación Municipal, nuevas construcciones, ampliaciones, reparaciones, subdivisión de terrenos, determinando calles, Líneas de fábrica con criterio turístico, ecológico y de protección ambiental.

- e) Normar, regular y controlar a las empresas de prestación de servicios turísticos, en lo que tiene que ver con cumplimiento de Leyes y Ordenanzas, en lo referente a la presentación, ornato, salubridad y calidad de los mismos.
- f) Elaborar proyectos de delimitación de zonas, de parques y de reservas ecológicas o áreas protegidas.
- g) Incentivar la construcción de museos arqueológicos, donde se muestren las culturas aborígenes de la zona y las raíces de la nacionalidad.
- h) Organizar con trascendencia nacional, las fiestas consideradas que son parte de nuestras culturas y tradiciones, y que signifiquen atractivos turísticos del cantón Portoviejo.
- i) Incentivar, estimular y promover las inversiones turísticas internas y externas que se ejecuten en el Cantón Portoviejo.
- j) Difundir la cultura a través de las artesanías y movimientos folklóricos, coordinando con otras instituciones afines, la realización de ferias.
- k) Planificar, fomentar, gestionar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística cantonal y de los establecimientos que prestan servicios en actividades turísticas.
- l) Coordinar con el Ministerio de Turismo, el Consejo Provincial de Manabí y el Consejo Turístico Cantonal de Portoviejo, para la planificación y desarrollo de proyectos turísticos regionales.
- m) Promover el desarrollo de productos turísticos, acordes con las tendencias del mercado local, nacional e internacional.

- n) Impulsar procesos de participación ciudadana, tendente a generar una conciencia y práctica colectiva para el fomento, promoción y sostenibilidad de la actividad turística cantonal.
- o) Acordar con otros Municipios para el desarrollo de productos o circuitos turísticos, que posibiliten la promoción conjunta y el acceso a nuevos mercados, enmarcados en la mancomunidad.
- p) Coordinar con Instituciones afines, la creación de mecanismos que garanticen la seguridad del turista y el respeto a sus derechos como consumidores y usuarios de servicios turísticos, en concordancia con la normativa nacional de defensa del consumidor.
- q) Participar en el Sistema Integrado de Información Turística y crear centros de información turística local, acordes con la política nacional
- r) Mantener una adecuada señalización turística del cantón.
- s) Elaborar y/o actualizar el catastro de establecimientos turísticos e inventarios de recursos turísticos del cantón, en coordinación con el Ministerio de Turismo.
- t) Impulsar e implementar la capacitación permanente de los servidores e impulsores turísticos, orientada hacia el mejoramiento de los servicios.
- u) Incentivar la participación activa de las universidades que tengan Escuelas de Turismo, en los diferentes programas, planes y proyectos de la EMTURP.
- v) Formular, ejecutar y evaluar proyectos de desarrollo turístico; negociar financiamiento y establecer alianzas estratégicas con entes locales, nacionales e internacionales.
- w) Los demás que le asigne el Concejo Municipal, esta Ordenanza y sus reglamentos.

## 2.2 PROMOCIÓN TURÍSTICA

### Conceptos de promoción turística.

**Promoción:** del latín *promotio*, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo.

**Turístico:** por su parte, es aquello perteneciente o relativo al turismo. Este concepto refiere al conjunto de las actividades que las personas desarrollan durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo que no supera el año.

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

Tomemos el ejemplo de Brasil. La promoción turística de este destino puede incluir publicidades en canales de televisión de distintos países con imágenes de las playas de Buzios, carteles en las calles de las capitales de todo el mundo con fotografías gigantes del Cristo Redentor de Río de Janeiro, avisos en las radios con música de samba y el desarrollo de un portal de Internet con contenido multimedia sobre el Amazonas.

Una vez que se tiene un producto, y que existe un posible mercado para ese

producto, en el sentido de que en algún lugar hay consumidores del mismo, es indispensable darlo a conocer.

Nadie puede consumir lo que no conoce, por eso será necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

Los métodos que se utilizan para hacer llegar la información a los mercados turísticos son múltiples y variados; todos constituyen un complejo sistema que se denomina promoción turística, que forma parte del área de comercialización, por lo tanto, quedará subordinada al plan de marketing turístico.

Ortigoza y Gómez Arreola, establecen el concepto de promoción turística de la siguiente manera: “la promoción es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica”.

Como toda actividad productiva, la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos:

1. Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
2. Que los mercados (posibles consumidores) deben alcanzar el programa.
3. Qué medios publicitarios se utilizarán
4. Con qué presupuesto económico se cuenta
5. Cómo se medirán los resultados...

### **2.2.1. Medios audiovisuales y su importancia en la promoción turística.**

Medios audiovisuales son los medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen como la fotografía y el audio. Los medios audiovisuales se refieren especialmente a medios didácticos que, con imágenes y grabaciones, sirven para comunicar un mensaje especialmente específico. Entre los medios audiovisuales más populares se encuentra la diapositiva, la transparencia, la proyección de opacos, los diaporamas, el video y los nuevos sistemas multimediales de la informática.<sup>18</sup>

#### **2.2.1.1 Clasificación de medios Audiovisuales**

##### **La Televisión**

Es un medio de naturaleza audiovisual que permite recibir al mismo tiempo la imagen y el sonido.

Existen dos tipos de soportes el canal o repetidoras: Desde el punto de vista publicitario, el canal sea nacional o regional, permite realizar anuncios para zona correspondiente, en cambio si es una repetidora de un canal nacional, no permite realizar ninguna pauta publicitaria local, debido a su carácter de emisor.

Las formas publicitarias utilizadas en la televisión son básicamente las tres siguientes:

**Los spots:** Son películas de corta duración, generalmente entre veinte y treinta segundos, que se emiten entre los diferentes programas o en el intermedio de los mismos.

**Los programas:** Son las emisiones habituales de las diferentes emisoras de televisión, que pueden ser organizadas o patrocinados por determinados por determinadas empresas, a fin de atraer la atención hacia la publicidad que se realiza durante los mismos.

Entre las principales características de la televisión como medio publicitario están las siguientes:

**Naturaleza Audiovisual:** La televisión permite ver un producto y simultáneamente oír un comentario sobre el mismo. Esta naturaleza audiovisual

---

<sup>18</sup>Según la clasificación de Juan Diego Gutierrez Medina, "[Los medios audiovisuales](#)", [Universidad de Granada](#)

hace que la eficacia del medio sea muy grande, sobre todo para aquellos productos cuya observación representa en si misma un estímulo para los fines publicitarios, así como para aquellos otros productos que permiten demostrar los resultados de su uso o funcionalidad.

**Selectividad Geográfica:** La televisión puede tener en carácter selectivo en la medida que existan circuitos de ámbito regional y local. Ello permite emitir los mensajes publicitarios solamente a las personas que viven en el ámbito del circuito de televisión correspondiente.

**Gran penetración:** Las características que concurren en la televisión, principalmente la de informar y entretener. Desde el punto de vista publicitario, ningún medio ofrece las posibilidades de hacer llegar un mensaje a una audiencia tan elevada como la televisión.

**Fugacidad de los mensajes:** La publicidad en la televisión suele hacerse mediante spots de unos 20 segundos, lo que quiere decir que si por alguna razón no se observa el spot, el mensaje no puede surtir efectos. Este inconveniente se reduce como consecuencia de la grabación de algunos programas en video por parte de algunos telespectadores.

## **El Cine**

Es un medio de naturaleza audiovisual, que permite recibir simultáneamente la imagen y el sonido.

La proyección de las películas se realiza básicamente en tres tipos de Salas:

**Salas comerciales:** Estas abiertas a todos al público en general. Una empresa dedica a esto a exhibiciones de películas es el Village,

**Sala Cine Clubs:** Estas salas, tiene carácter cultural. Donde un director o festival pueden proyectar sus trabajos, primero porque los temas sociales están presente en el relato del filmes y / o cortometrajes

**Salas particulares.** Estas son locales de propiedad de empresas, o que alquilan a un organismo, Ej. Hotel Hilton, si bien en una sala de convención, por su infraestructura le permite convertirse en una sala, para una convención o lanzamiento de Imagen de Empresa, siempre hablando de una empresa multinacional. También se da en empresas locales, pero se busca un sala a las

posibilidades y comodidades de la empresa que quiere realizar el evento, en el cual se utilizará medios audiovisuales,

**Las diapositivas:** Son filminas de carácter estático que sirve para dar conferencias empresariales, Ej. Una empresa expone su política de logística a distribuidores actuales y potenciales. O en presentaciones que hace una agencia a la empresa, para explicarle en que consistirá la campaña.

### **Internet**

La red Internet engloba a una red de redes, o sea que permite la interconexión de múltiples redes unidas entre sí. Esta operación se realiza a través de encaminadores o gateways que permiten el paso de información de una computadora a otra, que pueden pertenecer a redes distintas. Actualmente, la gran red de redes logra unir más de 80 millones de usuarios alrededor de todo el planeta por vía satélite, fibra óptica o por teléfono. En los comienzos, el principal motivo de interés para conectarse era aprovechar la posibilidad de enviar y recibir correo electrónico a nivel internacional y acceder a los foros de Newsgroups. Existen dos soportes de este medio:

**World Wide Web:** es un servicio que permite acceder a todo tipo de información presentada en forma de páginas, que se vinculan unas con otras a nivel de hipertexto. Este servicio se inauguró en 1993 y produjo una revolución a nivel mundial. En nuestro país, la red Internet comenzó siendo considerada un producto de importación, pues el ciento por ciento de la información consultada provenía del exterior. Ahora, gran número de empresas, universidades y particulares colocan información en la red; de modo que alcanza un 25% del tráfico nacional de información.

**Correo Electrónico:** es un servicio que permite enviar un mensaje directo a la computadora de cualquier persona del mundo que posea conexión con Internet. Su manejo es muy sencillo y se prevé que en el mediano plazo reemplace al fax.

Las Formas publicitarias de Internet son:

**Newsgroups:** son básicamente casillas de correo a las que cualquiera puede escribir, o leer para realizar consultas o aportar conocimientos sobre algún tema específico. Los newsgroups se cuentan por miles y las temáticas que los reúnen resultan muy variadas. Lo cual permite localizar fácilmente diferentes segmentos

de mercados, para poder ejecutar una comunicación publicitaria de un producto o servicio.

**Banners:** es una lámina o marco, donde se encuentra el anuncio publicitario, funciona como vinculo de una pagina web. Dependiendo de un software, algunas logran expandirse en toda la pantalla del monitor, tapando la misma pagina web, a la cual esta ligada comercialmente.

**Newletters:** son boletines informativos, que mandan en forma directa a los usuario de una página web determinada, al correo electrónico del usuario de esa pagina. Actualmente existe robo de base de datos, que permite accionar en usuarios del medio, y así lograr más contactos, Los productos y servicios que se encuentran: Bodegas de Vino, Servicio de Encuentros, Telefonía Celular, Magazine de Economía, etcétera.

**Servidores de Búsqueda:** Son paginas web que permite al usuario de internet buscar todo tipo de información, las mas conocidas son: hotmail, yahoo, y google, hay otros, pero estos son las más utilizados en Latinoamérica. En las cuales también poseen publicidad, debido a su cantidad de usuarios.

Chat Rooms (sala de conversaciones): En estas existen miles, donde existen temas diversos. Existen salas de: Salud, Belleza, sexualidad, política, religión. Etc. Lo cual encuentra accesiblemente al nicho de mercado de un producto y o servicio.

Características de Internet como medio publicitario

**Selectividad Demográfica:** Mediante las diferentes paginas web, tiene una cierta selectividad demográfica, ya que llegan a de terminados tipos de públicos.

**Flexibilidad de tiempo:** El anuncio publicitario de una empresa, está presente, mediante una página web, 24 horas, durante un tiempo determinado.

**Calidad del medio:** Con la utilización de multimedia, permite bajar ciertas realizaciones publicitarias. Siempre teniendo sus límites de carga.

**Permanencia:** Para instalar un banners y / o en la portada de la página web se ejecuta una sola a vez hasta la finalización del pautaado o del mensaje, Ej. Día del Padre Mayo, junio. Pero para servidores, la permanencia es reducida porque debe actualizarse día a día, en los newsletters es semanalmente o mensualmente, dependiendo de la política comunicacional de la empresa.

**Impacto:** Cuando se habla de newsletters, newgroups, estamos hablando de publicidad directa que puede tener impacto en el destinatario, al considerarla este como algo personal, a pesar de sabe realmente que se envía a otras muchas personas. La importancia de su impacto dependerá de la presentación y redacción de la propia publicidad, así como de la cantidad de publicidad directa que el sujeto reciba.

**Economía:** El costo de conseguir nuevos clientes gracias a este tipo de publicidad es una fracción de lo que costaría a través de los medios tradicionales. También se ahorran los costos de asesoría

**Necesidad de disponer de un censo:** Para hacer publicidad (sea banners, newsletters, newgroups, chats) requiere la existencia de censo, con los nombres, y correo electrónico de las personas a las se desea enviar la publicidad.

### **Ventajas**

**Ahorra tiempo**

Puede ser casi automática al demandar poco tiempo. El tiempo ahorrado puede ser usado en otras actividades productivas.

**Bajos costos y mayores beneficios**

El costo de conseguir nuevos clientes gracias a este tipo de publicidad es una fracción de lo que costaría a través de los medios tradicionales. También se ahorran los costos de asesoría. Los productos o servicios pueden ser publicitados las 24 horas del día no sólo al mercado local. Uno de los mejores aspectos de publicitar un producto o servicio por Internet es que el lanzamiento y los costos operacionales son bajos y es posible acceder a los compradores potenciales a una ritmo sin precedentes. Es posible medir los resultados de la publicidad on line en sólo cuestión de días, mientras que con los medios convencionales se necesitan meses para conducir un estudio.

**Mayor audiencia**

Se puede tener acceso a más clientes. Un gran número de clientes puede ser alcanzado alrededor del mundo lo que no es normalmente disponible a través de las herramientas publicitarias tradicionales.

**Determinación de Necesidades**

A través de Internet, es fácil encontrar cuáles son las necesidades de nuestros clientes al rastrear sus pasatiempos y preferencias a través de una página web.

Esto nos permitirá tener más éxito al ajustar nuestros negocios con base en lo que los clientes realmente quieren y desean pagar en lugar de hacerlo con base en lo que creemos que quieren.

### **2.2.1.1 ¿Qué son los medios de comunicación?**

Con el término medio de comunicación (del latín medius), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación.

Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

### **PRENSA**

El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico) semanal (semanario o revista) mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo. Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada informar, formar y entretener).

### **RADIO**

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos. Corresponden al tipo sonoro. Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.

La radiocomunicación es tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío.

## **TELEVISIÓN**

La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer.

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión, la transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio, por redes de televisión por cable, Televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor.

### **2.2.1.2 Paquetes Turísticos**

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

### **2.2.1.3 Circuitos Turísticos**

Son los viajes o recorridos completos, caracterizados por tener contenido e interés turísticos, ser permanentes y tener itinerarios previamente establecidos, deben cumplirse en horarios de salida y llegada, así como también paradas. Es una sucesión de excursiones en forma continua.

**CARACTERÍSTICAS DE LOS CIRCUITOS** El punto de origen y de llegada el común (el mismo) El recorrido no se pasa 2 veces por el mismo lugar Se apoya en varias poblaciones (geografías distintas) Requiere de la permanencia en lugares distintos Requiere de la presencia de un tour líder.

### **2.2.2.- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN MANABÍ PARA EL AÑO 2012.**

“Ven a Manabí...”<sup>19</sup> es el slogan de la promoción turística que el Gobierno Provincial de Manabí, continúa impulsado en el país y el mundo para dar a conocer a la provincia en todas sus potencialidades turísticas, que van desde arqueología, agroturismo, gastronomía, cultura, aventura, ríos y playas.

En apoyo al fortalecimiento turístico, el Gobierno Provincial de Manabí ha colocado vallas en varios cantones dando la bienvenida a los visitantes.

### **2.2.2 SÍNTESIS HISTÓRICA DE PORTOVIEJO**

Portoviejo capital provincial es el centro de todas las manifestaciones políticas y culturales, y es por eso que posee una gran riqueza histórica.

La ciudad fue fundada el 12 de marzo de 1535 por el Capitán Francisco Pacheco, bajo las órdenes de Diego de Almagro con el nombre de Villa Nueva de San Gregorio de Portoviejo jurándose fidelidad al rey Carlos I de España, quien después supo que la villa había sido fundada en nombre suyo, aunque éste no la dotó de escudo de armas sino hasta 1540. La ciudad fue fundada originalmente a 25 km aproximadamente del emplazamiento actual en el sector conocido como El Higuerón, y sirvió como punto de avanzada de los conquistadores españoles para frenar a las naciones existentes en la zona como los mantas y los picoazá. Este asentamiento original de Portoviejo fue atacado e incendiado en repetidas ocasiones por piratas ingleses y franceses, por lo que poco a poco fue trasladándose hasta su ubicación actual.

Portoviejo fue fundada para custodiar la frontera norte de la Gobernación de Pizarro, abastecer de maíz, agua y alimento a los barcos españoles. Poco después se consolidó Santiago de Guayaquil, que en adelante sería el puerto principal de Quito, el centro de la Real Audiencia de Quito creada en 1563. Por sus servicios a la causa real, Portoviejo recibió más tarde el título de Muy Leal y

---

<sup>19</sup> Ven a Manabí... te espero es el nombre completo de la nueva campaña promovida por el Gobierno Provincial de Manabí desde el año 2011

Noble Ciudad de San Gregorio de Puerto Viejo, y era especialmente estimada por el Rey Don Carlos I de España, quien supo de esta hazaña y que fue hecha en nombre suyo. Su carácter de ciudad de españoles, pequeña y periférica, le fue perfilando un rasgo peculiar. Tras su fundación fue movida dos veces más hacia el interior. En 1605 se encontraba ya probablemente cerca del lugar actual. El área fue atacada varias veces por piratas y se conoce con certeza que la ciudad fue invadida en 1628 por Jacobo Hermita Clerk.

La ciudad era la sede de Alcaldes, regidores del Cabildo y encomenderos del lugar, y también del convento de La Merced, donde residían los frailes mercedarios encargados de las doctrinas. Su antigüedad y categoría de Ciudad hizo que su gente tuviera aires de nobleza, por lo que protestaron varias veces contra los tenientes nombrados por los gobernadores que residían en Guayaquil. A fines del siglo XVIII, la ciudad comenzó a expandirse debido a que la economía del Partido de Puerto Viejo, estaba creciendo por la producción de comestibles y sombreros de paja toquilla. Puerto Viejo era un partido, que formaba parte de las antiguas entidades del Corregimiento de Guayaquil y posteriormente en 1764 a la Provincia de Guayaquil. Dentro de este partido estaba la ciudad de españoles que según Cieza de León, se llamó originalmente Villa de San Gregorio de Puerto Viejo. A su alrededor existían varios pueblos de indios o reducciones, entre ellas "Picoazá".

Mucho antes que se asentaran los españoles, el área del actual Cantón Portoviejo fue ocupado por un pequeño pero muy complejo estado, que a su vez formaba parte de otros señoríos propios de la Costa septentrional andina. Este señorío fue identificado con el nombre Cancebí, palabra con que se designaba en forma general a los pueblos de estos territorios, y que fue recogida por los primeros Cronistas de Indias que recorrieron esta zona.

Este señorío de Cancebí fue además cónclave y área de reunión y deliberación de varios jefes de otros señoríos próximos, los cuales tenían entre sí pactos y acuerdos de orden comercial y político, muy comparables con acuerdos que actualmente tienen las naciones. El centro de reunión o centro de poder, estuvo en Cerro de Hojas, próximo al Picoazá actual, y el centro ceremonial o religioso en el cerro contiguo llamada Jaboncillo.

El señorío de Cancebí estaba constituido por un tejido de cacicazgos, cada uno de los cuales estaba integrado probablemente por redes de parientes y se dedicaban a tareas especializadas, tales como agricultura, elaboración de cerámica, trabajos en piedra, pesca, navegación, trato e intercambio de productos y tejido de telas de algodón. La sociedad toda estaba organizada en estratos, presidida por los sacerdotes, los caciques y el Señor Principal, quienes mantenían su poder político debido al control y acopio de ciertos productos de gran valor para el intercambio a larga distancia y que en algunos casos tenían además un gran valor sagrado. Dos ejemplos de estos productos fueron la concha spondylus y las esmeraldas, halladas por los españoles en gran cantidad en territorios de Cancebí, una de cuyas deidades era a su vez, una gran piedra de esmeralda del tamaño de un huevo de paloma, según señalan las crónicas.

La proximidad de la actual ciudad de Portoviejo, con Cerro de Hojas y Cerro Jaboncillo, permite establecer que ha sido a través de los tiempos un centro de poder, y también un centro de producción agrícola y manufacturera.

Portoviejo es la ciudad de fundación española más antigua de la costa ecuatoriana, se la conoce como la ciudad de los reales tamarindos, en referencia a que en esta ciudad se plantaron y crecieron los más altos y frondosos árboles de esta deliciosa fruta, dándole fama y contribuyendo al ornato de la ciudad.

## **DATOS IMPORTANTES DEL CANTÓN PORTOVIEJO**

### **2.2.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y DIVISIÓN POLÍTICA**

El cantón Portoviejo tiene una extensión de 967 km<sup>2</sup> (96.756 has) que representan el 5.12% del área total de la provincia de Manabí.

El cantón tiene una población de 280.029 habitantes según datos oficiales del INEC según censo del 28 de Noviembre del 2010. La ciudad en si en su área urbana administrativa tiene una población de 206.682 habitantes, pero en datos reales considerando la aglomeración urbana de los suburbios, la ciudad tiene 223.086 habitantes. Compuesta mayoritariamente por mestizos y descendientes

de españoles, italianas, libanesas y descendientes de las culturas nativas de la zona. Al ser una ciudad ubicada en el centro de la provincia, es el punto estratégico donde concurren los habitantes de los pueblos y ciudades aledañas. El portovejense es una persona amable, trabajadora.

Astronómicamente el cantón Portoviejo está ubicado geográficamente a los 01° 3' y 8" de latitud sur y 80° 27' y 2" de longitud oeste, cuenta con una superficie o extensión de 967,5 Km. Cuadrados.<sup>20</sup>

Portoviejo tiene 9 parroquias urbanas y 7 rurales. Las parroquias urbanas son 12 de Marzo, 18 de Octubre, Andrés de Vera, Colón, Francisco Pacheco, San Pablo, Simón Bolívar, Picoaza, y Portoviejo. En las rurales tenemos a Abdón Calderón, Alajuela, Crucita, Chirijos, Pueblo Nuevo, San Plácido, y Riochico.

De estas últimas se destaca Crucita, por ser un balneario de considerable afluencia turística por sus playas y por la práctica del deporte de Parapente. Además el resto de parroquias rurales forman un corredor turístico denominado "La ruta del encanto"

## **2.2.2.2 ASPECTOS FÍSICOS**

### **2.2.2.2.1 CLIMA**

En el cantón Portoviejo se presentan 2 estaciones definidas: una lluviosa (invierno), entre los meses de Enero a Abril, y la estación seca (verano) que se produce entre los meses de mayo a diciembre la temperatura media anual, registrada en la Estación Meteorológica de Portoviejo oscila entre los 26°C.

La humedad relativa tiene valores promedios de 76.2 anuales. La evaporación anual es de 1.574,8 mm, valor que comparado con el de precipitación (491 mm) deja ver claramente la existencia de un déficit hídrico en la zona.

---

<sup>20</sup>Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Portoviejo.

De acuerdo con el Mapa Bioclimático del Ecuador, Portoviejo está localizado en una región clasificada por Holdridge como Sub-desértica Tropical. Según el mismo autor, la ciudad y su área de influencia se ubican en una región ecológica clasificada como monte espinoso tropical.

#### **2.2.2.2 RECURSOS HÍDRICOS**

El principal sistema hidrográfico es el Río Portoviejo. La cuenca hidrográfica abarca una superficie de 2.040 km<sup>2</sup> aproximadamente (RIVENEIRA, Alfredo, et. al. 2001), con una longitud de cauce de 149 km. Está localizada en la zona climática influenciada por la corriente de Humboldt, o sea la franja seca de la provincia, la cual se caracteriza por la escasez de pluviosidad y recursos hídricos.<sup>21</sup> La baja pluviometría de esta cuenca contribuye en gran parte, durante la época de estiaje, a la degradación de las aguas en todos los afluentes que conforman el Río Portoviejo, este hecho se da porque la mayor parte del caudal en esta época está formada por aguas servidas.

De acuerdo al Plan Integral de los Recursos Hídricos de la Provincia de Manabí (1990) elaborado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, las aguas del río Portoviejo tienen limitaciones por la calidad bacteriológica, esto es que, tienen un alto nivel de contaminación.

El río Portoviejo separa a la ciudad en dos centros poblados: al margen izquierdo aguas abajo está la parroquia Andrés de Vera; al margen derecho se encuentra Portoviejo. Durante las épocas lluviosas, los terrenos de la parte baja que se hallan junto a las riberas del río se inundan con mucha frecuencia, lo cual también afecta a varios sectores de la ciudad de Portoviejo y a las zonas agrícolas del sector.

#### **2.2.2.2.3 SUELOS**

---

<sup>21</sup>Beiswenger Hoch And Assocites Inc. Consultora, (1997)

Portoviejo está a una altura media de 44 msnm, se encuentra rodeado de colinas, de alturas menores a los 300 msnm<sup>22</sup> Presenta relieves que van desde planos a casi planos de valles fluviales, llanuras aluviales costeras y pie de monte occidental, terrazas, llanuras y cuencas deprimidas costeras. Dentro del cantón se registran cotas que van desde los 10 msnm hasta los 700 msnm aproximadamente.

Los suelos tienen características de sedimentos marinos, con bosques tropicales y subtropicales secos, constituyéndose en suelos productores de ceibos, algarrobos, guayacán, caña gajú, palma real entre otros.

Su topografía se caracteriza por vanar desde ondulada a fuertemente socavada; muchos de los cultivos se encuentran en zonas no aptas para el efecto, ya que en la mayoría de los casos no se ha tomado en cuenta la textura del suelo para el desarrollo de los diferentes cultivos agrícolas, los mismos que se han ejecutado sin normas de buen manejo y conservación del suelo. Esto ha generado su acelerada erosión, la misma que se estima en 2.856,5 tn/krnz/año.

#### **2.2.2.2.4 HIDROGRAFÍA**

Portoviejo se caracteriza por tener un río que lleva el mismo nombre: Portoviejo, éste desemboca en la ensenada de Charapotó, tiene su cauce seco en la época de verano y caudaloso en la época invernal lo cual ocasiona algunas inundaciones en algunas poblaciones cercanas a la orilla de éste, afectando a la agricultura, ganadería, vías de comunicación, salud de pobladores, etc.

Sus principales afluentes son los ríos Chico, Mineral y Pata de Pájaro, los cuales forman el embalse de Poza Honda.

Algunos campesinos de la zona se abastecen de este río para el riego de sus cultivos como también para cubrir otras necesidades, hoy en día se encuentra en un mal estado debido a la contaminación por parte de los pobladores, industrias, etc.

---

<sup>22</sup>Gallardo, H. (1996). *Plan de Manejo del área de bosque y vegetación protectores de las colinas circundantes a la ciudad de Portoviejo*. Consultado el 1 de Septiembre de 2011 en <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/365/4/TFLACSO-01-2004SPB.pdf>

#### **2.2.2.2.5 CLIMA**

El clima es muy variable, aunque generalmente cálido. Esta región tiene dos estaciones: el invierno que es caluroso, éste se inicia en diciembre y termina en mayo aumentando su temperatura por influencia de la corriente del niño y el verano que empieza en junio y termina en diciembre, influenciado por la corriente fría de Humboldt.

La temperatura promedio es de 26 grados centígrados y las precipitaciones al año varían entre 500 y 1000 mm.

#### **2.2.2.2.6 ACCIDENTES GEOGRÁFICOS.**

Este cantón está atravesado por algunos accidentes geográficos, entre ellos tenemos los cerros de Bálsamo que separan las cuencas hidrográficas de Portoviejo y Chone, las montañas y el valle que rodean la ciudad se presentan cubiertas en su mayor parte por bosques de ceibos y guayacanes, el cerro de hojas que separa a Portoviejo de Montecristi, entre otros, Portoviejo se encuentra a 53 metros sobre el nivel del mar.

#### **2.2.2.2.7 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

El Cantón Portoviejo incluyendo sus parroquias urbanas y rurales posee y dispone de todos los recursos necesarios y básicos a excepción del agua que es un poco regular, es decir en general todos los demás servicios están en muy buenas condiciones, por lo cual presenta una infraestructura que va acorde al nivel de sus pobladores, la recolección de basura es regular, existe un grave problema con la organización en el centro de la ciudad por el tráfico vehicular, vendedores ambulantes o informales causan molestia.

#### **2.2.3 ASPECTOS SOCIO CULTURALES**

### **2.2.3.1 Cultura, costumbres y tradiciones**

El Portovejense es de amplia cultura de respeto a la tradición y a las costumbres de su tierra que son muy notorias, lo cual fue Portoviejo quién dio a la Provincia poetas de la talla de Vicente Amador Flor y músicos de la categoría de Constantino Mendoza.

El portovejense es muy fiestero, alegre y esperanzado, cada día que pasa le inyecta ganas de vivir el hombre acepta el reto y le sonrío al mañana. La mayor virtud del portovejense es la hospitalidad. Es persona que se preocupa por los demás muy solidarios. Sin embargo la generosidad sobresale en este espacio.

En los alrededores al cantón, viven dos grupos étnicos: los cholos pescadores en lo que es Crucita, la boca y los montubios o campesinos de la costa hacia lo que es Pueblo Nuevo, Río Chico, Abdón Calderón, Alajuela, San Plácido, Crucita, y Chirijos. Ambos grupos viven en comunión entre sí conservando sus tradiciones y creencias ancestrales.

En el campo la casa montubia por lo general está construida de caña guadua, sobre pilotes de madera y techo de hojas de cade. Las habitaciones están separadas por una delgada división de caña. Estas casas están provistas de un corredor con acceso a todas las habitaciones; casi siempre esta adornado por una gran variedad de flores multicolores y en la sala suele encontrarse el retrato de los esposos, propietarios de la vivienda montubia.

Con respecto a las artesanías en el cantón en Picoazá se elaboran sombreros de paja toquilla, hamacas, muebles de guayacán, entre otros. las hamacas se la elaboran de cabuya, piola de pesca, paja mocora la que se la deja secar al sol y luego se la empieza a trenzar para darle forma. En río Chico se elaboran los colchones de lana de ceibo y aderezos para equinos. En Colón se trabaja el cuero y artículos de talabartería, etc.

## **Fechas Importantes**

- 12 de marzo de 1535: se funda la ciudad de Portoviejo, con el nombre de Villa Nueva de San Gregorio de Portoviejo.
- 18 de octubre de 1820: Se produce la independencia de Portoviejo, luego de que se halla realizado la de Guayaquil el 9 de octubre del mismo año.
- 25 de junio de 1824: la Gran Colombia crea el departamento de Guayaquil con las provincias del Guayas y Manabí.
- 24 de Septiembre: celebración de la Virgen de la Merced, Santa Patrona de la ciudad.
- 24 al 30 de Junio: celebración de los rituales de los Santos apóstoles San Pedro y San Pablo.

Manifestaciones Religiosas la Virgen de la Merced es la patrona de la ciudad su fiesta se celebra desde el primer día de septiembre con romerías y misas en la madrugadas donde los fieles hacen votos y oraciones para ser ayudado en sus peticiones o milagros y su día cumbre es el 24, fecha en la que se realizan grandes procesiones en compañía de imágenes velas, antorchas y cantos religiosos.

El 28 y 29 de Junio, se celebran las fiestas de san Pedro y San Pablo. Consideradas también las fiestas de los gobiernos de blancos y negros que hacen referencia a Guinea o Nueva Guinea cada uno tiene presidentes, ministros y edecanes.

Estas fiestas tiene una dramatización de las pugnas entre negros y blancos concluyendo con la intervención de san Pedro y San Pablo. El pueblo se viste de gala para su festejo se decoran cuidadosamente las casas que servirán de palacios. Luego de sellada la paz con la misa se inicia la fiesta popular amenizadas por bandas populares, desfiles folclóricos, juegos populares tradicionales, quema de castillos, etc.

Música y danza en diciembre con ocasión de la navidad se reúnen las familias para celebrar los chigualos, que son canciones de villancicos frente al pesebre del niño Jesús se lo realiza especialmente en Picoazá y Mejía.

Los bailes son diferentes de acuerdo al estatus económico, los grandes propietarios bailan la iguana que es una danza elegante que da paso a la elección de la criolla bonita.

Los bailes populares cuentan con "el moño" "agarrate que me agacho" son una mezcla de la idiosincrasia campesina de la peona, donde se pone de manifiesto la picardía del montubio para conquistar a las mujeres con evocación de los típicos amorfitos costeños, que constituyen un aspecto importante del costumbrismo campesino. Se trata de poesías o coplas montubias que recitan alternadamente hombres y mujeres.

#### **2.2.4. EL TURISMO EN EL CANTÓN PORTOVIEJO**

Considerada como la "Ciudad de Los Reales Tamarindos". En este cantón se practica turismo urbano, rural, excursión y de aventura, entre otros.

Su mayor atractivo turístico es Crucita, considerado el lugar más idóneo para los deportes de vuelo libre.

En la vía hacia el cantón Pichincha, se encuentra la denominada "Ruta del Encanto", con una serie de centros de recreación para disfrutar de la naturaleza.

Portoviejo tiene mucha historia, tradición y gran potencial arqueológico. Al inicio de este siglo fue descubierto una gran cantidad de piezas arqueológicas y restos de ciudades antiguas, en lo alto del Cerro de Hojas.

Es la capital provincial y centro de manifestaciones políticas y culturales de Manabí.

Turísticamente tiene muchos atractivos: playas, monumentos, centros turísticos y espectáculos, que se constituyen en potenciales generadores del turismo.

La artesanía es también una manifestación popular de esta tierra. En Picoazá, por ejemplo, todavía se elaboran sombreros, muebles de madera; en Riochico siguen confeccionándose las hamacas de hilo y en los distintos hogares aún están presentes tradiciones manuales y culinarias, como la confección de manteles bordados y preparación de dulces y otras recetas

#### **2.2.4.1. EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS**

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado.

#### **CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

#### **RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes.

Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

## **TRABAJO DE CAMPO**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

## **EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

**CATEGORÍA:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

**TIPO:** Son los elementos de características similares en una categoría.

**SUBTIPO:** Son los elementos que caracterizan los tipos.

**ESTADO DE CONSERVACIÓN:** Se debe resaltar el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, marcando el casillero “alterado” si el atractivo ha sufrido cambios, ya sea por razones naturales o por acción del hombre, y “no alterado” si se suscitase la situación opuesta. Así mismo, es necesario medir el grado de conservación del atractivo, seleccionando de las tres alternativas señaladas aquella que define las acciones en marcha para su defensa y protección, describiendo las causas o acciones que influyen para mantener la situación actual.

**JERARQUIZACIÓN** En el casillero JERARQUÍA, se debe anotar, en números romanos la jerarquía del I a IV, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en la casilla anterior.

**JERARQUÍA 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.

**JERARQUÍA 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.

## JERARQUÍA 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.

## JERARQUÍA 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.

### **2.2.4.2 ATRÁCTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PORTOVIEJO**

Portoviejo tiene 27 atractivos turísticos de acuerdo al Inventario de Atractivos Turísticos del Ministerio del ramo. De esos destinos, 8 son naturales y 19 culturales.<sup>23</sup>

## **2.2.5 INDICE DE ATRACTIVOS CANTÓN PORTOVIEJO**

### **ATRATIVOS NATURALES Y CULTURALES**

#### **NATURALES**

1. Cascada de Mancha Grande
2. Cerro de Hojas
3. Estuario Río Portoviejo
4. Laguna Encantada
5. Playa Crucita
6. Playa La Boca
7. Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales
8. Cascada del Cuchucho

---

<sup>23</sup> MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

## **CULTURALES**

9. Iglesia la Merced
10. Iglesia la Catedral
11. Celebración religiosa Patrona Portoviejo (24 de Septiembre).
12. San Pedro y San Pablo Picoaza
13. Expoferia Universitaria - Industrial, Artesanal y Comercial
14. Fiesta cívica Portoviejo (18 de Octubre)
15. Fiesta popular Revitalización Chigualos
16. Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales
17. Monumento Inti Raymi
18. Complejo deportivo la California
19. Jardín botánico
20. Parque ecológico El Mamey
21. Parque Eloy Alfaro
22. Parque central Vicente Amador Flor
23. Verbena parque central
24. Zona arqueológica cerro Jaboncillo
25. Vuelo libre en Crucita
26. Embutidos artesanales de Calderón (Morcilla)
27. Artesanías en algodón - hamacas - Río Chico

### **2.2.5.1.- DESCRIPCIÓN DE LOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES DE PORTOVIEJO**

#### **2.2.5.1.1 Cascada de Mancha Grande**

Esta cascada tiene un tamaño en el talud principal de 2 metros de ancho, con dos niveles. El inferior de 1.5 m y el superior de 7 m.

La calidad del agua es transparente y de baja temperatura, esta cascada se forma a partir del levantamiento rocoso cuaternario con dos niveles y caída perpendicular cerca de 10 m de altura.

Descripción de sus riberas: Levantamiento rocosos muy altos, cubiertos de vegetación y que recorren longitudinalmente direccionando la salida del agua.

El uso que se le puede dar a este lugar es de Descanso, Balneario, y bebedero.

Flora y Fauna (Biodiversidad): Cade – Beldado . Laurel – Toquilla – Bijao – Guadúa Platanillo – Balsa – F. sanchez –. Mata palo.

Perdiz – Paloma santa cruz – Arnadillo – Ardilla – Murciélago negro común– Oso hormiguero –. Mulita – . gallinazo negro – Guacharaca –. Negro fino –. Pedrate.

#### **2.2.5.1.2 Cerro de Hojas o Jaboncillo**

El Cerro Hojas en un área considerable de este bosque tropical húmedo poseen un plan de manejo que será plasmado en un proyecto turístico, incluyendo cancha, piscina, chozas, senderos, refugios, comida, entre otras actividades tendientes a fomentar el turismo ecológico y preservar la naturaleza como parte vital en la existencia del hombre, la flora y fauna. En la parte del cerro se aprecian escaleras de piedra.

El cerro Jaboncillo contiene un rico patrimonio arqueológico, el cual es explotado clandestinamente.

El Cerro Jaboncillo o de Hojas se encuentra ubicado en la parroquia Picoazá.

Tiene forma piramidal de contornos irregulares. El cerro de Hojas se encuentra a 500 metros.

Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados.

Fauna: En lo que respecta a fauna podemos mencionar: venado, mula de monte, ardilla, armadillo, gavián, gavián cacique, frejolera: Entre las especies simbólicas venado, ardilla, entre otros.

Flora: Se da dos tipos de vegetación seca y semi húmeda de lo encontrado tenemos: laurel, ceibo, FernánSánchez, moyuyo, palo santo, naranjo, cojojo, colorado, moral, matapalos, caña guadua, café y 7 clases de orquídeas, laurel, palo santo.

### **2.2.5.1.3 Estuario Río Portoviejo**

El Manglar La Boca, tiene una dimensión de 50 hectáreas aproximadamente. El estuario de Río Portoviejo, presenta una calidad de agua transparente de color verde claro, con arena en suspensión. Es semiturbia y de color café, en invierno debido a la sedimentación del río; con una temperatura de 29.3°C y un pH: 7.3.

Flora.- Se encuentra representada por estratos epifitos, herbáceos, arbustivos y arbóreos. El estrato epifito representado por líquenes y hongos que crecen en los tallos y ramas de los árboles de manglar. El estrato herbáceo lo constituyen plantas rastreras que crecen en la zona de transición entre la playa y el manglar. El estrato arbustivo lo constituyen plantas con tamaño entre los 1 – 5 metros de alto; el estrato arbóreo está representado por los árboles de manglar.

El Manglar La Boca tiene gran influencia estuarina, que puede clasificarse como de planicie costera, bordeada al oeste con la playa de La Boca, al norte con la Playa de San Jacinto, al sur con la Playa de Las Gilces y al este con el manglar, tiene presencia de dunas, vegetación rastrera típica de playa y manglares, se asientan sobre una llanura aluvial compuesta de sedimentos que circula por una llanura y forma pronunciados meandros antes de llegar al mar.

La desembocadura se caracteriza por formar varias curvas y hacia el final forma un pequeño delta, hacia el noreste del área existe un pequeño estero o ría entrante que atraviesa parte del manglar; cerca de la desembocadura es notoria la erosión causada en las curvas de los meandros por la velocidad del flujo de agua, el cual se estima es superior a 1 m/seg. Las mareas son diferenciadas entre altas y bajas o llamadas llenas y quiebras respectivamente; estas cambian cada 8 días y varían semana a semana escalando un día y diariamente una hora.

Ingresando al estuario se puede observar un conjunto de piscinas de producción de sal, además de lo blanquesino que se torna el suelo, debido a la salinidad que lo conforma.

En la zona de playa, existen puestos informales de venta de comidas típicas.

La vegetación del lugar es de manglar; según Sierra R. (1983), menciona que el clima es seco tropical y según la pirámide de Holdrige, la zona de vida corresponde a Bosque Seco Tropical de Manglar

Ingresando hacia el manglar, por la vía fluvial, después de unos cinco minutos de recorrido y exclusivamente en marea baja, se pueden observar pequeños islotes que se han creado por la acumulación de sedimentos y que por acción de la corriente, están siendo regenerados naturalmente con vegetación de manglar.

#### 2.2.5.1.4 Laguna Encantada

Esta laguna esconde misterios secretos que por su tradición y expectativa, ha cautivado a lugareños y visitantes que encuentran sensaciones de misterio y fascinación por lo mágico de sus aguas perpetuas, profundas y siempre cristalinas.

Es una laguna contenida en una quebrada rodeada de laderas de pendientes no muy abruptas y hacia el cuadrante noreste un sector de vegetación aparentemente bosque secundario con desfogue hacia el sur oeste, todas las colinas están cubiertas de pasto.

Se encuentra ubicada en la provincia de Manabí en el cantón de Portoviejo, parroquia San Placido.

La Laguna Encantada tiene aproximadamente 1 hectárea de extensión.

Su temperatura promedio es de 25 a 29 grados centígrados.

**Fauna.-** Este atractivo habitan varias especies entre las cuales encontramos: patos silvestres. Para que el turista se relaje y disfrute en la laguna, se pueden realizar pesca deportiva.

También encontramos: aves de diversos colores tales como: gilgeros, gorriones, tortugas, entre otros.

**Flora.-** Mayormente esta circundando por pasto y algunos árboles como naranja, mate, almendro, cade, lentejilla, caña guadua y piñon.

En los alrededores de la laguna existe gran cantidad de vegetación lo que hace que su vista panorámica se refleje en sus propias y cristalinas aguas

#### 2.2.5.1.4 Playa Crucita

Pueblo de pescadores ha desarrollado parte de su cotidianidad entorno a los vuelos del parapente y alas delta. A crucita se la considera como el destino

principal en Ecuador y uno de los tres mejores lugares de América del Norte y del Sur.

La Dimensión de esta playa es de 3 km aproximadamente, la calidad del agua es Transparente de color verde claro, con arena en suspensión.

Es una playa prácticamente urbana, por su cercanía en Portoviejo, con mucho desarrollo inmobiliario.

Crucita se asienta sobre una llanura aluvial compuesta de sedimentos limosos con intercalaciones de conglomerados sueltos, en capas alternantes. El centro de Crucita, sector de la Iglesia y colegio 25 de Mayo limita hacia el sur y sur oeste con un sector colinado alto (140 m) compuesto de lutitas blancas a rojizas y finas capas de arenisca, de manera alternante, lo que les confiere a las cimas su característica forma alargada y sub-aguda.

Los habitantes se dedican principalmente a la atención al turista.

En la Carta de Navegación I.O.A. 103 (INOCAR, 1984) se observa que Crucita se asienta en una bahía bastante abierta, con una playa con barras arenosas delgadas cerca de la orilla. Ancho de playa:

Zona activa (intermareal): 90 m

Zona pasiva: 80 m

Zona de equipamiento: se desarrolla la población.

Calidad de arena: Semi-gruesa de color gris claro.

Flora: Palo santo, Algarrobo – Muyuyo.

Fauna: Fragata – fragata magnificens.

Gallinazo común - Pelícanos – Ave tropical.

#### **2.2.5.1.6 Playa La Boca**

La Dimensión de esta playa es de 2.5 km aproximadamente. Sus aguas son Transparente de color verde claro, con arena en suspensión.

La playa de la Boca tiene gran influencia estuarina, es una playa con un horizonte marino despejado con presencia de dunas y vegetación rastrea típica de playa. nexos al sector urbano de Crucita, se asientan sobre una llanura aluvial compuesta de sedimentos

Ancho de playa: Zona activa (intermareal): 80 a200 m

Zona pasiva: 70 a 180 m      Zona de equipamiento: se desarrolla la población.

Calidad de arena: Semi-gruesa de color gris claro.

Flora y Fauna (Biodiversidad): Manglerojo – Manzanillo – Algarrobo – Zapote de perro.

Fragata – Gallinazo común - Pelícanos – Ave tropical – Aguila pescadora – Elanio – Garrapatero – Martín pescador grande – Martín pescador pequeño – Negro fino.

#### **2.2.5.1.7 Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales**

Esta playa tiene una dimensión de 5 km aproximadamente, sus aguas son transparente de color verde claro, con arena en suspensión.

Los Arenales, los Ranchos y Las Gilces, ahora están prácticamente anexos al sector urbano de Crucita, se asientan sobre una llanura aluvial compuesta de sedimentos limosos con intercalaciones de conglomerados sueltos, en capas alternantes.

En la carta de Navegación I.O.A. 103 (INOCAR, 1984) se observa que Crucita se asienta en una bahía bastante abierta, con una playa con barras arenosas delgadas cerca de la orilla. La playa en general es tendida, salvo en un tramo cercano a la costa, cuya pendiente se aproxima al 2% hasta una distancia de 500 m de la costa. A partir de este punto el perfil submarino se hace más plano, alcanzando una pendiente del 0.8% hasta el beril de los 20 mts.; luego se suaviza hasta el beril de los 30 mts., con pendientes del orden del 0.2% (DNDC-ESPE, 2005).

Ancho de playa: Zona activa (intermareal): 90 m

Zona pasiva: 50 a 80 m

Zona de equipamiento: se desarrolla la población.

Calidad de arena: Semi-gruesa de color gris claro.

(Biodiversidad): Flora y Fauna:

Algarrobo – Muyuyo – Palma de coco.

Fragata – Gallinazo común - Pelícanos.

#### **2.2.5.1.8 Cascada del Cuchucho**

La Cascada del Cuchucho tiene un tamaño aproximadamente de 18 a 20 m., y al final forma una poza de considerable tamaño especialmente en invierno.

La calidad del agua es transparente y fría.

Cascada que tiene su origen de la recolección de humedad en la parte alta de la cordillera, existe una exuberante vegetación.

Sus Riberas con gran cantidad de vegetación y fauna, el camino esta lleno de rocas y se torna peligroso sino se lleva el calzado adecuado.

Actividades varias: Balneario, y descanso.

Flora y Fauna (Biodiversidad): Cade – Beldado – Laurel – Toquilla – Bijao – Guadúa – Platanillo – Balsa – F. sanchez – Mata palo.

Perdiz – Paloma santa cruz – Ardilla – Murciélago negro común – Oso hormiguero – Mulita – Gallinazo negro – Guacharaca – Negro fino – Pedrate.

#### **2.2.5.1.9. Iglesia la Merced**

En su interior se encuentra la Virgen de la Merced patrona de la ciudad. Esta iglesia fue construida a partir de la Fundación de Portoviejo en el año de 1535. Las fiestas religiosas en honor a la virgen de La Merced se celebran el 24 de septiembre de cada año y conlleva a ejecución de un novenario y procesión por las principales calles de la ciudad.

La Virgen de la Merced es patrona de Portoviejo, por lo tanto la ciudadanía le rinde homenaje con estas fiestas motivadas por la devoción y la fe hacia ella. Estas fiestas inician el 9 de Septiembre, y a partir de esta fecha se realiza el quincenario. Durante el quincenario se realizan rezos en la noche y madrugada y diferentes misas en el día.

El 24 de Septiembre se le hace un homenaje a la virgen en la explanada de la iglesia de la merced, para después llevarla en procesión por las principales calles de la ciudad, en donde participa la comunidad manabita.

Las Fiestas Patronales de la Merced se la celebran en el centro de Portoviejo, el 24 de Septiembre.

Es común durante este mes observar juegos mecánicos, circos y los tradicionales dulces, más conocidos como los empolvados, en las calles céntricas de la urbe capitalina. De entre todo lo que se lleva a cabo lo que más arrastra personas son las misas y otros ritos religiosos en señal de la llegada conmemoración mercedaria.

Las primeras mercedarias ecuatorianas fueron las hermanas manabitas Fe, Esperanza y Caridad.

La Virgen de La Merced es la patrona de Portoviejo, en honor a ella durante este mes se realizan muchas actividades; entre las más concurridas se encuentran la feria que anualmente tiene lugar en las inmediaciones del templo, y la procesión que se efectúa esta noche, de la cual participan fieles de diversas ciudades de la provincia y el país.

#### **2.2.5.1.10. Iglesia Catedral Jesús El Buen Pastor**

La Catedral Metropolitana, uno de los orgullos de la capital de los manabitas, construida con técnicas arquitectónicas modernas, combinando varios estilos como son el Románico, las cúpulas Rusas o también de Oriente Medio, en su interior descubrirán bellos mosaicos que hablan sobre la vida, pasión y muerte de Jesús armonizada con la esencia de nuestros indios, cholos, mestizos y gente que forma parte de nuestra historia.

Primera Catedral, se construyó en el año 1884 y la segunda y actual en 1949.

Frente a la Catedral se encuentra la Plaza de Eloy Alfaro. Este centro ceremonial es uno de los más importantes de la Provincia; en el interior de la iglesia se podrá observar los cuadros de los pasajes bíblicos con diseños de las culturas aborígenes de Manabí, representaciones de los apóstoles, un órgano tubular, urnas elaboradas en barro que simbolizan la forma que antiguamente reposaban los restos de nuestros antepasados y dos sillas en forma de "U" que representan

a la cultura Manteña.

Es una edificación moderna de formas históricas con bóveda de crucería, las naves laterales, arcos formados de medio punto y bóveda de media canadá en la nave central.

La fachada está formada por un conjunto de dos cuputin y linterna rodeada por ventanas de arcos. Un rosetón con vitral de acrílico y tres puertas, dos laterales y una central con archivoltas (disminución sucesiva de arcos) columnas laterales de fuste acanalado en tambores, con campanas de bronce con carillón.

Se encuentra ubicada en la avenida Olmedo y la avenida Morales frente al Parque Eloy Alfaro.

Área de Construcción: El área total de la Catedral es de 3.774 m<sup>2</sup>. y de construcción es de 2.458,25 m<sup>2</sup>.

Fecha de Construcción: La Catedral Metropolitana de Portoviejo fue construida en marzo de 1624.

Materiales de Construcción: Hormigon, hierro, mármol, vitrales de acrilicos, baldosas de granito, piedras decorativas, murales de mosaicos, azulejos, bronce. Toda la obra es de hormigon armado, (columnas, bovedas y cupulas).

Es una iglesia de planta de cruz latina de tres naves con linternas en su clave, tiene ábside con capillas laterales, la bema y ara esta ubicada en el crucero.

Teatro Odeón: A la izquierda de la Iglesia se encuentra el Teatro Odeón, donde anualmente se lleva a cabo el Festival Internacional de Teatro de La Flor de Septiembre, que convoca lo más selecto público Portovejense.

En la parte derecha se encuentra un espacio sagrado dedicado al descanso Eternode las Almas, cuyos restos físicos una vez consumidos por el tiempo son puestos enun ánfora de barro, dando fiel cumplimiento al final deseo de nuestros antepasados“Descansar en una Vasija de Barro”.

#### **2.2.1.11. Celebración religiosa patrona Portoviejo (24 de septiembre)**

La Virgen de la Merced es patrona de Portoviejo, por lo tanto la ciudadanía le rinde homenaje con estas fiestas motivadas por la devoción y la fe hacia ella.

Estas fiestas inician el 9 de Septiembre, y a partir de esta fecha se realiza el quincenario. Durante el quincenario se realizan rezos en la noche y madrugada y diferentes misas en el día.

El 24 de Septiembre se le hace un homenaje a la virgen en la explanada de la iglesia de la merced, para después llevarla en procesión por las principales calles de la ciudad, en donde participa la comunidad manabita.

Las Fiestas Patronales de la Merced se la celebra en el centro de Portoviejo, el 24 de septiembre.

Es común durante este mes observar juegos mecánicos, circos y los tradicionales dulces, más conocidos como los empolvados, en las calles céntricas de la urbe capitalina. De entre todo lo que se lleva a cabo lo que más arrastra personas son las misas y otros ritos religiosos en señal de la llegada conmemoración mercedaria.

Las primeras mercedarias ecuatorianas fueron las hermanas manabitas Fe, Esperanza y Caridad.

Los sacerdotes mercedarios Dionisio de Castro y Gonzalo de Vera, en 1535 construyeron en Portoviejo el primer templo a La Merced.

En 1540 llegó a la ahora capital de los manabitas el también mercedario Miguel de Santamaría, trayendo como regalo al emperador Carlos V, la imagen de la Señora de la Merced, la misma que hoy es venerada en su templo como patrona de tierras manabitas.

#### **2.2.5.1.12 San Pedro y San Pablo Picoaza**

La tradición de las Fiestas de San Pedro y San Pablo se revive como todos los años en varios lugares de Manabí y, desde luego, En Picoaza de Portoviejo, donde los “palacios” de los “Gobiernos Constitucionales” de Negros y Blancos se levantan recordando la vigencia de estas celebraciones.

Se trata de festividades que nacen de convicciones religiosas y mezclan elementos del acervo popular muy especiales, que además se van arraigando fuertemente en las comunidades donde tienen lugar.

Con ayudas solidarias: Las fiestas sirven también como punto de partida de todo un año de actividad social que desarrollan las autoridades de cada “gobierno”.

En la parroquia Picoaza de Portoviejo en la celebración en honor a estos santos donde se desarrollan danzas, shows artísticos, celebraciones litúrgicas, se bebe y se come en abundancia. Es típico que al momento de las danzas se dé el baile de confraternidad entre los dos gobiernos, los ministros y el pueblo en general, luego se vive el carnaval de los perfumes donde tanto representantes de ambos gobiernos rocían con fragancias el ambiente y a los asistentes. También se realiza el típico baile de las banderas donde los participantes dominan los cuerpos sin tocar el suelo con una bandera en mano.

A esta festividad llegan personas de diferentes partes de la provincia y del país a conocer sobre las tradiciones y costumbres que se viven en esta celebración. Antiguamente se tenía la costumbre de realizar un novenario, donde los miembros de los gabinetes llevaban las imágenes a sus hogares y durante 9 días oraban y agradecían por las peticiones recibidas. Además se dan campeonatos de indor y fútbol, y no puede faltar las misas en honor a los patronos y por supuesto son comunes los bailes populares.

En Picoazá y en muchos pueblos manabitas las historias de fe, sanación y bendiciones en los negocios son muchas y giran alrededor de San Pedro y San Pablo.

Ahora las fiestas de San Pedro y San Pablo de Picoaza están en su máximo apogeo, hay cuatro palacios con igual número de gabinetes presidenciales con ministros, subsecretarios, seguridad presidencial y todo un aparato militar. En cada uno de ellos hay impresionantes bailes con las mejores orquestas del país. Decenas de gallinas criollas “pata amarillas” y hasta reses son sacrificadas para

atender a todos los empleados e invitados quienes reciben los succulentos platos a la medianoche y sin pagar ni un centavo.

Las personas que participan de las fiestas como ministros van contando sus historias de fe. “Que la señora que se curó del derrame”, “Que el vecino al que se le desapareció el tumor ante la mirada atónita del médico que no daba fe a la ecografía”, “Que el pobre comerciante que de la noche a la mañana surgió” y muchas más, todas atribuidas a la bendición de los santos a quienes se festejan desde épocas que nadie puede precisar pero que toman como referencia a los tiempos de Eloy Alfaro.

**Leyendas.-** Los Castigos: Desde el principio de las festividades, se identificó a San Pablo como quien tenía poder sobre las serpientes y por ello, muchos lo invocan para librarse de estos ofidios que pueblan los campos.

Esto se vincula con algunos “castigos” que, dicen los devotos del Apóstol, sufren quienes se niegan a aceptar alguna responsabilidad en los “Gobiernos”.

Actualmente en Picoazá hay muchas personas festejando pero también llama la atención la gran cantidad de culebras que penden de cuellos de hombres, mujeres y niños, a los que asisten por primera vez a los festejos les aterra la imagen, las culebras son parte indispensable de estas fiestas ya que los santos tienen poderes sobre estos reptiles y quitan y ponen en los caminos de los feligreses de acuerdo a su comportamiento. Por eso es necesario representarlas para recordar aquello a todos, estas culebras aunque meten miedo son tranquilas y pertenecen a la especie que ellos llaman "mata caballo" que se alimenta de ratones y aves “sí tiene dientes pero no tiene veneno, si muerde no pasa nada”.

#### **2.2.5.1.13 Expoferia Universitaria - Industrial, Artesanal y Comercial**

La Expoferia Universitaria - Industrial, Artesanal y Comercial ubicada en una de las avenidas principales de la ciudad; por su prestigio en el sector, El ambiente es festivo con presentaciones artísticas y deportivas. La facilidad de acceso, variedad de actividades, destinos y costo de los servicios ha logrado que la

Expoferia Universitaria empiece a posicionarse como un evento importante para los negocios.

Instalado en el mes de octubre es ya tradicional. del 13 al 18 de Octubre, Esta expoferia es un instrumento comercial y una plataforma de negocios esencial para nuestros expositores, pone a disposición catorce años de experiencia como organizadores.

Concurren promociones nacionales, internacionales y locales. Se muestran productos industriales y artesanales en materiales orgánicos y procesados minerales de estructuras simples y complejas (vehículos, maquinarias).

### **Calidad de las instalaciones,**

Recinto Ferial de 36.000 metros cuadrados.

Estacionamiento de 10.000 metros cuadrados.

Área de Juegos de 6.200 metros cuadrados.

Área de Espectáculos de 4.200 metros cuadrados.

Áreas abiertas para expositores empresariales y/o Instituciones Públicas o Privadas, ONG'S.

250 Stand de estructura metálica (de 5 x 2mt. c/u) para el comercio informal.

Señalética de Recinto Ferial.

Se realiza en la Universidad Técnica de Manabí en Homenaje a la Emancipación Política de Portoviejo,

Más de 300.000 personas ingresan totalmente gratis durante los seis días que dura el evento.

#### **2.2.5.1.14. Fiesta cívica Portoviejo (18 de octubre de 1820)**

La independencia de Portoviejo se celebra con la realización de muchos actos cívicos alusivos a la fecha, los actos conmemorativos por la independencia empiezan tres días antes de la fecha, es así que se realizan desfiles cívicos escolar y militar, bandas de pueblo, verbenas en donde se recrean espacios y lugares de nuestros antepasados; también a partir de la segunda semana del mes de octubre se celebran ferias.

Con esta fundación los conquistadores españoles crearon el primer punto de arribo para todas las embarcaciones que viajaban desde y hacia Panamá, a las que además daba protección y seguridad, pues constantemente eran asaltadas por aborígenes de esa zona. Por otra parte, con su fundación -que inicialmente se la realizó muy cerca del mar- se facilitaron los movimientos para la conquista del Reino de Quito.

Por el año 1628 y buscando refugio para protegerse de los ataques de piratas y filibusteros, la ciudad fue trasladada al lugar que ocupa actualmente. Desde su fundación tuvo la categoría de ciudad, es decir, con derecho para elegir un Cabildo y un Alcalde, y con jurisdicción propia e independiente. Erigida también a la condición de Tenencia, bajo su jurisdicción estuvieron los pueblos de Charapotó, Jipijapa, Montecristi y Picoazá. Su condición de Tenencia y de ciudad facilitó su crecimiento, y durante la colonia se convirtió en una de las más importantes de la Real Audiencia de Quito.

Tendría aproximadamente 3.000 habitantes cuando prendió en ella la llama de la libertad, y fue una de las primeras ciudades que plegaron al movimiento independentista iniciado en Guayaquil con la Revolución del 9 de Octubre de 1820.

En efecto, una vez que Guayaquil logró su independencia, José Joaquín Olmedo envió a José Antonio Vallejo con una carta en la que con su propio puño y letra la declaraba ciudad «Libre del Yugo Servil»; esta carta fue entregada al presbítero Manuel Rivadeneira, párroco de la ciudad, quien inmediatamente convocó a un Cabildo Abierto que, reunido el 18 de octubre, proclamó su libertad. Posteriormente, para aportar a las luchas por la independencia, estuvo presente en las batallas del Pichincha y Ayacucho un buen contingente de sus valerosos hijos que conformaron el «Batallón Olmedo de los Decididos de Portoviejo». Portoviejo fue cantonizada y designada capital provincial de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia del 25 de junio de 1824, expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander; pero posteriormente perdió su condición de capital cuando esta designación pasó a Montecristi, que la tuvo hasta el 14 de octubre de 1867, en que por decreto sancionado por el Presidente de la República, Dr. Jerónimo Carrión, recuperó dicha categoría.

Es cabecera del cantón de su mismo nombre, que está integrado además por las parroquias rurales Abdón Calderón, Alajuela (Bajo Grande), Crucita, Pueblo Nuevo, Río Chico y San Plácido

.Conocida como la ciudad de «Los Reales Tamarindos», Portoviejo se ha convertido en el más importante centro de actividad agrícola y comercial de la provincia de Manabí y base fundamental de su economía.

Está situada en los 01o 04 de latitud sur, y los 90o 26 de longitud oeste, a 44 m sobre el nivel del mar.La importancia de Portoviejo estuvo presente desde los días de la conquista hispana. De Portoviejo salieron para Guayaquil, y luego para Quito, las fuerzas hispanoamericanas que llevaron el afán descubridor hasta el río Amazonas. Orellana miró con especial atención las perspectivas que ofrecía Portoviejo.

**Descripción.-** Las actividades en honor a las fiestas de independencia del cantón Portoviejo, se celebran cada año con un multitudinario pregón. Se presentan carros alegóricos, danzas, y otras manifestaciones propias de nuestra cultura. Igualmente las candidatas a reina de Portoviejo, se exhiben al público, pues posteriormente, en la noche se elige la nueva soberana del cantón.

**Atractivos.-** Desfiles: Para este día presentan una serie de eventos cívicos, como desfile estudiantil y militar con la presencia de las principales autoridades de la provincia.

Portoviejo ha demostrado tierra de extraordinario linaje político, económico, cultural, religioso, y artístico. Portoviejo busca proyectarse el tercer milenio a través del comercio, agricultura, educación, transporte, turismo.

#### **2.2.5.1.15 Fiesta popular Revitalización Chigualos**

Chigualo, expresión de la cultura tradicional local, incorpora varios géneros lo que condiciona modificaciones a través del tiempo. El origen de la palabra se pierde en lo remoto y muy poco se ha investigado a golpe de sonido guarda alguna correspondencia –o así lo parece- con otros términos vestigiales del lenguaje étnico original donde el sonido con la “ch” está presente: chade, choncha,

chocotete, chindul, mache, beche, chebe, pichotas (M. Suárez, 2004, La cultura criolla).

Más su cortez hispana – colonial parece estar inmersa una tradición étnica sobre lo que se impuso la cultura dominante y hoy exhibe la estructura latente de ésta a través de un ritual festivo donde se encuentran presentes, como en otros casos los procesos sincréticos. Nacimiento, ofrecimiento-padrino/madrina- procesión – alianzas. Hay un desfase cronológico candelaria/natividad pero el símbolos no parece situarse alrededor de los ritualidad siembra/cosecha tal como Pedro y Pablo lo es para la pesca/cacería.

Resulta interesante el proceso de revitalización donde están presentes acciones de recuperación de las tradiciones de la cultura criolla local y que parecería vinculada al nuevo repunte mercantil de los Picoaza.

#### **2.2.5.1.16 Museo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales**

El Museo y Archivo Histórico de Portoviejo, del Banco Central del Ecuador, tiene como propósito salvaguardar y estudiar los fondos arqueológicos, artísticos y documentales de la región. La especialidad del Archivo Histórico de Portoviejo es la compilación de documentos históricos de la provincia de Manabí, con énfasis en Portoviejo, su capital. Dentro de sus instalaciones alberga a la Biblioteca Municipal, el Archivo Histórico y la Reserva Arqueológica, en cuyo contexto se desarrolla el programa de arqueología colonial de Portoviejo, además de una sala de interpretación "Memorias", exposición temporal de objetos, y venta de libros y artesanías.

Colecciones: Arqueología histórica

Colonial y prensa

Reserva de colonia y república

Pureza: fragmentos contextualizados originales.

Clasificación de la muestra por materiales

- loza            mayólica
- porcelana    cerámica
- vidrio        hierro

Procedencia: excavaciones en centro historia de Portoviejo.

#### **2.2.5.1.17 Monumento Inti Raymi**

Monumento construido en el año de 1994, este fue elaborado en honor a la fiesta del sol y la cosecha, existen 6 rostros que representan (comenzando de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo) a Rumiñahui, Quisquis, Calicuchima, Pacha, HuaynaCapac y Atahualpa.

Inti Raymi sinónimo de fiesta de Sol o Pascua Solemne de Sol, implica grandeza; es la manifestación del Runa- Hombre en acción de gracias al Dios sol por su bondad con la naturaleza. Su relación es matemática con el solsticio de verano, gracias al manejo exacto de los astros y su influencia sobre la agricultura, denota la convergencia del tiempo y el espacio cíclico del hombre andino. Es evidente que el Inti Raymi se originó cuando los indígenas de los Andes tomaron conciencia de los beneficios recibidos de los diferentes astros como; el sol, la luna, las estrellas y de los otros elementos de la madre naturaleza -Pacha Mama- como: Los montes, las vertientes, las cascadas, ríos, Lagos y de la misma madre tierra -allpa mama-buscando un lenguaje de relación y de comunicación (culto y adoración a las wakas). Entonces desde ese momento de manera específica el Sol, ya no es un elemento que simple y llanamente da luz y calor, sino que se transforma en un elemento preponderante en el desenvolvimiento social y económico del pueblo. Así el Inti Raymi aparece como la celebración trascendental del pueblo andino.

Escultura erigida en honor a las fiestas del Sol y la Cosecha, y demuestra las raíces indígenas y de adoración a los astros que poseían los antepasados de la región y del país entero.

Se encuentra ubicado en la Avenida Manabí y calle 5 de Junio.

#### **2.2.5.1.18 Complejo deportivo La California**

Ubicado en Portoviejo, se trata de una serie de construcción las mismas que han recibido el apelativo de Ciudad Deportiva.

En el lugar existe un coliseo, diferentes espacios para la práctica de la mayoría de deportes (boxeo, karate, etc.), una cancha de fútbol, pistas de atletismo, estadio de béisbol, y los elementos más importantes que son las edificaciones que sirven para albergar a deportistas durante la práctica de determinados deportes.

Todo el lugar posee un diseño moderno, reuniendo todas las características necesarias para la buena práctica y estadía de los deportistas.

En conjunto todo el complejo ocupa un espacio de aproximadamente 6 o 7 cuadras.

Al lugar llegan deportistas de todo el país e incluso extranjeros.

En la parte delantera se ubica el coliseo, y los diferentes espacios para la práctica de las disciplinas deportivas; en la parte central se hallan las edificaciones que sirven de albergue; en la parte trasera del complejo se encuentra la cancha de fútbol y las pistas de atletismo, y en la parte derecha se halla el estadio de béisbol.

Todas las edificaciones están hechas de materiales modernos: cemento, hormigón armado, planchas de zinc, estructura prefabricada, etc.

Ciudad deportiva en la que se practican un sin número de disciplinas y que al mismo tiempo alberga a los deportistas cuando se dan campeonatos o cualquier actividad de origen deportivo.

#### **2.2.5.1.19 Jardín botánico**

El Jardín Botánico se encuentra localizado en la Parte Nor-occidental de la Universidad Técnica de Manabí, de la ciudad de Portoviejo, vía a Crucita a 01c04s de latitud, y a 80c 26w (°1) de longitud. Tiene una extensión y superficie total de 50 hectáreas dividida en 2 partes 10 hectáreas del Jardín Botánico y 40 lo que corresponde a la colina adyacente al Jardín.

Presenta un clima caluroso y húmedo en la estación de invierno, y un poco fresco seco y templado en verano debido a la corriente fría de Humboldt. El Jardín Botánico se encuentra a unos 44 msnm, tiene una temperatura promedio de 26° C, y una precipitación de 500mm.

**TOPOGRAFÍA.**-El área de la colina son pendientes ligeramente inclinadas, mientras que el Jardín Botánico son planos.

El Jardín Botánico de la Universidad Técnica de Manabí, es un centro de colección de plantas vivas que se las cultiva con fines de: Investigación, conservación, educación, y recreación; sean éstas ornamentales, medicinales, forestales o frutales.

Quienes lo visitan podrán disfrutar de las cualidades y bondades de este lugar, mediante recorridos por los senderos cubiertos de césped y delimitados con cercas vivas de varias especies ornamentales, como también conocer todo sobre este importante lugar, observando las secciones de latí foliadas introducidas, palmeras, latí foliadas nativas, área de bonsái, frutales, centro de rescate de animales silvestres. Además se podrá disfrutar de paseo en balsa, recorridos por el laberinto, como también realizar compras de plantas ornamentales en el vivero y conocer sobre los proyectos de reciclaje con desechos orgánicos.

Este Jardín Botánico cuenta con una importante colección vegetal de más de 450 especies vegetales.

#### **2.2.5.1.20 Parque ecológico El Mamey**

El Parque Ecológico Mamey es visitado diariamente, de manera especial los fines de semana y feriados, por turistas nacionales y extranjeros que acuden pasar un buen momento, así como para saborear los prensados más exquisitos del Ecuador.

La ubicación del Parque Mamey, corresponde a la parte sureste del cantón entre las calles 26 de Septiembre y Francisco Pacheco, se halla ubicado en la margen izquierda del Río Portoviejo y tiene como accesos principales los puentes Mamey y el San José. Al igual que el área anterior esta a cinco minutos del centro de la ciudad y es de fácil acceso ya que cuenta con todas las obras de infraestructura necesarias para su normal funcionamiento.

Con una extensión de cuatro hectáreas, se presenta como una alternativa para la familia portovejense, manabita y del Ecuador en general, dotado de comodidades modernas guardando las consabidas distancias para no afectar al entorno del lugar y tratando de fusionar su armonía con la naturaleza.

Adicional a ello, este permanente contacto cultural entre el hombre del campo y el de la ciudad, sirvió para dar inicio a un florido festival folclórico denominado el Festival de la Tradición Oral y la Bajada de la Balsa, que año a año se realiza con el apoyo de algunas entidades publicas, privadas y la fundación Río Caña dirigida de forma acertada por el Manabita Antonio Pico, en cuya propiedad (casa del abuelo) se dan cita los mejores contadores de cuentos, chigualos, amor finos, décimas, poesías y cualquier otra tradición oral que forme parte del otrora Portoviejo cultural. En un futuro no muy lejano se pretende que el parque en mención sea el sitio de concentración donde se desarrolle el encuentro cultural.

#### **El parque Mamey, cuenta con variadas instalaciones como son:**

- . Canchas de uso múltiples
- . Cancha de fútbol
- . Pileta
- . Pista de patinaje
- . Senderos de paseo
- . Pista de bicicrós
- . Símil infantil de pista de campo traviesa
- . Juegos infantiles
- . Jardines
- . Bosque de frutillos
- . Río Portoviejo
- . Camerinos
- . Baños higiénicos
- . Capilla
- . Otros

#### **2.2.5.1.21 Parque Eloy Alfaro**

Parque ubicado en la parte delantera de la Catedral de la ciudad de Portoviejo.

El propósito principal de la existencia del parque es rendirle homenaje al General Eloy Alfaro Delgado, es por esto que en el centro del atractivo se puede apreciar un busto del General y tras este en un mural se ubican diferentes placas en alusión a las obras y vida destacada del mencionado personaje manabita.

La distribución del parque es la típica de un parque localizado en la ciudad con sus áreas verdes, asientos para descanso de la gente que visita el sitio, árboles de diferentes especies, pero destaca la presencia de los restos del Buque Alajuela, que se uso en el combate de Balsamaragua en el año de 1884, de esta embarcación el General Alfaro pudo escapar vivo luego de su hundimiento ya que se protegió en un baúl de madera.

El área de construcción es de aproximadamente 90 m. de ancho por 90 m. de largo.

Como ya se menciona en la parte central del parque se halla un busto del General Alfaro, el monumento esta sobre una plataforma de cemento en la que existen también portaestandartes para banderas y escritos con frases del General Alfaro.

#### **2.2.5.1.22 Parque central Vicente Amador Flor**

Según historiadores, en 1878 este espacio perteneció al comandante de armas Pedro Campozano, quien creó un jardín, en el que sembró diversidad de plantas. Posteriormente lo donó al Municipio para que en este lugar se construyera un parque, al que se lo dotó de una verja de hierro, bancos y un quiosco que se adquirieron en Hamburgo (Alemania) en 1912.

Está ubicado en la manzana que comprende las calles Sucre, Ricaurte, Bolívar y Olmedo; conocido comúnmente como Parque Central y que fue construido sobre la antigua Plaza de Armas.

En el área se destaca su Glorieta de hierro ubicada en el centro del mismo que ha marcado su historia durante los siglos ya que ha sido lugar de encuentro de los enamorados, de nuestros abuelos, amigos; también podemos observar en el

interior del parque un busto en honor al ilustre poeta Vicente Amador Flor, brillante poeta modernista.

Este parque está considerado como un centro de encuentro cultural, ya que se realizan las verbenas semanales lo que han convertido a este lugar en un encuentro obligatorio de los portovejenses que acuden a disfrutar de las presentaciones de nuestros artistas y está considerado como un bien histórico patrimonial desde el 13 de enero del 2003.

#### **2.2.5.1.23 Verbena Parque Central**

Festividad cuyo origen se remonta a España, tiene lugar en la Plaza y vinculado con la Primavera (verano local). Se expresan las distintas artes: música, poesía, vestuario, pastelería. En Portoviejo está se revitaliza en el marco de la Cultura Criolla urbana recuperando la ancestralidad de origen hispano de San Gregorio.

El parque central se viste de alegría por las verbenas nocturnas que organiza el Departamento de Cultura de la Municipalidad de Portoviejo y que es del agrado de todos los portovejenses.

Los artistas locales presentan su música y de esa manera se dan a conocer al público. Además se invita a participar a las personas que acuden todas las noches a las verbenas,

La cartelera musical es variada y de gran aceptación entre el público, que todas las semanas acude para presenciar un espectáculo agradable y comunitario.

El municipio aporta a las verbenas con la logística y promoción. Para este efecto se han verificado las instalaciones eléctricas y de alumbrado del parque, realizado las coordinaciones para la movilización de sillas y coordinado con la policía para que un contingente de uniformados resguarde a los ciudadanos.

Además se realiza una campaña con afiches e invitaciones junto con los medios de comunicación.

Se pretende que las verbenas se instauren indefinidamente, pero esto dependerá del auspicio e interés de la comunidad; al menos por tres meses está garantizada

su continuidad todas las personas que hagan actividades artísticas y culturales tienen un espacio para mostrar su talento ante la comunidad.

#### **2.2.5.1.24 Zona arqueológica Cerro Jaboncillo**

El cerro Jaboncillo contiene un rico patrimonio arqueológico, el cual es explotado clandestinamente.

En la cima del Cerro de Hojas se encuentran evidencias de las ruinas de un templo, donde existieron sillas ceremoniales en forma de "U" correspondientes a la Cultura Manteña. Que constan de tres partes: base, asiento y las partes laterales en cuyo remate superior se puede colocar los brazos, no tiene espaldar.

El conjunto tiene la forma de "U" y la base está formada por el cuerpo de un hombre o animal, según el cargo que desempeñaba el que la usaba. Por eso no existen dos sillas iguales, estas tenían un carácter jerárquico.

El color predominante en esta cultura fue el negro ahumado de brillo intenso que en los cántaros estuvo combinado con un mascarón humano en el cuello como decoración. La pesca y la caza fueron la fuente principal de alimento, así como la flora silvestre.

Los hallazgos permiten especular que Montecristi fue asentamiento de la Cultura Manteña, entre los años 500 y 1.500 después de Cristo.

##### **Clima**

Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados.

##### **Atractivos**

- Picoaza: Población autóctona de Portoviejo cuyos antepasados datan desde los albores de la historia, su gente trabajadora y hospitalaria, se caracteriza por la elaboración de colchones almohadas de lana de ceibo y artesanías de paja toquilla y la fabricación artesanal de muebles.

#### **2.2.5.1.25 Vuelo libre en crucita**

El lugar de realización se da en las cimas de las colinas de Crucita, con un altura aproximada de 96 m. ubicados al sureste de la playa.

Se puede decir que en un 90% del año el clima es apto para volar, pero en especial los fines de semana y feriados, y con mayor incidencia en octubre o septiembre, se realiza el campeonato nacional de vuelo libre (parapente y alas delta).

Para la práctica de este deporte se ha construido una rampa que es modificación de la topografía superficial de la colina, encontrando los vientos que vienen del sureste, camino de acceso, ramadas y parqueadero.

El equipo que se usa para este deporte consta de: Equipo de vuelo (arnés), paracaídas de emergencia, casco, altímetro, equipo de comunicación, barómetro, guantes y gafas, aeronave o planeador; como parte del cometa o alas delta: estructura de aluminio, nylon, plástico, arnés y acero; en el parapente se usa: paracaídas, arnés – silla, cuerdas de nylon, casco. Se mantienen 2 categorías: niños y adultos y se debe controlar el peso de la persona que se va a lanzar.

El escenario que se usa es una plataforma de despegue que esta hecha de arcilla.

También este sitio se usa como mirador.

El paisaje que se puede ver es principalmente la planicie sedimentaria que se forma en la cuenca baja del Río Portoviejo, en cuya desembocadura se puede ver el centro urbano o principal del asentamiento de Crucita, un horizonte marítimo completamente despejado desde Manta el sureste, hasta la saliente de Bahía, también se puede observar la plataforma marítima adyacente a la orilla y el libre planear de aves y gente. La colina donde se localiza la rampa de lanzamiento y mirador constituye la parte sur oriental de una formación que en el mapa esta identificado como puntas del páramo. Hacia el sur y este así como hacia el noreste, se puede apreciar todo el conjunto de colinas circundantes a uno y otro lado del Río Portoviejo en su parte Terminal. Es un coligamiento más o menos continuo con poco escalonamiento.

#### **2.2.5.1.26 Embutidos de Calderón (morcilla).**

Embutidos artesanales: tradición del embutido doméstico introducido por los españoles derivados de la existencia del arte en España. La variante local surge

entre las tempranas haciendas ganaderas en el valle del Río Chico, sector Pinpiguahi, Calderón a partir del siglo XVI.

En Calderón, son varias las familias que se dedican a la elaboración de este plato tradicional, que a decir de muchos calderonenses no saben cómo empezó a prepararse, pero de a poco ganó fama, y hoy es uno de los más reconocidos de la provincia.

Ingredientes principales: uso de los intestinos del cerdo, sangre, arroz y especias vegetales (cilantro, col, etc) el ingenio local desarrolló un inyector manual a presión muscular.

La morcilla es la tripa de puerco rellena de arroz y sangre, condimentada por algunos ingredientes. “Una de los aspectos esenciales que se respeta es la higiene que debe existir durante todo el proceso de elaboración”

El primer paso es seleccionar la tripa de cerdo. Los expertos en la elaboración de esta comida la adquieren en los camales. A continuación lavan la tripa y la despojan de cualquier tipo de impurezas.

Proceso

De por sí, la morcilla es un plato típico manabita. Calderón se caracteriza por comercializarla. Su peculiar sabor hace que para muchos sea su plato predilecto. Una vez que la tripa de chanco está bien lavada es momento de pensar en el tamaño que tendrá. Esto determinará también la estética de la morcilla una vez concluido todo el proceso, es conveniente que su extensión sea de medio metro, porque si no reventará.

“El arroz es el principal ingrediente del relleno. Sin embargo, el arroz sólo no será tan atractivo al paladar, por lo que sugiere condimentarlo de una forma especial. Llevará repollo, cebolla, chicharrón y la sangre del cerdo. Esto es lo básico, pero varios especialistas sugieren agregar otros elementos”,

#### **2.2.5.1.27 Artesanías en algodón - hamacas - Río Chico**

La materia prima que se usa para la elaboración de la hamacas es el algodón al natural que se lo compra por quintales.

La calidad del producto es garantizada desde la elaboración de la hamaca hasta pasados 20 a 25 años y esto es comprobado con hamacas que están confeccionadas hace muchos años y que todavía están en uso.

Como materiales de confección se tiene: algodón, tinta para dar color al hilo, palos de diferentes tamaños, cabos para amarrar los palos donde se teje la hamaca, agujones para sellar el trabajo, tijeras.

La única persona que elabora las hamacas manteniendo las costumbres propias es la Sra. Mercedes Lastenia Macias de la Cruz, y con ella se perderá la práctica ya que ni sus hijos ni sus nietos siguen con la tradición.

La forma de elaboración de la hamaca comienza con la llegada de los quintales de algodón en bruta, luego poco a poco se va haciendo montones (copitos) y se van poniendo unos sobres otros, acto seguido se golpea con un palo para que salgan las pepas que tiene el algodón para luego hilar este algodón y tenerlo en ovillos que se pueden guardar incluso por años sin que se corre el riesgo de que se dañen. Los ovillos de hilo se los da color con tintes que son enviados de las ciudades de Manta o Guayaquil, el proceso de teñido se da poniendo a hervir agua en una olla y aquí se pone el tinte pero antes de que hierva se mete el hilo sin color y se saca no dejando mucho tiempo el hilo en el agua pues si se deja hervir demasiado tiempo el color se pierde y no se obtienen los resultados esperados. Para la confección misma de la hamaca se usa un tejedor rustico de construcción propia, que se pueden apreciar de mejor manera en el material fotográfico que se encuentra al final de esta ficha, en esta tejedora se van haciendo o tejiendo filas en un orden preciso se comienza con 5 filas de un color, seguidas de 3 filas de otro color y así se respeta el orden de 5 – 3 hasta completar el ancho que ya está establecido o la experiencia misma de la artesana sabe cuando comenzar con el tejido transversal, para esto se usa dos palos que se cruzan a lo ancho de lo ya tejido y se va llenando en forma de ziczac todo el largo de la hamaca hasta completar la totalidad de la artesanía. Para terminar con el trabajo se coloca unas asaz de las cuales se sujetaran el cabo para colgar las

hamacas en donde la persona lo desee, para elaborar estos se usan agujones y sogas gruesas y de esta manera la hamaca está terminada.

### **2.2.6 La Ley de Turismo**

Art. 15, numeral 7 Ley de Turismo: “Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades”.<sup>24</sup>

Luego de un proceso largo de negociación y de encontrar divergencias y coincidencias, en el mes de junio de 2006, mediante Acuerdo Ministerial número 20060044, la Ministra de Turismo expidió de común acuerdo con la FEPTCE el Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios. La parte motiva del acuerdo reconoce las leyes que respaldan la decisión (las mismas a la que se ha hecho referencia) y sobre todo declara “que es urgente y actual apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo interno, como una herramienta de lucha contra la pobreza”.

El Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios establece en primer lugar las exigencias que una comunidad debe cumplir para prestar servicios turísticos a terceros, para ello debe acreditar ante el Ministerio de Turismo varios requisitos, resaltando uno que es el Informe expedido por el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) de que la persona jurídica que pretende realizar este tipo de turismo se enmarca en una comunidad; establece además que la FEPTCE presentará al Ministerio de Turismo una propuesta de Normas Técnicas de calidad para su discusión y lograr que la actividad se regule. En concordancia con el Acuerdo Ministerial del Turismo, el CODENPE expidió el acuerdo 199 de 28 de junio de 2006, en este instrumento se establecen los mecanismos que deberán tenerse en cuenta al

---

<sup>24</sup>LEY DE TURISMO, Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana

momento de solicitar la clasificación de comunitario, establece además que se realizarán inspecciones a los lugares antes de emitir este criterio.

## **2.3. Hipótesis**

### **2.3.1 Hipótesis General**

- ✓ Las ofertas turísticas de las agencias de viajes incidirán en el crecimiento turístico del cantón Portoviejo.

### **2.3.2 Hipótesis Específica**

- ✓ Portoviejo posee atractivos turísticos naturales y culturales muy significativos.
- ✓ En Portoviejo existen pocas agencias de viajes y no incluyen en los paquetes turísticos al cantón.
- ✓ La incorporación de los paquetes turísticos de Portoviejo dinamizarían la oferta turística del cantón.

### **2.3.3 Unidades de observación y análisis**



<b>Unidades de observación y análisis</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Turistas que llegaron a Manabí</li><li>• Propietarios de las Agencias de Viaje</li><li>• Inventario de Atractivos turísticos de Portoviejo.</li><li>• Catastro Turístico de Portoviejo.</li></ul>

## 2.3.4 Matriz de operacionalización de las variables

### 2.3.4.1. Variable Independiente.- La oferta turística

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS INSTRUMENTALES
<p>La <b>oferta turística</b> es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.</p>	Atractivo Turístico	Atractivos turísticos Naturales y culturales	¿DE DONDE OBTUVO LA IDEA DE REALIZAR ESTE VIAJE?	Encuesta a los Turistas
	Planta Turística	Facilidades (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viaje).	-AGENCIA DE VIAJE -PUBLICIDAD – PERIODICOS -AMIGOS -ARTICULOS DE PRENSA -PROGRAMAS DE RADIO O TV -GUIA TURÍSTICA -FAMILIARES -OTROS	
	Servicios Complementarios	Agua, Luz, Teléfono, Vías Internet	¿CUAL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE SU VIAJE? -VACACIONES -TRABAJO -NEGOCIOS -AVENTURA	Encuesta a los Turistas

### 2.3.4.2. Variable Dependiente.- Promoción de atractivos turísticos



CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS INSTRUMENTALES
<p><b>Promoción de Atractivos turístico.-</b></p> <p>Es la difusión de un lugar como destino para los turistas.</p>	<p>Medios de promoción audiovisuales</p> <p>Prensa Escrita Televisiva</p> <p>Agencias De viajes</p>	<p>Videos</p> <p>Páginas Web</p> <p>Medios de comunicación.</p> <p>Folleto.</p> <p>Afiches.</p> <p>Paquetes Turísticos.</p> <p>Circuitos Turísticos.</p>	<p>¿Cómo llego a enterarse sobre estos lugares turísticos?</p> <p>-prensa</p> <p>-televisión</p> <p>-radio</p> <p>-Agencias de viajes</p> <p>¿Viajó usted por intermedio del sistema de ofertas turísticas de alguna agencia de viaje?</p> <p>si</p> <p>No</p>	<p>Encuesta a los Turistas</p> <p>Encuesta a los Turistas</p>

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Modalidad de la investigación**

En la investigación se empleó el método científico porque permitió descubrir la existencia y la secuencia de los procesos, para demostrarlos científicamente, siguiendo los pasos fundamentales que lo caracteriza: Identificación del problema, Planteamiento del problema, Formulación de hipótesis, Verificación de las hipótesis y conclusiones.

#### **3.2 Tipos de Investigación**

##### **Por el lugar: De campo**

Se entiende por investigación de campo, el análisis ordenado de problemas con la intención de describirlos, encontrar sus causas y consecuencias, y explicar su naturaleza y factores constituyentes o predecir su ocurrencia. Los datos de interés serán recogidos de forma directa de la realidad; sin dejar de tomar en cuenta documentos bibliográficos ya establecidos que en este sentido se trata de estudios a partir de datos originales o primarios.

Se obtuvo información en Portoviejo. Se visitó algunos de los atractivos culturales y naturales del cantón.

##### **Bibliográfica**

De igual forma se apoya en una revisión bibliográfica y/o documental, puesto que se valoran conceptos y datos definidos de anteriores investigadores que también buscaron apoyo en fuentes bibliográficas y documentales sobre las cuales establecieron criterios propios, que serán adaptados y aplicados al objeto de estudio.

Se recurrió la información documentada desde enfoques teóricos, conceptos y criterios de estudios e investigaciones realizadas referente a la promoción de las agencias de viajes y los atractivos turísticos de Portoviejo.

#### **Por el Alcance:**Explorativa

Mediante las salidas de campo planificadas se hicieron las encuestas a los turistas y la entrevista a las agencias de viaje y se obtuvo los resultados sobre la escasa afluencia de turistas que llegan a Portoviejo, dando un enfoque explorativo al análisis. Adicionalmente, se verificaron las hipótesis planteadas sobre las causas que generan las agencias de viajes al no incluir a Portoviejo en sus paquetes turísticos.

#### **Descriptiva**

Esta investigación ayudó a conocer cuál es la relación de las variables que se debió estudiar en una población o muestra.

### **3.3 Métodos**

#### **3.3.1 Método Inductivo**

Se escogió esta metodología porque nos va a facilitar en el transcurso del proyecto, la organización y estudio adecuado de toda la información recabada, proponer interrogantes y planteamientos de acción favorable hacia el análisis de la investigación, determinar de una manera humana normas y modelos afín, y el desarrollo de una propuesta ajustada a la realidad y del bien común, de vigencia y preferencia dirigida a la sociedad manabita.

#### **3.3.2 Método Deductivo**

Este método, aplicado alternativamente con el método inductivo permitió partir de afirmaciones de carácter general hasta llegar a hechos particulares.

### **3.4 Técnicas**

En la investigación se utilizó las siguientes técnicas:

- a.- Entrevista a los propietarios de las Agencias de Viaje
- b.- Encuesta a los Turistas que llegaron a Manabí.

Estas técnicas son herramientas de trabajo fundamental, para obtener la información precisa que nos permita el cumplimiento de nuestros objetivos y afirmar o negar nuestras hipótesis.

#### **La Entrevista**

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

#### **La encuesta**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

### **3.5.- Instrumentos**

Cuestionario de Encuesta

Guía de entrevista

### 3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para calcular los resultados de la concurrencia turística durante la investigación se tomaron datos del Ministerio de Turismo y de las agencias de viajes que están en el catastro actualizado.

#### Población y muestra



CATEGORÍAS	POBLACIÓN	MUESTRA
Turistas	4000	200
Agencias de Viaje	7	7

#### CÁLCULO DE LA MUESTRA DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS.

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

**DONDE:**

n= Tamaño de la muestra

N=Poblacion 4000

P= Poblacion de Éxito (0.5)

Q=Poblacion de Fracaso (0.5)

e= Error domisible 0,07

z= Nivel de Confianza 93%

$$n = \frac{2,04^2(4000)(0,5)}{0,07^2 - (4000 - 1) + 2,04^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{4,1616(1000)}{19,5951 + 1,0404}$$

$$n = \frac{4116,6}{20,6355} = 201,67 \approx 200$$

### **3.7 Levantamiento de información**

Se llevaron a cabo dos actividades, la de campo que consto de entrevistas aplicadas a las agencias de viajes y encuestas aplicadas a los usuarios que en este caso serán los turistas. Y la obtención de bibliografía adecuada para estructurar el Marco Teórico.

En el desarrollo del trabajo de campo, se contó con el talento humano del Ministerio de Turismo quien prestó toda la información necesaria para la realización de este trabajo y sobre todo los turistas, quienes contestaron a cada una de las preguntas programadas en el marco de esta tesis de investigación.

En los recursos materiales se utilizó textos bibliográficos, fichas documentadas, papelería en general.

En la parte tecnológica se tuvo que utilizar cámara fotográfica, computadora, impresora, entre otros.

### **3.8. Procesamiento de la información**

La información obtenida se organizó, sistematizó, tabuló, para luego representarla en cuadros, tablas, gráficos y finalmente se analizó e interpretó.

Los datos obtenidos en las encuesta y la entrevista se expresan en forma numérica y gráfica mediante la aplicación de pasteles e histogramas de frecuencia, en función de los parámetros medidos en la encuesta diseñada.

Se realizaron fichas resúmenes del inventario de Atractivos Turísticos Portoviejo, en las encuestas se demostró que las Agencias de viajes no toman en cuenta al cantón Portoviejo al momento de ofrecer una oferta turística ,por lo tanto no se realizan actividades turísticas como fuente principal de ingresos económicos.

## CAPÍTULO IV

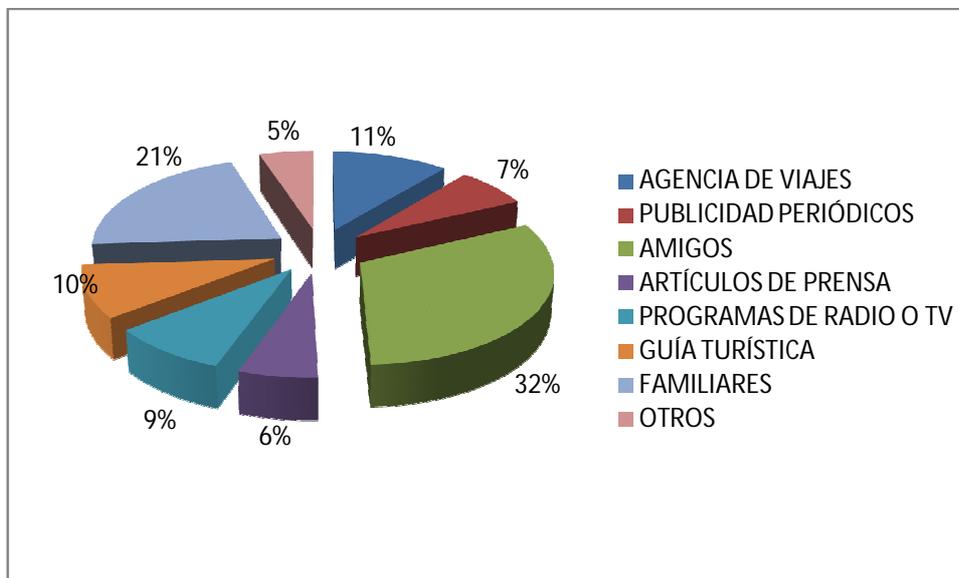
### 4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Cuadro N° 1

1.- De dónde obtuvo la idea de realizar este viaje?		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	22	11%
Publicidad periódicos	14	7%
Amigos	63	32%
Artículos de prensa	12	6%
Programas de radio o tv	18	9%
Guía turística	19	10%
Familiares	42	21%
Otros	10	5%
Total	200	100%

Gráfico N° 1



## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N° 1**

Mediante la pregunta realizada a los turistas ¿De dónde obtuvo la idea de realizar este viaje? El 32% dijo que obtuvo la idea de realizar el viaje por sugerencia de amigos, el 21% por familiares, El 7% se enteró a través de la publicidad, periódicos, Sólo un 11% declaró que su fuente de información son las agencias de viajes, el 10% por guías turísticos, el 6% por artículos de revistas, el 9% por programas de radio o televisión y un 5% por otros.

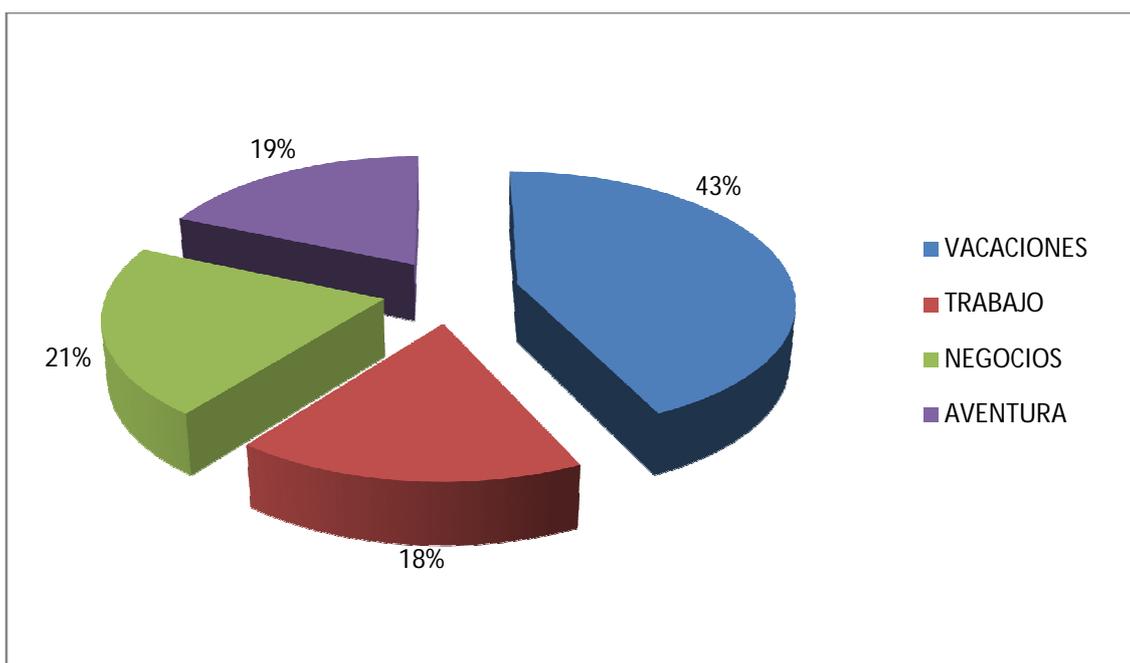
Se llegó a la conclusión que la principal fuente de generación de ideas para realizar viajes turísticos son las recomendaciones de amigos y conocidos.

Las agencias de viajes son las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, estas ofrecen paquetes turísticos atrayendo turistas a un lugar determinado, pero con la encuesta realizada se pudo evidenciar que la agencias de viaje no atraen a Portoviejo los suficientes turistas como debería de ser. Por otro lado la promoción en los medios audiovisuales y en los medios de comunicación tampoco son tan eficaces para atraer turistas al cantón, más bien los turistas que han visitado la provincia y en específico a Portoviejo lo han hecho mayormente por sugerencia de familiares y amigos.

**Cuadro N° 2**

2.-Cuál es el principal motivo de su viaje?		
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	86	43%
Negocios	35	18%
Trabajo	42	21%
Aventura	37	19%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Gráfico N°2**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico # 2**

Según la pregunta realizada a los turistas ¿Cuál es el principal motivo de su viaje a Portoviejo? Los turistas contestaron de la siguiente manera, 43% lo hicieron por vacaciones, el 21% por negocios, el 19% por aventura, y el 18% lo hizo por trabajo.

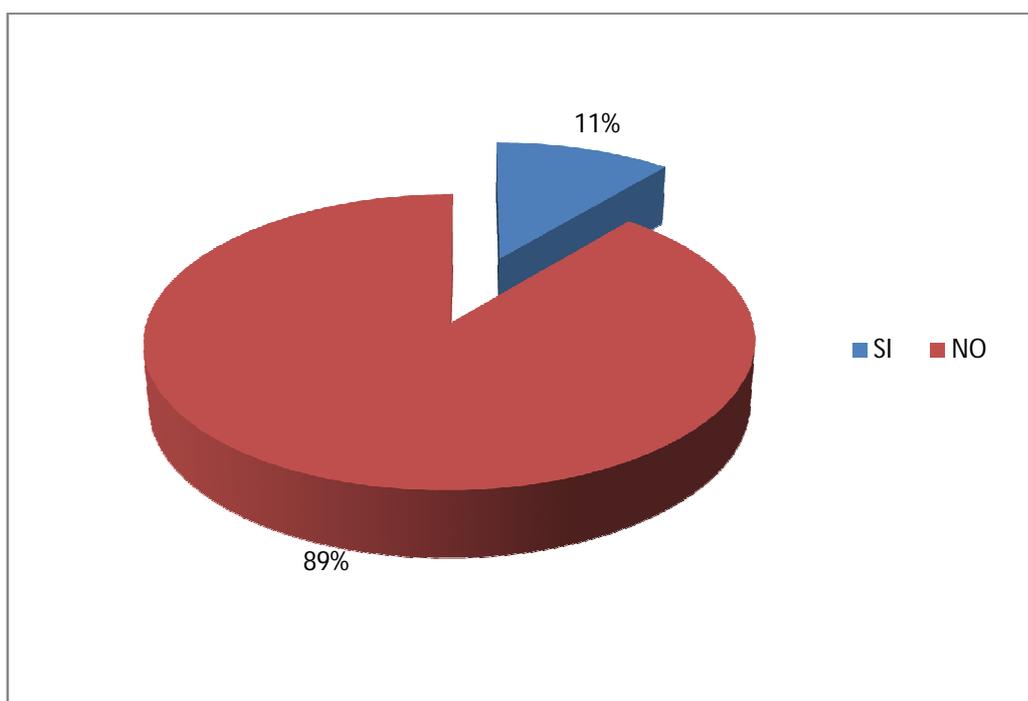
Se deduce que el esparcimiento es el principal motivo de los viajes de los turistas abordados.

La demanda turística es la expresión del turista que en función de su necesidad, concurre a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a su vez producto de estadía dinamiza el espacio desde su concepción de capacidad de pago, unos lo hacen por esparcimiento, por vacaciones, aventura, otros por trabajo, de hecho por medio de la encuesta se pudo comprobar que la mayoría de las personas que vinieron a Portoviejo y a la provincia vinieron de vacaciones.

**Cuadro N° 3**

<b>3.- ¿VIAJÓ USTED POR INTERMEDIO DEL SISTEMA DE OFERTAS TURÍSTICAS DE ALGUNA AGENCIA DE VIAJE?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Numeral</b>	<b>Porcentual</b>
Si	22	11%
No	178	89%
Total	200	100%

**Gráfico N°3**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N° 3**

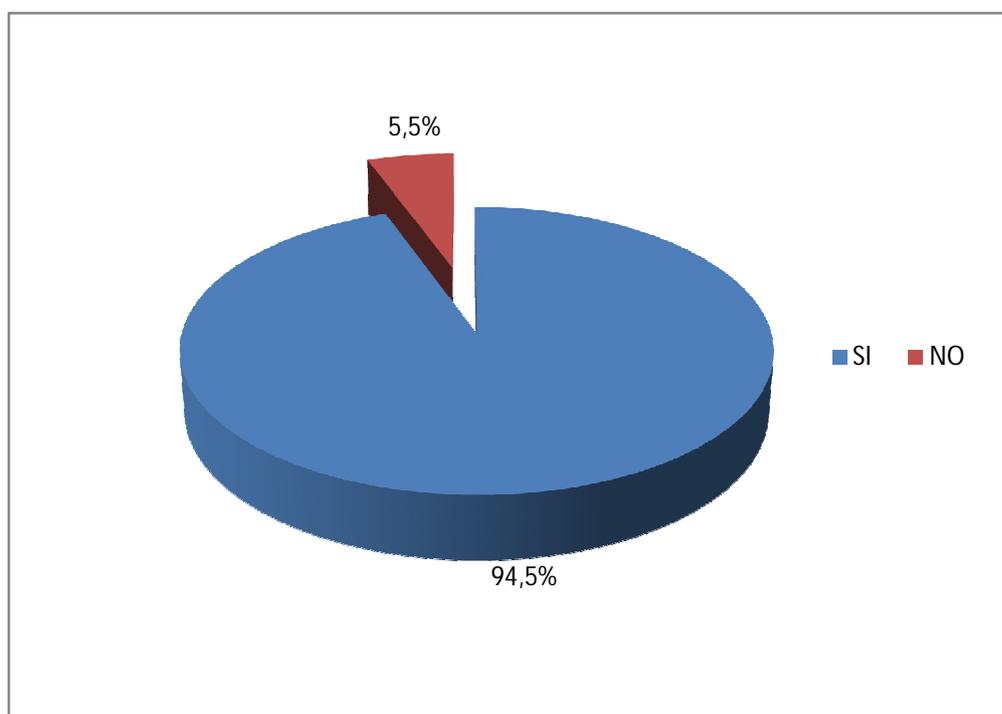
Con la pregunta realizada a los turistas ¿Viajó usted por intermedio del Sistema de ofertas turísticas de alguna agencia de viaje? Contestaron que el 11% de los viajes se realizan a través de las agencias y el 89% no, lo que indica que lo hacen por otros medios, muestra que el peso de las agencias no es muy importante al momento de tomar decisiones de viajar.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenada y estructurada de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas, está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión. La oferta turística de las agencias de viajes de Portoviejo por ser de categoría internacional en su mayoría, hacen su oferta turística a nivel internacional mas no a nivel nacional. Por lo tanto la visita de turistas a Portoviejo no se debe al sistema de ofertas turísticas de alguna agencia de viaje.

**Cuadro N°4**

<b>4.- SI ES AFIRMATIVO, ¿EL PAQUETE INCLUYE OTROS DESTINOS?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	189	94,5%
No	11	5,5%
Total	200	100%

**Gráfico N°4**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

#### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°4**

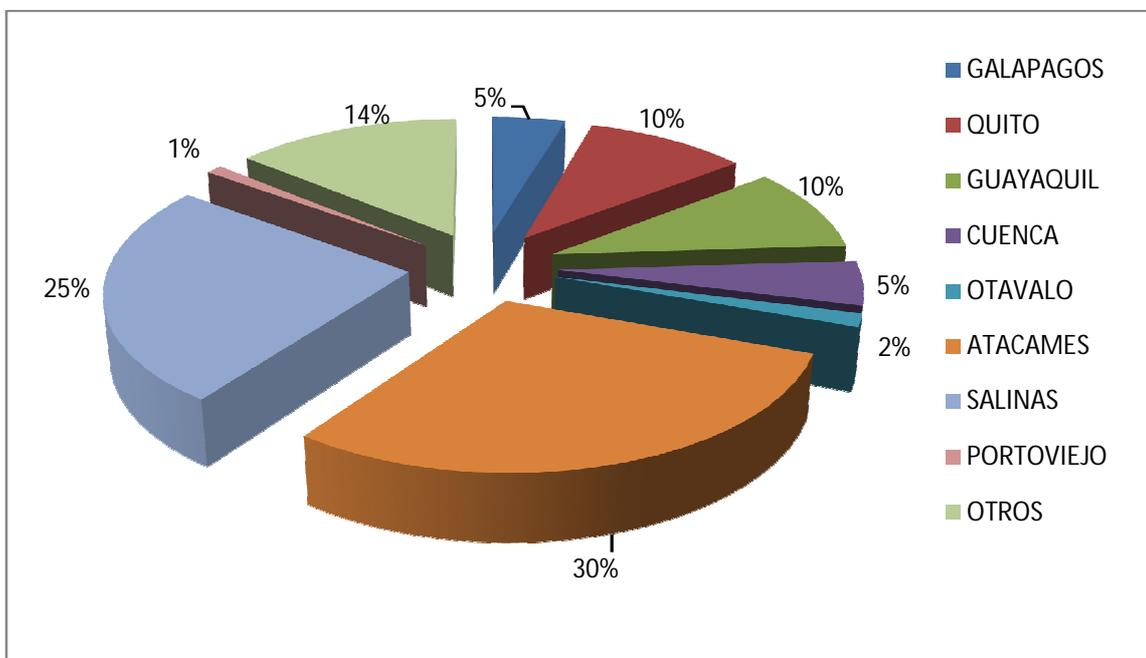
Mediante la pregunta realizada a los turistas ¿si es afirmativo incluye otros destinos turísticos?En esta interrogante se determinó que el 5.5% de los paquetes turísticos si incluían otros destinos turísticos en su oferta pero el 94.5% contestó que no se incluían otros destinos en su viaje.

Los destinos turísticos deben decidir qué mercados emisores son los más importantes, y cuáles desean captar, pues a pesar de que en la actualidad el turismo es el sector de crecimiento más rápido, como cualquier industria depende de los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general, es por esto que si se ofrecen paquetes turísticos siempre se procura que contenga diferentes destinos turísticos. Por esto los pocos turistas que viajaron por intermedio de paquetes turísticos ofrecidos por las agencias de viaje si incluían mas destinos.

**Cuadro N° 5**

<b>5.-¿PODRÍA ANOTAR CUALES OTROS DESTINOS TURÍSTICOS INCLUYE SU PAQUETE TURÍSTICO?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Galápagos	9	5%
Quito	20	10%
Guayaquil	19	10%
Cuenca	10	5%
Otavalo	3	2%
Atacames	59	30%
Salinas	50	25%
Portoviejo	2	1%
Otros	28	14%
Total	200	100%

**Gráfico N°5**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°5**

La pregunta realizada a los turistas ¿Podría anotar cuáles otros destinos turísticos incluye su paquete? , ellos contestaron de la siguiente manera, el 30% dijo que Atacames, el 25% a Salinas el 14% respondió que otros, mientras que el 10% Quito, el 10% Guayaquil, el 5% dijo que Galápagos, y otro 5% viajo a Cuenca, el 1% Portoviejo y el 2% Otavalo.

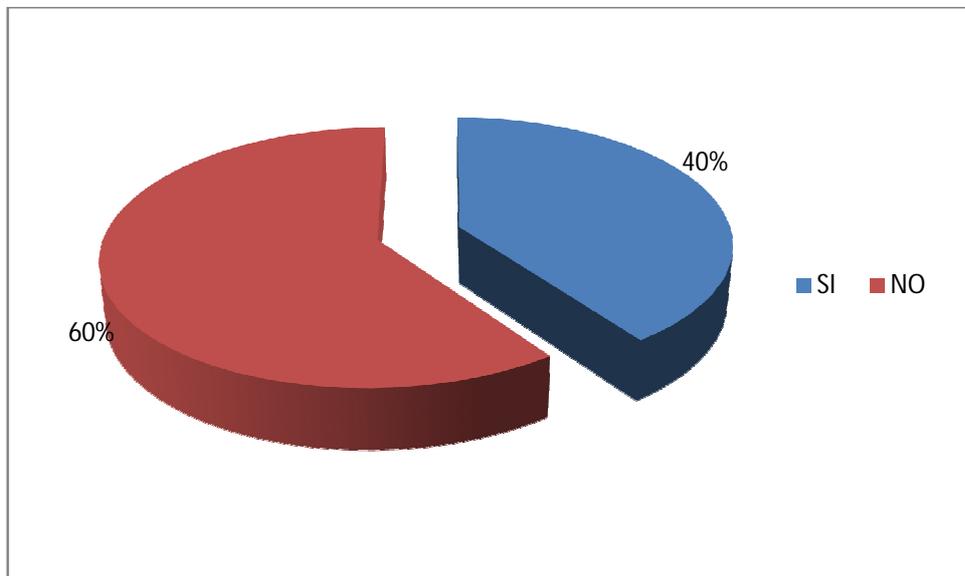
Se concluye que los paquetes turísticos parecen no estar completos si no se incluyen destinos tradicionales como las playas o los interandinos.

Los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general son influencia suficiente en un turista, es por esto que las agencias de viaje, al momento de realizar sus paquetes turísticos, que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta, tienen que incluir un sitio que en su momento esté de moda o en pleno ciclo de crecimiento para así hacer el paquete turístico más llamativo.

**Cuadro N° 6**

<b>6.-ESTE ES SU PRIMER VIAJE A MANABI?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	80	40%
No	120	60%
Total	200	100%

**Gráfico N°6**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°6**

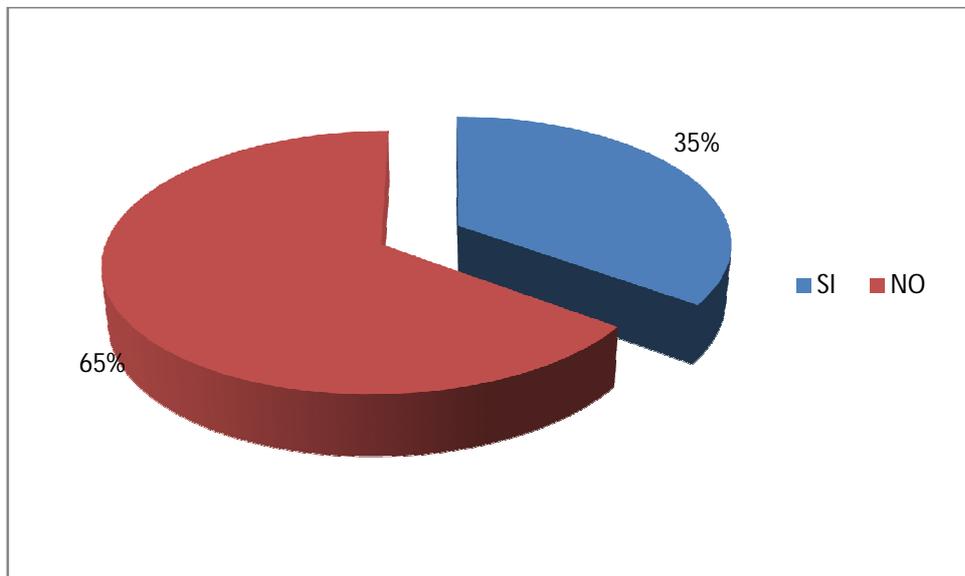
De la interrogante realizada a los turistas ¿Este es su primer viaje a Manabí? Ellos respondieron de la siguiente forma, el 60% dijeron que no y el 40% dijo que sí. Con esto se observa que un importante número de los viajeros retorna a Manabí después de una anterior visita. Es posible contar con un potencial de nuevos visitantes.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino, para que así los turistas regresen a este destino turístico más de una vez, es así que se puede evidenciar que hay turistas que si regresan al mismo lugar que visitaron porque los componentes que les ofreció Manabí fueron buenos.

**Cuadro N° 7**

<b>7.-¿CONOCE USTED PORTOVIEJO?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	70	35%
No	130	65%
Total	200	100%

**Gráfico N°7**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°7**

Por medio de la pregunta realizada a los turistas ¿Conoce usted Portoviejo?

El 65% expresó que no conoce y el 35% que si conoce el cantón, es coherente con la anterior pregunta, porque son nuevos visitantes. Una vez incluido el cantón en los paquetes turísticos de las agencias de viaje se logrará captar a ese porcentaje que no conoce, con esto se llegó a la conclusión de que sólo un mínimo de los turistas que llegaron a Manabí conoce Portoviejo.

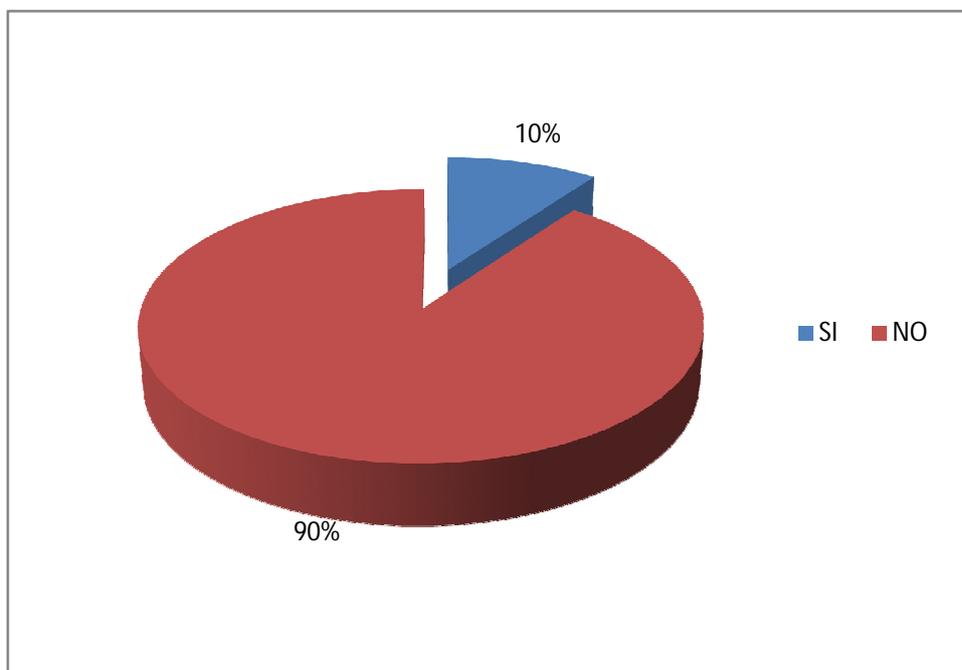
Portoviejo, considerada como la “Ciudad de Los Reales Tamarindos”. Es la capital provincial y centro de manifestaciones políticas y culturales de Manabí.

En este cantón se practica turismo urbano, rural, excursión y de aventura, entre otros, aquí encontramos Playas, ríos, cascadas, iglesias, arqueología y una rica gastronomía con la que se espera atraer al 65% de turistas que no conocen nuestro cantón.

**Cuadro N° 8**

<b>8.-¿CONOCE USTED LOS LUGARES TURÍSTICOS DE PORTOVIEJO?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	20	10%
No	180	90%
Total	200	100%

**Gráfico N°8**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°8**

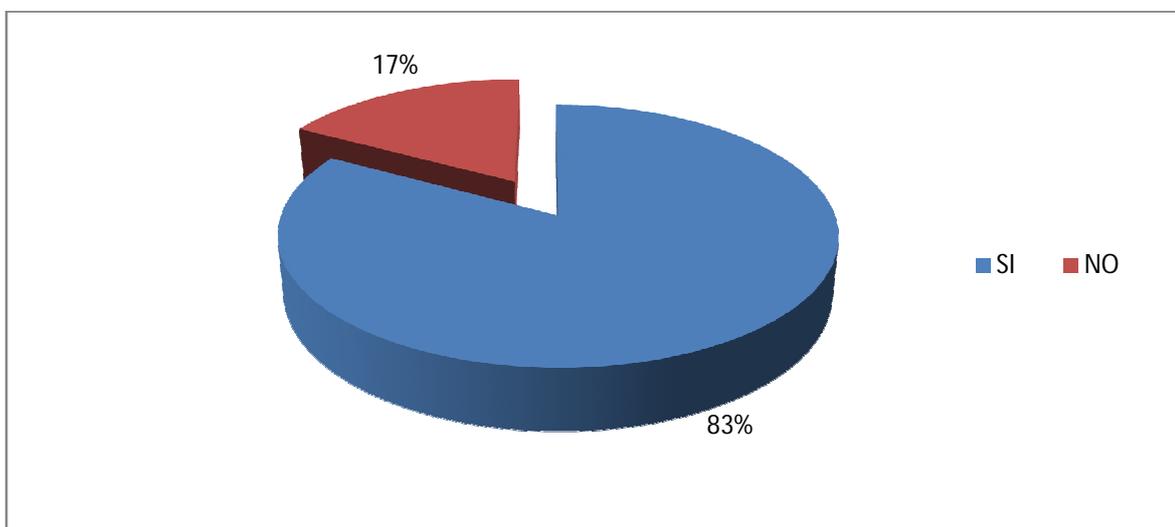
A través de la pregunta realizada a los turistas ¿Conoce usted los lugares turísticos de Portoviejo? Se pudo determinar que sólo el 10% está enterado que Portoviejo tiene atractivos importantes que ofrecer a los turistas. El 90% no está informado de este detalle.

Portoviejo tiene 27 atractivos turísticos de acuerdo al Inventario de Atractivos Turísticos del Ministerio del ramo. De esos destinos, 8 son naturales y 19 culturales. Con esto se demuestra que Portoviejo si tiene atractivos turísticos que ofrecer a los turistas, y se espera que con la creación de la agencia de viajes operadora se atraigan turistas y ofrecerles estos destinos.

**Cuadro N° 9**

<b>9. ¿CONSIDERA USTED QUE PORTOVIEJO TIENE ATRACTIVOS SIGNIFICATIVOS PARA SU DESARROLLO TURÍSTICO?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	34	17%
No	166	83%
Total	200	100%

**Gráfico N°9**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°9**

A causa de la pregunta realizada a los turistas ¿Considera usted que Portoviejo tiene atractivos turísticos significados para su desarrollo turístico? Ellos contestaron esta interrogante de la siguiente manera, un minoritario 17% si y un 83% opinó que no, datos que demuestran que Un significativo número de turistas ignoran que existen puntos de interés turístico en el cantón.

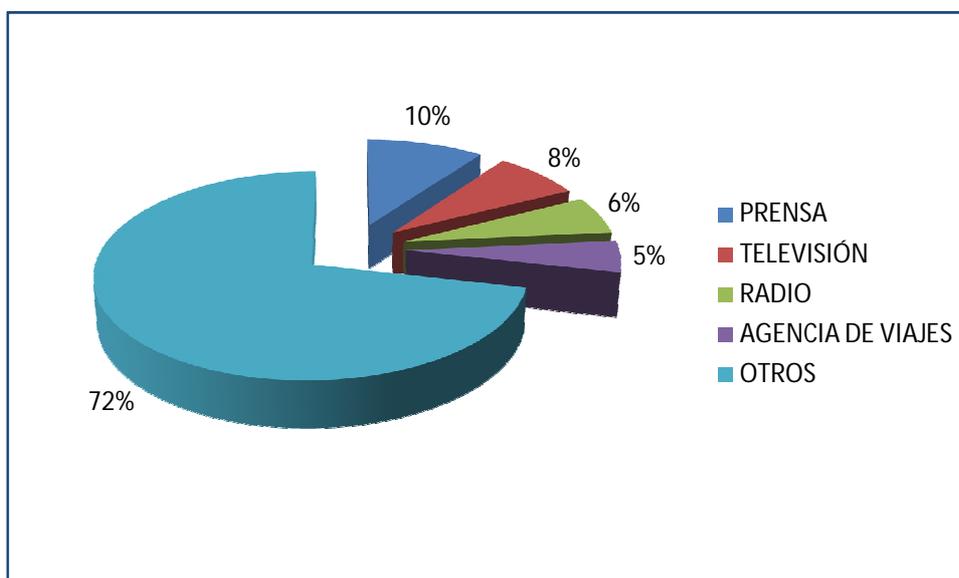
Según el inventario de atractivos turísticos Portoviejo Posee 19 atractivos turísticos con Jerarquía II: que es un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento y 8 con Jerarquía III: es un 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.

Esto demuestra que el cantón posee atractivos turísticos muy significativos pero mediante la encuesta se puede evidenciar el 83% de los turistas ignoran la importancia que tienen estos atractivos, es importante promocionar los atractivos naturales y culturales que posee el cantón.

**Cuadro N° 10**

<b>10.-¿COMO LLEGO A ENTERARSE SOBRE ESTOS LUGARES TURÍSTICOS?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
PRENSA	20	10%
TELEVISION	15	8%
RADIO	12	6%
AGENCIAS DE VIAJES	10	5%
OTROS	143	72%
TOTAL	200	100%

**Gráfico N°10**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N° 10**

Por medio de la pregunta realizada a los turistas ¿Cómo llegó a enterarse sobre estos lugares turísticos? Ellos respondieron que por medio de la prensa el 10%, el 8% la televisión, el 6% por medio de la radio, el 10% contestó que por las agencias de viaje y el 72% respondió que por otros.

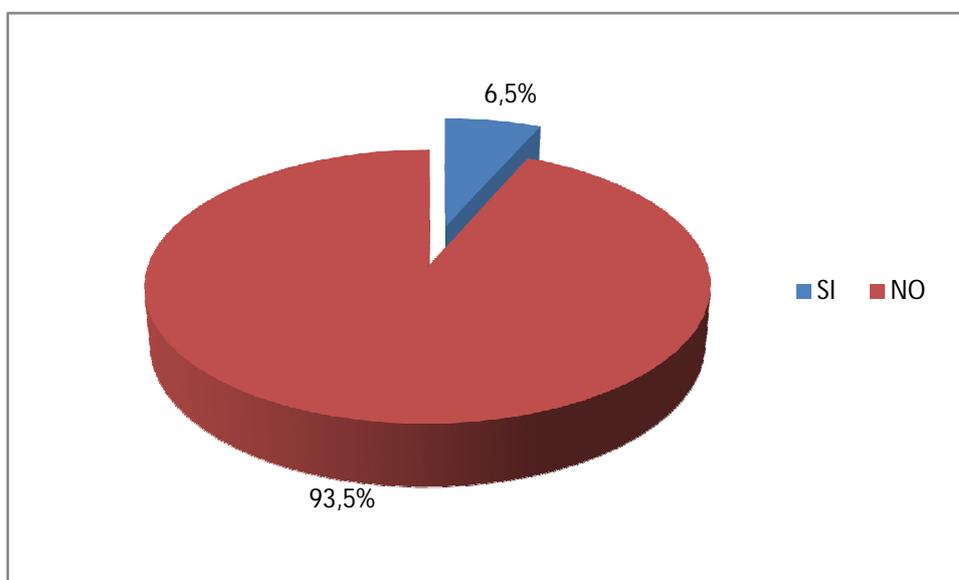
Se dedujo que otros medios de información son más determinantes que la prensa, televisión, radio y agencias de viajes.

Los Medios audiovisuales son los medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen como la fotografía y el audio. Los medios audiovisuales se refieren especialmente a medios didácticos que, con imágenes y grabaciones, sirven para comunicar un mensaje especialmente específico. Entre los medios audiovisuales más populares se encuentra la televisión, internet, páginas web, radio, prensa. Estos deberían ser medios de estrategia para promocionar los atractivos turísticos de Portoviejo, pero según la encuesta estos no los ayudaron a enterarse de los lugares que visitaron mas bien se enteraron por sus familiares y amigos. Así que sería importante unirse estratégicamente con estos medios para sacar a relucir estos destinos importantes de Portoviejo y así atraer un significativo número de turistas.

**Cuadro N° 11**

<b>11.- INCLUYE EN SU PLAN DE VIAJE EL CANTÓN PORTOVIEJO?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	13	6,5%
No	187	93,5%
Total	200	100%

**Gráfico N°11**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N° 11**

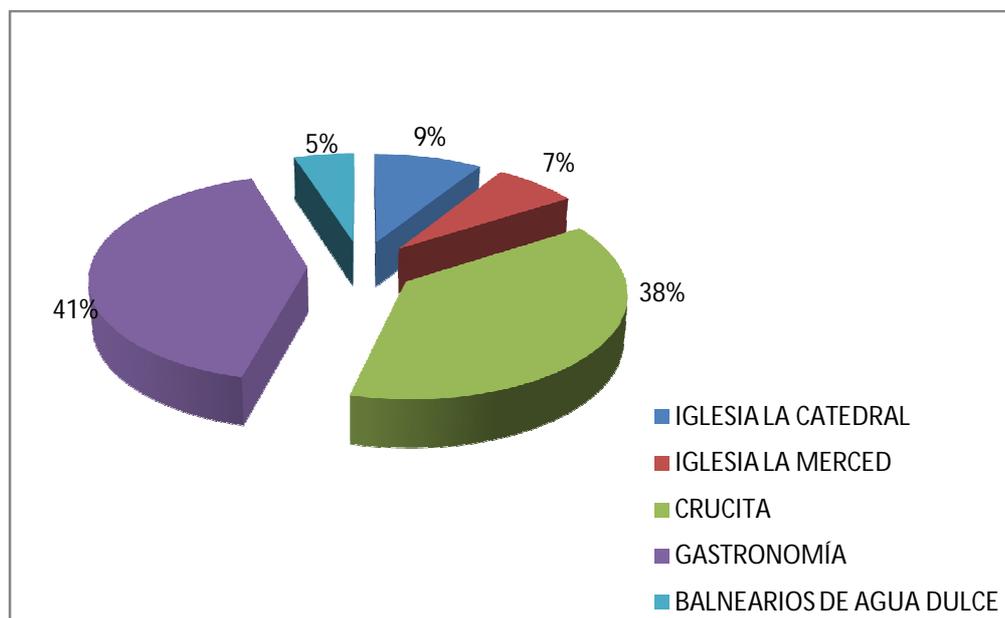
¿Incluye en su plan de viaje Portoviejo? A esta pregunta los turistas contestaron que no, el 93.5% y apenas un 6.5% opinó que si, Se colige que los planes de viaje dejan de lado a Portoviejo. Es evidente que el cantón no está incluido en los paquetes de viajes de las Agencias de viaje.

Turísticamente Portoviejo tiene muchos atractivos: playas, monumentos, centros turísticos y espectáculos, que se constituyen en potenciales generadores del turismo, que generarían fuentes de ingresos a Portoviejo, pero lamentablemente en los paquetes turísticos no se incluye a el cantón, es por esto que se ve poca afluencia de turistas al mismo.

**Cuadro N° 12**

<b>12.-¿ DE LOS SIGUIENTES ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES DE PORTOVIEJO CUAL CONOCE USTED?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
IGLESIA LA CATEDRAL	18	9%
IGLESIA LA MERCED	14	7%
CRUCITA	76	38%
GASTRONOMÍA	82	41%
BALNEARIOS DE AGUA DULCE	10	5%
TOTAL	200	100%

**Gráfico N°12**



**Fuente:** Turistas que llegaron a Manabí.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N°12**

A consecuencia de la pregunta realizada a los turistas ¿De los Atractivos naturales y culturales de Portoviejo cual conoce usted? Ellos contestaron 9% conocían la Iglesia la Catedral, 7% Iglesia la Merced, el 38% respondieron que Crucita, 41% la Gastronomía y el 5% los balnearios de agua dulce. Se infiere que la combinación de playa con comida constituye el mayor segmento de atractivos turísticos del medio. El 79% visita esta tierra por esa razón. El 21% restante se reparte entre iglesias y balnearios de agua dulce.

En Portoviejo existen 27 atractivos turísticos de los cuales 8 son naturales y 19 son culturales, para los turistas que si visitaron el cantón la gastronomía fue los más visitado o consumido por ellos, y en segundo lugar el lugar más visitado fue Crucita que es un atractivo Natural muy significativo y representativo para Portoviejo.

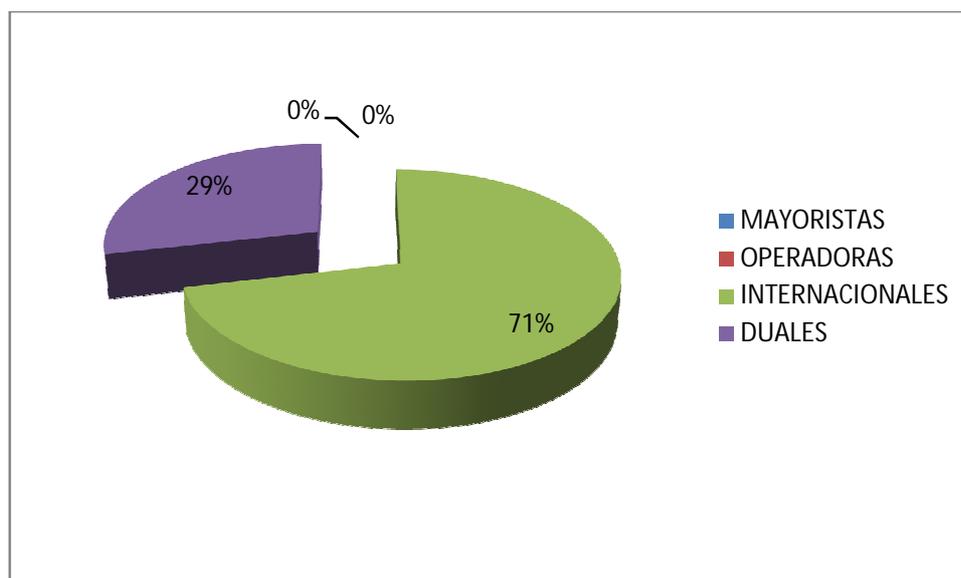
## Resumen de las Categorías de las Agencias de Viajes de Portoviejo

### Agencias de Viajes de Portoviejo

Cuadro N° 13

CATEGORÍA	Frecuencia	Porcentaje
MAYORISTAS	0	0%
OPERADORAS	0	0%
INTERNACIONALES	5	71%
DUALES	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Gráfico N°13



**Fuente:** Catastro Turístico de Portoviejo.

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán.

### **Descripción, interpretación y análisis del cuadro y gráfico N° 13**

Mediante el Catastro Turístico de Portoviejo se logró determinar que en Portoviejo existen 7 Agencias de Viajes de las cuales 71% son de Categoría internacional y los 29% restantes son de categoría duales.

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican en Mayoristas; Internacionales; operadoras y Duales.

En Portoviejo hay 5 agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, internacionalmente, el producto de las agencias operadoras.

Hay dos agencias duales en el Cantón, son las que pueden ofertar paquetes internacionales y de operadoras esto quiere decir que podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular.

Las agencias de viajes existentes afirmaron que se dedican a ofrecer paquetes turísticos internacionales y las pocas ofertas que hacen en el país son a Galápagos, Mompiche, Salinas, Baños, estas también ofrecen tiquetes internacionales y nacionales.

Por eso la propuesta que se hace en el presente trabajo ayudaría a dinamizar la oferta turística del país y de Portoviejo.

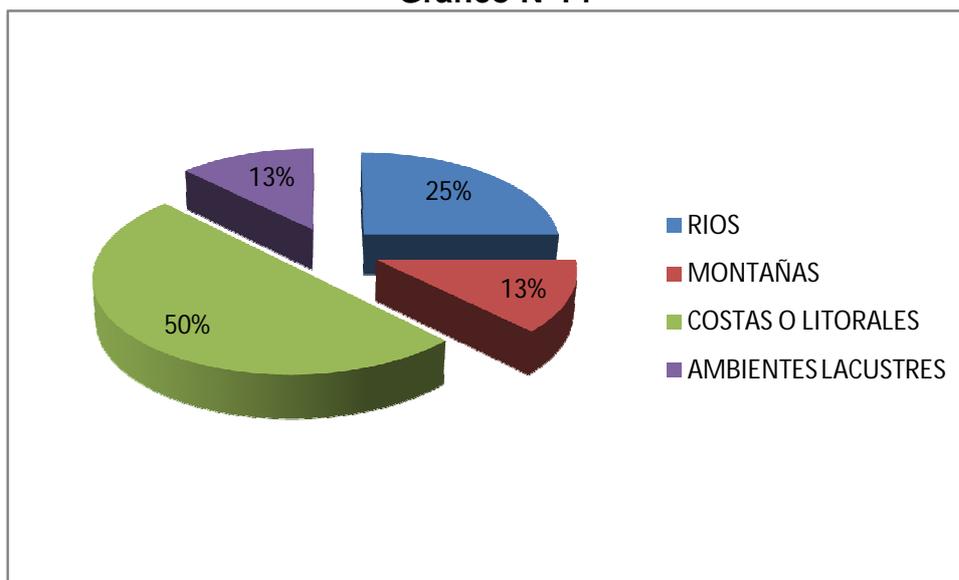
## INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PORTOVIEJO

### CATEGORÍA DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DE PORTOVIEJO

**Cuadro N°14**

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Ríos	2	25%
Montañas	1	13%
Costas o litorales	4	50%
Ambientes Lacustres	1	13%
Total	8	100%

**Gráfico N°14**



**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y Análisis del cuadro y gráfico N° 14**

Se concluye que el 50% de los atractivos turísticos de Portoviejo pertenecen a la categoría de Costas o Litorales, el 25% ríos, 13% ambientes lacustres y un 13% montañas.

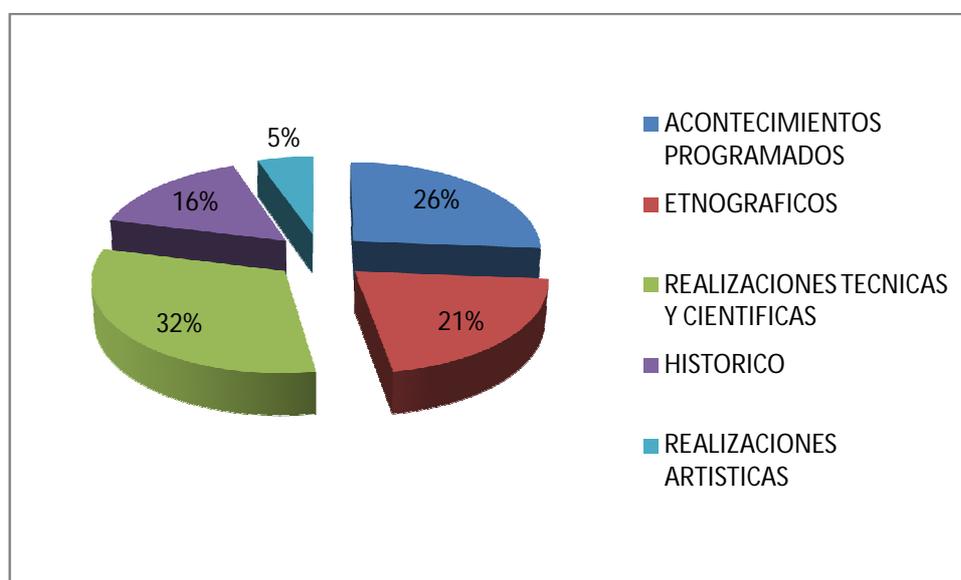
Mediante el inventario de Atractivos Turísticos se puede evidenciar que en cuantos atractivos naturales de Portoviejo lo que más encontramos es playas, en segundo lugar encontramos a los Ríos o más comúnmente llamados balnearios de agua dulce que ofrecen mucha diversión.

## Categoría de los atractivos culturales de Portoviejo

**Cuadro N°15**

TIPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	5	26%
ETNOGRÁFICOS	4	21%
REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	6	32%
HISTORICO	3	16%
REALIZACIONES ARTÍSTICAS	1	5%
Total	19	100%

**Gráfico N°15**



**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

### **Descripción, interpretación y Análisis del cuadro y gráfico N° 15**

Se colige que el 32% de los atractivos Culturales de Portoviejo pertenecen a la categoría de realizaciones Técnicas y Científicas, el 26% acontecimientos programados, 21% etnográficos y un 5% realizaciones artísticas.

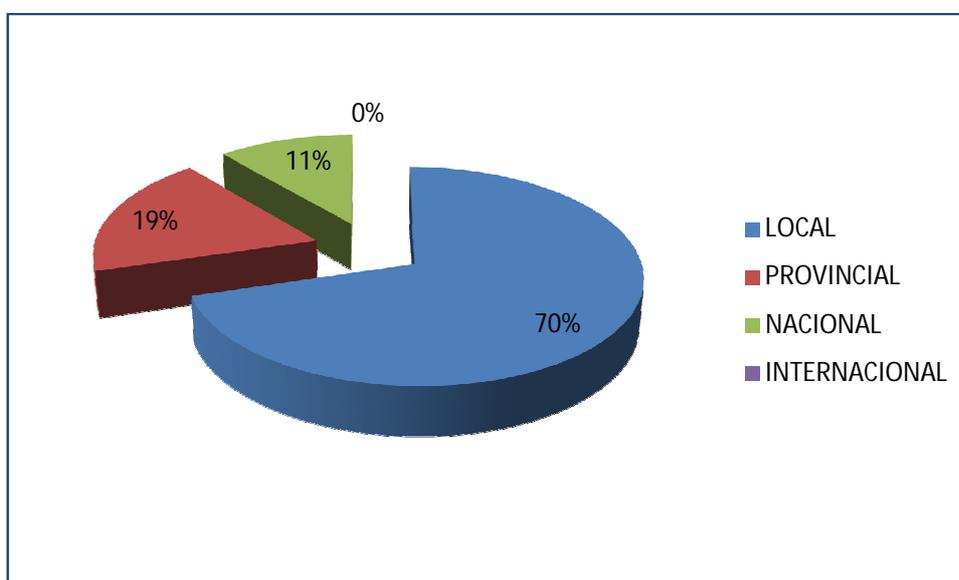
Atractivos turísticos, es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables como en el caso de los atractivos culturales y donde se ha demostrado que existen en Portoviejo 19 ya constituidos como productos turísticos.

## Difusión de los Atractivos Turísticos de Portoviejo

Cuadro N°16

DIFUSIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LOCAL	19	70%
PROVINCIAL	5	19%
NACIONAL	3	11%
INTERNACIONAL	0	0%
Total	27	100%

Gráfico N°16



**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y Análisis del cuadro y gráfico N° 16**

Se observa que el 70% de los atractivos turísticos de Portoviejo tienen una difusión local, el 19% provincial, el 11% nacional.

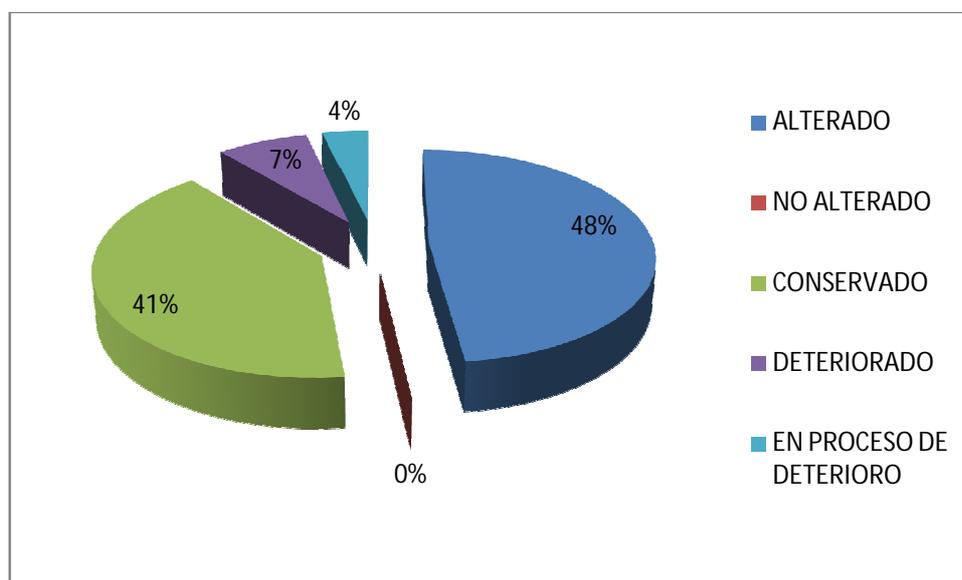
La idea de promoción turística, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística, y se puede demostrar que la difusión que se le hace a Portoviejo solo es local, ni si quiera se lo hace provincialmente, mucho menos internacional.

## Estado de conservación de los atractivos turísticos de Portoviejo

### Cuadro N° 17

ESTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERADO	13	48%
NO ALTERADO	0	0%
CONSERVADO	11	41%
DETERIORADO	2	7%
EN PROCESO DE DETERIORO	1	4%
Total	27	100%

### Gráfico N° 17



**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y Análisis del cuadro y gráfico N° 17**

Datos que indican que el 70% de los atractivos turísticos de Portoviejo están alterados, el 41% están conservados, el 7% deteriorado y el 4% en proceso de deterioro.

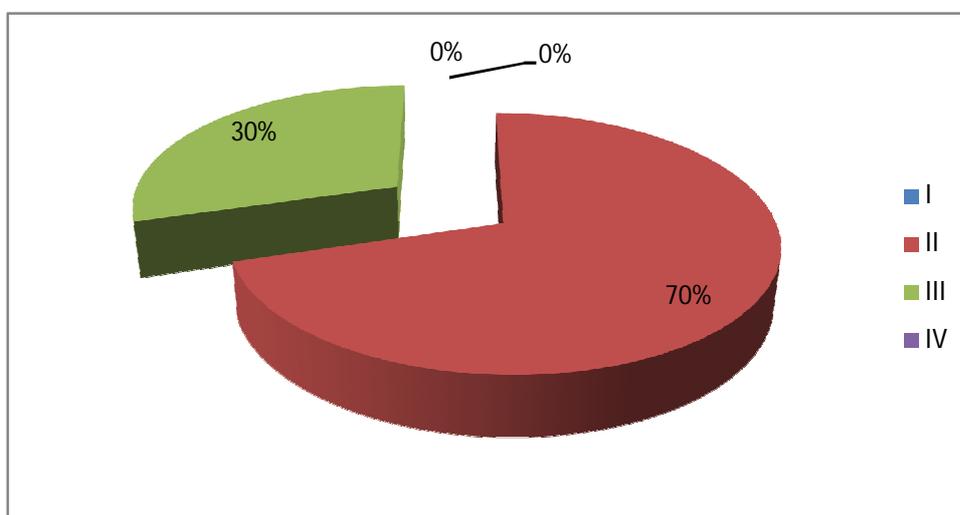
Se debe resaltar el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, marcando “alterado” si el atractivo ha sufrido cambios, ya sea por razones naturales o por acción del hombre, y “no alterado” si se suscitase la situación opuesta. Así mismo, es necesario medir el grado de conservación del atractivo, seleccionando de las tres alternativas señaladas aquella que define las acciones en marcha para su defensa y protección, describiendo las causas o acciones que influyen para mantener la situación actual, con esto se lograra mejorar o ayudar a que los atractivos no se deteriores y más bien se conserven.

## Jerarquía de los atractivos turísticos de Portoviejo

**Cuadro N° 18**

JERARQUÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
I	0	0%
II	19	70%
III	8	30%
IV	0	0%
Total	27	100%

**Gráfico N°18**



**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Elaboración:** Johana Zapata Chilán

## **Análisis e Interpretación del cuadro y gráfico N°18**

Se interpreta que el 70% de los atractivos turísticos de Portoviejo tienen jerarquía II, el restante 30% están en jerarquía III. Esto nos demuestra que Portoviejo tiene atractivos muy significativos.

La jerarquía IV es un Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial, la jerarquía III: es un 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, así seguimos con la

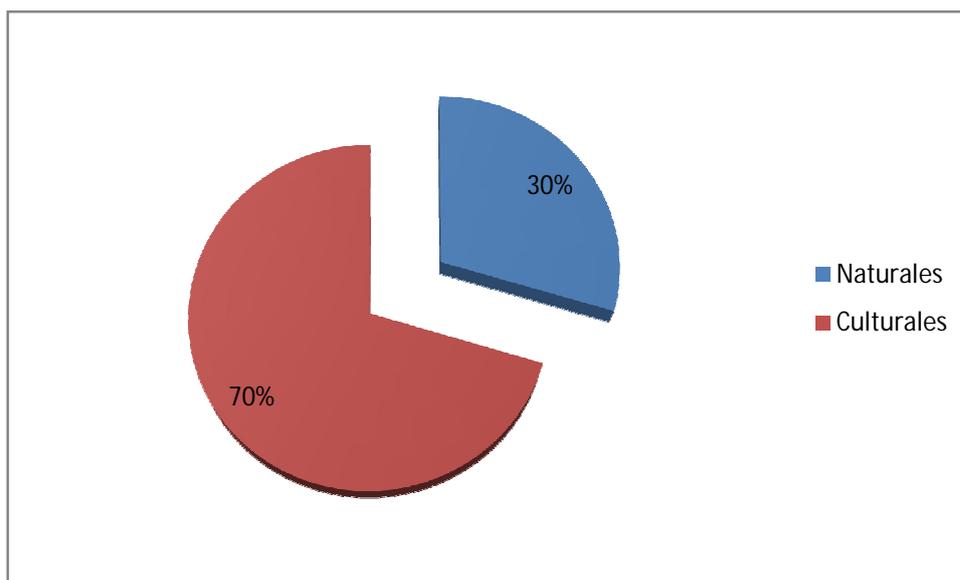
Jerarquía II que es un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento y no menos importante la jerarquía I, que son los 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.

## Atractivos Turísticos de Portoviejo

**Cuadro N°19**

Atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	8	30%
Culturales	19	70%
Total	27	100%

**Gráfico N° 19**



Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos de Portoviejo

Elaborado: Johana Zapata Chilán

## **Descripción, interpretación y análisis de cuadro y grafico N° 19**

Estos datos reflejan que el 70% de los atractivos turísticos de Portoviejo son de categoría manifestaciones culturales, y los 30% restantes son sitios naturales.

Los 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.

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

## **Entrevista realizada a las Agencias de Viaje de Portoviejo**

1) ¿Su agencia de viaje Promociona a Portoviejo en sus paquetes Turísticos?

Si su respuesta es no, porqué

Si su respuesta es sí indique sus circuitos

Otros

Para dar cumplimiento a uno de los objetivos planteado en nuestro trabajo de investigación se realizó una entrevista a los dueños de las Agencias de Viaje de Portoviejo.

Según la entrevista ninguna de las agencias de viajes incluyen a Portoviejo en sus paquetes turísticos.

Los empresarios de las distintas agencias sostuvieron que su compañía se dedican casi en su mayoría a ofrecer paquetes turísticos pero internacionalmente, los lugares más ofrecidos son Miami, Disney, Brasil, Argentina, entre otros.

Las dos agencias de viajes Duales visitadas nos manifestaron que las pocas veces que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional lo han hecho a Galápagos, Baños, Cuenca, Ibarra, Salinas, Atacames, Quito.

También nos informaron que ofrecen tickets aéreos tanto nacionales como internacionales.

## 4.2. Comprobación de hipótesis

Tabla **Comprobación de hipótesis general**

Objetivo General	Hipótesis General	Comprobación
Determinar la incidencia de la oferta turística de las agencias de viajes en la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo.	Las ofertas turísticas de las agencias de viajes incidirán en el crecimiento del cantón Portoviejo.	Con los resultados de las preguntas planteadas en las encuestas a los turistas y la entrevista hecha a las agencias de viaje se pudo evidenciar que las ofertas turísticas de las agencias de viajes inciden el crecimiento del cantón Portoviejo ya que sus atractivos turísticos tanto naturales como culturales no son incluidos en los paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viajes provocando que Portoviejo no crezca turísticamente ni económicamente.

Tabla **Comprobación de hipótesis**

Objetivo Específico 1	Hipótesis Específica 1	Comprobación
Identificar los atractivos turísticos del cantón Portoviejo.	Portoviejo posee atractivos turísticos naturales y culturales muy significativos	Esta hipótesis se logró comprobar mediante los inventarios de atractivos turísticos que facilitó el Ministerio de Turismo de Portoviejo, donde se logró verificar que existen 27 atractivos turísticos de los cuales el 30% son de categorías sitios naturales y el 70% son de categoría manifestaciones culturales. Esto se puede evidenciar en el cuadro y gráfico N° 19.

Tabla **Comprobación de hipótesis**

<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis Específica 2</b>	<b>Comprobación</b>
<p>Investigar las agencias de viajes operadoras específicas existentes en el cantón Portoviejo</p>	<p>En Portoviejo existen pocas agencias de viajes y no incluyen en los paquetes turísticos a Portoviejo.</p>	<p>Esta hipótesis se verificó con el catastro de Portoviejo actualizado, que es un documento público, en este se pudo evidenciar que existen 7 agencias de viajes de las cuales el 29% tienen categoría duales, y el 71% tienen categoría internacional. Esto se verificó en el cuadro y gráfico N°13.</p> <p>Por otro lado mediante la entrevista que se le realizó a los dueños de estas agencias se pudo comprobar que estas no incluyen los atractivos turísticos de Portoviejo en los paquetes turísticos que les ofrecen a los turistas.</p>

Tabla **Comprobación de hipótesis**

<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis Específica 3</b>	<b>Comprobación</b>
<p>Establecer la relación que existe entre la oferta de las agencias de viaje y el flujo de turistas movilizados.</p>	<p>La incorporación de los paquetes turísticos de Portoviejo dinamizará la oferta turística del Cantón.</p>	<p>Esta hipótesis se comprobó con los cuadros y gráficos N° 3,4 y 5 de la encuesta realizada a los turistas que llegaron a Manabí, se pudo demostrar que las agencias de viajes atraen un flujo de turistas considerable pero al resto del país, por esto es necesario la creación de una agencia de viaje operadora que no existe en Portoviejo e incorporar así al cantón en los paquetes turísticos y dinamizar la oferta y la economía del mismo.</p>

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

Considerando los resultados de la investigación realizada se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Se determinó que Portoviejo posee 27 atractivos Turísticos que son muy significativos. De los cuales 8 son Naturales y 19 son Culturales en los cuales es posible hacer turismo de aventura, deportivo, de naturaleza, gastronómico, arqueológico, ecológico, artesanal, de diversión, descanso, religioso, de eventos y convenciones, cultural o de sol y playa.
- ✓ Según el Catastro de Portoviejo, en Portoviejo existen 7 Agencias de viajes las cuales no incluyen a Portoviejo en su oferta turística, esto se logró determinar mediante la entrevista que se les hizo a los dueños de las mismas, de estas 7 agencias de viajes, 5 tienen categoría de internacionales y las 2 restantes tienen categoría duales, todas ellas ofertan paquetes internacionales y boletos nacionales e internacionales. No existe en Portoviejo ninguna agencia con categoría operadora lo que haría factible la propuesta de la creación de una Agencia de viaje operadora que oferte los lugares turísticos de Portoviejo y del Ecuador en General.
- ✓ Los resultados de la investigación, evidencian que, las Agencias de Viaje atraen un significativo número de turistas pero al resto el país, según las encuestas los turistas que llegan a Portoviejo lo hacen por sugerencia de los familiares y amigos.
- ✓ Lo más importante que la propuesta de Creación de una Agencia de Viaje que incluya los atractivos naturales y culturales de Portoviejo, planteada en la presente investigación, logrará reactivar el turismo de manera sostenible y crecerá la economía del cantón.

## Recomendaciones

- ✓ Se debe realizar una difusión más amplia a través de los medios modernos de información acerca de los atractivos turísticos que el cantón posee y que en la actualidad no son conocidos por los proveedores de servicios turísticos ni por los consumidores de servicios turísticos.
- ✓ Deben establecerse nuevas agencias de viajes que consideren a Portoviejo dentro de su oferta y estimular a las agencias existentes para que se beneficien de este potencial, intensificando la promoción de los atractivos turísticos de Portoviejo aprovechando los medios audiovisuales y los medios de comunicación.
- ✓ Insertar los atractivos de Portoviejo en el catálogo de paquetes turísticos que se pueden ofrecer a los visitantes de la provincia y del país.
- ✓ Con una estrategia de promoción intensiva se logrará que la agencia de viaje operadora mostrando que la misma conoce de todos los atractivos de Portoviejo y del Ecuador, colocándose así como la única agencia de viaje operadora del cantón.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6 PROPUESTA GRÁFICA**

##### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

###### **6.1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA**

“Conformación de una agencia de viajes operadora que incluya los atractivos turísticos de Portoviejo”

###### **6.1.2 PERIODO DE EJECUCIÓN**

AGOSTO-DICIEMBRE DE 2012.

###### **6.1.3 DESCRIPCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS**

###### **6.1.3.1 BENEFICIARIOS DIRECTOS**

Por la magnitud de este proyecto quien se beneficiará directamente serían los inversionistas, guías de turismo, administradores y operadores de la agencia de viajes porque ellos realizarán la acción directa en la conducción de los turistas hacia los atractivos del cantón Portoviejo y obtendrán beneficio económico derivado de la actividad.

###### **6.1.3.2 BENEFICIARIOS INDIRECTOS**

Los sujetos que se beneficiarán con la Creación de la Agencia de Viaje, son todos los sectores que están relacionados con la actividad turística, ya que el turismo contribuye al desarrollo económico sustentable, siendo un puntal de la economía dado que en su desarrollo los distintos agentes económicos interactúan y realizan intercambios, generan empleo, se producen flujos monetarios, se intercambian medios de producción para generar los servicios directos e indirectos del turismo. En ese sentido, el turismo participa en los resultados económicos de una comunidad en general como medio a través del cual Portoviejo puede aumentar su riqueza económica. Entre los beneficiarios indirectos tenemos propietarios y trabajadores de:

Empresas de hotelería.- Es un servicio relacionado con el turismo que brinda el servicio de alojamiento o estancia con o sin prestación de otros servicios complementarios, puede haber diversas clasificaciones de éstos según el lugar donde se encuentren, la calidad y el confort del servicio prestado, éstos se dividen en hoteles y pensiones.

Restaurantes - Este tipo de empresas son las que proporcionan o suministran todo tipo de comidas y bebidas para el consumo ya sea dentro o fuera de los locales establecidos. Los establecimientos principales de restauración son: Restaurante, Cafetería y Bar.

Empresas de transporte.- Su actividad principal es transportar a las personas de un punto a otro ya sea vía aérea, terrestre o marítima, de este tipo de empresas puede haber de carácter público y privado o especializado en la atención turística.

## **6.2 INTRODUCCIÓN**

A partir de la investigación realizada previamente a este capítulo, se ha evidenciado la exigencia de implementar una agencia de viaje que incluya en su oferta al cantón, impulsando la actividad turística de manera responsable, rentable y eficiente, se espera sea tomado en cuenta tanto por las autoridades así como también por aquellos entes involucrados o relacionados con este sector.

Identificación de los atractivos turísticos de Portoviejo es el punto de partida para cualquier proyecto de inversión en el área turística. No se puede presentar ofertas sin elaborar un inventario de atractivos turísticos que provoquen deseos en los turistas de visitar y pagar por ello.

Ante esta situación es necesario que se identifiquen los lugares, acontecimientos, costumbres, y productos que representen atractivos del cantón Portoviejo.

También hay que tener en cuenta las subjetividades del turista en cuanto a sus preferencias e intenciones cuando practica la actividad turística, para adaptar la oferta a sus gustos y necesidades.

Ante todo esto es prudente elaborar un estudio que facilite visualizar el panorama turístico adecuado del cantón Portoviejo.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

La conformación de una empresa operadora de turismo receptivo que elabore, promocióne y ofrezca paquetes turísticos de Portoviejo, ubicada en la Ciudad de Portoviejo, beneficiará de forma directa al país, impulsando actividades relacionadas directamente con el turismo, ofertando un servicio de calidad, al mercado interno como al mercado externo, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de los habitantes de la zona e influyendo de forma positiva al desarrollo económico de la región mediante la atracción de divisas.

Portoviejo es una región que dispone de recursos, productos turísticos, así como una planta turística que están en capacidad de ser competitivos en el mercado nacional e internacional, con ventajas comparativas en el orden de la gastronomía, la identidad, la cultura, el esparcimiento y el segmento de sol playa y ecoturismo.

La evidente escasez de las propuestas turísticas de Portoviejo no le permite insertarse en el mercado nacional e internacional, situación que se ve reflejada en el escaso flujo de visitantes. La desarticulación parte de situaciones geopolíticas, de aspectos relacionados con el marketing y de la escasa oferta turística complementaria.

Por esto, es importante desarrollar ésta propuesta para que se logre la reactivación de Portoviejo como sector turístico, atrayendo divisas y obteniendo a través de la explotación turística adecuada y con servicios competitivos y de calidad, un proyecto rentable.

Si se logra desarrollar la propuesta se generarán plazas de trabajo en el sector turístico, también mejorará la calidad de vida de los pobladores de la zona de influencia, ya que estos percibirán ingresos con los cuales incrementarán su poder de adquisición, transformándose este proceso en un círculo virtuoso en donde se dará el crecimiento y desarrollo de la economía.

Se justifica porque operará en zonas con atractivos turísticos constituidos en productos turísticos que son el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades. (Paquete turístico que incluye atractivo, ya que las zonas que rodean a la provincia contribuyen a crear de forma directa una serie de ventajas competitivas y comparativas, tales como las condiciones atmosféricas, climáticas, entre otras.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 OBJETIVOS GENERALES**

“Conformar una agencia de viaje operadora que preste servicios turísticos de calidad en Manabí”

### **6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Brindar alternativas de inversión para reactivar el sistema productivo de Portoviejo mediante la implementación de una empresa operadora de turismo receptivo de elaboración y promoción de paquetes turísticos.
- ✓ Determinar la existencia de un mercado demandante gracias a la factibilidad de la localización del proyecto
- ✓ Desarrollar una oferta turística económicamente rentable, ambientalmente responsable y socialmente sustentable que provee el desarrollo turístico de Portoviejo.

## **6.5 PÚBLICO OBJETIVO**

### **6.5.1 PÚBLICO OBJETIVO GENERAL**

Turistas y ciudadanía de Ecuador

### **6.5.2 PÚBLICO OBJETIVO ESPECÍFICO**

Turistas y ciudadanía de Portoviejo

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **6.6.1 Agencias de Viajes**

**6.6.1.1 Definición.-** Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

**6.6.1.2 Actividades.-** Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país:

a. La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte local o internacional;

b. La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior;

c. La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional;

d. La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional;

e. El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;

f. La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeros, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;

g. La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;

h. La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;

i. La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;

j. El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;

k. La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,

l. La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

**6.6.1.3 Clasificación.-** Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

a. Mayoristas;

b. Internacionales;

c. Operadoras.

d.- Duales

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los

requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular.

Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras.

Agencias de viajes mayoristas.- Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

Esta clase de agencias podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

Las agencias de viajes mayoristas podrán actuar como representantes en el Ecuador de agencias de viajes extranjeras, pero deberán declarar este particular ante el Ministerio de Turismo.

Agencias de viajes internacionales.- Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.

Agencias de viajes operadoras.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Duales.- (Operadoras e internacionales)

Exigencias para los locales.- Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

Certificado de registro.- En el certificado de registro, constará el número de registro de la agencia el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad.

En toda publicidad impresa que realice una agencia de viajes se indicará el número de registro otorgado por el Ministerio de Turismo, el nombre de la agencia o, en su caso, el de la marca comercial registrada, así como su dirección. El material publicitario deberá corresponder a la realidad de la oferta.

Variación en los valores anunciados por servicios.- El valor anunciado de los servicios sueltos o de los paquetes turísticos podrá ser variado cuando se produzca antes de la perfección del contrato.

En el caso de los paquetes turísticos previamente programados, las condiciones de posible variación del precio deben constar claramente especificadas, con todas sus circunstancias, en el programa, y podrán darse por las causales de fluctuación en el tipo de cambio de las monedas o por modificación de tarifas de transporte, servicios y mínimo de participantes en las que la agencia de viajes no tenga incidencia.

Cuando la variación del valor anunciado sea mayor a un veinte por ciento, el cliente podrá desistir de los servicios, con derecho al reembolso de su pagos exceptuando los gastos de gestión y anulación, si los hubiere.

Desistimiento de los servicios.- En todo momento el cliente puede desistir de los servicios solicitados o contratados teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiere abonado, tanto si se trata del precio total como de los depósitos que se hubieren pactado y hecho efectivos, pero deberá reconocer a la agencia de viajes los montos que a continuación se indican:

a. En el caso de servicios sueltos y paquetes turísticos, los gastos de comunicación y gestión, así como los de anulación debidamente justificados; y,

b. Cuando los servicios contratados y desistidos consistieran o incluyeran boletos de cualquier tipo o cualquier servicio turístico que estuviere sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo a estas condiciones económicas especiales de contratación entre la agencia de viajes, el operador de servicios, el propietario u operador de los servicios y la agencia y el usuario.

Prestación de la totalidad de los servicios.- Las agencias de viajes están obligadas a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados, dentro de las condiciones y características estipuladas. Solo la fuerza mayor le eximirá de esta obligación.

Sustitución de servicios.- Las agencias de viajes brindarán siempre a sus clientes, la posibilidad de optar por el reembolso de lo no utilizado, o por la sustitución con otro servicio de similares características. Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia.

Servicios de agencias operadoras.- Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Su actividad se desenvolverá dentro del siguiente marco:

a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;

b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;

c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;

d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;

e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;

f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,

g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente.

Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo. No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes operadora.

Servicios de agencias internacionales.- La actividad de las agencias internacionales se desenvolverá dentro del marco establecido en las siguientes letras:

a. Venta directa al usuario de todos los productos turísticos ofrecidos por las agencias mayoristas;

b. Venta directa al usuario, tanto nacional como internacionalmente, de todos los productos turísticos ofrecidos por las agencias operadoras, o a través de los sistemas computarizados de reservas que operan en el país;

c. Venta y reserva de pasajes aéreos nacionales o internacionales así como de cualquier tipo de servicios de transporte marítimo, fluvial o terrestre;

d. Venta y reserva de servicios de alojamiento;

e. Organización de un producto propio para ser prestado en el exterior;

f. Información turística y difusión de material de propaganda;

g. Expedición y transferencias de equipajes y carga por cualquier medio de transporte;

h. Venta de pólizas inherentes a la actividad turística de pérdidas o deterioro de equipajes y otros que cubran los riesgos derivados del viaje;

i. Venta de los servicios de alquiler de vehículos;

j. Flete aviones para la prestación de servicios;

k. Asesoramiento e intervención en el trámite de pasaportes y demás documentos de viaje necesarios; y,

l. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Cuando de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, se trate de la venta de un producto que no tiene intermediación de una mayorista en Ecuador, las agencias internacionales podrán realizar la venta de dicho producto directamente a los usuarios y consumidores.

## **6.6.2 REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO**

1.- Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo, Subsecretaría de turismo del Litoral, gerencia regional del Litoral, según el caso, en razón del domicilio de la peticionaria.

2 Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas.

Copia del Registro único de contribuyentes (R.U.C.)

ACTIVO REAL: -

Para Agencias de Viajes Operadoras, el equivalente a 200 salarios mínimos vitales, con el cual podrá establecer una Sucursal. Por cada Sucursal adicional aumentará su activo real en el equivalente a 30 salarios mínimos vitales.- (Ocho mil dólares de Estados Unidos de América)

Actividades turísticas y quienes la ejercen

## **6.6.3 DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

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.

Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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.

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

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

#### **6.6.4 REQUISITOS PARA QUE LAS AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS DE TURISMO, Y LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO QUE PUEDAN PRESTAR SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO.**

Por motivos de seguridad y control, las agencias de viajes operadoras de turismo y los establecimientos de alojamiento, si bien pueden operar con la modalidad de “transporte propio”, esto es, con vehículos de sus respectivas empresas, tienen también la obligación de cumplir con los requisitos que fueren establecidos por el Consejo Nacional de Tránsito, para este tipo de actividad, e inscribir sus vehículos en el Ministerio de Turismo, para que a su vez puedan matricular sus vehículos con placa de alquiler y a nombre de la empresa propietaria de los mismos, no pudiendo alquilar sus vehículos a terceros.

#### **6.6.5 FACULTAD EXCLUSIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS DE TURISMO.**

Únicamente las agencias de viajes operadoras de turismo definidas en los reglamentos pertinentes y en las normas técnicas establecidas por el Ministerio de Turismo se encuentran facultadas para elaborar, organizar, operar y vender, ya sea directamente al usuario o a través de los otros tipos de agencias de viaje, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional para ser vendidos al interior o fuera del país. En consecuencia, los prestadores de servicios de transporte terrestre turístico, no podrán organizar ni prestar dichos servicios.

### **6.6.6. REGLAMENTO Y NORMAS TÉCNICAS.**

Todos los vehículos destinados al Transporte Terrestre Turístico deben cumplir con los requisitos y condiciones determinados en las demás normas técnicas que para el efecto establecieron, juntamente el Consejo Nacional de Tránsito y el Ministerio de Turismo según sus competencias.

### **6.7 GUIAS DE TURISMO.**

Los transportistas tendrán la obligación de contar con un(a) Guía de Turismo, para el caso de conducir a grupos de personas en circuitos o recorridos turísticos establecidos en el caso de ser contrato por una operadora de turismo, mientras que para el caso de contratos directos con instituciones o grupos homogéneos, transfer o shuttleservice no será necesario cumplir con este requerimiento.

El Guía de Turismo que sea contratado para el efecto deberá estar debidamente autorizado y cumplir con los requerimientos establecidos en el reglamento que sobre la materia se encuentre vigente, y no podrá hacer de guía y chofer simultáneamente. Las normas técnicas y demás instructivos podrán establecer excepciones respecto a esta última prohibición.

### **6.8 CALIDAD**

**6.8.1 Definición:** “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.<sup>25</sup>

“En sentido absoluto, buena calidad, su periodicidad o excelencia.”

La calidad es el grado o estándar de excelencia de algo.

Cuando hablamos de calidad del servicio, estamos calificando. Es la medida de cómo el nivel de servicio prestado satisface las expectativas del cliente; es el calificador o evaluador.

La calidad debe entenderse como un objetivo, como el esfuerzo continuo por realizar bien las tareas, y en últimas es el resultado a través del cual nuestros

---

<sup>25</sup> Dirección Nacional de Calidad

clientes nos van a medir a nosotros mismos, a la región en la que vivimos , a nuestro destino.

Cómo establecer un programa de calidad con la comunidad

Plan General: encuentre las metas y objetivos del programa

Compromiso y respaldo : busque el apoyo de sus superiores y comprometa a los actores.

Educación y adiestramiento: todas las personas con quienes vaya a trabajar, deben conocer el plan y cómo ponerlo en práctica. Usted debe convertirse en multiplicador.

Herramientas y materiales: haga un inventario del material con que cuenta y el que requerirá para el desarrollo del programa.

Participe e involucre a los actores de su comunidad

Evalúe su programa.

Estimule y reconozca los logros.

#### **6.8.1.1. EL SERVICIO AL CLIENTE**

##### **DEFINICIÓN**

##### **SERVICIO**

“Acción y efecto de servir”

“Mérito que se hace sirviendo al Estado o a otra entidad o persona”

“Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada”

#### **6.8.1.2. EL CLIENTE**

Definición: “Persona que está bajo la protección o tutela de otra”.

“Respecto del que se ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios”.

“ Por extensión, parroquiano, persona que acostumbra comprar en una misma tienda”

El cliente es una persona como usted o como yo. Con valores propios, con intereses particulares, con mucha información, conocedor de sus derechos y que procura invertir (no gastar ) su dinero en donde obtenga mayores beneficios por él.

Ahora bien: el cliente puede ser un grupo, una persona o institución, o una comunidad. En ocasiones no puede decidir por él mismo, pero de cualquier modo al utilizar los servicios, viven una experiencia.

### **6.8.1.3. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LA CALIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO**

#### **¿Qué es un Destino Turístico?**

1. País, región o ciudad hacia donde se dirigen los visitantes" (BULL.94 OMT.98)  
2."Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista" (COOPER.93 OMT.98); 3.Jafar Jafari 2000, lo define como el lugar en el cual los turistas tienen la intención de pasar un tiempo fuera del lugar de su casa. Arq. Jorge Valencia Caro - - Diccionario de Léxico Turístico.

El concepto “Destino Turístico” es una de las tendencias postmodernas del turismo. Este concepto trasciende el concepto de “producto turístico”, pues conlleva lo específico y lo complementario y lo concibe como una cadena de valor, donde cada uno de sus componentes tanto del sector público como del privado, infraestructura, accesibilidad y facilidades para el desarrollo turístico se entrelazan para conformar un eslabón cuyas características quedan determinadas por el conjunto en su totalidad.

#### **LA PROMOCIÓN TURISTICA**

Campañas promocionales.- El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente.

Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se ofrezcan.

El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística.

**Medios para la promoción.-** Las campañas de promoción informando a nivel nacional e internacional se las realizará entre otras a través de la participación directa en ferias internacionales, ferias nacionales, fiestas cívicas nacionales y provinciales, edición de material promocional como afiches, publicaciones, mapas, planos, audiovisuales, representaciones folclóricas y cualquier tipo de material destinado para este fin, para lo cual previamente se prepararán estudios de comercialización y difusión en todos los mercados.

Las actividades nacionales e internacionales de promoción del producto turístico del país pueden realizarse a través de la consideración de regímenes de cooperación, mediante celebración de acuerdos y convenios entre el sector público incluidos los gobiernos seccionales y el sector privado.

**Papel del sector privado.-** Corresponde al sector privado, previa la aprobación del Ministerio de Turismo, realizar la promoción comercial de la oferta turística.

**Asesoramiento técnico.-** El Ministerio de Turismo colaborará y brindará a la empresa privada, el asesoramiento técnico necesario respecto a la información turística en general y de proyectos de promoción y ejecución de los mismos e investigación de mercados, de conformidad con las disposiciones que para el efecto, se formulan en este reglamento o en otras disposiciones.

**Colaboración del Ministerio de Turismo.-** El Ministerio de Turismo podrá colaborar en la organización, supervisión, coordinación y calificación de espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos para atracción turística que se celebren en el país, sin perjuicio de sus facultades legales.

**Colaboración interinstitucional.-** Las instituciones del Estado deberán cooperar estrechamente con el Ministerio de Turismo, con el fin de crear y promover la imagen turística del Ecuador y de sus regiones.

**Campañas oficiales.-** El Ministerio de Turismo efectuará campañas oficiales de publicidad tendiente a fomentar el turismo en el país, así como actividades de relaciones públicas nacionales e internacionales para el cumplimiento de sus fines.

**Publicaciones.-** Las ediciones de afiches, folletos, guías, revistas, periódicos, fotografías, películas, videos y otros medios con fines de promoción turística, deberán ser realizados por el Ministerio de Turismo o por personas naturales o jurídicas autorizadas por éste.

En las guías turísticas, aparte de la información que comúnmente se incluye en ellas, se incorporarán datos sobre la accesibilidad, para personas con discapacidades, en los medios de transporte, hoteles, restaurantes, centros culturales y deportivos, edificios y servicios públicos.

**Obligación de entregar copias.-** Los editores del material autorizado por el Ministerio de Turismo, tienen la obligación de entregar a éste una copia del material producido.

**Número de registro.-** Los editores de material promocional tendrán la obligación de hacer constar en una parte visible, el número del registro de la autorización correspondiente o indicar que ésta se ha concedido por haber operado el silencio administrativo.

**Desplazamientos al extranjero.-** A fin de dar agilidad a la promoción del país, los funcionarios del Ministerio de Turismo que sean designados por el titular de esa Cartera de Estado mediante acuerdo ministerial, para desplazarse al extranjero, no se someterán a lo dispuesto en las normas de restricción del gasto público y

prescindirán de informes previos de cualquier clase, siempre que los viajes sean financiados con recursos de autogestión, donaciones u otros recursos que no afecten al vigente presupuesto del Ministerio. Sin embargo, periódicamente se informará al Ministerio de Economía y Finanzas sobre las comisiones efectuadas.

### 6.9. Presupuesto de la Propuesta

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR
6	MUEBLES DE OFICINA	\$ 2.000,00
5	EQUIPOS DE OFICINA	\$ 700,00
10	MATERIALES DE OFICINA	\$ 1.000,00
1	SPLIT	\$ 1.200,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 3.500,00
	PERMISOS DE FUNCINAMIENTO	\$ 290,00
	MINTUR \$120,00	
	LUAF \$120,00	
	CUERPO DE BOMBEROS \$ 50.00	
1	PAGO DE CONSTUTUCIÓN DE COMPAÑIAS	\$ 1.700,00
	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 122,00
	AGUA \$ 12,00	
	LUZ \$ 60,00	
	TELEFONO \$ 50,00	
	ARRIENDO	\$ 400,00
1	GERENTE GENERAL	\$ 800,00
1	SECRETARIA	\$ 295,00
1	GUIA DE TURISMO	\$ 295,00
1	AUXILIAR	\$ 295,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.597,00</b>

### 6.10 Actividades de la propuesta

- Sacar permisos de funcionamiento
- Pago de impuestos
- Pago de constitución de compañías
- Compra de muebles de oficina
- Compra de Equipos de Oficina
- Compra e instalación de Split

- Elaboración de paquetes turísticos
- Tabulación y análisis de datos
- Revisión final
- Inauguración de la Agencia de Viaje

### 6.11 Cronograma

ACTIVIDADES	2012																
	Julio			Agosto			Septiembre			Octubre		Noviembre		Diciembre			
Sacar permisos de funcionamiento																	
Pago de impuestos																	
Pago de constitución de compañías																	
Compra de muebles de oficina																	
Compra de Equipos de Oficina																	
Compra e instalación de Split																	
Elaboración de paquetes turísticos																	
Tabulación y análisis de datos																	
Revisión final																	
Inauguración de la Agencia de Viaje																	

### 6.12 Evaluación

La creación de una agencia de viajes operadora es muy factible ya que en Portoviejo no existe ninguna con esta categoría, que se encargue de ofrecer paquetes turísticos que incluyan los atractivos turísticos naturales y culturales de Portoviejo y del Ecuador en General.

Una vez sacados los permisos de funcionamiento al MINTUR, LUAF, CUERPO DE BOMBEROS, y el pago de constitución de Compañías se deberá esperar un lapso de 8 meses a 1 año para que la empresa empiece a producir réditos económicos o márgenes de ganancia.

La propuesta ira direccionada al turismo estudiantil, turismo social, turismo cultural, ecoturismo.

## Bibliografía

- ✓ ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del Turismo. Conceptualización y organización. Vol. 1. Editorial Trillas. Primera reimpresión. México, noviembre de 1991, primera edición.
- ✓ AYÓN, H. (1997) Principales rasgos geomorfológicos de la costa ecuatoriana. Guayaquil, Ecuador. PMRC, primera edición.
- ✓ ANZOLA Betancurt, Ricardo, Apuntes de Cursos de Turismo, O.E.A.
- ✓ BARAHONA Verónica, Segmentación del Mercado Turístico, Banco Central del Ecuador, 1ª edición, Ecuador 2005.
- ✓ BARRETO, Margarita; Turismo y Cultura, 1ª edición, España 2007, editorial Colección Pasos
- ✓ BARROSOS Jorge, Publicaciones Turísticas, Masca y otras.
- ✓ BOULLON, Roberto. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas, 1997.
- ✓ BOURDIEU, Pierre (2000) Poder, derecho y clases sociales, Bilbao: Desclée de Brouwer. (2000b) Cuestiones de sociología, Madrid: Istmo
- ✓ CARDENAS Tabares Fabio, proyectos turísticos, 3ª edición, Trillas 2004.
- ✓ CEDEÑO Molina Ramón, Historia de Portoviejo, 1ª edición, Quito Ecuador 2009, Ediciones La Tierra.
- ✓ COLOMBO Carlos, documentos de la Secretaria de Turismo de la Nación.
- ✓ CONTRERAS, J. y Chamoux, MN. (comps.) (1996) La gestión comunal de los recursos; economía y poder en la sociedades locales de España y América Latina, Barcelona. Icària.
- ✓ Consejo Federal de Turismo (1982- 2001) Terminología Turística - Glosario Técnico. LA Patagona.
- ✓ CHIAS, Joseph (2005) Desarrollo y Marketing turísticos de países, regiones y lugares. Madrid.
- ✓ Diccionario de la "Real Academia de la lengua Española.
- ✓ EINZMANN, H.; Almeida, N. (coords.) (1991) La cultura popular en el Ecuador, tomo VI. Cañar, Cuenca. CIDAP Ecuador.
- ✓ Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador-FEPTCE (2002) turismo comunitario.
- ✓ Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2007).
- ✓ FIGUEROA Palomo Manuel. Economía Turística, Madrid 1979.
- ✓ Fundación de Investigación para el Desarrollo Social (FIDES) (1997). Primera Edición.
- ✓ Ley 97. Ley de Turismo. Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001.
- ✓ Libro blanco del turismo español (1990) Recurso turístico. España.
- ✓ LOWRY, K., S. Olsen and J. Tobey (1998). "Donor Evaluations: What Can Be Learned" Washington.
- ✓ MACIAS PARRAGA, Roddy. Educación Ambiental para el Control y Prevención de la Contaminación del Río Portoviejo. En Revista de Ciencia y Tecnología Manabita. No.33 (octubre 2011)
- ✓ MERLO Ángel, revistas "Turismo y Ambiente", La Plata, 1996-2003.

- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020, 1ª edición, Ecuador 2007,
- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Gerencia nacional de Planificación,, Principales indicadores turísticos 2005-2006.
- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Estadísticas Turísticas 2005-2008.
- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Conociendo mi Ecuador, 1ª edición, Ecuador 2002. GraficaLituma.
- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de turismo sostenible para Ecuador“ plandetur 2020”,pag. 25 a 27, 1ª edición, Ecuador 2006.
- ✓ MORENO Zapata Elisabel, El Turismo en Ecuador 1ª edición, Quito-Ecuador 2007.
- ✓ OIT/EQUIPO TECNICO MULTIDISCIPLINARIO PARA LOS PAISES ANDINOS. (2001) Documento de Trabajo 140. Turismo sostenible. Estado, comunidad y empresa frente al mercado. El caso del Ecuador. Lima, Oficina Internacional del Trabajo.
- ✓ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, Introducción al Turismo, Madrid 2005.
- ✓ OMT- AMPARO SANCHO. Introducción Al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Madrid, 2002.
- ✓ OMT (Organización Mundial del Turismo) (2004) Creando Estructuras para la Investigación y la Educación en Política Turística y Gestión de Destinos. Madrid.
- ✓ OMT. (2002) El turismo comunitario.
- ✓ OMT. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. Manual Técnico N°1. Organización Mundial del Turismo. Madrid, Noviembre de 2008.
- ✓ OMT. Compilación de las estadísticas del gasto turístico. Manual Técnico N°2. Organización Mundial del Turismo. Madrid, Noviembre de 2008.
- ✓ OMT. Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para planificadores turísticos. Organización Mundial del Turismo. Primera impresión. Madrid, 2003.
- ✓ OMT. Reunión de líderes del turismo mundial sobre los efectos sociales del turismo. Organización Mundial del Turismo. Manila, Filipinas, 22 de mayo de 2007.
- ✓ PANTANO Eduardo, Revistas Especializadas de Turismo, 1990 al 2003.
- ✓ PÉREZ, Efraín y RAMIRO MONTALVO H. (1996) Manual de Aplicación de Normas Sobre los Principales Problemas del Desarrollo Sustentable del Ecuador. BID CONADE. Quito.
- ✓ PERREAULT T.A. (2002) Movilización Política e identidad indígena en el Alto Napo, E. Abya-Yala. Quito.
- ✓ Pontífice Universidad Católica del Ecuador. (PUCE) ( 2007) Bahía, Inventario de Flora y Fauna del REVISICOF
- ✓ PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE VALPARAISO. Planta Turística (en línea) <<http://www.slideshare.net/Minero73/planta-turistica>> (Citado en 17 de Octubre del 2009).

- ✓ SCHLUTER, Regina – Winter Gabriel. El Fenómeno Turístico. Reflexiones desde una perspectiva integrada. Editorial Docencia. Buenos Aires. Marzo, 1993, primera edición.
- ✓ SEN, Amartya (2008) “La cultura como base del desarrollo” en Economía y Política 4, Facultad Ciencias Económicas, Universidad de Cuenca.
- ✓ VOGELER, Ruiz y HERNANDEZ, Carlos (2002) El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid.
- ✓ WALTERS en Olsen (1999) Características particulares entre dos enfoques para desarrollar el proceso de gestión. España.
- ✓ [www.google-earth.com](http://www.google-earth.com). Posición satelital de Portoviejo (Citado el 30 de Mayo del 2012).

Encuesta realizada para obtener información necesaria para el proyecto de investigación “Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo”. Sírvase contestar con una (x) uno de los literales de cada pregunta según su criterio; al responder hágalo con sinceridad y veracidad. Su aporte es muy valioso para nuestro trabajo.

1.- ¿DE DÓNDE OBTUVO LA IDEA DE REALIZAR ESTE VIAJE?

- AGENCIA DE VIAJE
- PUBLICIDAD PERIODICOS
- AMIGOS
- ARTICULOS DE PRENSA
- PROGRAMAS DE RADIO O TV
- GUIA TURÍSTICA
- FAMILIARES
- OTROS

2.-¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE SU VIAJE?

- |            |                          |          |                          |
|------------|--------------------------|----------|--------------------------|
| VACACIONES | <input type="checkbox"/> | TRABAJO  | <input type="checkbox"/> |
| NEGOCIOS   | <input type="checkbox"/> | AVENTURA | <input type="checkbox"/> |

3.- ¿VIAJÓ USTED POR INTERMEDIO DEL SISTEMA DE OFERTAS TURÍSTICAS DE ALGUNA AGENCIA DE VIAJE?

- SI
- NO

4.- SI ES AFIRMATIVO, ¿EL PAQUETE INCLUYE OTROS DESTINOS?

SI  NO

5.-PODRÍA ANOTAR CUALES OTROS DESTINOS SE INCLUYO EN SU PAQUETE TURISTICO.

GALÁPAGOS

QUITO

GUAYAQUIL

CUENCA

OTAVALO

ATACAMES

SALINAS

PORTOVIEJO

OTROS

6.-¿ESTE ES SU PRIMER VIAJE A MANABÍ?

SI

NO

7.-¿CONOCE USTED PORTOVIEJO?

SI

NO

8.-¿CONOCE USTED SUS LUGARES TURÍSTICOS?

SI

NO

9. ¿CONSIDERA USTED QUE PORTOVIEJO TIENE ATRACTIVOS SIGNIFICATIVOS PARA SU DESARROLLO TURÍSTICO?

SI

NO

10.-CÓMO LLEGO A ENTERARSE SOBRE ESTOS LUGARES TURÍSTICOS

PRENSA

TELEVISIÓN

RADIO

AGENCIAS DE VIAJES

11.- INCLUYE EN SU PLAN DE VIAJE EL CANTON PORTOVIEJO?

SI  NO

12.-¿ DE LOS SIGUIENTES ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES DE PORTOVIEJO CUÁL CONOCE USTED?

IGLESIA LA CATEDRAL

IGLESIA LA MERCED

CRUCITA

GASTRONOMIA

BALNEARIOS DE AGUA DULCE

Entrevista realizada para obtener información necesaria para el proyecto de investigación “Las ofertas turísticas de las agencias de viajes y su relación con la promoción de atractivos turísticos de Portoviejo”. Sírvase contestar con cada pregunta según su criterio; al responder hágalo con sinceridad y veracidad. Su aporte es muy valioso para nuestro trabajo.

2) ¿Su agencia de viaje a Portoviejo en sus paquetes Turísticos?

Si su respuesta es no, porque

Si su respuesta es sí indique sus circuitos

Otros

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

## Paquete Turístico de Portoviejo

### Objetivo del Producto

El objetivo de este producto es dar a conocer a Portoviejo como un destino de turismo cultural e histórico, que Portoviejo por su historia tiene un acervo cultural muy antiguo que data de 1535 con la fundación realizada por Francisco Pacheco. Esta ciudad tiene tres ejes de desarrollo: zona histórica – cultural (casco urbano de Portoviejo), zona rural (ruta del encanto), y sol y playa (Crucita). Es indispensable aprovechar todos estos atributos para que todo el país conozca la riqueza cultural de Portoviejo.

### Estrategia

Como estrategia principal se realizara alianzas con otras agencias de turismo a nivel nacional, con el fin de que conozcan nuestro producto estrella que es Portoviejo y que lo promocionen y oferten en sus agencias.

### Alianzas

- Agencias de viajes de las diferentes provincial del Ecuador
- Hotel Ejecutivo de Portoviejo
- Museo y Archivo Histórico de Portoviejo
- Jardín Botánico de la UTM
- Museo Valdivia
- Centro Artesanal de Picoaza
- Restaurante el Tomate
- Hacienda las Delicias

### Costo del Producto por persona

Transporte de tres días	\$30,00
Alojamiento dos noches	\$60,00
Alimentación y refrigeración	\$48,00
Recorrido Jardín Botánico	\$ 2,00
Noche folclórica	\$ 6,00
Visita al Cerro de jaboncillo	\$ 0,50

Visita al manglar La Boca	\$ 3,00
Visita a la hacienda las Delicias	\$ 5,00
Tour Líder por tres días	\$ 2,50
Subtotal	\$154,50
Total con ganancia del 15%	\$177,00

Paquete turístico

Portoviejo, Valle de historia y Cultura

Tour 2 noches, 3 días

Segmento del mercado: Turismo Receptivo interprovincial

DÍA 1	
HORA	ACTIVIDAD
8:00	Tansfer in
8:15	Check in en hotel Ejecutivo de Portoviejo, recibimiento y desayuno criollo
9:15	Visita al Centro Histórico de Portoviejo <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Iglesia La Merced</li> <li>✓ Parque Vicente Amador Flor</li> <li>✓ Museo y Archivo Histórico de Portoviejo</li> <li>✓ Casas Patrimoniales</li> <li>✓ Catedral Metropolitana</li> <li>✓ Parque Eloy Alfaro</li> </ul>
12:30	Almuerzo campestre en el Jardín Botánico de la UTM
13:30	Recorrido por el Jardín Botánico de la UTM
14:30	Visita a la parada de San Clemente. Observación de iguanas, reseña histórica del río y bajada de las balsas.
15:30	Visita al Parque El Mamey
16:00	Visita al Museo Valdivia
17:00	Retorno al Hotel

19:00	Cena en Hotel
20:00	City bynight en la chiva "Vuela Mecha"
00:00	Cierre de jornada
DÍA 2	
8:00	Desayuno en Hotel
9:00	Visita al centro artesanal de Picoaza (venta de sombreros finos de paja toquilla)
9:30	Visita y recorrido al Parque Arqueológico Jaboncillo
12:30	Almuerzo típico criollo en el restaurante "El Tomate"
14:00	Recorrido en el Manglar la Boca
15:00	Recreación en las playas de Crucita y practica de deportes como parapente, wind surf, surf, banana (opcional)
17:00	Fotografía paisajística en la Loma de Crucita
18:30	Cena en Crucita
19:30	Fogata en la playa de, cuentos y leyendas manabita.
22:00	Retorno a Portoviejo
23:00	Cierre de jornada
DÍA 3	
7:30	Salida a Calderón
8:00	Desayuno comida típica de Calderón (Morcillas)
9:00	Recorrido por la ruta del Encanto, parada en la Hacienda las Delicias. <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recreación en el Rio</li> <li>✓ Pesca de Tilapia</li> <li>✓ Cabalgatas</li> </ul>

	✓ Juegos Tradicionales
12:30	Almuerzo tradicional manabita (caldo y seco de gallina criolla)
13:30	Retorno a Portoviejo
15:00	Checkout y entrega de suvenires

# ARBOL DEL PROBLEMA

E  
E  
C  
T  
O  
P  
R  
O  
B  
L  
E  
M  
A

Ausencia de turistas

Menos lugares turísticos visitados

Perdidas económicas

Menos motivos para conocer lo nuestro.

Las escasas Propuestas Turísticas en las Agencias de viajes de Portoviejo

C  
A  
U  
S  
A  
S

Insuficiente promoción para el cantón

Escasas propuestas de turismo

Bajos ingresos para el sector turístico.

Poca iniciativa turística

AGENCIAS DE VIAJE

CATASTRO TURÍSTICO ACTUALIZADO DE  
PORTOVIEJO

#	REG.	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO/A	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	R.U.C.	TELEFONO	FAX	E-MAIL
1	1301500001	ALIVEL TRAVEL	HUPIPE S.A	BARDELLINI MENDOZA ESTHELA KARINA	REALES TAMARINDO,CENTRO COMERCIAL VICTORIA,#113		1391782616001			
2	1301500002	COLTUR	COLTUR S.A.	MACIAS ZAMBRANO MARJORIE	SUCRE Y MORALES	INTERNAC.	1390105262001	2631500		<a href="mailto:coltur@interactive.net.ec">coltur@interactive.net.ec</a>
3	1301500003	DELGADO TRAVEL	DELGADO TRAVEL CIA. LTDA.	DELGADO ALVARADO ANTONIO	RICAUARTE Y CORDOVA	INTERNAC.	1390066143001	2632490		
4	1301500008	MILJOHN TRAVEL	MILJOHN TRAVEL S.A.	VIVERO NAVIA MARIA CECILIA	CHILE 502 Y CORDOVA	INTERNAC.	1391702183001	2632128		<a href="mailto:ceoliavic_23@hotmail.com">ceoliavic_23@hotmail.com</a>
5	1301500009	PORTOTURIS	PORTOTURIS S.A.	ALARCON ZAMBRANO CESAR A.	OLMEDO 706 Y 9 DE OCTUBRE	INTERNAC.	1390146945001	2651225		<a href="mailto:portoturis@mnb.satnet.net">portoturis@mnb.satnet.net</a>
6	1301501092	MANABI TRAVEL	MANABI TRAVEL S.A.	MANUEL SALTOS ZAMBRANO	CORDOVA ENTRE CHILE Y 18 DE OCTUBRE	OPERADORA	1391766599001	2651357		
7	1301500011	VENTURA TRAVEL	VENTURATRAVEL CIA. LTDA.	PIA CAICEDO MARIA	ALEJO LASCANO Y PEDRO GUAL	INTERNAC.	1391700911001	2634122	2630322	<a href="mailto:pia-caicedo@yahoo.com">pia-caicedo@yahoo.com</a>

Fuente: Ministerio de Turismo

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACION SITIOS NATURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		ALTURA/ DIMENSION	UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO							
Cascada Mancha Grande	Ríos	Cascada	10.m de altura.	Mancha Granda/vía San Plácido – Pichincha	Cascada en forma de U y a manera de gradas donde asisten muchas personas a tomar un baño “golpeado”.	Balneario / especialmente en invierno. Paseos Bebedero para ganado bovino.	Alterado	Local	II
Cerro de Hojas	Montañas	Altas Montañas	3.500 hectáreas aproximadamente	Suroeste de la ciudad de Portoviejo Picoaza	El sitio arqueológico Cerros de Hojas-Jaboncillo tiene valiosas claves para entender el funcionamiento e “ingenio” de las sociedades prehispánicas que poblaron la franja costera del Pacífico americano. “Lo que vemos en el cerro es excepcional porque nos encontramos con una sociedad bien organizada. A más de la planificación para la construcción de sus edificaciones, las personas intervinieron la naturaleza de tal manera que, sin afectarla, lograban tres cosechas al año”	Cantera de piedra. Caminatas Excursiones: observación flora y fauna. Estudios de flora y fauna. Fotografía	En proceso de deterioro	Local	II
Estuario Río Portoviejo	Costa o litorales	Estuario	50 hectáreas aproximadamente.	Los Arenales Crucita	El Manglar La Boca, tiene una dimensión de 50 hectáreas aproximadamente. El estuario de Río Portoviejo, presenta una calidad de agua transparente de color verde claro, con arena en suspensión	Balneario turístico Pesca artesanal. Recreación Deportes de playa y marinos Construcción de camarónicas. Esparcimiento: caminata, deportes, pesca deportiva, paseo en bote.	Alterado	Local	II

Fuente: MINTUR

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN SITIOS NATURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		ALTURA/ DIMENSION N	UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERAR QUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO							
Cascada Cuchucho	Rio	Cascada	aproximadam ente 18 a 20 m.,	San Placido (Sitio Pedro y Pablo)	Cascada de aproximadamente 18 a 20 m., y al final forma una poza de considerable tamaño especialmente en invierno. El agua es transparente y fría	Bañeario Recreación Paisajismo Fotografía Senderismo Observación de flora y fauna	Alterado	Local	II
Laguna Encantada	Ambientes Lacustres	Laguna	1 hectárea de extensión.	San Plácido Los Arenales	Esta laguna esconde misterios secretos que por su tradición y expectativa, ha cautivado a lugareños y visitantes que encuentran sensaciones de misterio y fascinación por lo mágico de sus aguas perpetuas, profundas y siempre cristalinas. Su temperatura promedio es de 25 a 29 grados centígrados.	Camping, pesca, picnic, caminata por las orillas, fotografía.	Alterado	Local	II
Playa Crucita	Costa o litorales	Playa	3 km aproximadam ente	Crucita	Pueblo de pescadores ha desarrollado parte de su cotidianidad entorno a los vuelos del parapente y alas delta. A crucita se la considera como el destino principal en Ecuador y uno de los tres mejores lugares de América del Norte y del Sur.	Bañeario Varadero de embarcaciones Pesca artesanal.	Deteriorado	Nacional	III

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN SITIOS NATURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		ALTURA/ DIMENSION N	UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERAR QUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO							
Playa La Boca	Costa o litorales	Playa	2.5 km aproximadam ente	La Boca	La Dimensión de esta playa es de 2.5 km aproximadamente. Sus aguas son Transparente de color verde claro, con arena en suspensión, La playa de la Boca tiene gran influencia estuarina, es una playa con un horizonte marino despejado con presencia de dunas y vegetación rastrea típica de playa.	Balneario Varadero de embarcaciones Pesca artesanal. Recreación Deportes de playa y marinos	Alterado	Local	II
Playas Las Gilces - Los Ranchos - Los Arenales	Costa o litorales	Línea de Costa	5 km aproximadam ente	Las Gilces	Los Arenales, los Ranchos y Las Gilces, ahora están prácticamente anexos al sector urbano de Crucita, se asientan sobre una llanura aluvial compuesta de sedimentos limosos con intercalaciones de conglomerados sueltos, en capas alternantes	Balneario Varadero de embarcaciones Pesca artesanal. Desviscerado de pescados Recreación Deportes de playa y marinos	Deteriorado	Local	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Celebración religiosa patrona Portoviejo	Acontecimientos programados	Fiesta Religiosa	Calle: Ricaurte Transversal: Bolívar	Las fiestas patronales son consideradas las más animadas celebraciones populares de Manabí por la fe religiosa que predomina entre sus habitantes. En Portoviejo ha sido ancestral la costumbre de seguir las misas y todos los ritos religiosos ligados a la conmemoración mercedaria	La imagen que se venera en el templo de la capital tiene 462 años de antigüedad. Y la Iglesia actual fue terminada en 1963.	Conservado	Local	III
Embutidos artesanales de Calderon (Morcilla)	Etnografía	Gastronomía	Calderón	Embutidos artesanales: tradición del embutido doméstico introducido por los españoles derivados de la existencia del arte en España. La variante local surge entre las tempranas haciendas ganaderas en el valle del Río Chico, sector Pinpiguahi, Calderón a partir del siglo XVI.	Culinarias Tradición de la gastronomía de raigambre hispano.	Conservado	Provincial	III
Expo feria Universitaria - Industrial, Artesanal y Comercial	Acontecimientos Programados	Ferias	Avenida Universitaria Universidad Técnica de Manabí	El ambiente es festivo con presentaciones artísticas y deportivas Esta expoferia es un instrumento comercial y una plataforma de negocios esencial para los expositores	Comercial Distracción Estado actual de la oferta comercial y local	Conservado	Nacional	III

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERÍSTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Fiesta Cívica Portoviejo	Acontecimientos Programados	Fiesta Cívica	Av. Rocafuerte	La independencia de Portoviejo se celebra con la realización de muchos actos cívicos alusivos a la fecha, los actos conmemorativos por la independencia empiezan tres días antes de la fecha, es así que se realizan desfiles cívicos escolar y militar, bandas de pueblo, verbenas en donde se recrean espacios y lugares de nuestros antepasados; también a partir de la segunda semana del mes de octubre se celebran ferias.	Conmemorativa Independencia hispana	Conservado	Local	III
Fiesta Popular: Revitalización de los Chigualos	Etnográfica	Tradiciones	Picoaza Parque Central	Chigualo, expresión de la cultura tradicional local, incorpora varios géneros lo que indiciencia modificaciones a través del tiempo. El origen de la palabra se pierde en lo remoto y muy poco se ha investigado a golpe de sonido guarda alguna correspondencia –o así lo parece- con otros términos vestigiales del lenguaje étnico original donde el sonido con la “ch” está presente: chade, choncha, chocotete, chindul, mache, beche, chebe, pichotas	Etnográfica	Alterado	Provincial	II
Jardín Botánico	Realizaciones técnicas científicas	Jardín Botánico	Av. Universitaria / Vía Crucita Universidad Técnica de Manabí	Esta conformado por: tres áreas bien definidas, el jardín, área de recate y bosque de reserva. En total tiene 49 hectáreas. El objetivo de su formación es de conservar y preservar las especies de flora y fauna y aprovechar esta riqueza para capacitar y generar la conservación y el cuidado de las especies Extensión: 9 hectáreas de . Jardín , 37 hectáreas de bosque y 3 hectáreas área rescate.	En el jardín Botánico se puede hacer Campamentos. Distracción en: - Lago vivero - Laberinto - Área de rescate -Bosque de reserva . - Jardín.	Conservado	Local	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERÍSTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales	Historico	Museo	Calle Olmedo y Sucre	El Museo y Archivo Histórico de Portoviejo, del Banco Central del Ecuador, tiene como propósito salvaguardar y estudiar los fondos arqueológicos, artísticos y documentales de la región.	Historia de la ciudad y su papel en el dinamismo de la región a través del tiempo. -Educación	Conservado	Local	III
Verbenas Del Parque Central	Acontecimientos Programados	Fiesta	Calle Olmedo y Sucre.	Festividad cuyo origen se remonta a España, tiene lugar en la Plaza y vinculado con la Primavera (verano local). Se expresan las distintas artes: música, poesía, vestuario, pastelería. En Portoviejo está se revitaliza en el marco de la Cultura Criolla urbana recuperando la ancestralidad de origen hispano de San Gregorio	Afirmación de vínculos vecinales y reconocimiento del status urbano.	Conservado	Local	II
Zona arqueológica Jaboncillo	Historico	zona arqueológica	Picoaza	El cerro Jaboncillo contiene un rico patrimonio arqueológico, el cual es explotado clandestinamente. El Cerro Hojas en un área considerable de este bosque tropical húmedo poseen un plan de manejo que será plasmado en un proyecto turístico, incluyendo cancha, piscina, chozas, senderos, refugios, comida, entre otras, En la parte del cerro se aprecian escaleras de piedra.	Observación de restos arqueológicos. Flora y fauna	Alterado	Local	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Fiestas de San Pedro y San Pablo de Picoaza	Etnografía	Creencias religiosas	Picoazá	Se trata de festividades que nacen de convicciones religiosas y mezclan elementos del acervo popular muy especiales, que además se van arraigando fuertemente en las comunidades donde tienen lugar. Las fiestas sirven también como punto de partida de todo un año de actividad social que desarrollan las autoridades de cada "gobierno".	En honor a San Pedro y a San Pablo pero originalmente solo se llamaba la fiesta del Rey Negro y del Rey Blanco. Hay bastante comida y diversión,	Alterado	Provincial	III
Monumento al Inti Raymi	Realizaciones Artísticas contemporáneas	Escultura	Av. Manabí y calle 5 de junio.	Monumento construido en el año de 1994, este fue elaborado en honor a la fiesta del sol y la cosecha, existen 6 rostros que representan (comenzando de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo) a Rumiñahui, Quis quis, Calicuchima, Pacha, Huayna Capac y Atahualpa.	Escultura erigida en honor a las fiestas del Sol y la Cosecha, y demuestra las raíces indígenas y de adoración a los astros que poseían los antepasados de la región y del país entero.	Alterado	Local	II
Complejo deportivo la California	Realizaciones técnicas y científicas	obras técnicas	Portoviejo	Se trata de una serie de construcción las mismas que han recibido el apelativo de Ciudad Deportiva. En el lugar existe un coliseo, diferentes espacios para la práctica de la mayoría de deportes (boxeo, karate, etc.), una cancha de fútbol, pistas de atletismo, estadio de béisbol, y los elementos más importantes que son las edificaciones que sirven para albergar a deportistas.	Ciudad deportiva en la que se practican un sin número de disciplinas y que al mismo tiempo alberga a los deportistas cuando se dan campeonatos o cualquier actividad de origen deportivo.	Alterado	Nacional	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN SITIOS NATURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Iglesia La Merced	Histórico	Arquitectura Religiosa	Calle Ricaurte y Bolívar	Iglesia en la que se manifiesta toda la fe religiosa de los habitantes de Portoviejo ya que aquí se expone la imagen de la Virgen de la Merced. La imagen que se venera en el templo de la capital tiene 462 años de antigüedad. Y la Iglesia actual fue terminada en 1963.	La Virgen de la Merced es la patrona de los portovejenses, por lo tanto la ciudadanía le rinde homenaje con estas fiestas motivadas por la devoción y la fe hacia ella.	Alterado	Local	II
La Catedral	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obras Técnicas	Av. Olmedo y Av. Morales frente al Parque Eloy alfaró	La Catedral Metropolitana, uno de los orgullos de la capital de los manabitas. Construida con técnicas arquitectónicas modernas, combinando varios estilos como son el Románico, las cúpulas Rusas o también de Oriente Medio, en su interior descubrirán bellos mosaicos que hablan sobre la vida, pasión y muerte de Jesús armonizada con la esencia de nuestros indios, cholos, mestizos y gente que forma parte de nuestra historia.	Esta iglesia es el orgullo de Portoviejo, por su arquitectura. Los peregrinos asisten a agradecer a Dios.	Conservado	Provincial	III
Parque Central Vicente Amador Flor	Realizaciones técnicas y científicas	Obras Técnicas	Centro de Portoviejo	El parque posee una superficie de 90 m. cuadrados aproximadamente. Construcción típica de un parque central, consta de varios pasadizos que conducen a la parte central en la cual se halla la Glorieta; sus pasadizos están adoquinados y posee alrededor áreas verdes las más que están protegidas por pasamanos de hierro y también encontramos bancas de hierro.	-Recreación - Esparcimiento - Cultura (Monumento a Amador Flor y Glorieta).	Alterado	Local	II

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Vuelo Libre en Crucita	Acontecimientos Programados	Acontecimientos Programados	Loma de Crucita	La Loma: que por su exacta ubicación geográfica está entre los mejores lugares del mundo para la práctica de deportes de vuelo libre, dentro de Sudamérica es el lugar favorito por la constancia y duración del viento que permite a los pilotos mantener más horas de vuelo seguro. por sus condiciones geográficas, es uno de los lugares en el Ecuador, que ofrece las mejores condiciones de vuelo.	Vuelo libre, jet sky, pesca deportiva.	Conservado	Provincial	II
Parque Eloy Alfaro	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas	CALLE: Av. Universitaria	Parque ubicado en la parte delantera de la Catedral de la ciudad de Portoviejo. El propósito principal de la existencia del parque es rendirle homenaje al General Eloy Alfaro Delgado, es por esto que en el centro del atractivo se puede apreciar un busto del General y tras este en un mural se ubican diferentes placas en alusión a las obras y vida del mencionado personaje manabita.	Recreación - Esparcimiento Parque nombrado en alusión al General Alfaro por su vida en defensa de sus ideales, actuación que ha sido reconocida a nivel mundial.	Alterado	Local	II
Artesanías em algodón hamacas de Rio Chico	Etnografía	Artesanías	Río Chico	La materia prima que se usa para la elaboración de la hamacas es el algodón al natural que se lo compra por quintales. La calidad del producto es garantizada desde la elaboración de la hamaca hasta pasados 20 a 25 años y esto es comprobado con hamacas que estan confeccionadas hace muchos años y que todavía están en uso.	Con la práctica de esta manifestación se puede apreciar nuevamente la gran riqueza en cuanto a habilidad manual que posee el habitante de toda la región manabita.	Conservado	Local	II

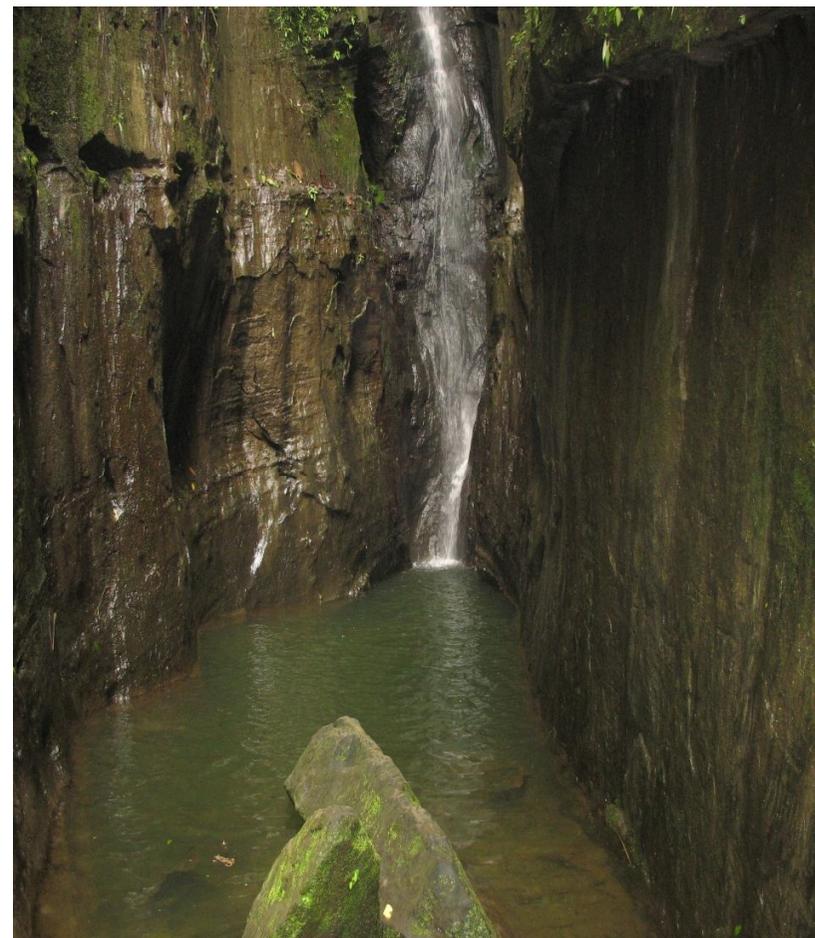
FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS- JERARQUIZACIÓN MANIFESTACIONES CULTURALES

PROVINCIA: Manabí

CANTÓN: Portoviejo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA		UBICACION	CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES	Usos o simbolismos	Estado de conservación	Difusión del atractivo	JERARQUÍA 1-2-3-4
	TIPO	SUBTIPO						
Parque Ecológico El Mamey	Realizaciones técnicas científicas	Parque ecológico	El parque esta ubicado entre las calles 26 de Septiembre y Francisco Pacheco, se halla ubicado en el margen izquierdo del Río Portoviejo y tiene como accesos principales los puentes Mamey y el San José, a cinco minutos de la ciudad.	<p>El Parque Ecológico Mamey es visitado diariamente, de manera especial los fines de semana y feriados, por turistas nacionales y extranjeros que acuden pasar un buen momento, así como para saborear los prensados más exquisitos del Ecuador.</p> <p>El parque Mamey cuenta con variadas instalaciones como son: Canchas de uso múltiples, cancha de fútbol, pista de patinaje, senderos de paseo, pista de bicicros, símil infantil de pista de campo travesía, juegos infantiles, jardines, bosque de frutillos, río Portoviejo, camerinos, capilla entre otros.</p>	competencias infantiles, campeonatos de fútbol e indorfútbol, bicicros, danza folclórica, concursos familiares, picnic, días de campo, contemplación del río, encuentro de enamorados, paseos o deportes nocturnos	Conservado	Local	II

1. NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA DE MANCHA GRANDE



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS NATURALES

2. NOMBRE DEL ATRACTIVO: CERRO DE HOJAS Y JABONCILLO



Estructura piramidal de la Ciudad de los Cerros que, según los arqueólogos, pudo tener un fin político o ceremonial.



En la ladera este del cerro de Jaboncillo, entre Portoviejo y Montecristi, se hallaron yacimientos que están siendo estudiados por un equipo a cargo de arqueólogos

FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS NATURALES

3. NOMBRE DEL ATRACTIVO: ESTUARIO RÍO PORTOVIEJO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS NATURALES*

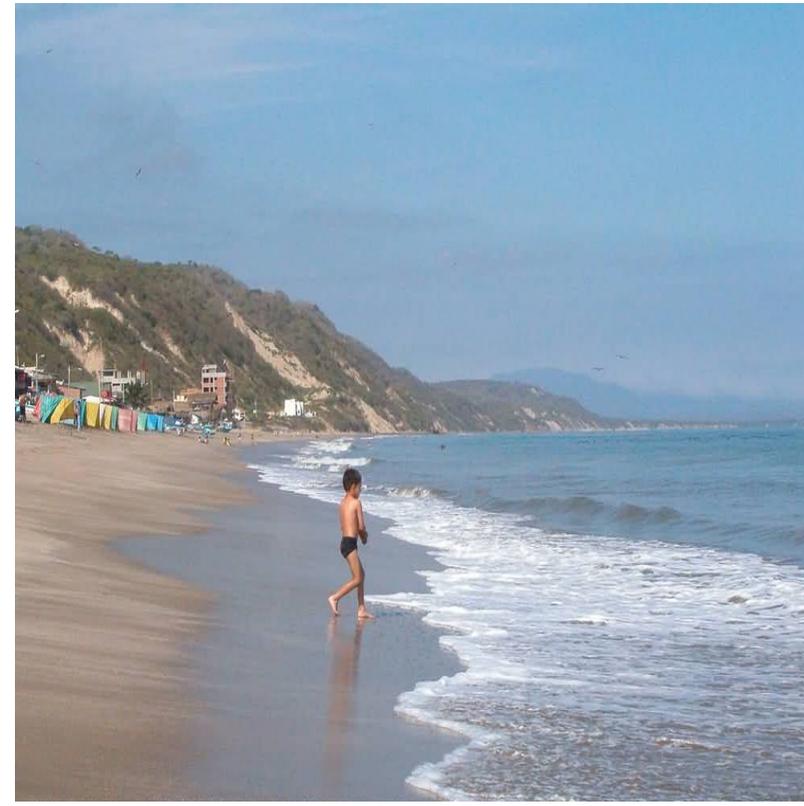
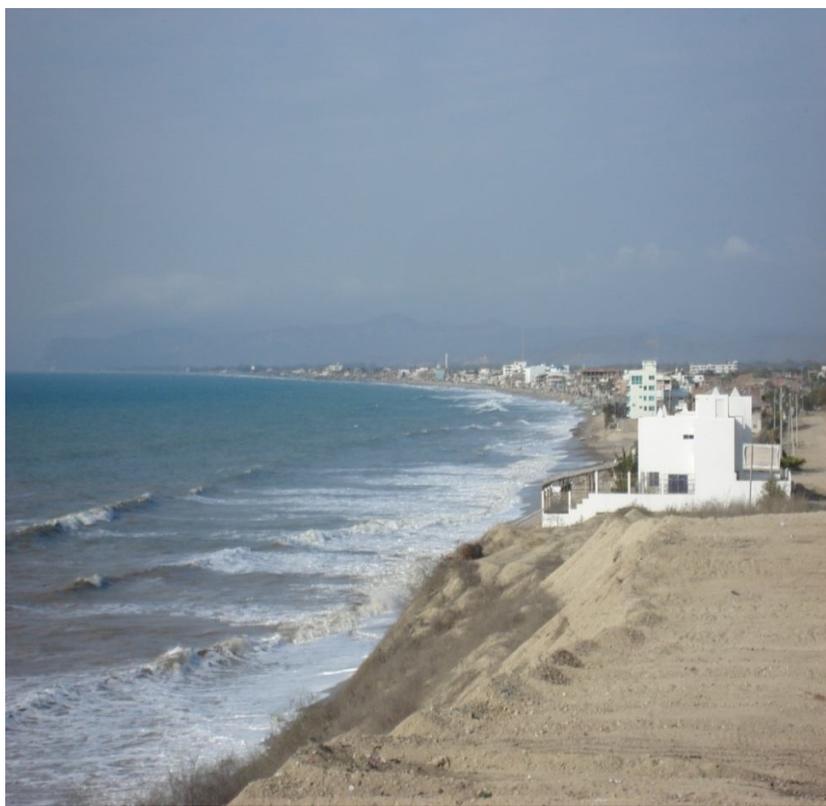
4. NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNA ENCANTADA



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS NATURALES*

5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: PLAYA CRUCITA



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS NATURALES*

6. NOMBRE DEL ATRACTIVO: PLAYA LA BOCA



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS NATURALES*

7. **NOMBRE DEL ATRACTIVO: PLAYAS LAS GILCES - LOS RANCHOS - LOS ARENALES**



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS NATURALES*

8. NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA DEL CUCHUCHO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

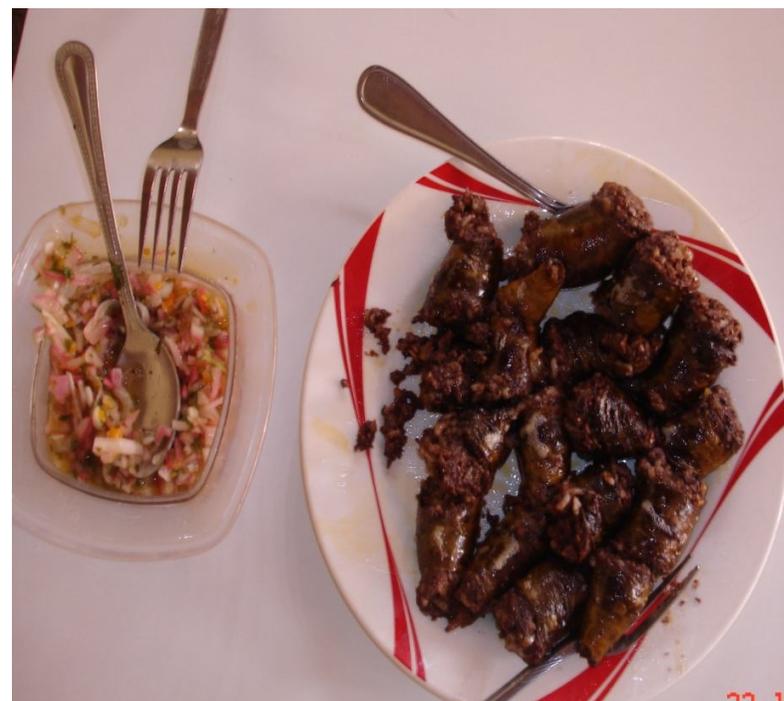
9.-NOMBRE DEL ATRACTIVO: CELEBRACIÓN RELIGIOSA PATRONA PORTOVIEJO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

10. NOMBRE DEL ATRACTIVO: EMBUTIDOS ARTESANALES DE CALDERÓN (Morcilla)



FICHA DE FOTOGRAFIAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

11.-NOMBRE DEL ATRACTIVO: EXPOFERIA UNIVERSITARIA - INDUSTRIAL, ARTESANAL Y COMERCIAL



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

**12. NOMBRE DEL ATRACTIVO: FIESTA CÍVICA PORTOVIEJO**



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

13. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** FIESTA POPULAR REVITALIZACIÓN CHIGUALOS



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

14. **NOMBRE DEL ATRACTIVO: JARDÍN BOTÁNICO**



FICHA DE FOTOGRAFIAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

15. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

16. **NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE ECOLÓGICO EL MAMEY**



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

17. NOMBRE DEL ATRACTIVO: VERBENA PARQUE CENTRAL



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

18. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** ZONA ARQUEOLÓGICA CERRO JABONCILLO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

19. NOMBRE DEL ATRACTIVO: SAN PEDRO Y SAN PABLO PICOAZA



FICHA DE FOTOGRAFIAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

20. NOMBRE DEL ATRACTIVO: MONUMENTO INTI RAYMI



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

21. NOMBRE DEL ATRACTIVO: COMPLEJO DEPORTIVO LA CALIFORNIA



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

22. NOMBRE DEL ATRACTIVO: VUELO LIBRE EN CRUCITA



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

23. NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE ELOY ALFARO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRACTIVOS CULTURALES

24. NOMBRE DEL ATRACTIVO: ARTESANÍAS EN ALGODÓN - HAMACAS - RÍO CHICO



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

ATRATIVOS CULTURALES

25. NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA LA MERCED



FICHA DE FOTOGRAFIAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

26. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** IGLESIA CATEDRAL JESÚSEL BUEN PASTOR



FICHA DE FOTOGRAFÍAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
CANTÓN PORTOVIEJO

*ATRATIVOS CULTURALES*

27. NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE CENTRAL VICENTE AMADOR FLOR



