



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING
TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS,
DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR JULIO FABRICIO CLEMENTE ROSALES

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING
TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS,
DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR JULIO FABRICIO CLEMENTE ROSALES

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 24 de Enero 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014**”, elaborado por el Sr. **JULIO FABRICIO CLEMENTE ROSALES**, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Jhony Ernesto Yumisaca Tuquinga, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al Rey de Reyes Señor de Señores mi Salvador por ser la primera razón de mí existir.

A mis queridos padres Sr. Julio Clemente B. y Sra. Hermelinda Rosales que me han dado su apoyo incondicional y han estado conmigo, los llevo como un sello en mi corazón.

Julio Clemente

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a la infinita misericordia de Dios, por permitirme gozar plenamente del milagro de la vida.

Agradezco a los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por sus conocimientos impartidos para mi formación profesional.

A mis compañeros y amigos gratos agradecimientos.

Al SPA. Efrén Ruiz, MSc. que le considero como mi hermano, por enseñarme los valores de la vida.

A mis pastores y familia en Cristo de la Iglesia Cuadrangular La Cosecha Montañita.

A Jair y Saúl Borbor primos que han brindado su apoyo incondicional.

A mi tutor Ing. Jhony Yumisaca, MSc.

Julio Clemente

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, Msc.
PROFESOR TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

RESUMEN

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO
PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS DE LA PARROQUIA
MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2014”**

Autor: Julio Fabricio Clemente Rosales

Tutor: Ing. Jhony Ernesto Yumisaca Tuquinga, MSc.

RESUMEN

El Diseño de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para la comunidad Dos Mangas, parroquia Manglaralto, tiene como objeto el desarrollo turístico del sector, mediante la mercadotecnia de los productos turísticos que ofrece la comunidad. En el Ecuador y en general en todo el mundo el turismo se ha incrementado en los últimos años, en tal sentido el país se ha visto beneficiado por la gran demanda de visitante y turistas, esto se debe mayormente a la promoción que realiza el Ministerio de Turismo a nivel mundial. El turismo en Dos Mangas genera ingresos económicos para la comunidad, pero la falta de estrategias de marketing, limita el desarrollo de esta actividad y la posibilidad de mejorar el nivel de vida de los habitantes de este sector. Para diseñar el plan estratégico de marketing turístico para la comunidad Dos Mangas, se analizaron los fundamentos teóricos de las variables, definir la necesidad de desarrollar un turismo sostenible en la comuna y describir las características de la demanda con el fin de determinar las estrategias de marketing que de manera planificada, de impulso a esta actividad. La metodología aplicada en el estudio es de nivel descriptiva, la misma que se realizó con información primaria y secundaria. El tipo de investigación es documental - bibliográfica y de campo, esta última se aplicó con el fin de recolectar información sistemática sobre el problema planteado. Los métodos utilizados fueron el inductivo y deductivo, se observaron las causas y los efectos para descubrir cuál es la solución de la problemática. Las técnicas empleadas fueron las encuestas dirigidas a los habitantes y los turistas o visitantes que llegan a la comuna, llegando a la conclusión que Dos Mangas tiene un potencial de recursos y una población ávida de que mejore su nivel de vida socio- económico.

TABLA DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
TABLA DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE FOTOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
SISTEMATIZACIÓN	7
EVALUACIÓN	7
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	8
OBJETIVOS	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
HIPÓTESIS	9
VARIABLE INDEPENDIENTE	9
VARIABLE DEPENDIENTE	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	11
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	
1.1. ANTECEDENTES	13
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
1.2.1. Planeación estratégica	16

1.2.1.1.	Plan de Marketing	16
1.2.1.1.1.	Objetivos y estrategias de Marketing.	17
1.2.1.1.2.	Estrategias generales del Marketing.	17
1.2.1.2.	Marketing Estratégico en Destinos Turísticos	22
1.2.1.2.1.	Marketing Operativo	22
1.3.	EL TURISMO Y ECOTURISMO	23
1.3.2.	Directrices de la planificación para el ecoturismo.	26
1.3.3.	El Ecoturismo como producto turístico.	27
1.3.4.	Beneficios e importancia del Ecoturismo	27
1.3.5.	Fortalezas del Ecoturismo	28
1.3.6	Oportunidades del Ecoturismo	28
1.3.7.	Fundamentación legal	31
1.3.8.	Reglamento General de Actividades Turísticas	31
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	35
2.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	35
2.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA	37
CAPÍTULO III ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		
3.1.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN	40
3.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS TURISTAS	50
3.3.	ANÁLISIS GENERAL	57
CAPÍTULO IV PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DOS MANGAS, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014		
4.1.	PRESENTACIÓN	59
4.2.	JUSTIFICACIÓN	59

4.3.	OBJETIVOS	60
4.4.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	61
4.4.1.	Diagnóstico de la situación	62
4.4.1.1.	Oferta turística de la comuna Dos Mangas	64
4.4.1.1.1.	Recursos turísticos	65
4.4.1.2.	Demanda turística	71
4.4.1.3.	Condicionantes del Entorno	73
4.4.1.4.	Metodología del Análisis FODA	74
4.4.1.4.1.	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	75
4.4.1.4.2.	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	76
4.4.1.4.3.	Foda Estratégico	77
4.4.2.	Plan de marketing estratégico	79
4.4.2.1.	VISIÓN	79
4.4.2.2.	MISIÓN	80
4.4.2.4.	Lineamientos de políticas rectoras	80
4.4.2.5.	Marketing estratégico	81
4.4.2.5.1.	Estrategia de mercado	81
4.4.2.5.2.	Estrategia competitiva	84
4.4.2.5.4.1.	Estrategia de producto	88
4.4.2.5.4.2.	Estrategia de posicionamiento	92
4.4.3.	Marketing operativo	100
4.4.3.1.	Actuaciones sobre los productos turísticos.	100
4.4.3.1.1.	Actuaciones previstas	100
4.4.4.	Cronograma del Plan de actuación	102
	CONCLUSIONES	128
	RECOMENDACIONES	129
	BIBLIOGRAFÍA	113
	ANEXOS	117

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No 1	Variable independiente	11
CUADRO No 2	Variable independiente	12
CUADRO No 3	Población	38
CUADRO No 4	Recursos turísticos	65
CUADRO No 5	Jerarquización de los atractivos turísticos	68
CUADRO No 6	Productos turísticos de Dos Mangas	69
CUADRO No 7	Infraestructura	70
CUADRO No 8	Equipamiento turístico	70
CUADRO No 9	Demanda turística	71
CUADRO No 10	Análisis FODA.	74
CUADRO No 11	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	75
CUADRO No 12	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	76
CUADRO No 13	FODA Estratégico	78
CUADRO No 14	Atractivo - posición competitiva	81
CUADRO No 15	Orientación estratégica para cada segmento	84
CUADRO No 16	Posicionamiento en el mercado	92
CUADRO No 17	Precio del Atractivo ecoturístico	93

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA No 1	Desarrollo del turismo	40
TABLA No 2	Generación de ingresos económicos	41
TABLA No 3	Proyectos de conservación de recursos	42
TABLA No 4	Potencial de recursos turísticos	43
TABLA No 5	Desarrollo turístico	44
TABLA No 6	Atractivos a ofertar	45
TABLA No 7	Época de mayor afluencia de turista	46
TABLA No 8	Incremento de demanda turística	47
TABLA No 9	Comunidad capacitada	48
TABLA No 10	Promoción de Dos Mangas	49
TABLA No 11	Procedencia	50
TABLA No 12	Ocupación	51
TABLA No 13	Frecuencia de visita	52
TABLA No 14	Motivo de su visita	53
TABLA No 15	Viaja acompañado o sólo	54
TABLA No 16	Preferencia de alojamiento	55
TABLA No 17	Vías de acceso a Dos Mangas	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No 1 Desarrollo del turismo	40
GRÁFICO No 2 Generación de ingresos económicos	41
GRÁFICO No 3 Proyectos de conservación de recursos	42
GRÁFICO No 4 Potencial de recursos turísticos	43
GRÁFICO No 5 Desarrollo turístico	44
GRÁFICO No 6 Atractivos a ofertar	45
GRÁFICO No 7 Época de mayor afluencia de turista	46
GRÁFICO No 8 Incremento de demanda turística	47
GRÁFICO No 9 Comunidad capacitada	48
GRÁFICO No 10 Promoción de la comuna Dos Mangas	49
GRÁFICO No 11 Procedencia	50
GRÁFICO No 12 Ocupación	51
GRÁFICO No 13 Frecuencia de visita	52
GRÁFICO No 14 Motivo de su visita	53
GRÁFICO No 15 Viaja acompañado o sólo	54
GRÁFICO No 16 Preferencia de alojamiento	55
GRÁFICO No 17 Vías de acceso ala comuna Dos Mangas	56

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No 1	Organigrama funcional	6
FIGURA No 2	Comisiones	6
FIGURA No 3	Estrategias de marketing	21
FIGURA No 4	Dimensiones del marketing	23
FIGURA No 5	El ecoturismo como una oportunidad	29
FIGURA No 6	Organigrama funcional	30
FIGURA No 7	Comisiones	30
FIGURA No 8	Fase 1 diagnóstico de la situación	62
FIGURA No9	Ubicación de los recursos turísticos	64
FIGURA No 10	Plan de marketing estratégico	79
FIGURA No 11	Segmento de destino	83
FIGURA No 12	Estrategia competitiva	85
FIGURA No13	Turismo artesanal	89
FIGURA No14	Mapa de los senderos	90
FIGURA No15	Logotipo	91
FIGURA No16	Posicionamiento en el mercado de Dos Mangas	92
FIGURA No17	Folletos	96
FIGURA No18	Campaña de marketing online	97
FIGURA No 19	Distribución de productos	98
FIGURA No 20	Marketing operativo	100

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO No 1	Oficina de información turística	72
FOTO No 2	Guías	73
FOTO No 3	Alquiler de caballos	73

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I ENCUESTA A LA POBLACIÓN.....	117
ANEXO II ENCUESTA A TURISTAS	120
ANEXO III ENTREVISTAS	122
ANEXO IV FOTOGRAFÍA.....	123

INTRODUCCIÓN

El Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014, señala claramente que el propósito es contribuir con el turismo para dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, generación de empleo y beneficios económicos; fomentar la distribución de forma equitativa de los ingresos económicos por turismo interno; estimular la oferta de calidad de paquetes turísticos dirigidos a todos los grupos de viajeros. Las estrategias que define el Plan de Marketing del Ecuador (PIMTE) se basan en aumentar el volumen de turistas internos a nivel nacional e impulsar a las poblaciones menos favorecidas que viven condiciones de pobreza a realizar actividades de turismo de ocio y recreación.

Dentro de estas directrices se encuadra el presente estudio, como es el Diseño de un Plan Estratégico de Marketing Turístico para la comuna Dos Mangas. La comunidad Dos Mangas está ubicada a siete kilómetros del noreste de la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, en la ruta del Spondylus; cuenta con 1000 habitantes y se caracteriza por poseer dos senderos que son muy visitados por turistas nacionales y extranjeros, dinamizando de esta manera la actividad turística del sector. Lamentablemente las personas involucradas en el desarrollo del turismo no cuentan con una herramienta técnica que orienten su accionar en lo que se refiere a la comercialización y promoción del producto.

Cabe indicar que los objetivos estratégicos de productos turísticos en Ecuador conllevan a priorizar el producto de Ecoturismo y Turismo de Naturaleza que son los productos que oferta Dos Mangas al mercado nacional e internacional, con un nivel de notoriedad alta y con una asignación del presupuesto del 14%, bajo estos lineamiento se encuentra el presente plan que tienen como objeto el desarrollo turístico de Dos Mangas.

La investigación está compuesta de cuatro capítulos, los mismos que a continuación se detallan:

Capítulo I Marco teórico: Este primer capítulo guarda relación con la fundamentación teórica, la misma que orienta el desarrollo del estudio. Se analizan las variables como es la planeación estratégica como un conjunto coordinado de metas, directrices, acciones y disposiciones que relacionadas con las estrategias y tácticas requeridas para posicionar el ecoturismo como producto turístico que oferta Dos Mangas en el mercado. Además en este capítulo se encuentra la fundamentación legal, que hace referencia al marco jurídico en que se ampara el tema.

Capítulo II Metodología de la investigación: Se refiere a las estrategias metodológicas utilizadas en la investigación. En el estudio se empleó el nivel descriptivo, con el fin de relacionar las variables “Plan estratégico de marketing turístico”. El tipo de investigación aplicada fue documental – bibliográfica y de campo, los métodos utilizados fueron: el inductivo y deductivo, se analizó causa y efectos que inciden en el problema. Se emplearon las técnicas de la encuesta y las entrevistas.

Capítulo III. Análisis e interpretación de resultados: Este capítulo analiza los resultados de la investigación de campo y comprueba la hipótesis, llegando a la conclusión que con el diseño de un plan estratégico de marketing turístico, se logrará desarrollar el ecoturismo en la comunidad de Dos Mangas.

Capítulo IV. La propuesta: Se relaciona con la solución del problema planteado en la investigación, como es diseñar un plan estratégico de marketing turístico para la comunidad de Dos Mangas, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, año 2014-2018, cuyo objetivo es proponer el plan mediante un conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias y programas jerarquicen políticas e instrumentos en el tiempo y el espacio para alcanzar una imagen objetiva.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad que ha aumentado notablemente en el Ecuador, en los últimos años hubo un aumento considerable de visitantes en lo extenso del país, todas las provincias que al menos brindan uno u otro servicio relacionado con la actividad turística, están aprovechando esta oportunidad para beneficiarse de esta industria que sin duda va en crecimiento, el Ecuador está siendo promocionado a nivel mundial por el Ministerio de Turismo, ha despuntado por la biodiversidad de especies y atractivos, considerado como el país más mega diverso además por su poca extensión territorial y lo beneficioso que es, ya que se puede llegar de un atractivo en la Sierra o Amazonía y en pocas horas al perfil costanero donde además de turismo de sol y playa también se pueden realizar otras actividades.

Sin duda la nueva provincia de Santa Elena es una de las que está en proceso de desarrollo turístico y cuenta con una gran variedad de atractivos y servicios ofertados por disfrutar, pero que no son suficientes para que esté consolidada como una potencia turística en todos sus segmentos y principalmente con una oferta que cumpla con las exigencias de la más alta calidad que requieren los turistas y se sienta satisfecho y recomiende el producto consumido.

La comuna Dos Mangas es una comunidad a considerar dentro del recorrido de quienes visitan la denominada Ruta del Spondylus, es conocida por sus atractivos

naturales y por una variedad de artesanías elaboradas por sus habitantes, además de la tranquilidad y amabilidad acogedora de su gente.

Dos Mangas está ubicada a siete kilómetros del noreste de la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena ubicada en la Ruta del Spondylus, la misma que lindera al norte y este con la cordillera Chongón-Colonche al sur con la parroquia Manglaralto y al oeste con Pajiza y Montañita.

Esta comunidad cuenta con unos 1000 habitantes y se caracteriza por las labores agrícolas y artesanales, reconocida por sus particulares tradiciones, recibe este nombre debido a que antiguamente los habitantes llamaban a los ríos ‘mangas’ y cerca de la población se unen los riachuelos Grande y Colín.

Cuenta con dos senderos para las actividades de turismo, utilizados además por los comuneros, como vías de acceso a los sectores de siembra.

Si bien es cierto que en la actualidad la población se dedica a la actividad turística no todos cuentan con los recursos económicos necesarios para brindar un servicio de óptima calidad, por otro lado muy pocos están familiarizados con lo que respecta a la cultura del buen trato al cliente por falta de capacitaciones.

El turismo en este sector genera ingresos económicos a los habitantes de la zona, siendo el recurso natural el más importante, pero muy pocas veces se desarrollan proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales, tomando en consideración que la comuna Dos Mangas receipta un mayor flujo turístico entre los meses de enero y abril, con un incremento de la demanda anual en esta temporada del 53% de visitantes y turistas.

Otro de los problemas existente en este lugar, es que no existe un comité comunal que impulse el producto turístico que oferta la comuna Dos Mangas, no existe capacitación de las personas involucradas en la prestación del servicio turístico, no

se realiza el estudio de mercado, con el objeto de medir el grado de satisfacción del visitante, también hace falta publicidad y promoción de los recursos y servicios que brinda la comuna.

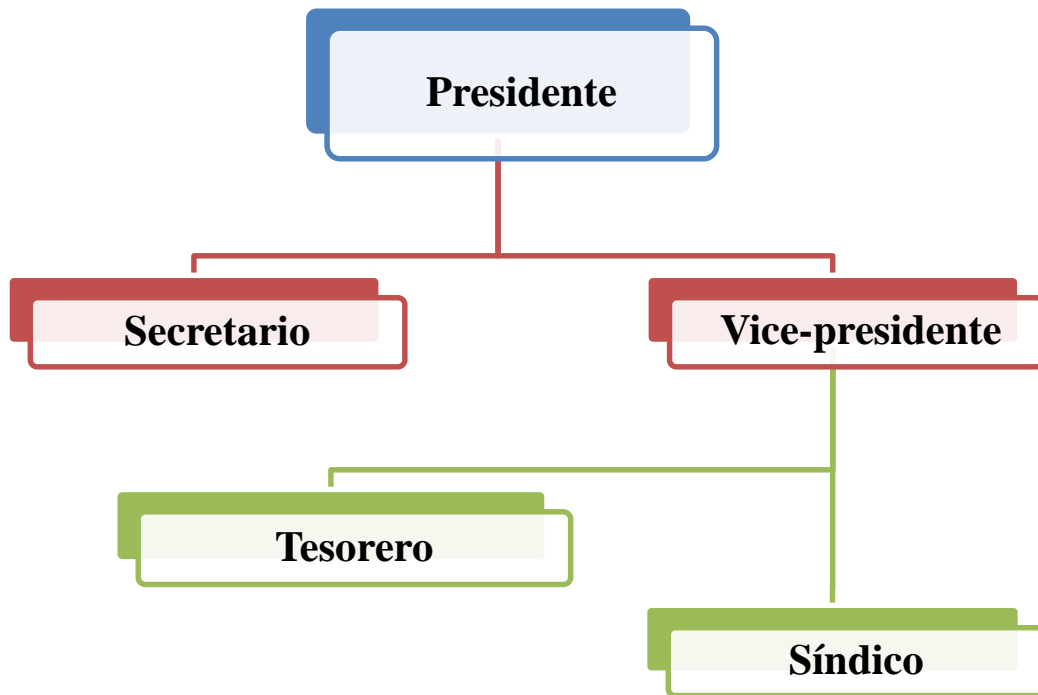
Por lo tanto es importante que existan estrategias de marketing que establezcan las acciones que es preciso realizar para aumentar la competitividad turística de este sector.

Existe la necesidad de actuar en diferentes ámbitos, que no sólo defina el Plan sino que se convierta también en el instrumento técnico principal para el diseño de la marca turística, para la definición de los mensajes que se quieren comunicar, y para la protección y conservación de los recursos naturales, cuyo propósito es mejorar la calidad de vida de los habitantes de manera sostenible y sustentable.

La organización de la comuna de Dos Mangas está estructurada de la siguiente manera:

- ✓ Directiva comunal que la conforman: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Síndico.
- ✓ Comisión de cuidadores de bosques,
- ✓ Comisión de fiestas
- ✓ Comisión de ayuda
- ✓ Comisión de guías nativos

FIGURA No 1 Organigrama Funcional



Fuente: Directiva Comunal De Dos Mangas (2013)
Elaborado Por: Clemente, J. (2013)

Las comisiones están encargadas de proteger los bosques, los mismos que cuentan con guías nativos, que conocen de la flora y fauna que existe en el sector.

FIGURA No 2 Comisiones



Fuente: Directiva Comunal De Dos Mangas (2013)
Elaborado Por: Clemente, J. (2013)

Además la comuna cuenta con una Asociación de Mujeres Artesanas - AMADOM, que tiene apoyo para emprender en actividades productivas de organismos internacionales.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué medida la elaboración de un Plan Estratégico de Marketing turístico, ayudaría a mejorar la imagen turística de la comunidad de Dos Mangas.

SISTEMATIZACIÓN

¿Cuáles son los fundamentos teóricos para la elaboración de Plan Estratégico de Marketing turístico de la comuna de Dos Mangas?

¿Existe la necesidad de desarrollar un turismo sostenible y sustentable en la comuna Dos Mangas?

¿Existe en la comuna proyectos de marketing para posicionar a Dos Mangas?

¿Cuáles son las características de la demanda que motivan la llegada a Dos Mangas?

¿Existe la necesidad de diseñar un Plan Estratégico Marketing en la comuna Dos Mangas?

¿Cuáles serán las estrategias a aplicarse para que la comuna se desarrolle turísticamente?

EVALUACIÓN

Delimitado: Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para la comunidad de Dos Mangas, año 2014

Claro: El presente trabajo de investigación está escrito de forma sencilla, con ideas precisas y claras.

Evidente: En el desarrollo del estudio se observa y se interpreta el problema y la solución del mismo.

Relevante: El estudio es relevante porque se busca con la solución del problema el desarrollo de un turismo que genere ingresos económicos para los habitantes de la comunidad de manera sostenible y sustentable

Original: El estudio es nuevo en la comunidad de Dos Mangas, no se han realizado acciones que conlleven a la aplicación de estrategias de marketing que tenga por objeto captar una mayor demanda de manera sostenible.

Variables: El proyecto de investigación cuenta con dos variables, causa y efecto las mismas que serán correlacionadas y comprobadas.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El Plan de Marketing Turístico de la comuna Dos Mangas, sigue las directrices establecidas en el Plan de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE) y el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020), presentándose como un instrumento eficiente para el desarrollo endógeno.

La experiencia ha demostrado que un tratamiento diferenciado, especial, y descoordinado del resto de los productos penaliza el desarrollo del mismo. Además se han de incentivar las políticas tendentes a mejorar la profesionalización del sector en el ámbito del servicio y de la administración de los negocios que brindan servicio a los visitantes o turistas.

Los instrumentos para promocionar a Dos Mangas, se encauzan a utilizar los servicios tecnológicos, los mismos que tienen un impacto positivo durante el tiempo que se lo emplee. Es importante optimar el patrimonio natural que ofrece esta

comunidad, aplicando acciones de mercadotecnia que conlleven a generar ingresos económicos y a mejorar el nivel de vida e la población.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la incidencia de la planificación en la imagen turística de la comunidad de Dos Mangas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los fundamentos teóricos que orientan el proceso del estudio, a través de la investigación documental-bibliográfica
- Definir la necesidad de desarrollo de una imagen turística en destinos turísticos.
- Establecer las características de la demanda, a través del empleo de la técnica de la encuesta con el objeto de segmentar el mercado para promocionar el producto turístico.
- Determinar las estrategias de marketing como solución a los problemas identificados en la investigación.

HIPÓTESIS

¿Con el diseño de un plan estratégico de marketing turístico, se logrará el desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Dos Mangas?

VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan Estratégico de Marketing Turístico. Se orienta a la satisfacción de las necesidades de la demanda turística y de la comunidad receptora, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado.

VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo del ecoturismo. Producción turística ecológicamente sostenible, ofrecidos a precios apropiados y sujetos a estrategias de promoción y distribución, que causen el mínimo impacto sobre los entornos culturales y naturales

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO No 1 Variable Independiente

Variable I.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Plan estratégico de marketing turístico	El marketing estratégico es la satisfacción de las necesidades de la demanda turística y de la comunidad receptora, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado.	Marketing estratégico	Mercado	¿Cuáles son las características del mercado para diseñar el producto turístico?	Encuestas
			Servicio	¿Cree usted que la comunidad está capacitada para brindar un buen servicio a los turistas?	
		Demanda turística	Flujo turístico	¿En qué época del año observa usted mayor afluencia de turistas?	
			Demanda	¿Cuál cree usted que ha sido el aumento de demanda turística en Dos Mangas?	
		Comunidad receptora	Desarrollo	¿Cree usted que la comuna se está desarrollando turísticamente?	
				¿Está de acuerdo en que la comuna se desarrolle turísticamente?	

Fuente: Comuna Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

CUADRO No 2 Variable Independiente

Variable D.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Desarrollo del ecoturismo	Producción de productos turísticos ecológicamente sostenibles, ofrecidos a precios apropiados y sujetos a estrategias de promoción y distribución, que causen el mínimo impacto sobre los entornos culturales y naturales	Productos turísticos	Potencial de recursos	¿Cree usted que la comuna Dos Mangas cuenta con un potencial de recursos turísticos para ofrecer a los turistas?	Encuestas
			Atractivos	¿Indique cuáles son los atractivos que la comuna Dos Mangas puede ofrecer a los turistas?	
		Estrategias	Promoción	¿Cree usted que se está llevando adecuadamente la promoción de la comuna Dos Mangas?	
		Impacto sobre los entornos	Conservación de los recursos	¿Considera usted que se han desarrollado proyectos orientado a la conservación de los recursos naturales y culturales en la comuna Dos Mangas?	
Ingresos económicos	¿Cree que la actividad turística turístico de la localidad mejoran los ingresos económicos de los habitantes?				

Fuente: Comuna Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

El movimiento internacional de personas es sin duda hoy en día una de las características más importantes del mundo globalizado, siendo la Región Andina parte de esta dinámica como zona de origen, tránsito y destino de flujos migratorios y turísticos.

Año tras año el sector de los viajes y el turismo experimenta cambios y nuevas oportunidades de desarrollarse, crecer y satisfacer las expectativas de los viajeros. Así, se ha visto surgir nuevos servicios para facilitar la experiencia de viaje de las personas, nuevos tipos de turismo para atraer a diferentes viajeros y nuevas formas de contratar y planificar los viajes, lo que ha llevado a la industria a crecer. De hecho, la Organización Mundial del Turismo (OMT) “prevé que el turismo mundial continuará creciendo en 2013 a un ritmo, quizás, más moderado que oscilará entre el 2% y el 4%.”(El economista, 2013).

Ecuador Times Net (2013) menciona que el turismo es:

“Claramente una actividad clave en el país que no solo impacta en la economía local sino en lograr un mejor manejo de los atractivos naturales y proteger el medio ambiente. Según el Ministerio de Turismo en el año 2012, la llegada de turistas extranjeros a Ecuador creció en un 12% al registrar 1.271.000 de arribos. Asimismo, el MINTUR establece por primera vez en la historia de la actividad turística ecuatoriana, durante todo el año 2013 se experimentó un crecimiento sostenido del 12%, registrándose incluso crecimientos del 20% en enero, el 15% en febrero y el 18% en junio. Los turistas que eligen Ecuador como destino son principalmente de Colombia, seguidos por Estados Unidos y Perú.”

Así mismo National Geographic Travel (2014) dice que en el turismo:

“Este crecimiento evidencia la aplicación de varias estrategias de promoción que define el Plan de Marketing Turístico del Ecuador, cerrando en el año 2012 con 10 reconocimientos a escala mundial y recomendado por importantes Revistas Internacionales como es el National Geographic Traveler y Diario El País, como uno de los mejores destinos del mundo para ser visitado.”

Como se puede observar el Ecuador receipta un importante flujo turístico, de ahí la necesidad de realizar una planificación de marketing turístico. En el país como referencia ya se han realizado estudios sobre planes de marketing turístico, uno de ellos es el cantón Guamote, perteneciente a la provincia de Chimborazo, en el cual se realizó una investigación con el propósito de contar con ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de carácter ecológico, biológico, y cultural. El problema que encauzó al estudio fue la carencia de turistas, incertidumbre sobre el escenario adecuado para diseñar productos, inexistencia de campaña de comunicación y selección de los medios de promoción. Concluyendo el estudio que no se realizan acciones que oriente el desarrollo del turismo de este cantón, ni tampoco se realizan estudios de mercado para segmentar al turista y ofrecer productos turísticos diferenciados; haciendo necesario el plan para impulsar la gestión del turismo de manera sostenible.

Otro de los sitios en donde se ha realizado un plan de marketing turístico en el país es en Mompiche, provincia de Esmeraldas. El proyecto se centró en la falta de desarrollo y promoción turística que existe en la zona, ya que la autoridades de Esmeraldas se dedica a mercadear las playas ubicadas en Atacames, Súa, Same y Muisne y no se preocupan de promover los diferentes atractivos que posee el pueblo de Mompiche.

El objetivo de este proyecto fue promover Mompiche como un destino turístico procurando preservar sus recursos naturales y culturales a través de una

investigación y análisis de los recursos y potencialidades turísticas con los que cuenta, además de procurar el mejor uso de los mismos para el logro de mejores condiciones de vida para la población.

Este estudio pretende confirmar la validez de la siguiente hipótesis: la infraestructura y la planta no es suficiente para promocionar Mompiche como un destino turístico. Para esto se requiere de otras cosas como el involucramiento de los pobladores, brindar un buen servicio por parte de los prestadores de servicios turísticos, una debida planificación turística para poder promocionarlo y el aporte de las autoridades.

La investigación concluye que Mompiche debe ser promocionado turísticamente pero previo a esto se debe adecuar la infraestructura, capacitar a la gente y algo muy importante conseguir el apoyo de las autoridades públicas. Capacitar a los prestadores de servicios turísticos que están dispuestos a participar en cursos de capacitación para así brindar un servicio de calidad a los turistas, pero desean que nuevos inversionistas no construyan establecimientos con características fuera de lugar y que en la planificación y la gestión del turismo, la participación de las comunidades receptoras y grupos minoritarios es ante todo una necesidad en la operación de la actividad turística.

Por lo expuesto hay que considerar que muchas comunidades no crecen turísticamente en relación a otros sectores, debido a la no adopción de un enfoque de marketing, ya que sólo se limitan a una perspectiva centrada en la oferta o centrada en el consumidor. Es por esto que se deben de desarrollar estrategias que orienten al desarrollo del turismo, para hacerle frente a la fuerte intensificación de la competencia y los cambios en los gustos y pautas de comportamiento de los turistas.

El presente estudio sobre un plan de marketing turístico en la comuna Dos Mangas, tiene como finalidad alcanzar el posicionamiento dentro de una oferta eco-turística

en la región, generando fuente de trabajo e ingresos económicos de manera sustentable.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Planeación estratégica

El plan es el conjunto coordinado de metas, directrices, acciones y disposiciones que relacionadas con las estrategias y tácticas requeridas para el desarrollo de un determinado modelo económico-social, instrumenta un proceso para alcanzar objetivos predeterminados. El plan es un proceso dinámico que requiere de la interacción entre los sectores considerados en él, así como de la coherencia y coordinación interinstitucional.

Se lo define como “un conjunto de programas y proyectos relacionados entre sí y conducentes a un objetivo común. También conjunto armónico de actividades para lograr un resultado concreto.” (Antón, 2005)

Los planes son la función principal de la administración. Sin planes los administradores no pueden saber cómo organizar a la gente y los recursos; puede que no tengan ni siquiera la idea clara de que es lo que necesitan organizar. Sin un plan, no se puede dirigir con confianza o esperar que otros lo hagan. Y sin un plan, los administradores y sus seguidores tienen muy pocas probabilidades de lograr las metas establecidas o saber cuándo y dónde se ha desviado el camino de la planeación.

1.2.1.1. Plan de Marketing

La esencia del plan de marketing es hacer lo que se venderá en lugar de vender lo que se hace. Bajo esta premisa, el marketing turístico es un documento de

elaboración anual, con los objetivos que se persiguen y las estrategias para conseguirlo, incluyendo la orientación de cuáles deben ser las disponibilidades de tiempo, lugar y posicionamiento del producto turístico, que bienes y trabajos habrá que producir y cuáles son las cosas que hay que hacer para que la actividad sea rentable.

Lo que el marketing busca es identificar cuáles son los deseos de los clientes potenciales que hay que satisfacer, establecer que es lo que se venderá en vez de tratar de vender lo que se hace, y considerar al cliente como el principal objetivo del esfuerzo productivo, el centro de todas las actividades relacionadas con el negocio, pensando en él como el objetivo central de toda la gestión empresarial.


La venta tradicional apunta a satisfacer las necesidades del vendedor. El marketing apunta a satisfacer las necesidades del comprador.

1.2.1.1.1. Objetivos y estrategias de Marketing.

El “qué” y el “como” son la esencia del Plan de Marketing, es decir, los objetivos y las estrategias o, lo que es lo mismo, qué es lo que debe conseguirse para concretar la venta y el cómo hacerlo.

El desarrollo de este concepto tiene que sustentarse en una revisión de las previsiones de ventas, el mercado objetivo, los problemas y las oportunidades, lo cual requiere mucho tiempo de reflexión. Todo eso permitirá crear una diferenciación y un posicionamiento capaces de atraer clientes rentables.

1.2.1.1.2. Estrategias generales del Marketing.

 **Estrategias del mercado:** La estrategia puede diseñarse sobre el estudio previo que se realizó para determinar el mercado al que apunta la oferta turística.

La estrategia puede apuntar a un nuevo mercado o a centrarse en un mercado de gran potencial.

- **Estrategias competitivas:** Cuando la competencia es fuerte, habrá que diseñar estrategias que diferencien el producto ofrecido del producto de los competidores. O se puede realizar una promoción especial cuando irrumpen en el mercado un competidor importante. En este caso, ¿Cuáles serían los elementos diferenciadores, turísticamente hablando, de la comunidad Dos Mangas, en la provincia de Santa Elena? ¿Qué puede ofrecer la comuna de Dos Mangas que no puedan hacerlo sus competidores?
- **Estrategias del producto:** La estrategia de producto apunta a resaltar el producto como fuente de atracción. ¿Qué productos turísticos ofrece la comuna Dos Mangas? ¿Qué áreas naturales son especialmente atractivas en la comunidad? ¿Qué otros elementos pueden resaltar las ventas del producto, aparte de la belleza natural? ¿Hospedaje? ¿Alimentos? ¿Artesanías? (Águeda, 2008)
- **Estrategias de posicionamiento.** Cuando se habla de marketing estratégico y marketing operativo, se puede ver que la segmentación de mercado, tiene que ver con el posicionamiento, que es una herramienta para todo territorio que desee desarrollarse como destino turístico, con el fin de que el lugar se posicione en la mente de los visitantes o turistas.

Kotler (2000) establece que

“el posicionamiento es el lugar que un producto o servicio ocupa en la mente de los clientes; sin embargo, el autor señala que existe una diferencia entre posicionamiento y ventaja competitiva, ya que ésta última hace referencia a una fortaleza de la empresa en relación con un aspecto muy valorado por el cliente, mientras que la posición del producto es la percepción que el cliente tiene del producto. Entonces se estaría manifestando que al posicionar un destino turístico se puede

desarrollar ventajas competitivas como diferenciación de la competencia.”

Asimismo Lanquar (2006) resalta que “el posicionamiento es el resultado de la comunicación en cuanto a la percepción de un producto o marca.”

De esta definición se evidencia que los turistas no pueden evaluar o reevaluar todos los destinos turísticos cada vez que pretenden seleccionar alguno para visitarlo; es decir, para visitar el país, la región, o un atractivo turístico en concreto, organizan los destinos en diferentes categorías y percepciones, por lo tanto “posicionan” los destinos y la marca de destino que lo representa, en caso de tenerla, de ahí la importancia que ha resultado en los últimos años para muchos destinos turísticos en crear la “marca destino”, o “logo publicitario” que identifique su potencial y calidad turística.

“Es así que la visión del Plan Estratégico de Ecuador está orientado a un turismo interno y un turismo internacional; cuyo propósito es aumentar el número de turistas nacionales por año y los movimientos de visitantes de fines de semana, feriados, y vacaciones de los ecuatorianos; incentivar el gasto turístico y prolongar la estadía por visitante interno.”(Plan Integral del de Marketing Turístico para el turismo interno de Ecuador, 2014)

Santesmases, (2005) coincide con Kotler e indica que: “Posicionamiento se refiere al lugar que ocupa un “producto o marca” en función de las percepciones de los consumidores, con relación a otros productos o marcas competitivas o a un producto ideal”.

Este autor hace referencia a que el posicionamiento es lo que se hace con la mente de los clientes; o sea, como se ubica el producto en la mente de éstos, apuntando que el enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; re-vincular las conexiones que ya existen.

Santesmases (2005), distinguen cuatro etapas en el posicionamiento:

- 1) Determinación de la situación actual respecto a los competidores.

- 2) Decisión sobre la posición deseada.
- 3) Plan para alcanzar la posición deseada.
- 4) Estrategia de ejecución del plan.

Asimismo Valls (2006) “relaciona el posicionamiento con los destinos turísticos y señala que pueden seleccionarse varias estrategias con la idea y la meta de lograr ese posicionamiento. Dichas estrategias se desarrollan a continuación:”

- 1) Posicionamiento por ventaja existente: los destinos turísticos que tienen una ventaja exclusiva pueden posicionarse con base en la misma.
- 2) Posicionamiento por situación: algunos destinos pueden aprovechar su situación geográfica para captar turistas.
- 3) Posicionamiento por precio: determinados destinos pueden concretar su esfuerzo de posicionamiento en el mercado ofreciendo precios muy ajustados o relacionados calidad-precio.
- 4) Posicionamiento por el tipo de destino y tipo de turista al que va dirigido: el destino turístico puede posicionarse como de gama alta, media o baja; y dirigirse a tipos de turistas específicos: turistas de tipo familiar, solteros, turistas de negocios, aventureros, de sol y playa, etc.
- 5) Posicionamiento según la posición en el ciclo de vida: el ciclo de vida puede ser un buen indicativo para seleccionar el posicionamiento pues indica una serie de características en la que se sitúa cada destino.

Los destinos maduros, por ejemplo, poseen cualidades como la capacidad de alojamiento y las relaciones establecidas que puedan ayudarle a diferenciar al resto de destinos que no posean estas características como el de la comunidad de Dos

Mangas, que es un territorio que tiene una incipiente estructura turística y deben de ser estudiadas para posicionarse en el mercado.

Estrategias de promoción y publicidad: “Las promociones se realizan para cubrir necesidades concretas en un periodo de tiempo limitado. Las estrategias de promoción en esta parte del Plan de Marketing fijarán las áreas relevantes a considerar posteriormente en él.” (Cabarcos , 2006)

Una campaña bien coordinada de promoción deberá combinar la publicidad y la venta. Cada método de promoción deberá ser motivo de decisiones estratégicas. Además, se ajustarán las estrategias promocionales a medida que el producto pase de las primeras etapas a las etapas finales en su ciclo de vida. Se adoptan decisiones estratégicas sobre cada método de promoción

FIGURA No 3 Estrategias De Marketing



Fuente: Stanton/Etzel/Walter, “Fundamentos de Marketing” (año 2006)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La promoción puede ser sustituida por una campaña publicitaria, aunque también una promoción puede ser concebida para que genere publicidad.

1.2.1.2. Marketing Estratégico en Destinos Turísticos

Para Bigné (2005), “el marketing estratégico en destinos turísticos, es un análisis sistemático y permanente de las necesidades de los turistas y la comunidad local, así como una reflexión sobre la situación actual del mismo, el análisis de la evolución de sus mercados e identificación de los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales, con el objeto de detectar oportunidades y amenazas.”

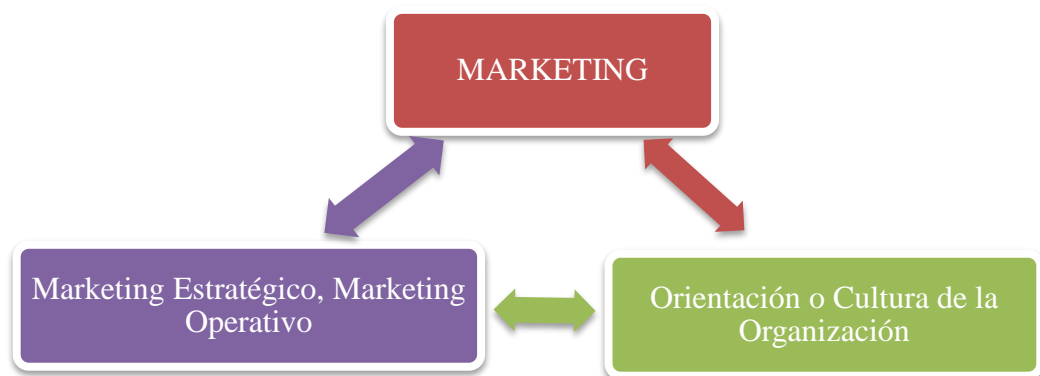
Kotler (2000), señala que el marketing estratégico orientado a destinos turísticos consiste en detectar las necesidades del consumidor y/o comprador (turista), ya que es el proceso adoptado por una organización que tiene una orientación mercado y cuyo objetivo consiste en un rendimiento económico más elevado que el del mercado, a través de una política continua de creación de productos y servicios que aportan a los usuarios un valor superior al de las ofertas de la competencia.

Estos dos autores orientan el marketing estratégico a la satisfacción de las necesidades de la demanda turística y de la comunidad receptora, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado. Kotler aclara que debe haber acciones dirigidas al desarrollo de nuevos productos que ya existen en el lugar.

1.2.1.2.1. Marketing Operativo

“El marketing operativo está enfocado al diseño y ejecución del plan de marketing, es decir, centrado en la realización de la estrategia previamente planeada, por lo tanto el marketing operativo viene a hacer una combinación de los diferentes recursos e instrumentos comerciales de los que dispone la organización para alcanzar sus objetivos.” (Bigné, 2005)

FIGURA No 4 Dimensiones Del Marketing



Fuente:(Bigné, 2005)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

El marketing operativo se apoya en los programas de distribución, de precio, de venta y comunicación, cuyo objetivo es hacerse conocer dirigiéndose a un público objetivo elegido, haciéndole valorar las cualidades distintivas y el posicionamiento reivindicado por el destino, para obtener cuotas de mercado a corto y medio plazo.

1.3. EL TURISMO Y ECOTURISMO

Para comprender lo que implica el ecoturismo es necesario enfocar los conceptos básicos del turismo, esto orientará de mejor forma los componentes y agentes de la actividad.

1.3.1.1. Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora.

Por lo tanto el turismo consiste en el desplazamiento realizado en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrece a la sociedad.(Andrade, 2005)

1.3.1.2. Turista

El turista por lo general no tiene particularidades especiales, cada uno se siente atraído por recursos o atractivos específicos, los cuales se encuentran en diferentes zonas geográficas y que cumplen características que pueden ser motivaciones de los turistas o visitantes.

Las personas que se desplazan a un lugar determinado, fuera de su territorio, pero que no va por trabajo, se lo puede calificar de turistas. (Antón, 2005)

1.3.1.3. Tipos de turismo

Existen algunas clases de turismo, esto está dado por la motivación y por las actividades que pueden realizar durante la pernoctación en la comunidad o en un territorio determinado.

Según Ascanio (2007) existen los siguientes tipos de turismo:

- Motivación por compras: Los visitantes efectúan compras
- Motivación cultural: Se destaca el patrimonio de una comunidad, ya sea tangible e intangible
- De naturaleza: Se aprovecha de los recursos naturales
- Educativo: Adquirir conocimientos en el viaje.
- Gastronomía: Se refiere a la comida típica
- El agroturismo: Actividades que tiene que ver con el agro
- El de aventura: están en este grupo los mochileros

1.3.1.4. El ecoturismo

Es importante planificar el ecoturismo, con el objeto que los recursos se conserven de manera sostenible

En estudios sobre el Ecoturismo Impacto, Tendencias y Posibilidades, se señala que:

Cuando el ecoturismo responde a una planificación bien elaborada usualmente ha sido precedido por un Plan Nacional de Desarrollo del Turismo orientado a la explotación turística racional del entorno natural y socioeconómico del país. (Stephen & Neil, 2005)

Bajo este enfoque hay que tomar en cuenta los siguientes elementos fundamentales cuando se aspira a planear adecuadamente el ecoturismo:

- a) Los atractivos y actividades turísticas.
- b) El alojamiento
- c) El transporte y otras instalaciones/servicios turísticos.
- d) Otras infraestructuras
- e) Elementos institucionales

Sin un sentido claro de la visión, de los objetivos y de los motivos que generan su conceptualización, el plan de desarrollo del ecoturismo será ineficaz. Son estos los fundamentos del plan general y del plan estratégico que permitirán el éxito del propósito fundamental de desarrollar el ecoturismo, en este caso en la comunidad Dos Mangas de la provincia de Santa Elena.

Con tales fundamentos, la ejecución práctica de la estrategia permitirá coordinar la ejecución de los programas de cobertura ambiental, social y económica del Plan General, sobre todo cuando tal ejecución está debidamente financiada.

1.3.2. Directrices de la planificación para el ecoturismo.

El ecoturismo es, cada vez más, parte integral del turismo y, como tal, puede surtir el impacto socio-económico nacional que es propio a ese sector. El ecoturismo incrementa la producción de bienes y servicios, y ayuda a generar empleos e ingresos.

Las directrices de la planificación para el ecoturismo es la siguiente:

- a. Estimular a los responsables de cada comunidad local así como a los distintos estamentos que se ocupan de las cuestiones medioambientales y del turismo para que trabajen juntos en busca de una meta común.
- b.
- c. El éxito del ecoturismo depende de la conservación de la naturaleza, muchos parques están amenazados y resulta vital que todos aquellos que trabajan en el ámbito del ecoturismo se den cuenta de que los recursos naturales que se mantienen intactos constituyen los cimientos de esta actividad.
- d. Los enclaves del ecoturismo necesitan ingresos para su protección y mantenimiento, gran parte de los cuales deben provenir de lo que se paga por acceder a ellos así como la venta de productos promocionales. A los ecoturistas también les gusta disponer de tiendas de regalos, servicios de alimentación e instalaciones de alojamiento y ya saben que habrán de pagar para disfrutar de todo eso
- e. Los ecoturistas son un público valioso en lo que respecta a la educación medioambiental. Muchos parques desaprovechan las oportunidades de ofrecer programas de profundización en el conocimiento del medio ambiente. Tanto si se trata de turistas de naturaleza “antiguos” como visitantes “nuevos” con la ayuda de folletos informativos, exposiciones y guías se podrá conseguir que todos estos visitantes aprecien más el valor de la zona en la que se encuentran.

- f. El ecoturismo va a resultar beneficioso para el desarrollo rural siempre y cuando se involucre a los residentes de la zona en el proceso de planificación.
- g. Están apareciendo oportunidades para que se establezcan nuevas relaciones entre los conservacionistas y los operadores turísticos. Tradicionalmente no ha existido un clima de colaboración entre estas dos entidades; a medida que aumenta el número de turistas que visitan los parques y las reservas naturales, los operadores turísticos tienen la oportunidad de implicarse más activamente en la conservación de estas zonas.

1.3.3. El Ecoturismo como producto turístico.

“Cuando aludimos al marketing del ecoturismo nos referimos al desarrollo y la producción de productos turísticos ecológicamente sostenibles, ofrecidos a precios apropiados y sujetos a estrategias de promoción y distribución (cuando la estrategia en éste último caso incluya productos tangibles), que causen el mínimo impacto sobre los entornos culturales y naturales.”(Drumm & Moore, 2005)

Se trata de desarrollar y presentar productos/servicios que respondan a las necesidades y los requerimientos de los clientes, a precios razonables, de modo que tales productos sean promocionados y distribuidos eficazmente.

Cuando cierto producto o servicio es motivo de demanda de los consumidores, el suministro y la comercialización será asumido por empresas interesadas en obtener utilidades, en este caso agencias de turismo, hotelería, transporte y los propios habitantes de la comunidad de Dos Mangas.

1.3.4. Beneficios e importancia del Ecoturismo

El desarrollo del ecoturismo es de interés de la comunidad de Dos Mangas, como es de interés de toda la región.

El ecoturismo:

- a) Proporciona empleos e ingresos a la población local.
- b) Hace posibles fondos para comprar y mejorar áreas naturales o protegidas para atraer a más ecoturistas en el futuro.
- c) Proporciona educación ambiental a los visitantes.
- d) Alienta la preservación y el enriquecimiento ambiental y del patrimonio cultural (la creación de nuevos parques nacionales y estatales o su expansión, reservas forestales, reservas de la biosfera, áreas de recreación, playas, vías marinas y submarinas y atracciones). (W, Mc.Intosh, Charles, & Gueldner, 2006)

1.3.5. Fortalezas del Ecoturismo

Será necesario definir qué grupo de usuarios estará interesado en el ecoturismo de la comuna Dos Mangas, para lo cual será fundamental una segmentación efectiva del mercado, de modo que la validez y la legitimidad de la experiencia turística quede garantizada.

Para ello habrá que obtener datos estadísticos precisos y elaborar un perfil demográfico y psicográfico que permita relacionar la oferta turística con las necesidades del usuario.

1.3.6 Oportunidades del Ecoturismo

El ecoturismo puede ser una gran oportunidad para el desarrollo de la comunidad de Dos Mangas. La población puede asumir actividades de transporte, guías turísticos, suministro de albergue, artesanías y otro tipo de empleos.

La figura numero 5 muestra las oportunidades que brinda el ecoturismo como una educación ambiental, intercambio cultural, conciencia de los habitantes, generación de ingresos, justificación del área protegida y empleos.

FIGURA No 5 EL Ecoturismo Como Una Oportunidad



Fuente: Stephen & Neil, (2005)

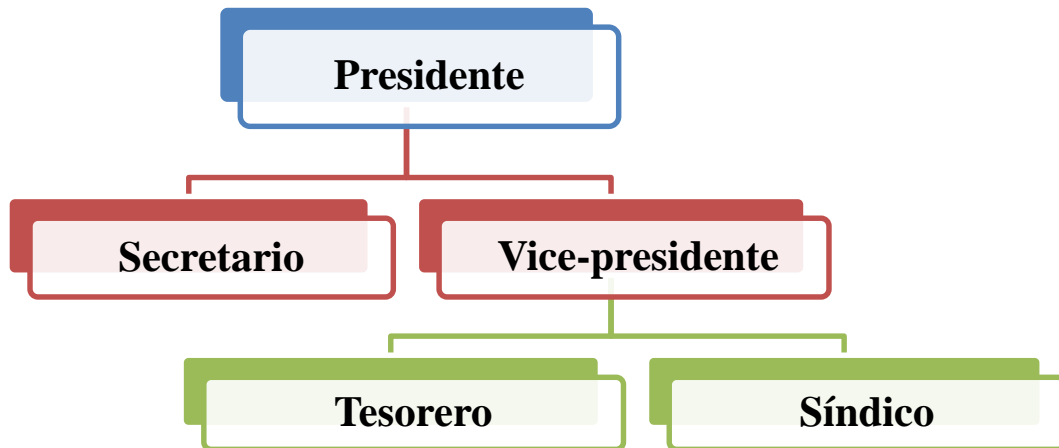
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Los ingresos que estas actividades generan causan a su vez un círculo virtuoso cuando son gastados dentro de la comunidad, dando lugar a la creación de nuevas actividades empresariales y productivas que benefician a todos.

La organización de la comuna de Dos Mangas está estructurada de la siguiente manera:

- ✓ Directiva comunal que la conforman: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Síndico.
- ✓ Comisión de cuidadores de bosques,
- ✓ Comisión de fiestas
- ✓ Comisión de ayuda
- ✓ Comisión de guías nativos

FIGURA No 6 Organigrama Funcional



Fuente: Directiva comunal de Dos Mangas
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Las comisiones están encargadas de proteger los bosques, los mismos que cuentan con guías nativos, que conocen de la flora y fauna que existe en el sector.

FIGURA No 7 Comisiones



Fuente: Directiva comunal de Dos Mangas
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Además la comuna cuenta con una Asociación de Mujeres Artesanas - AMADOM, que tiene apoyo para emprender en actividades productivas de organismos internacionales.

1.3.7. Fundamentación legal

El estudio se fundamenta en los principios y cimientos legales del ecoturismo, con el fin de diseñar un plan estratégico de marketing turístico para la comunidad de Dos Mangas, que posee recursos naturales como cascadas, lagunas y bosque protector.

La Constitución responde a la necesidad de cambio de la sociedad ecuatoriana, de un “renacimiento colectivo”. Desde el punto de vista del Derecho Ambiental, la Constitución tiene avances significativos, se establece en la Constitución que el Estado garantizará “un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución, y control de toda actividad que genere impactos ambientales”. Art 395

1.3.7.1. Reglamento General de Actividades Turísticas

Este reglamento establece que las comunidades que estén debidamente organizadas, estarán en capacidades de brindar servicios turísticos, deberá constar la petición para realizar actividades turísticas; reunirse y acordar en una asamblea cuya acta debe de estar firmada por los asistentes y certificada, se obtendrá la licencia y la autorización correspondiente a su funcionamiento.

1.3.7.2. Plan nacional del Buen Vivir

El Buen Vivir establece la consecución de vivir en armonía con la naturaleza, responde a las necesidades de los turistas y de las comunidades anfitrionas, está enfocado a la gestión de los recursos de manera que satisfagan las necesidades tanto económicas, sociales, culturales y ambientales. Orienta a las intervenciones de las

instituciones públicas en las comunidades para mejorar el nivel de vida de sus habitantes; propicia la equidad social, apoya a los programas y proyectos de desarrollo de la población. Orienta a la promoción del desarrollo sustentable, enfocado al desarrollo ecoturístico.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el este capítulo se presenta el tipo de investigación que se llevó a cabo, la población y muestra del trabajo, así como también la lista de las actividades con los diferentes instrumentos que se utilizaron para recolectar la información.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se fundamenta en un estudio no experimental, de campo, descriptivo, que generó la información para desarrollar el trabajo; se basó en datos obtenidos por indagación de las condiciones actuales que permitieron la realización de una evaluación objetiva bajo una serie de criterios. Se observaron las situaciones existentes y en su contexto natural; así como de la información suministrada para luego realizar el análisis de estas.

De campo, porque se obtuvo información de las personas indicadas y se recogió la información en su ambiente natural. Y descriptivo, porque a través de él se pudo describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de la comunidad de Dos Mangas, parroquia Manglaralto.

Evaluativa, debido a que surge de la necesidad de diagnosticar el estado actual en el que se encuentra la actividad turística de Dos Mangas para establecer las medidas correctivas necesarias, de esta forma lograr captar mayor demanda de manera sostenible, creando fuentes de trabajo e ingresos económicos para la población sin afectar el medio ambiente. Aplicado, ya que después de analizar cada una de las actividades, se diseñaron procedimientos necesarios para la ejecución detallada, dentro de los parámetros establecidos.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En este estudio se empleó el nivel descriptivo, con el fin de relacionar las variables “Plan estratégico de marketing turístico” y “desarrollo del ecoturismo”, para lo cual se midieron cada una de ellas de manera independiente con el fin de explicar la problemática que afecta a la comunidad, reflejándola dentro de un ambiente natural sin realizar cambios. La descripción se realizó con información primaria y secundaria

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el Nivel

Investigación Descriptiva: El estudio fue descriptivo, con el fin de determinar el grado de la relación existente entre las variables, con el fin de comprobar la hipótesis planteada.

Por el lugar

Documental – Bibliográfica: El tipo de la investigación se enmarca en la investigación bibliográfica, donde se recapitula la elaboración de un plan estratégico de marketing turístico para la comunidad de Dos Manga; fundamentando dicha elaboración en contribuciones científicas, las mismas que se obtuvieron de libros, documentos, revistas, basados en planeación estratégica, plan de marketing, estrategias, el ecoturismo: Los beneficios e importancia; los mismos que ayudaron a fundamentar teóricamente el estudio.

Por la Dimensión

Investigación de Campo: Se aplicó la investigación de campo, con el fin de recolectar información sistemática sobre el problema existente, siendo parte del

cambio a generar, adecuándose a lo que la comunidad de Dos Mangas requiere para su desarrollo turístico.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Método inductivo

Se empleó el Método Inductivo, se observaron las causas particulares para que prevalezca el problema, siendo estas la falta de proyectos orientado a la conservación de los recursos naturales en la comunidad de Dos Mangas, falta de capacitación de las personas involucradas en la actividad turística, falta de promoción y de infraestructura adecuada a su desarrollo.

Método Deductivo

Este método sigue un proceso reflexivo, sintético, analítico, es decir, parte del efecto y establece las posibles causas. Estas causas orientaron a descubrir cuál es la solución de la problemática, evidenciándose que la comuna de Dos Mangas no se comercializa como un producto turístico capaz de captar una demanda sostenida en la que se posicione en el mercado con su mayor fortaleza, como es el ecoturismo.

2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se emplearon dos técnicas para la obtención de información y datos relevantes que permitieron la realización del informe, las técnicas fueron: La encuesta y la entrevista.

La encuesta.

Es una técnica que sirvió para recolectar información. La encuesta cubrió a los habitantes de Dos Mangas y turistas. Sus indicadores fueron:

Encuesta realizada a la población

- Desarrollo del turismo en Dos Mangas
- Generación de ingresos económicos
- Proyectos de conservación de los recursos
- Potencial de recursos turísticos
- Desarrollo turístico
- Atractivos a ofertar
- Época en que se observa mayor afluencia de turistas
- Incremento de demanda turística en Dos Mangas
- Comunidad capacitada
- Promoción de Dos Mangas

Encuesta realizadas a los turistas

- Procedencia
- Ocupación
- Frecuencia de visita a Dos Mangas
- Motivo de visita a Dos Mangas
- Viaja acompañado o sólo
- Vías de acceso a Dos Mangas

Entrevista

Las entrevistas fueron dirigidas a la directiva de la comuna de Dos Mangas, los indicadores fueron:

¿Cree usted que los visitantes que llegan esta zona lo hacen únicamente por observar la flora y fauna de este lugar?

¿Cree usted que la comuna está recepcionando cada día más turistas?

¿Considera usted que es importante que la comuna cuente con un plan estratégico de marketing para promocionar sus recursos turísticos?

Guión de Entrevista

Las entrevistas fueron estructuradas considerando su categorización y de acuerdo a:

- El conocimiento que el entrevistador tenga del tema.
- La experiencia del entrevistado.
- Número de entrevistas que se requiere hacer.
- Naturaleza de la información que se desea obtener

El Cuestionario

El cuestionario es una técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos.

Las preguntas del cuestionario fueron establecidas de esta manera:

Preguntas cerradas bi-opcionales y poli opcionales:

- Cerradas Bi-opcionales: Posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta.
- Cerradas Poli-opcionales: Se propuso más de dos opciones de respuesta.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo es de 1000 habitantes con que cuenta la comuna de Dos Mangas y a los turistas que llegaron en el último feriado del mes de Octubre del año 2013.

CUADRO N° 3 Población

SEGMENTOS	CANTIDAD
Habitantes de Dos Mangas	1000
Turistas	400
Directiva del cabildo comunal	4
TOTAL	1400

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Fórmula para extraer la muestra de la población de Dos Mangas

Su fórmula es:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N-1) \left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{1000 (0,5 \cdot 0,5)}{1000 - 1 (0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{250}{(999) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{250}{0,874375}$$

$$n = 286$$

Lo que implica que la muestra probabilística sería de 286 habitantes

Fórmula para extraer la muestra de la población de los turistas

Su fórmula es:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N-1) \left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{400 (0,5 \cdot 0,5)}{400 - 1 (0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{100}{(399) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{100}{0,49935}$$

$$n = 200$$

Lo que implica que la muestra probabilística sería de 200 turistas.

CUADRO N° 4 Muestra

SEGMENTOS	POBLACIÓN	CANTIDAD
Habitantes de Dos Mangas	1000	286
Turistas	400	200
Directiva del cabildo comunal	4	4
TOTAL		480

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN

1. ¿Cree usted que la comuna se está desarrollando turísticamente?

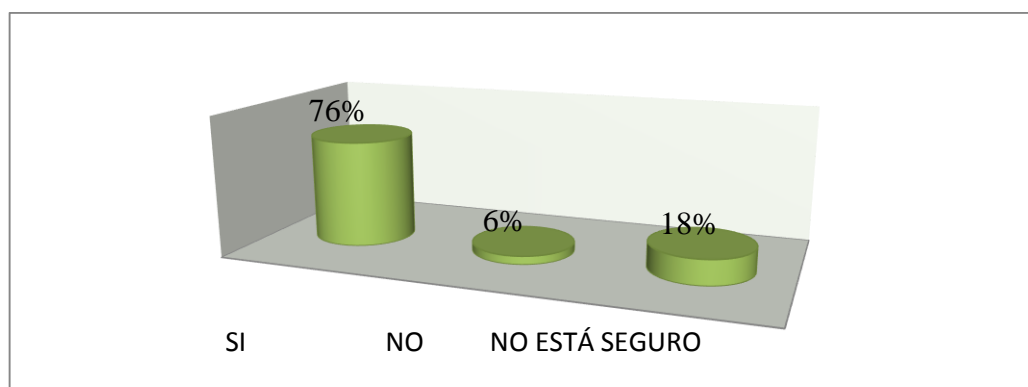
TABLA No1 Desarrollo Del Turismo

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	217	76%
	NO	18	6%
	NO ESTÁ SEGURO	51	18%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No1 Desarrollo Del Turismo



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: La población, percibe que hay un desarrollo del turismo en la comuna, así lo indicó el 76%, contra el 6% que no ve un progreso en la actividad turística. Es importante determinar cómo ve el turismo la comunidad, esto orienta a que la población trabaje y se esfuerce más para crear una oferta turística, que busque solución a la reducida fuente de trabajo y empleo que predomina en este sector.

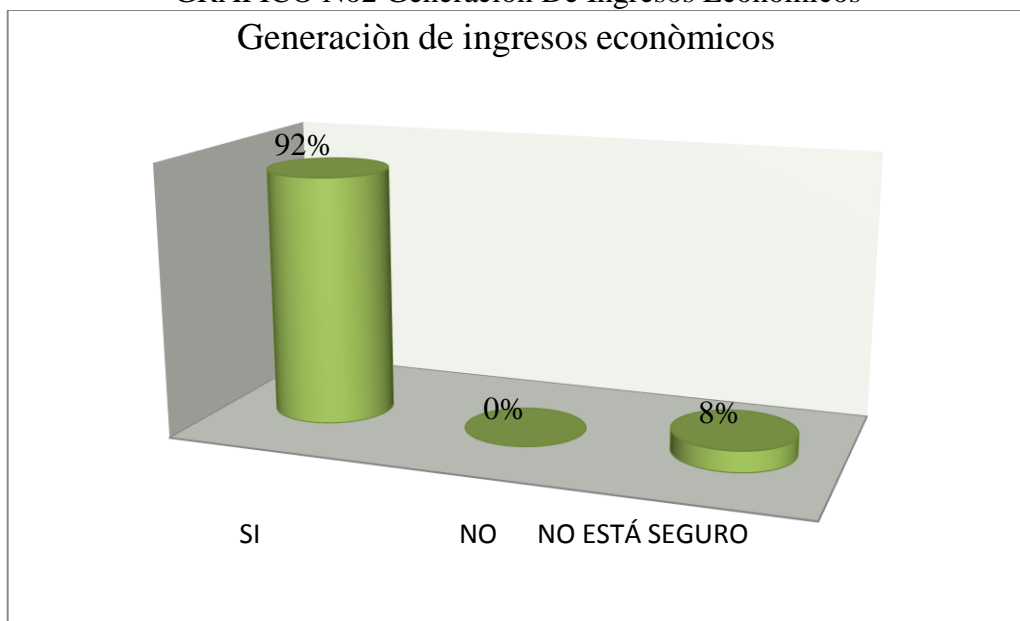
2. ¿Cree usted que la actividad turística crea beneficios económicos a la comunidad?

TABLA No2 Generación De Ingresos Económicos

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	SI	263	92%
	NO	0	0%
	NO ESTÁ SEGURO	23	8%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No2 Generación De Ingresos Económicos



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: El 92% de la población encuestada establece que el turismo es una oportunidad para el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes; un 8% considera que no está seguro. El turismo se convierte para Dos Mangas en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural; es una alternativa de desarrollo endógeno que cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental.

3. ¿Considera usted que se han desarrollado proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales y culturales en la comuna Dos Mangas?

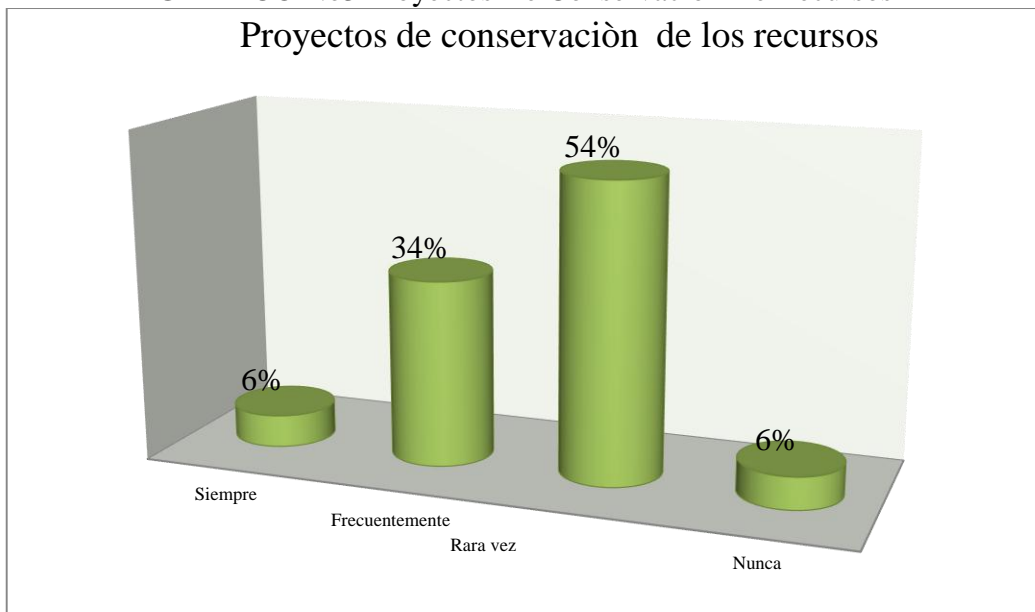
TABLA No3 Proyectos De Conservación De Recursos

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Siempre	17	6%
	Frecuentemente	98	34%
	Rara vez	154	54%
	Nunca	17	6%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No3 Proyectos De Conservación De Recursos



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis Se aprecia que el 54% de los encuestados manifiestan que rara vez se han desarrollado proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales, el 34% consideran que se han desarrollado proyectos frecuentemente. Se evidencia la necesidad de proponer proyectos que vayan en beneficio del desarrollo turístico de este sector, con el fin de que la comuna Dos Mangas se posicione como un producto turístico de esta zona.

4. ¿Cree usted que la comuna Dos Mangas cuenta con recursos turísticos potenciales para ofrecer a los turistas?

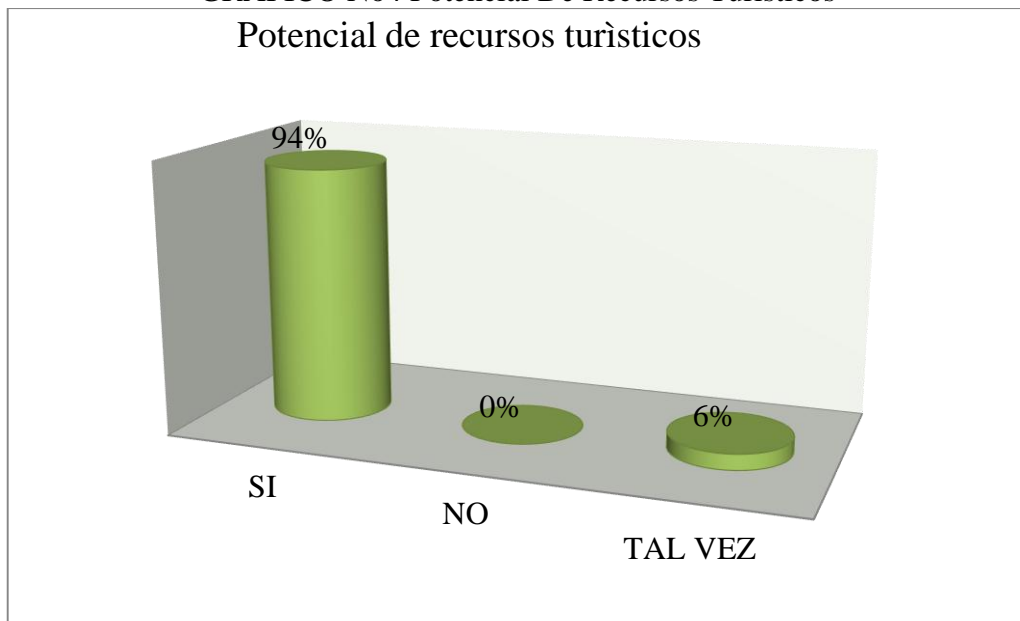
TABLA No4 Potencial De Recursos Turísticos

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	SI	269	94%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	17	6%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No4 Potencial De Recursos Turísticos



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Hay una clara conciencia comunitaria acerca del potencial de sus recursos turísticos. La comuna sabe que sus atractivos pueden generar el interés del segmento turístico que disfruta de la naturaleza. El ecoturismo es actualmente un importante filón de ingresos en varias zonas del país. La comuna Dos Mangas tiene un atractivo especial por sus recursos ecológicos que pueden ser eficazmente utilizados en el ámbito turístico.

5. ¿Está de acuerdo en que la comuna se desarrolle turísticamente?

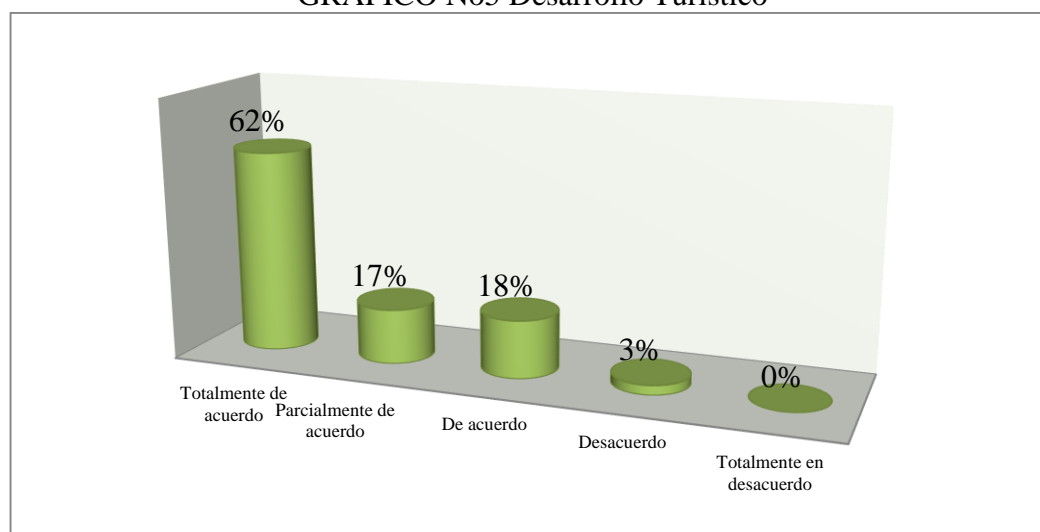
TABLA No5 Desarrollo Turístico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Totalmente de acuerdo	177	62%
	Parcialmente de acuerdo	49	17%
	De acuerdo	51	18%
	Desacuerdo	9	3%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No5 Desarrollo Turístico



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Una gran mayoría de la población (62%) admite la importancia del desarrollo turístico porque obviamente sabe que el turista llega a gastar y a movilizar la economía comunitaria. Este consenso mayoritario es un activo psicológico que puede facilitar un desarrollo más planificado y sistemático del turismo en la comuna de Dos Mangas y puede viabilizar el involucramiento de la población en la ejecución de un plan estratégico que apunte a ese objetivo.

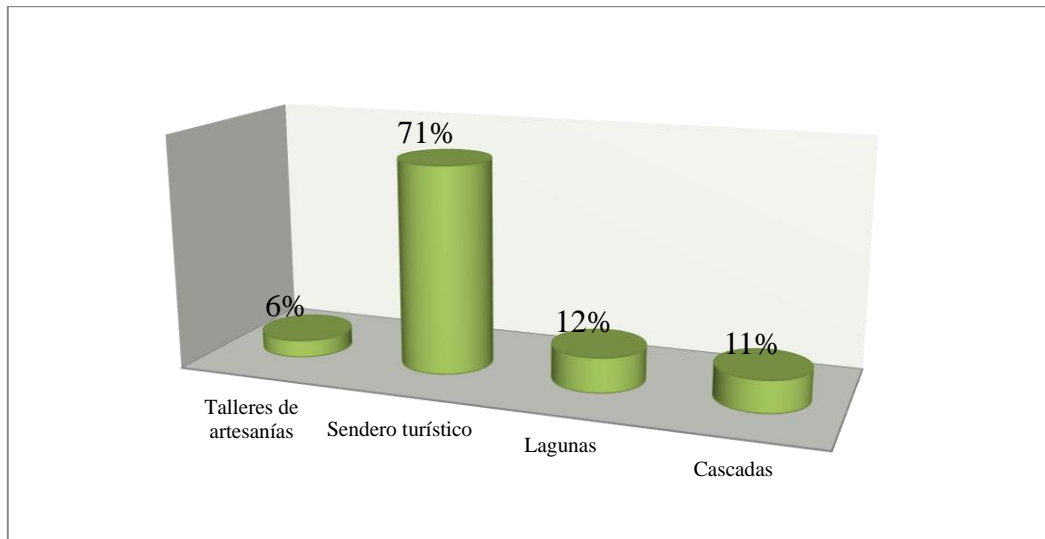
6. Indique cuáles son los atractivos que la comuna Dos Mangas puede ofrecer a los turistas

TABLA No6 Atractivos A Ofertar

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Talleres de artesanías	14	6%
	Sendero turístico	192	71%
	Lagunas	46	12%
	Cascadas	34	11%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No6 Atractivos A Ofertar



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: La población de Dos Mangas está consciente de los atractivos turísticos naturales que ofrece la comuna. Sabe que para el turista un paseo por los senderos comunales puede ser una experiencia gratificante, destinada a consistir en el disfrute experimental del bosque protector de la cascada o de la laguna, elementos interesantes de atracción turística de Dos Mangas. Si existe esta conciencia, lo menos que habría que pedir a los gestores del turismo es una adecuada señalización peatonal en los senderos por los cuales transita el turista.

7. ¿En qué época del año observa usted mayor afluencia de turista?

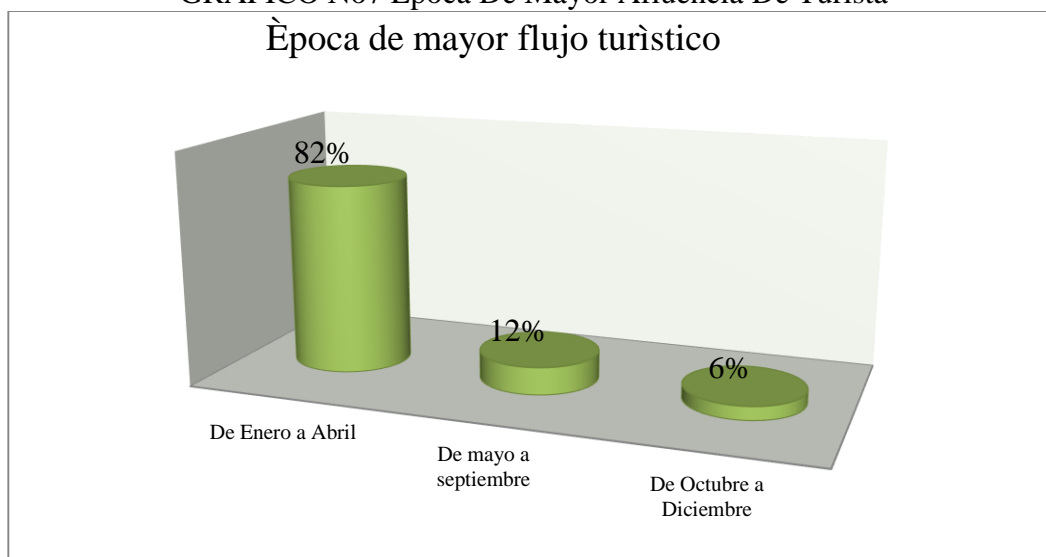
TABLA No7 Época De Mayor Afluencia De Turista

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	De Enero a Abril	235	82%
	De Mayo a Septiembre	34	12%
	De Octubre a Diciembre	17	6%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No7 Época De Mayor Afluencia De Turista



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Las respuestas revelan que el turismo hacia Dos Mangas fluye todo el año, pero tiene un componente mayoritario de índole estacional entre enero y abril, lapso que coincide con las vacaciones escolares en la Costa y especialmente en la provincia del Guayas, origen de la mayor afluencia turística. La promoción turística de Dos Mangas debería ser complementada, por lo tanto, con un buen sistema de señalización de acceso e información precisa sobre el punto en el que la comuna está situada dentro de la península, pues si bien el turista sabe cómo llegar fácilmente a Santa Elena, no tiene siempre claro cuál es la ubicación exacta de sus diferentes poblaciones.

8. ¿Cuál cree usted que ha sido el aumento de demanda turística en la comuna Dos Mangas?

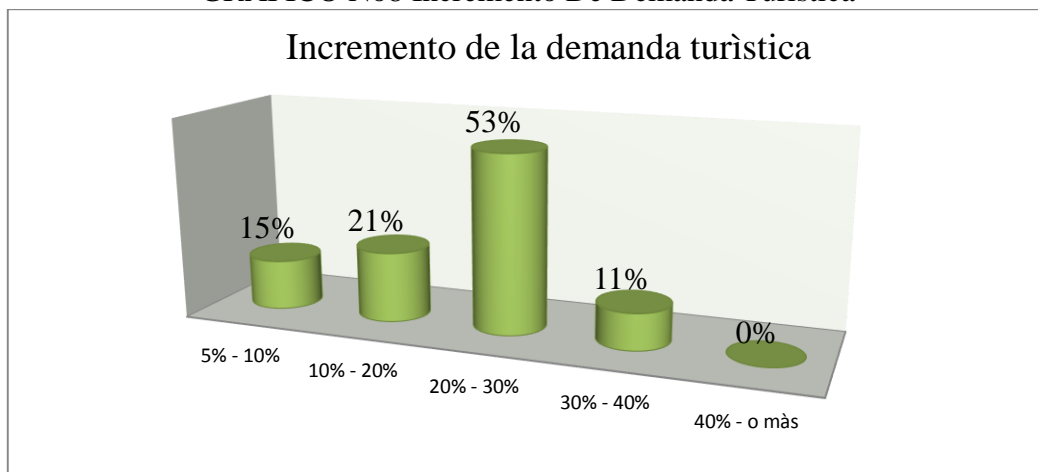
TABLA No8 Incremento De Demanda Turística

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	5% - 10%	43	15%
	10% - 20%	60	21%
	20% - 30%	152	53%
	30% - 40%	31	11%
	40% - o más	0	0%
	TOTAL		286

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No8 Incremento De Demanda Turística



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Más del 50% de las personas encuestadas calcula un incremento de entre el 20% y el 30% en el flujo turístico hacia Dos Mangas durante la temporada de enero a abril. Es una cifra que podría incrementarse si los gestores del turismo realizan una adecuada promoción de los atractivos turísticos alternativos de Dos Mangas, orientados especialmente al disfrute de la naturaleza, pues las personas que acuden a la península durante la temporada suelen buscar opciones no playeras para salir de la rutina. Como ya se ha dicho, una adecuada señalización de carretera y señalización peatonal en los senderos puede contribuir a incrementar el flujo turístico.

9. ¿Cree usted que la comunidad está capacitada para brindar un buen servicio a los turistas?

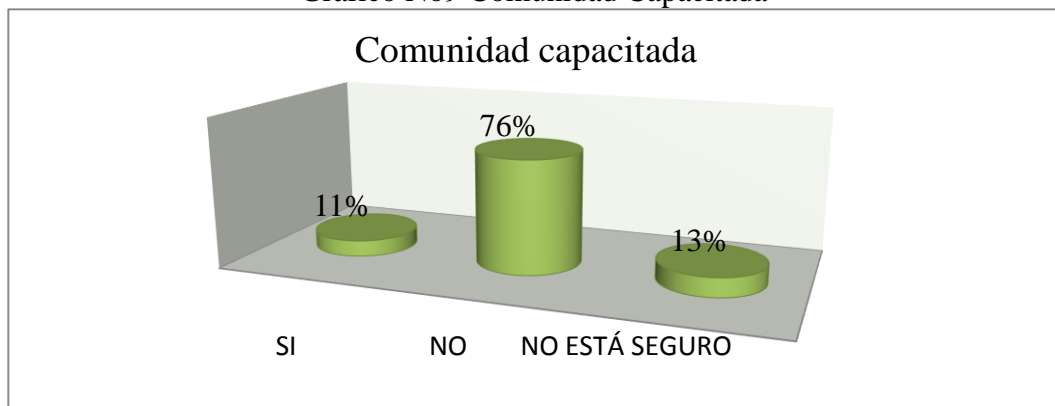
TABLA No9 Comunidad Capacitada

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	SI	32	11%
	NO	217	76%
	NO ESTÁ SEGURO	37	13%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Gráfico No9 Comunidad Capacitada



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: El reconocimiento mayoritario de que la comunidad no está capacitada para brindar un buen servicio al turista constituye un desafío para las autoridades comunales, exista o no un plan estratégico de desarrollo turístico en la comuna Dos Mangas. Es bueno que la comunidad consultada admita esta deficiencia porque puede facilitar la aceptación poblacional de programas de educación y capacitación sobre cómo deben brindarse con eficacia los servicios turísticos, las conductas que debe adoptar la población frente al turista y como colaborar con el turista para que su estadía en la comuna Dos Mangas y sus alrededores sea placentera. Tal desafío debería ser asumido por las autoridades comunales, con la colaboración de las autoridades municipales.

10. ¿Cree usted que se está llevando adecuadamente la promoción de Dos Mangas?

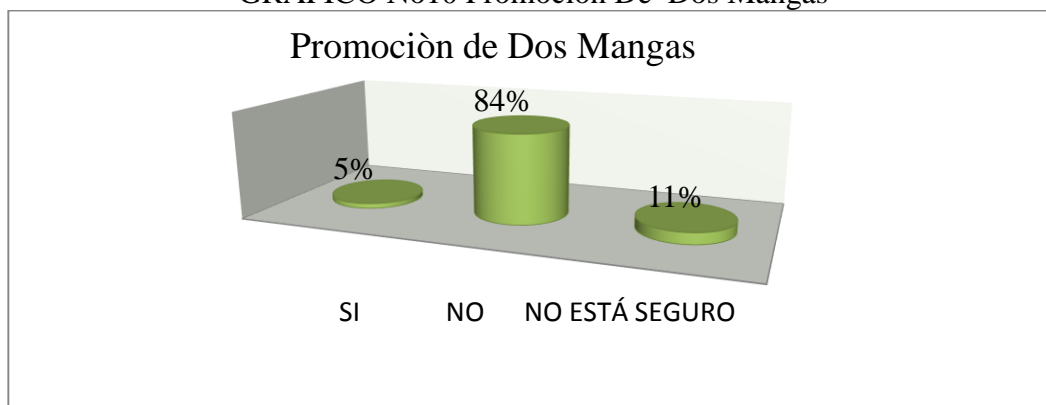
TABLA No10 Promoción De Dos Mangas

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	SI	14	5%
	NO	240	84%
	NO ESTÁ SEGURO	31	11%
	TOTAL	286	100%

Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No10 Promoción De Dos Mangas



Fuente: Encuesta a pobladores de Dos Mangas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: La mayoría admite que no hay una adecuada promoción de los atractivos turísticos de la comuna Dos Mangas. Es una lástima porque los encantos naturales de esta comuna, sobre todo si se construye algún tipo de infraestructura receptiva en la cascada y la laguna, pueden ser una alternativa interesante para los turistas que quieren salir de la rutina de la playa, especialmente aquellos turistas que permanecen en Santa Elena durante la temporada escolar de vacaciones. Es imposible que el turismo crezca sin una adecuada promoción, algo que deberá ser considerado como parte de un plan estratégico de desarrollo del turismo.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS TURISTAS

11. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

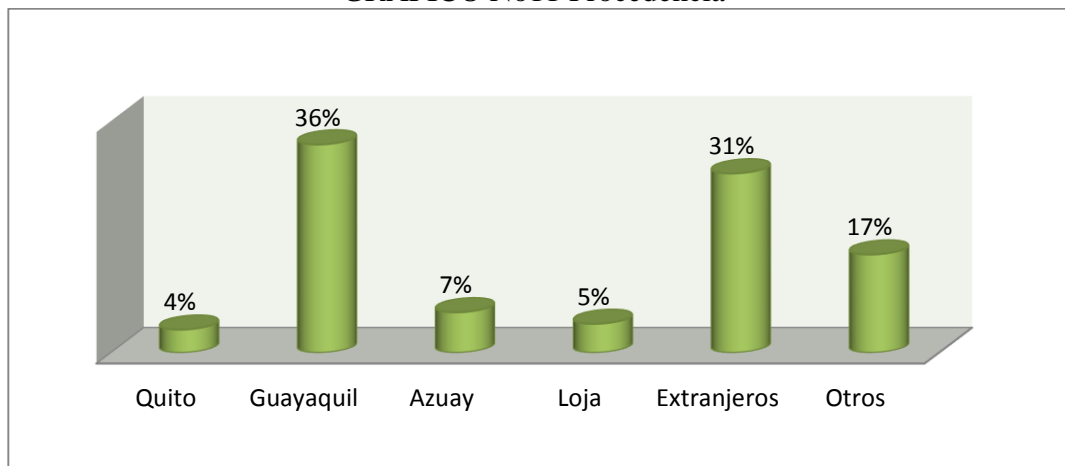
TABLA No11 Procedencia

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Quito	8	4%
	Guayaquil	72	36%
	Azuay	14	7%
	Loja	10	5%
	Extranjeros	62	31%
	Otros	34	17%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No11 Procedencia



Fuente: Encuesta a turistas (2013)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Es interesante que exista una equivalencia en la procedencia turística a la comuna Dos Mangas desde Guayaquil y el extranjero, tal como lo revelan los dos mayores porcentajes. El hecho de que muchos turistas opten por los atractivos naturales otorga en este sentido una ventaja competitiva a la comuna cuya oferta turística incluye el Bosque protector, la cascada, la laguna y los senderos a través de los cuales el turista puede experimentar los atractivos de estos parajes únicos en la península de Santa Elena.

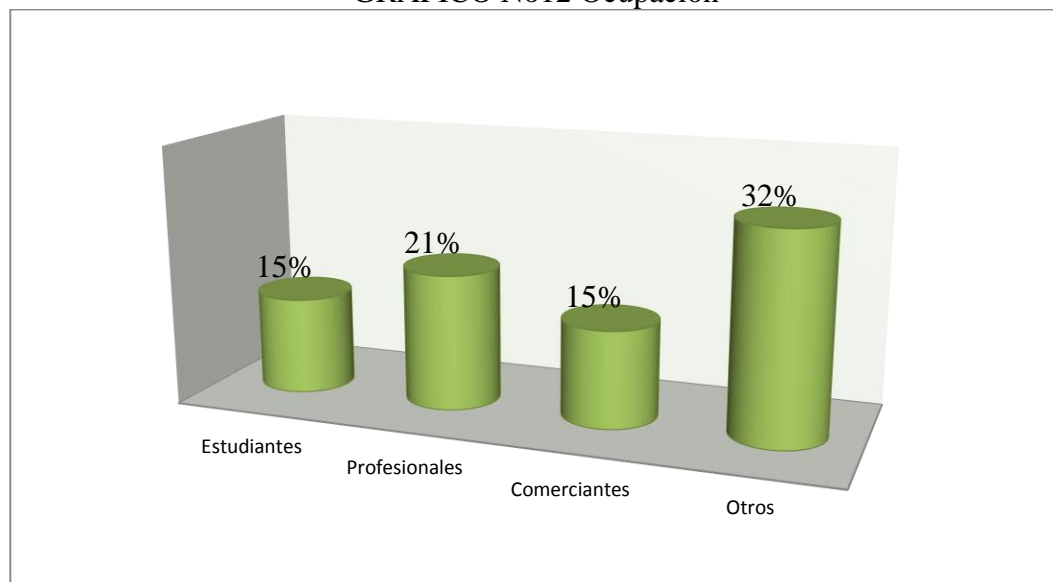
12. ¿Cuál es la ocupación que usted tiene?

TABLA No12 Ocupación

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Estudiantes	64	15%
	Profesionales	42	21%
	Comerciantes	30	15%
	Otros	64	32%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No12 Ocupación



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Por actividad ocupacional, los estudiantes ocupan el último lugar entre los turistas que visitan la comuna Dos Mangas, lo cual resulta obvio dadas las preferencias de la juventud. Pero la encuesta revela que hay una amplia diversidad en las características ocupacionales de los turistas. Sin embargo, para efectos de promoción turística de la comuna Dos Mangas, debería apuntarse a segmentos que puedan estar interesados en la naturaleza, como son los adultos mayores que se movilizan con sus familias dentro de la provincia en busca de atractivos turísticos.

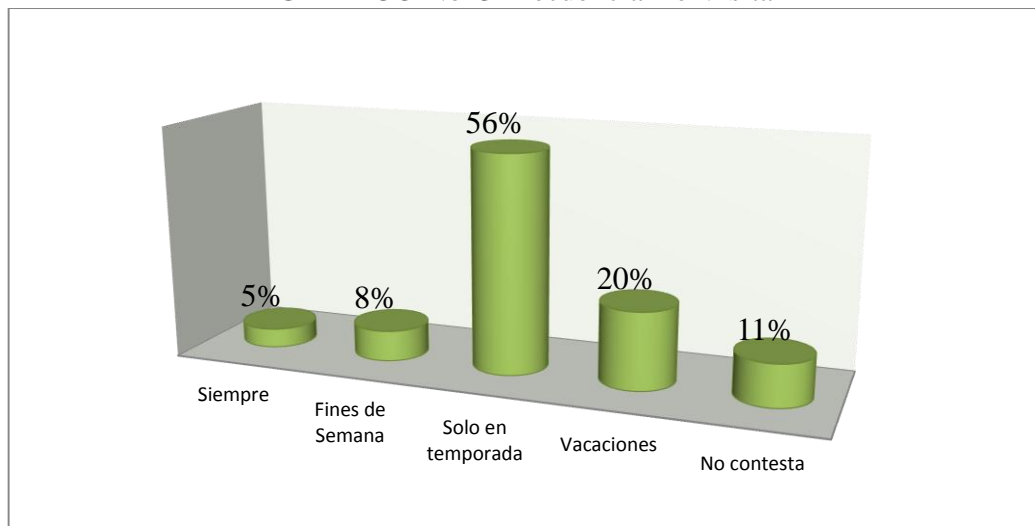
13. ¿Con qué frecuencia visita la comuna Dos Mangas?

TABLA No13 Frecuencia De Visita

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	Siempre	10	5%
	Fines de Semana	16	8%
	Solo en temporada	112	56%
	Vacaciones	40	20%
	No contesta	22	11%
	TOTAL		200

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No13 Frecuencia De Visita



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Las respuestas confirman que el turismo que fluye hacia la comuna Dos Mangas tiene un componente mayoritariamente estacional, vinculado a la época de vacaciones escolares en la provincia del Guayas y en menor medida en el resto de la Costa. Una buena promoción en la Sierra podría colocar en el foco de la atención turística a la comuna Dos Mangas durante las vacaciones escolares en esa región, desde la cual fluye también un buen porcentaje de turismo estacional hacia la península. Cabría además solicitar la colaboración de la Embajada del Ecuador en Colombia para que promueva en ese país los atractivos turísticos naturales de la comuna.

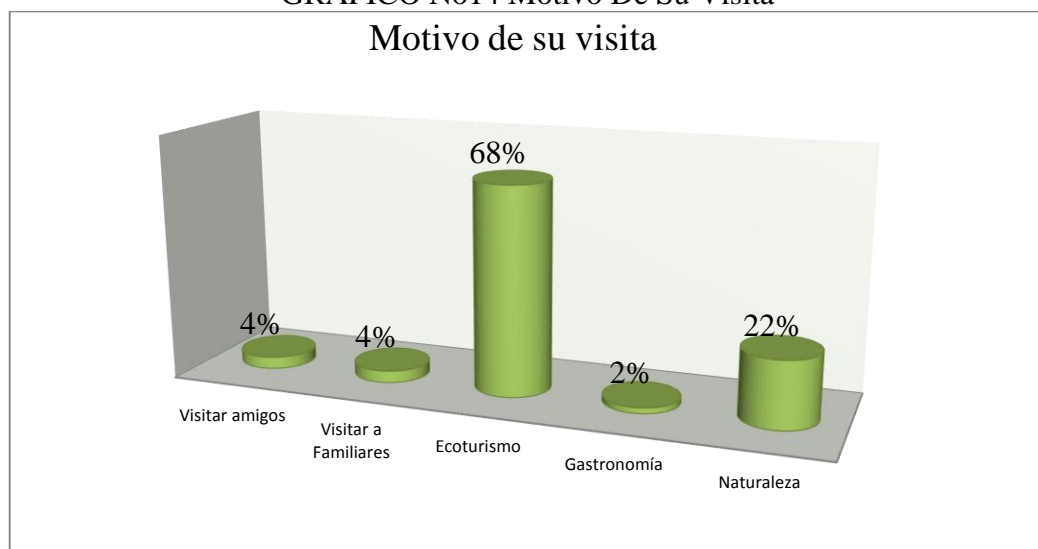
14. Motivo de su visita Dos Mangas

TABLA No14 Motivo De Su Visita

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	Visitar amigos	8	4%
	Visitar a Familiares	8	4%
	Ecoturismo	136	68%
	Gastronomía	4	2%
	Naturaleza	44	22%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No14 Motivo De Su Visita



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Las respuestas mayoritarias muestran que Dos Mangas se destaca turísticamente por sus atractivos naturales. El turista que llega a la comunidad busca atractivos diferentes a la tradicional oferta playera de Santa Elena. Dos Mangas, como se dijo antes, tiene una ventaja competitiva en este sentido por sus particulares características naturales (Bosque protector, cascada, senderos naturales, etc.)

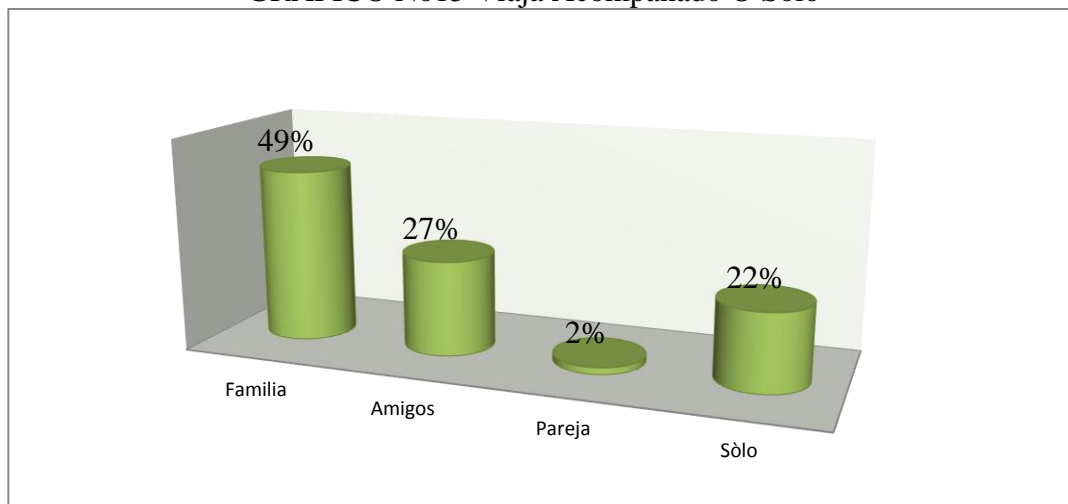
15. ¿Usted viaja solo o en compañía de?

TABLA No15 Viaja Acompañado O Sólo

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	Familia	98	49%
	Amigos	54	27%
	Pareja	4	2%
	Sólo	44	22%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No15 Viaja Acompañado O Sólo



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: El turismo hacia Dos Mangas es mayoritariamente familiar, como lo es la mayor parte del turismo que fluye hacia Santa Elena. Es una oportunidad para crear una diversidad de productos turísticos alimenticios y artesanales que pueden generar interés entre los diversos componentes adultos y menores de edad de las familias visitantes. Prendas de vestir con motivos turísticos, pulseras, collares, adornos y bocadoillos puede generar interés de compra de los turistas y aumentar con ello los ingresos de los habitantes de la comunidad. La creatividad turística no tiene límites.

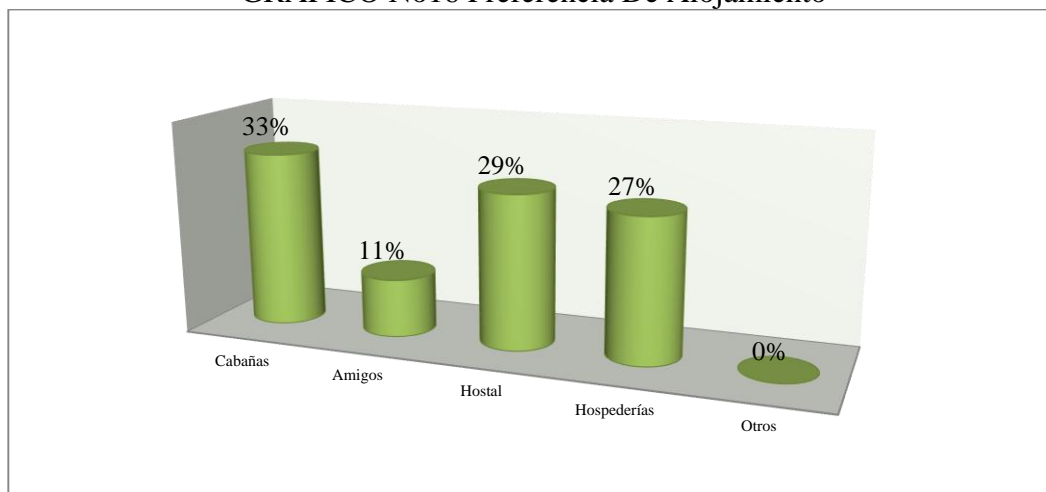
16. Cuando visita Dos Mangas ¿dónde prefiere alojarse?

TABLA No16 Preferencia De Alojamiento

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	Cabañas	63	33%
	Amigos	22	11%
	Hostal	58	29%
	Hospederías	54	27%
	Otros	0	0%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No16 Preferencia De Alojamiento



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: La inclinación mayoritaria de los turistas a buscar alojamiento de tipo hotelero es una oportunidad para ir forjando una oferta de este tipo a fin de que el turista se sienta inclinado a pernoctar en la comuna Dos Mangas. Sin embargo, será necesario que la comunidad ofrezca al turista algún tipo de atractivo turístico nocturno que despierte su interés por quedarse a pasar la noche, atractivos que deberían ser interesantes para toda la familia, dado que hay una participación mayoritaria del turismo familiar. Ejemplos: un karaoke, un restaurante que ofrezca platos típicos, etc.

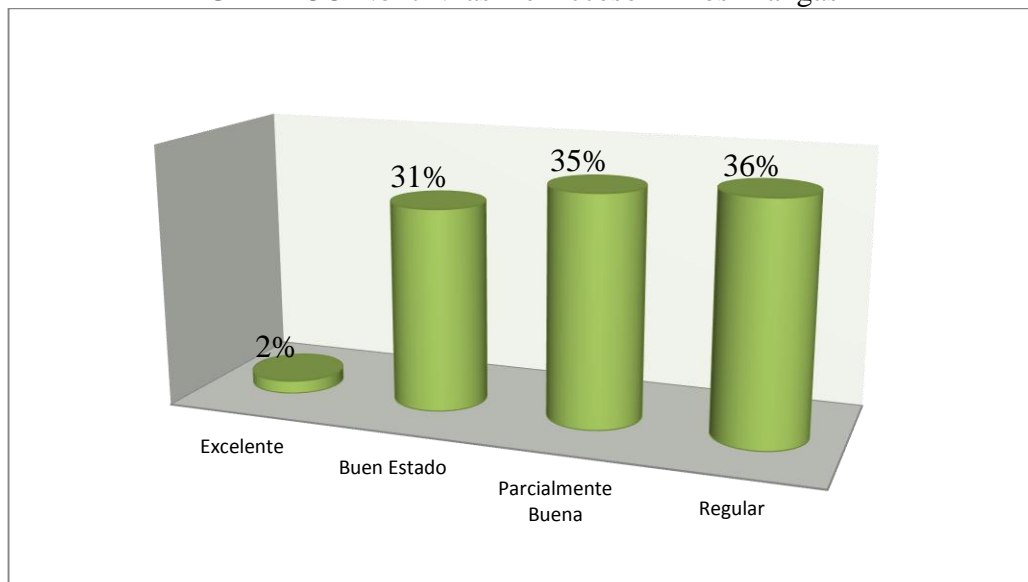
17. ¿Cómo considera que están las vías de acceso a Dos Mangas?

TABLA No17 Vías De Acceso A Dos Mangas

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
17	Excelente	4	2%
	Buen Estado	62	31%
	Parcialmente Buena	70	35%
	Regular	72	36%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

GRÁFICO No17 Vías De Acceso A Dos Mangas



Fuente: Encuesta a turistas (2013)
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Interpretación y análisis: Aquí se presenta un desafío a las autoridades para que se preocupen por mantener las vías de acceso en buen estado. Ningún turista que maneja su propio vehículo va a querer aventurarse por vías deterioradas o descuidadas. Aparte de un adecuado mantenimiento de la calzada, se requerirá siempre una señalización indicativa de los kilómetros recorridos y del direccionamiento que debe tomar el turista hacia sus diferentes destinos dentro de la comuna. Turismo sin buenas vías de acceso es muy difícil de desarrollar.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Al preguntar a los entrevistados si los visitantes que llegan a esta zona lo hacen únicamente por observar la flora y fauna de este lugar; ellos manifestaron que la observación de la flora y fauna, que una vez fue exclusivamente practicada por turistas especializados, ha presentado un cambio importante en los últimos años, creciendo en popularidad en los mismos residentes locales. Ahora, todas las personas conocen sobre la fauna y la flora y se interesan por ellas.

Al consultarle a los directivos del cabildo comunal, sobre si la comuna está receptando cada día más turistas; los entrevistados fueron unánimes en indicar que continuamente se observa la presencia de turistas y visitantes a esta zona. Pero por falta de infraestructura no pernoctan en este lugar; señalaron que el ecoturismo es una actividad que crece día a día en las personas que gustan de viajar para observar la naturaleza, para andar en el maravilloso mundo de la fauna y de la flora, de los paisajes y las particularidades de las comunidades, visitantes que, por tanto, ven en el mundo natural el sin fin de aventuras sanas que quedan en la memoria de recuerdos y aprendizajes inolvidables.

En lo referente a la pregunta sobre la importancia de que la comuna cuente con un plan estratégico de marketing para promocionar sus recursos turísticos, los entrevistados señalaron que es importante contar con una herramienta de promoción y comercialización para que las acciones se orienten al desarrollo de proyectos y se pueda dar impulso al ecoturismo de este sector, que está tan falta de oportunidades de trabajo e ingresos económicos.

3.3. ANÁLISIS GENERAL

De acuerdo al estudio realizado se puede establecer que la comuna de Dos Mangas, se está desarrollando turísticamente, por lo tanto se crean más servicio turísticos

para satisfacer las necesidades de los visitantes y turistas; ya que se considera al turismo creador de fuentes de trabajo y generador de ingresos económicos.

Lamentablemente el aumento de visitantes a esta comunidad no ha sido sustentado por la ejecución de proyectos de conservación de los recursos naturales y culturales, esto ha impedido que la comuna Dos Mangas se posicione en el mercado como un producto de calidad.

Existe en la comuna Dos Mangas un potencial de recursos turísticos naturales y una población ávida de que mejore su nivel de vida socio-económico, pero las condiciones que presenta la comunidad es un obstáculo al desarrollo de la actividad turística en este sector; aunque la investigación refleja que ha habido un incremento de visitantes a este lugar del 20% al 30%, esto se puede deber a que toda la parte norte del cantón Santa Elena en los últimos años ha captado un gran flujo turístico.

En lo que se refiere a la capacitación se pudo observar que los prestadores de la comuna Dos Mangas no están preparados para brindar un buen servicio, es necesario tomar acciones para que las personas inmersas en estas actividades turísticas puedan desarrollar competencias acordes al servicio que prestan.

Otro inconveniente que tiene la comuna, es que no se está promocionando a Dos Mangas adecuadamente, no se aplican estrategias de promoción de productos ecológicamente sostenibles que respondan a las necesidades y requerimientos de los visitantes y turistas.

Por lo tanto, es necesario diseñar una planificación estratégica de marketing turístico de Dos Mangas, considerando que esa comunidad se caracteriza por poseer recursos turísticos naturales como son: Senderos, lagunas, y cascadas, siendo necesario orientar la planificación al desarrollo del ecoturismo, el mismo que encauza a la preservación y el enriquecimiento ambiental de Dos Mangas.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE DOS MANGAS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014

4.1. PRESENTACIÓN

El desarrollo del turismo no está respetando en gran medida los criterios de la sostenibilidad, esto se debe al uso irracional de los recursos naturales sobre los cuales reposa la biodiversidad de la flora y fauna, como también la ausencia de una protección adecuada del medio ambiente en los escenarios en los cuales se desenvuelve; el turismo está poniendo en peligro no sólo su estabilidad como sector que hace grandes contribuciones a la vida económica y social nacional, sino que amenaza con desperdiciar el gran potencial que presenta para su futuro desarrollo.

Las causas son diversas, están vinculadas a la ausencia de políticas turísticas, al hecho de que el criterio de rentabilidad, en muchos casos, no va acompañado del criterio de calidad y a la debilidad de la promoción, entre otros factores que afectan al sistema.

4.2. JUSTIFICACIÓN

Los resultados del estudio encauzaron a establecer una planificación estratégica de marketing turístico de Dos Mangas, debido a que ésta comuna se desarrolla turísticamente sin ninguna planificación para su comercialización como destino.

La imagen del destino turístico de Dos Mangas debe tener relación con la imagen del país. El Plan Estratégico de Marketing Turístico del Ecuador tiene como propósito el contribuir con el turismo a dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, generación de empleo y beneficios económicos.

La oferta turística de Dos Mangas se encuentra dentro de la tipología de productos que impulsa el Ministerio de Turismo (MINTUR), como es el ecoturismo y turismo de naturaleza, con una asignación del presupuesto según la priorización de los productos para su promoción del 14%. La propuesta se fundamenta en la necesidad de diseñar una planificación de marketing turístico en Dos Mangas debido al gran potencial de recursos naturales que posee y por el incremento de turistas en los últimos años sin sustento de conservación de sus recursos potenciales.

Esta propuesta se argumenta porque existe un marco legal que la sustenta como es la Constitución, que garantiza la conservación de la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

4.3. OBJETIVOS

Objetivo General

Promocionar la comunidad de Dos Mangas mediante un conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias encauzan el desarrollo de la comunidad.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación interna y externa de la comuna Dos Mangas para plantear los lineamientos de acción posibles en la formulación de las estrategias de marketing
- Plantear las estrategias que orienten la gestión turística, mediante el plan de marketing estratégico.

- Exponer las líneas estratégicas, programas y proyectos, respaldando las necesidades y requerimientos de Dos Mangas.

4.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El diseño del Plan Estratégico de Marketing Turístico para la comunidad de Dos Mangas, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, se enmarca en las actuales tendencias del mercado turístico, y la utilización de las nuevas herramientas de comercialización, supone un cambio de rumbo en la estrategia de promoción y marketing de Dos Mangas, cuyas consecuencias deben ofrecer resultados positivos a mediano y largo plazo. La necesidad de optimizar los recursos se ha convertido para la comunidad de Dos Mangas en una magnífica oportunidad para revolucionar las tradicionales estrategias de promoción y marketing y que de la mano de las plataformas tecnológicas, ha provocado un cambio estratégico que debe de ser positivo para la promoción turística de Dos Mangas.

La propuesta consta de tres fases, *la primera* fase se refiere al diagnóstico de la situación, se analiza la oferta turística con que cuenta Dos Mangas: sus recursos turísticos, la infraestructura y la planta de servicio turístico. La demanda turística que recepta la comunidad, especificando su característica y el servicio turístico que brinda. Con la información obtenida en el diagnóstico de la comuna Dos Mangas se establece su fortaleza, debilidad, oportunidad y amenazas, se procede a jerarquizarla y a plantear las estrategias que guiarán el plan de marketing.

La segunda fase es el Plan estratégico de Dos Mangas, está compuesto por la visión, misión, objetivos estratégicos y marketing estratégico. Este último describe las estrategias que se desarrollaron en esta fase. *La tercera fase* corresponde al marketing operativo, se plantean las actuaciones sobre los productos turísticos y el cronograma del plan de actuación con su presupuesto y los responsables de su ejecución.

FIGURA No 8 Fase 1 Diagnóstico De La Situación



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.1. Diagnóstico de la situación

La zona de actuación está ubicada a siete kilómetros del noreste de Manglaralto ya 62 km de la capital de Santa Elena. Se accede por un camino situado en la entrada de Manglaralto. Su particular nombre obedece a que el pueblo está en el punto de unión de los dos ríos: el Grande y el Colín, ambos otorgan la denominación de Dos Mangas a esta comuna peninsular.

El Plan de Marketing pretende incidir sobre el recurso natural con que cuenta la comuna Dos Mangas, como es el Bosque Húmedo Tropical, área protegida por los propios comuneros.

Para llevar adelante la actividad turística, en Dos Mangas se han creado dos rutas que los turistas pueden recorrer a pie o en lomo de caballo, a través de varios senderos. Estos senderos son: Senderos de las Cascadas y Senderos de Las Pozas.

- El sendero de Las Cascadas está rodeado de las montañas de la cordillera Chongón-Colonche, el cual presenta un clima de bosque húmedo. Durante el recorrido se pueden apreciar varias cascadas que son de poca caída, pero que sin embargo, con las lluvias en el invierno, reciben un mayor caudal de agua haciéndose más fuertes y correntosas con lo que aumentan las alturas de sus caídas, es por ello que la principal llega a medir hasta unos 20 metros.

Gran parte del sendero con dirección a las cascadas está rodeado de bosque secundario gracias al trabajo de reforestación de especies nativas efectuado con el apoyo de los pobladores. Por sus características, este bosque sirve como nicho ecológico y hábitat de una fauna muy variada.

- Por otra parte, el sendero de Las Pozas también se encuentra entre las montañas de la cordillera Chongón-Colonche presentando el bosque del lugar iguales características que las del sendero de Las Cascadas.

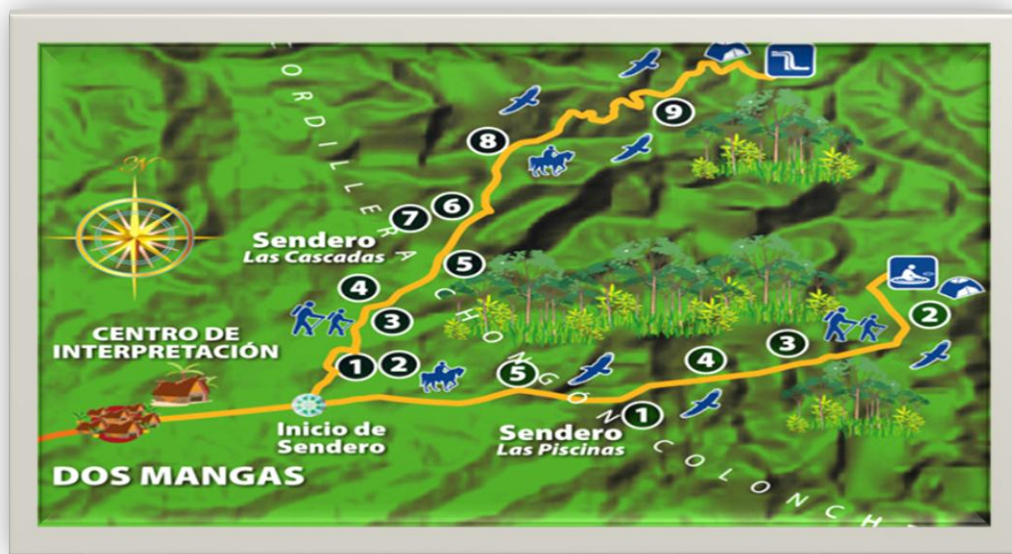
Su nombre se debe a la variedad de pozas de formación natural que se encuentran durante la caminata. Esto se debe a la condensación del agua que retienen los bosques. No se ha establecido el número exacto de pozas existentes en el trayecto y sus alrededores. Montaña arriba es posible encontrar algunas más y como el acceso hasta ellas resulta complejo, entonces se dificultan las visitas y peor aún las inspecciones.

Flora.- La frondosa vegetación corresponde al ecosistema de Bosque Seco Tropical. La flora nativa, que caracteriza a los bosques de garúa de la Cordillera Chongón – Colonche, muestra la generosidad de la naturaleza del sector y la vida y el color. Al internarse en el bosque durante el recorrido es posible encontrar de forma silvestre gran cantidad de orquídeas, bromelias y heliconias, que adornan los senderos.

Fauna.- Las características bióticas del sector, permiten el desarrollo de gran variedad faunística, el bosque es utilizado como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies nativas, de ahí la importancia de su preservación. Se han descrito 84 especies de aves para el sector de los senderos Las Cascadas y Las Pozas. Se puede apreciar con facilidad algunas de las especies como el Caracara Jacana, las Tortolitas, Periquito del Pacífico, Cuco Ardilla, Tangara, Pájaro Brujo y muchas más que hacen de este sitio, el ideal para el aviturismo.

Se encuentran además, algunas especies de anfibios, reptiles, peces e indeterminado número de invertebrados. La parte interna del bosque alberga además 21 especies nativas de mamíferos, tales como: guanta, guatusa, mono aullador, saíno, entre otros.

FIGURA No 9 Ubicación De Los Recursos Turísticos



Fuente: Portal Prefectura de Santa Elena
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.1.1. Oferta turística de la comuna Dos Mangas




La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar. La oferta turística de la comuna Dos Mangas está integrada por tres componentes, tales como:

- 1) Recursos turísticos
- 2) Infraestructura
- 3) Planta de servicio turístico: Alimentación, hospedaje y guías.

4.4.1.1.1. Recursos turísticos

Los habitantes del territorio perciben como recursos turísticos los siguientes bienes tangibles que son considerados como patrimonio local, los mismos que tienen significativa importancia por el flujo de turistas que llegan al lugar, siendo

CUADRO N° 9 Recursos Turísticos

Tipo Natural	Lugar	Actividades susceptibles a desarrollar	Fotografía
Cascadas de Dos Mangas	Ubicado en un sendero de la comunidad de Dos Mangas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bañarse en la cascada. ➤ Senderismo ➤ Caminata ➤ Observación de flora u fauna ➤ Avistamiento de aves 	
Laguna	Bosque húmedo de la comunidad de Dos Mangas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bañarse en la laguna. ➤ Camping ➤ Caminata ➤ Observación de flora u fauna ➤ Senderismo 	
Bosque protegido	Comunidad de Dos Mangas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Camping ➤ Caminata ➤ Observación de flora u fauna ➤ Senderismo ➤ Ciclismo de aventuras 	
Tipo Cultural	Lugar	Actividades a desarrollar	Fotografía
Artesanías	Comunidad de Dos Mangas	Artesanías elaboradas en: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tagua, ➤ Paja toquilla y ➤ Semillas de plantas 	

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Características físicas de las cascadas Dos Mangas

La cascada de Dos Mangas, tiene una altura de 10 metros sobre el nivel del mar con una temperatura que oscila en verano entre 15° C y 25°C e invierno que va desde 25° y 35° C.

Atractivo natural:

- **Ubicación:** La cascada está ubicada en el bosque húmedo de la comunidad de Dos Mangas
- **Extensión:** La extensión de la cascada es de 3 metros de ancho
- **Diversidad de especies:** El bosque tiene diversidad de árboles maderables.
- **Diversidad de fauna asociada:** mamíferos del bosque y aves
- **Cuerpo de aguas asociados:** aguas limpias
- Se construyó una cabaña comunal
- Senderos
- Señalización

Características físicas de la poza

Tiene una longitud de 6,4 metros cuadrados y 15 sobre el nivel del mar con una temperatura que oscila en verano entre 15° C y 25°C e invierno que va desde 25°-30°

Atractivo natural:

- **Ubicación:** La laguna está ubicada en el bosque húmedo de la comunidad de Dos Mangas
- **Extensión:** La extensión de la poza tiene una profundidad 2,5 metros
- **Diversidad de especies:** El bosque tiene diversidad de árboles maderable
- Diversidad de Flora y Fauna

- Señalización
- Acompañamiento de guía turístico nativo

Características físicas del Bosque Húmedo

Tiene una longitud de 50km con una temperatura que oscila en verano entre 15° C y 25°C e invierno que va desde 25° y 35° C.

- **Ubicación:** Está ubicado en el bosque húmedo de la comunidad de Dos Mangas
- **Extensión:** La extensión del bosque 4200 Has. aproximadamente
- **Diversidad de especies:** El bosque tiene diversidad de árboles maderables
- Diversidad de flora y fauna
- Señalización de los lugares a visitar
- Acompañamiento de guía turístico nativo

Características de las artesanías

La asociación de Mujeres Artesanas de Dos Mangas tiene como finalidad realizar diferentes tipos de artesanías en tagua, paja toquilla y semillas de plantas.

Atractivo artesanal:

- La comunidad de Dos Mangas cuenta con artesanos capacitados en el área.
- Comercialización de las artesanías en la comunidad
- Cada establecimiento tiene letreros para identificarlos

Jerarquía de los recursos atractivos

La jerarquía de los atractivos se determina mediante la suma a los valores que se le asigna a cada factor y en función del valor obtenido se estableció el rango jerárquico

en que se ubica el atractivo, la jerarquía de los atractivos es tomada de la metodología que aplica el Ministerio de Turismo del Ecuador,2013

Los rangos utilizados fueron:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV

CUADRO No10 Jerarquización De Los Atractivos Turísticos

Tipo de sitio Natural	Calidad	Apoyo	Significado	Jerarquía
Cascada de Dos Mangas	25	18	17	III
Piscina	21	12	8	II
Bosque protegido	35	20	16	III
Tipo de Manifestaciones Culturales	Calidad	Apoyo	Significado	Jerarquía
Artesanías	25	11	13	II

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Producto turístico

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una amplia gama de combinaciones para satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los consumidores (turistas).

La jerarquización de los recursos turísticos indica que se debe de promocionar como productos turísticos principales a los sitios naturales y desarrollar las artesanías como complemento al producto comercializado.

Los productos a promocionarse serán:

- 1) Recreacional de montaña
- 2) Deportes y aventura
- 3) Ecoturismo y turismo de naturaleza
- 4) Artesanías

CUADRO No 11 Productos Turísticos De Dos Mangas

CATEGORÍA	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	DESTINO
SITIOS NATURALES	RECREACION AL DE MONTAÑA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderismo ➤ Observación de flora y fauna ➤ Caminata ➤ Bañarse en la cascada ➤ Bañarse en la laguna 	Dos Mangas
	DEPORTES Y AVENTURA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Camping ➤ Senderismo ➤ Ciclismo de Aventuras 	Dos Mangas
	ECOTURISMO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Observación de flora u fauna ➤ Caminata ➤ Senderismo ➤ Camping ➤ Avistamiento de aves 	Dos Mangas
MANIFESTACIONES CULTURALES	ARTESANÍAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboradas en ➤ Tagua, ➤ Paja toquilla y ➤ Semillas de plantas 	Dos Mangas

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Cabe indicar que los productos: Recreacional de montaña, de deportes y aventura, de ecoturismo y turismo de naturaleza, son líneas de productos que se encuentran en la asignación del presupuesto del Ministerio de Turismo del Ecuador hasta el año 2014, para la distribución de la promoción nacional del producto.

CUADRO No 12 Infraestructura

INFRAESTRUCTURA	Buena	Regular	Inexistente
Dotación de agua potable	X		
Dotación de luz		X	
Alcantarillado			X
Medios de comunicación		X	
Calles y caminos		X	
Manejo de desechos			X

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La infraestructura básica de la comuna Dos Mangas es regular, la dotación de energía eléctrica existe, pero falta de alumbrado en el pueblo; las calles y caminos ingresando a la comuna están en mal estado, no existe manejo de desechos, como tampoco existe alcantarillado, los medios de comunicación son limitados. Dos Mangas se presenta turísticamente como una comunidad, con ausencia de servicios básicos.

CUADRO No 13 Equipamiento Turístico

Equipamiento Turístico	Buena	Regular	Insuficiente
Hospederías			X
Restaurantes			X
Accesibilidad a los recursos turísticos		X	

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La comuna cuenta con una hospedería y un restaurante que dan servicio a los visitantes y turistas, la accesibilidad a los recursos turísticos es regular. Falta de prestación de servicios turísticos en la comunidad de Dos Mangas.

Análisis de la demanda y los servicios que presta Dos Mangas a los turistas.

La demanda turística es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado pide a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

4.4.1.2. Demanda turística

La demanda turística que recepta Dos Mangas está conformada por un segmento con características análogas, siendo estas como se muestra en el cuadro:

CUADRO No 4 Demanda Turística



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La mayoría de turistas y visitantes que llegan a Dos Mangas son extranjeros, y a nivel nacional proceden de la ciudad de Guayaquil, el mayor porcentaje corresponde a profesionales que se desplazan por vacaciones y en temporada, acompañados de las familias o grupos de amigos que se hospedan en cabañas y hospederías del lugar.

Servicios al turista

En relación con los servicios al turista en el territorio de Dos Mangas se encuentran:

- ❖ Oficinas de información turística.

FOTO No1 Oficina De Información Turística



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Para brindar atención a los visitantes y facilitar información sobre la comuna y sus atractivos turísticos, en Dos Mangas existe un centro de interpretación atendido por moradores del lugar que han sido capacitados por el Ministerio de Turismo.

- ❖ Servicio de guías turísticos para atender a los visitantes y conducirlos por los senderos.

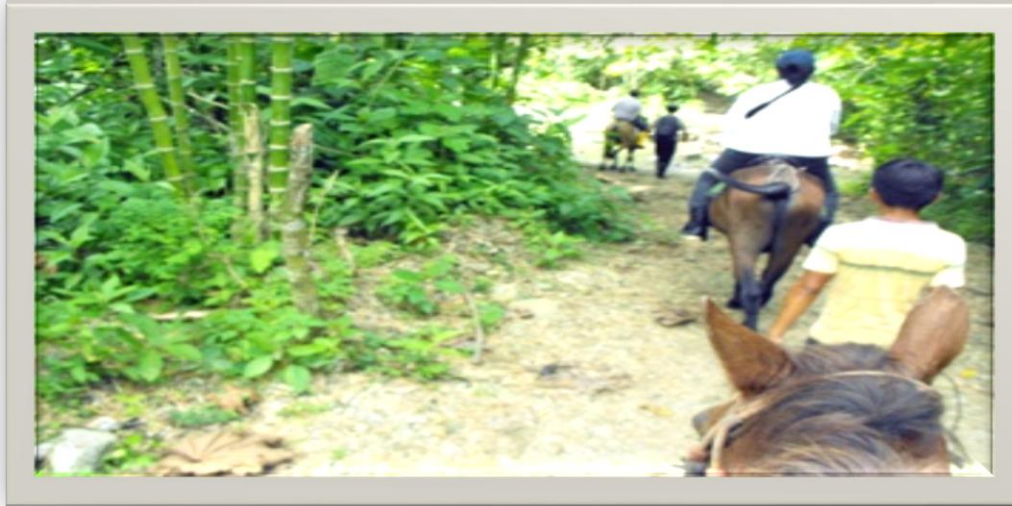
FOTO No 2 Guías



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

- ❖ Alquiler de caballos para recorrer los senderos

FOTO No 3 Alquiler De Caballos



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.1.3. Condicionantes del Entorno

Para la aplicación del Plan Estratégico de Marketing de la comuna Dos Mangas, existe un escenario legal, propicio para el desarrollo del turismo sostenible en esta región.

4.4.1.4. Metodología del Análisis FODA

El análisis FODA pretende identificar y disminuir las debilidades para convertirlas en fortalezas.

CUADRO No14 Análisis FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1) Existencia de senderos turísticos 2) Existencia de recursos turísticos 3) Bosque Húmedo Tropical considerado como área protegida 4) Diversidad de flora y fauna 5) Presencia de visitantes y turistas en Dos Mangas 6) Servicios al turista de guías 7) Atractivos con señalización	1) Aumento de la demanda en el país 2) Productos turísticos de la comuna están dentro de la línea de productos con asignación presupuestaria del MINTUR 3) Sinergia de los productos turísticos de la comuna con la marca país. 4) Incentivo a la actividad turística mediante políticas públicas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1) Falta de control de calidad 2) Gestión administrativa deficiente 3) Falta de proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales 4) Falta de capacitación en la prestación de servicios turísticos 5) Falta de promoción de Dos Mangas como producto turístico 6) Infraestructura deficiente 7) Falta de estrategia de comercialización del producto. 8) Déficit de servicios turísticos	1) Competencia de otras zonas con recursos similares 2) Leyes y políticas que afectan el desarrollo del turismo. 3) Desastres naturales

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.1.4.1. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

CUADRO No 15 Matriz De Evaluación De Factores Internos (MEFI)

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
FORTALEZAS			
Existencia de senderos turísticos	0,05	3	0,15
Existencia de recursos turísticos	0,15	3	0,45
Bosque Húmedo Tropical considerado como área protegida	0,20	4	0,8
Diversidad de flora y fauna	0,20	4	0,8
Presencia de visitantes y turistas en Dos Mangas	0,15	3	0,45
Servicios al turista de guías	0,20	4	0,8
Atractivos con señalización	0,05	3	0,15
TOTAL	1		3,6
DEBILIDADES			
Falta de control de calidad	0,05	1	0,05
Gestión administrativa deficiente	0,10	1	0,10
Falta de proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales	0,15	2	0,30
Falta de capacitación en la prestación de servicios turísticos	0,15	2	0,30
Falta de promoción de Dos Mangas como producto turístico	0,15	2	0,30
Infraestructura deficiente	0,15	2	0,30
Falta de estrategias de comercialización del producto	0,15	2	0,30
Déficit de servicios turísticos	0,10	1	0,10
TOTAL	1		1,75

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La comparación del peso ponderado total de las fortalezas con el de las debilidades; da como resultado que las fuerzas internas son favorables a la comunidad, con un peso ponderado total de 3,6 contra 1,75 de las debilidades.

4.4.1.4.2. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

CUADRO No16 Matriz De Evaluación De Factores Externos (MEFE)

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES			
Aumento de la demanda turística en el país	0,35	4	1,4
Productos turísticos de la comuna están dentro de la línea de productos con asignación presupuestaria del MINTUR	0,40	4	1,6
Sinergia de los productos turísticos de la comuna con la marca país.	0,15	3	0,45
Incentivo a la actividad turística mediante políticas públicas.	0,10	2	0,20
TOTAL	1		3,65
AMENAZAS			
Competencia de otras zonas con recursos similares	0,55	3	1,65
Desastres naturales	0,15	2	0,30
Leyes y políticas que afectan el desarrollo del turismo.	0,30	3	0,90
TOTAL	1		2,85

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Se puede observar en el cuadro que la comuna Dos Mangas, tiene un total ponderado de oportunidades de 3,65, esto significa que la comuna aprovecha las oportunidades y minimiza los posibles efectos negativos de las amenazas ponderados en 2,85.

4.4.1.4.2.1. Factor Económico

Las principales fuentes de ingresos son:

- ✚ **El turismo:** Dos Mangas posee dos senderos que son recursos destinados a la actividad turística; el 80% de la población se dedica a la actividad turística, ofreciendo servicios de guianza y alimentación.
- ✚ **Las artesanías:** En lo que respecta a artesanías algunos habitantes de la comuna Dos Mangas se dedicaban a la elaboración de productos artesanales de paja toquilla de calidad, pero, por la falta de mercado se ha ido perdiendo la mano de obra artesanal, lo cual resulta lamentable porque las artesanías eran un punto importante de atracción al turista a esta comunidad.
- ✚ **La agricultura.** La población se dedica a cultivos de ciclo corto, como: Maíz, tomate, pimiento, sandía, los productos son vendidos en la misma comuna, ya que no se cuenta con los recursos económicos para comercializar. Otro de los productos a que se dedica la población es la producción de paja toquilla, que es comercializada in situ.

La comuna recibe ayuda económica internacional por el cuidado del bosque.

✚ **Factor Social**

- ✓ Integración de la comunidad en los festivales locales
- ✓ Apoyo y concientización del cuidado del bosque, atreves del proyecto socio bosque (uso racional de los recursos naturales)

4.4.1.4.3. FODA Estratégico

El análisis de las condiciones internas y externas de la comuna Dos Mangas, conduce a proponer estrategias con el fin de potencializar las fortalezas, reduciendo las debilidades y aprovechando las oportunidades. Las estrategias encauzan el Plan estratégico de marketing para Dos Mangas.

CUADRO N° 17 FODA ESTRATÉGICO

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>INTERNOS</p> <p>EXTERNOS</p>	<p>1) Existencia de senderos turísticos</p> <p>2) Existencia de recursos turísticos</p> <p>3) Bosque Húmedo Tropical considerado como área protegida</p> <p>4) Diversidad de flora y fauna</p> <p>5) Presencia de visitantes y turistas en Dos Mangas</p> <p>6) Servicios al turista de guías</p> <p>7) Atractivos con señalización</p>	<p>1) Falta de control de calidad</p> <p>2) Gestión administrativa deficiente</p> <p>3) Falta de proyectos orientados a la conservación de los recursos naturales</p> <p>4) Falta de capacitación en la prestación de servicios turísticos</p> <p>5) Falta de promoción de Dos Mangas como producto turístico</p> <p>6) Infraestructura deficiente</p> <p>7) Falta de estrategia de comercialización de producto.</p> <p>8) Déficit de servicios turísticos</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>1) Aumento de la demanda en el país</p> <p>2) Productos turísticos de la comuna están dentro de la línea de productos con asignación presupuestaria del MINTUR</p> <p>3) Sinergia de los productos turísticos de la comuna con la marca país.</p>	<p>FO 2-1 Posicionarse en el mercado de la ciudad de Guayaquil, lugar que recepta un mayor flujo turístico</p> <p>FO 5- 3 Acciones de publicidad se centrarán en el mercado nacional.</p> <p>FO 2-3 Publicidad y promoción</p>	<p>DO 7-3. Utilización de la tecnología</p> <p>DO 2-4 Organización del comité comunal para impulsar el producto turístico.</p> <p>DO 6.2 Mejoramiento de infraestructura existente y creación de nuevas instalaciones</p> <p>DO 1-2 Falta de control de calidad</p>

4) Incentivo a la actividad turística mediante políticas públicas.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1) Competencia de otras zonas con recursos similares	FA 5-1 Venta y operación de Dos Mangas como producto turístico	DA 5-1 Campañas de comunicación encuadrada en los objetivos estratégicos
2) Leyes y políticas que afectan el desarrollo del turismo.	FA 5.1. Estudio de mercado	DA 3-2. Estudio y difusión de las leyes turísticas y ambientales
3) Desastres naturales		

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

El diagnóstico de la situación interna y externa de la comuna Dos Mangas permitió generar los lineamientos de acción posibles para la formulación de las estrategias de marketing para el desarrollo turístico de la comunidad.

4.4.2. Plan de marketing estratégico

FIGURA No 10 Plan De Marketing Estratégico



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.2.1. VISIÓN







Ser el primer destino más visitado de la región, con una oferta basada en el ecoturismo, desarrollando actividades turísticas que satisfagan las necesidades de los visitantes y turistas, con sostenibilidad económica, social cultural y ambiental.

4.4.2.2. MISIÓN

Liderar y promover los cambios para aumentar la competitividad del sector turístico, con acciones interdependientes, con el objeto de satisfacer las necesidades de los turistas y agregar valor a los servicios ofrecidos, a fin de aumentar la llegada de turistas, incrementar su gasto promedio diario y extender el tiempo de estadía en el lugar visitado.

4.4.2.4. Lineamientos de políticas rectoras

Las políticas rectoras del Plan Estratégico de Marketing se enmarcan en las macro políticas del PLANDETUR 2020, que son las que orientan las acciones para cumplir los objetivos:

-  El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía local.
-  La gestión del turismo en el destino busca un funcionamiento coordinado entre los actores.
-  Se valoriza y conserva el patrimonio turístico cultural y natural
-  Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
-  Se optimizan las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental;
-  Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

4.4.2.5. Marketing estratégico

Las actuaciones que se dirigen con el objeto de tomar decisiones para generar una respuesta positiva de los potenciales clientes.

Las estrategias a desarrollar se enmarcan en:

- a) Estrategia de mercado
- b) Estrategia competitiva
- c) Estrategia de posicionamiento
- d) Estrategia de producto y publicidad
- e) Estrategia de Promoción

4.4.2.5.1. Estrategia de mercado

Se priorizan segmentos de mercado de acuerdo a la realidad del destino, para lo cual se utiliza la matriz de segmentos.

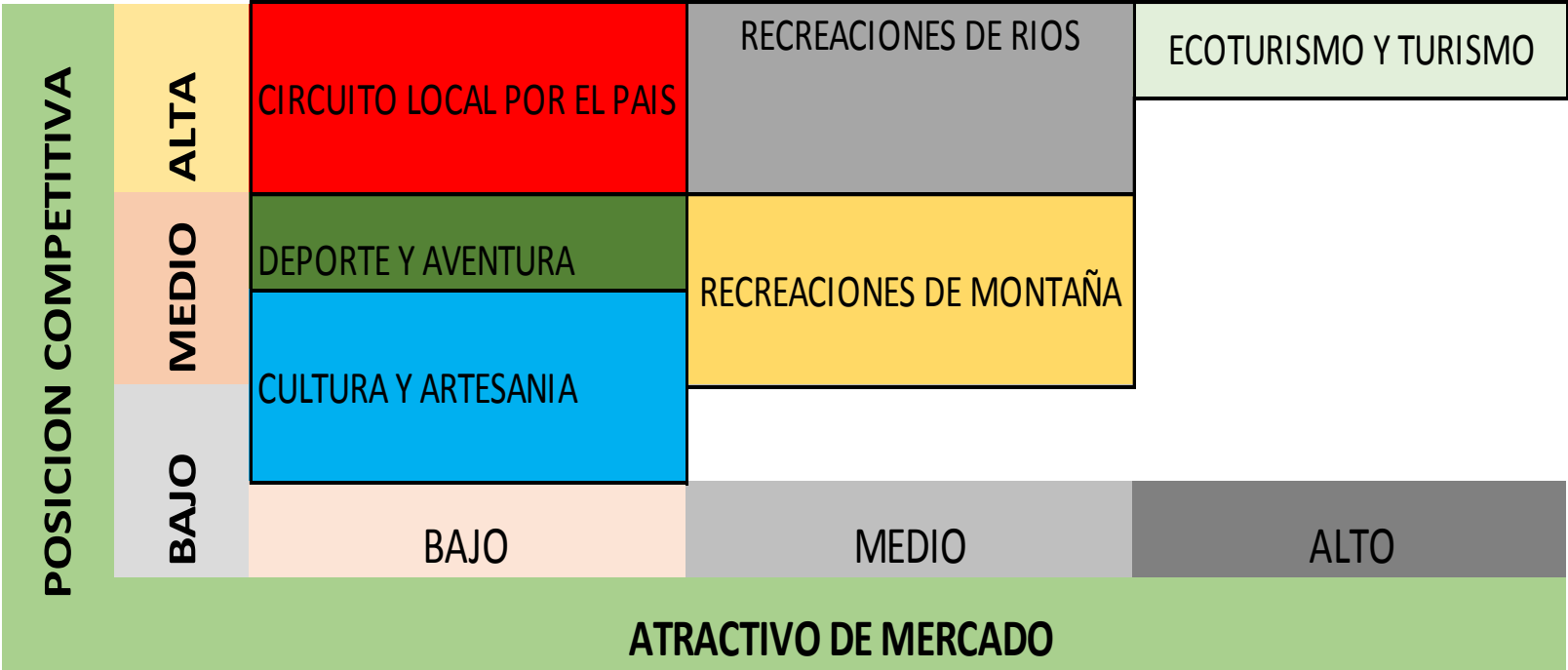
CUADRO No 18 Atractivo - Posición Competitiva

Segmentos	Atractivo de mercado	Posición competitiva
Recreacional de playa y ríos	2	3
Recreacional de montañas	2	2
Círculo locales por el país	1	3
Ecoturismo y turismo de naturaleza	3	2
Deportes y aventura	1	2
Cultural (artesanías)	1	2
BAJO = 1	MEDIO = 2	ALTO = 3

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Como se observa en el gráfico la comuna de Dos Mangas es atractivo para el mercado del segmento de ecoturismo y turismo de naturaleza, y recreacional de Montaña, se encuentra en media posición competitiva.

FIGURA No 11 Segmento De Destino



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

CUADRO N° 19 Orientación Estratégica Para Cada Segmento

MERCADO A PRIORIZAR	MERCADO INVERTIR	MERCADO A DESARROLLAR PARA SU IMPULSIÓN
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Recreacional de montañas Recreacional de ríos	Deportes y aventuras Cultural (artesanías)

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

El segmento de mercado a priorizar es el Ecoturismo y turismo de naturaleza; el mercado en el que se debe de invertir es el recreacional de montañas y recreacional de playa y ríos; el mercado a desarrollar es el de deporte y aventura y el de cultura (artesanías). Es importante priorizar el mercado Ecoturismo y turismo de naturaleza.

1) Mercados prioritarios

El mercado nacional de Guayaquil e internacional de EEUU y Chile son los mercados emisores más importantes hacia la comuna de Dos Mangas, por ello al menos un 50% del importe destinado a la promoción se destinará en exclusiva a ambos mercados.

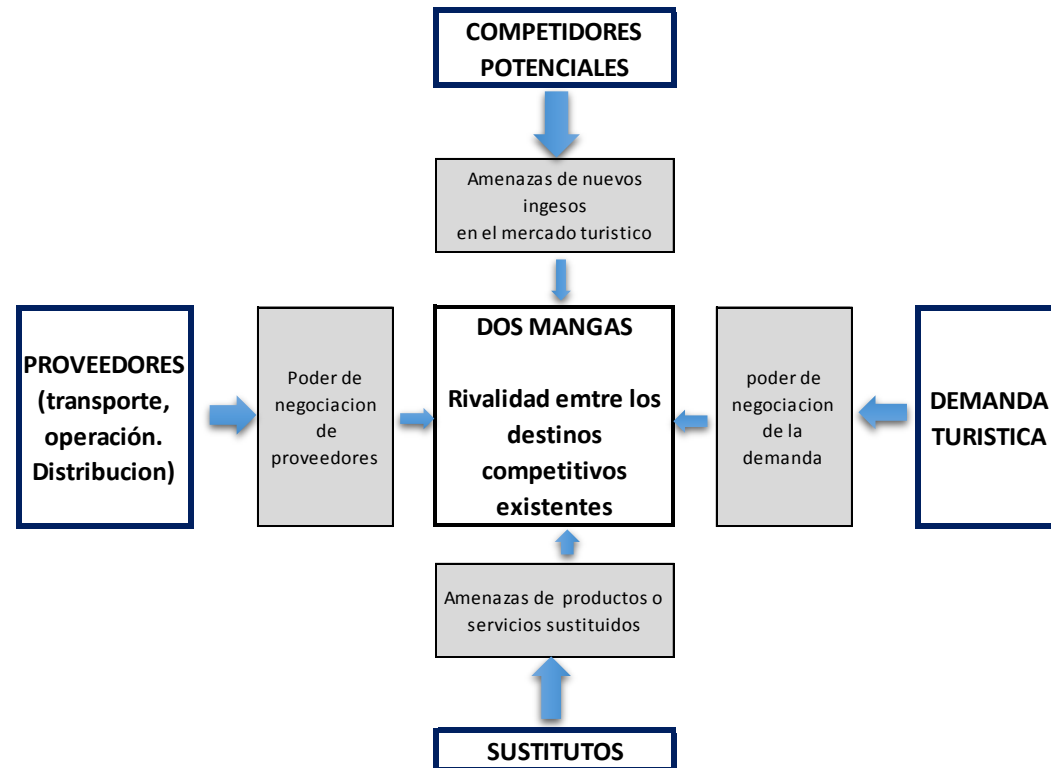
2) Mercado énfasis principal

Tiene que ver con el porcentaje que va a cubrir para la promoción y comercialización del producto.

4.3.2.5.2. Estrategia competitiva

Para determinar las estrategias competitivas, es importante considerar las cinco fuerzas competitivas que determina la competencia en el sector turístico:

FIGURA No 12 Estrategia Competitiva



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Rivalidad entre los destinos competidores

Se considera que la entrada de un destino turístico que compite en la región, analiza el atractivo que Dos Mangas posee y vendrá determinada entre otras cosas por la rivalidad existente entre los destinos del mismo tipo de actividad y la competencia que ejercen entre sí. Sin embargo se puede indicar que Dos Mangas obtiene ventajas competitivas con su posicionamiento a nivel nacional en relación a un turismo de naturaleza, cuyos elementos son:

- Desarrollo de productos complementarios de naturaleza
- Accesibilidad
- Capacitación
- Promoción

Poder de negociación de la demanda

- Grado de dependencia de los canales de distribución.
- Multiplicidad de formas de cubrir las necesidades de naturaleza y cultura
- Facilidades del demandante de cambiar de destino
- Acceso a la información de destinos turísticos
- Búsqueda de nuevas experiencias
- Exigencia de calidad en los servicios turísticos

Poder de negociación de los proveedores

La rigidez de la oferta turística condiciona en gran medida la forma de su comercialización, pues provoca una gran necesidad de ultimar ventas en grandes cantidades. Esta labor, tal y como está diseñado el mercado turístico actual, es realizada en gran parte por los intermediarios, personalizados en la figura de los operadores turísticos, quienes actúan como “clientes o compradores en primera instancia de servicios turísticos”. Éstos ejercen una enorme presión en los mercados

vacacionales, donde la oferta no puede distribuirse por otra vía alternativa en ese volumen. Lo descrito, concede un gran poder de negociación a los operadores turísticos, se puede decir que un “comprador” es importante, esto es que tiene gran poder de negociación, cuando:

- Está concentrado en compras de gran volumen.
- Los productos que adquiere son estándar y no diferenciados.
- Los beneficios bajos, lo que les obliga a bajar los precios de su compra al ofertante.
- El producto adquirido no es sustancial para la calidad de su producto.
- Existe la amenaza de invertir el proceso de integración.

Amenaza de nuevos entrantes

Las comunas que se encuentran muy cerca de Dos Mangas están desarrollando el turismo de naturaleza por las condiciones geográficas en que se encuentran estas comunidades, las mismas que ofrecen productos turísticos similares que al que presenta Dos Mangas.

Pero, estas comunidades se encuentran con obstáculos al introducirse al mercado, tales como:

- Inversión necesaria
- Diferenciación del producto
- Requerimientos de capital
- Economía de escala
- Mejoras en la tecnología.

Amenaza de productos sustitutivos

- Propensión del comprador a sustituir.

- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- La evolución en los hábitos y motivaciones del demandante turístico
- El atractivo de un sector también puede ser evaluado por lo inmune que resulte a la aparición de producto turístico que se ofrezca.

4.4.2.5.4. Estrategias de marketing MIX

4.4.2.5.4.1. Estrategia de producto

La comuna Dos Mangas se presenta con su producto turístico estrella “el Ecoturismo”. Los productos turísticos que ofrece Dos Mangas poseen características que permiten diferenciarlos del resto de productos de la región y que influyen en el comportamiento de los individuos, dentro de estos sobresalen como productos tradicionales:

Turismo artesanal

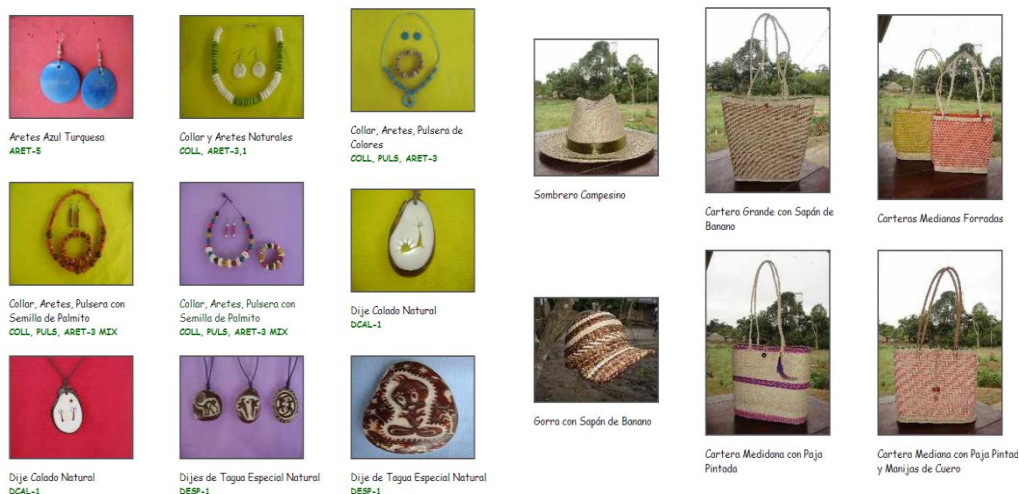
Desde 1984 las mujeres de la comuna se dedican a elaborar artesanías con productos de la región, y desde el 2000 están agrupadas en la Asociación con vida jurídica, son 34 las mujeres agrupadas y que trabajan tanto de manera individual como para la Asociación de Mujeres Artesanas de Dos Mangas (AMADOM).

Ofrecen variados tipos de artesanías tales como:

- Sombreros de paja toquilla
- Carteras de paja toquilla (de todo tamaño)
- Gorras de sapan
- Anillos
- Collares
- Pulseras
- Dijes

- Llaveros
- Pipas
- Adornos

FIGURA No13 Turismo Artesanal



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La organización AMADOM representa un espacio para garantizar los derechos de las mujeres, sobre todo el derecho al trabajo y al desarrollo personal. Ha generado oportunidades de empleo para su familia, contribuyendo así a dinamizar la economía de la comunidad mediante el desarrollo de estas actividades que sin duda aportan al desarrollo turístico de Dos Mangas.

Turismo de aventura

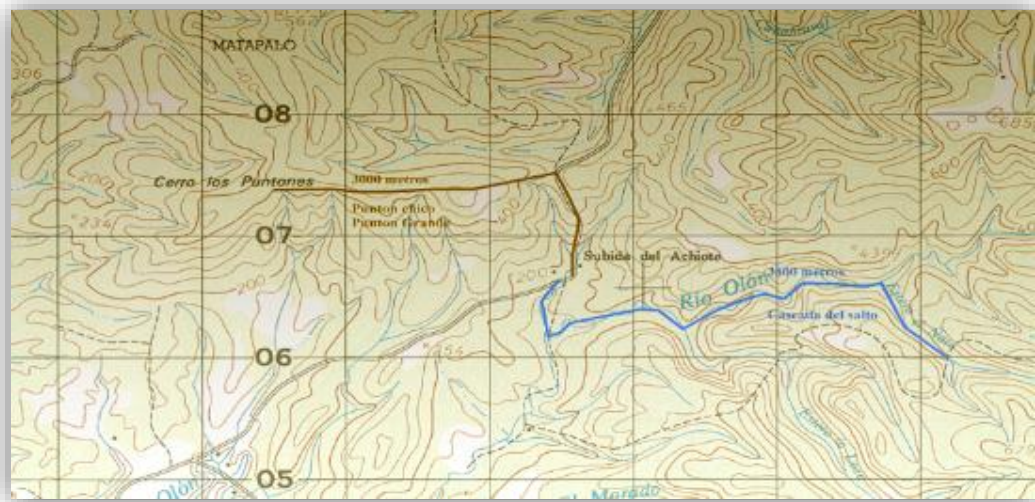
El crecimiento del turismo de aventura viene acompañado de una gran variedad de disponibilidad y viaje. Dos Mangas proyectan ser uno de los puntos más importantes donde se puede desarrollar el turismo de aventura en la nueva provincia de Santa Elena, ya que esta comunidad posee dos senderos turísticos:

- ✚ El noroeste, que comienza a pocos kilómetros del pueblo y culmina en la provincia de Manabí.

- ✚ El sureste que parte desde la misma comunidad y termina en la comuna Loma Alta.

Estos dos senderos pueden llegar a hacer de la comuna Dos Mangas un destino competitivo en la actividad turística de la península por la magnitud de su territorio de flora y fauna a visitar.

FIGURA No14 Mapa De Los Senderos



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

La marca turística

La imagen de un producto turístico no es solamente la parte gráfica, sino los componentes que representa, por lo tanto ese sustento debe de estar en función de las facilidades de captación y presentación del significado y significantes de la imagen.

El ecoturismo en Dos Mangas es uno de los principales productos a ofertar por los dos senderos antes mencionados sin estimar la importancia y el desarrollo de las artesanías con la que cuenta esta comunidad.

Dentro de las estrategias y actuaciones primordiales para el producto estrella de la comuna Dos Mangas, está:

Logo => Que represente Flora y Fauna

Marca => Dos Mangas

Slogan => ...Naturaleza, encanto y aventura

FIGURA N° 15 Logotipo



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

En la presente marca se refleja la importancia del turismo para la comunidad y el compromiso que la comunidad tiene con sus atractivos naturales y artesanales, pues en ella se puede observar la extensa la flora y fauna que posee la comuna Dos Mangas además las artesanías que se elaboran con la materia prima del sector.

Marketing Directo

El marketing directo permitirá dar a conocer al atractivo de una manera directa al cliente llegando a él con mayor claridad y a través de medios publicitarios para así obtener una respuesta inmediata del visitante, teniendo como resultado una mejor acogida que se verá reflejada en la visita de los turistas a la comunidad.

4.4.2.5.4.2. Estrategia de posicionamiento

El posicionamiento de Dos Mangas constituye la manera en que la comuna desea ser percibida por su público objetivo. Para el efecto se recomienda trabajar en el mapa de posicionamiento, el mismo que muestra la ubicación del destino para los mercados.

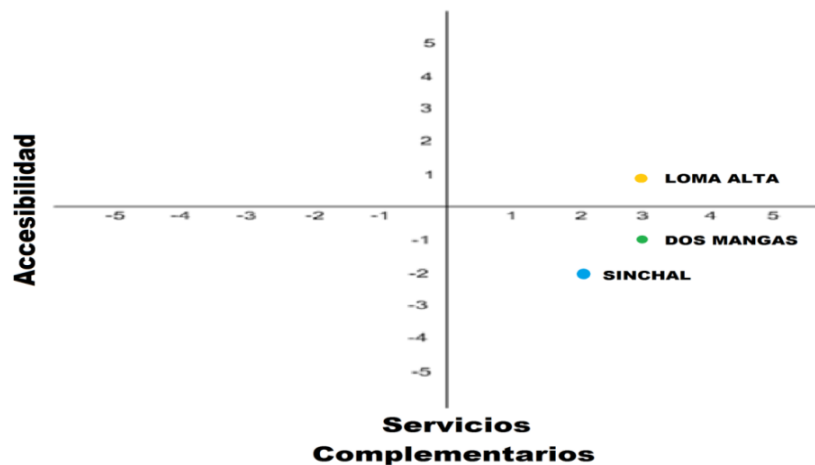
CUADRO N° 20 Posicionamiento En El Mercado

DESTINO	ATRIBUTOS		MERCADO
	Accesibilidad	Servicios complementarios	
Dos Mangas	3	-3	Costa Guayaquil
Sinchal	2	-1	
Loma Alta	3	-2	

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

De acuerdo al análisis de los atributos, se puede establecer el posicionamiento de Dos Mangas en el mercado. El siguiente gráfico representa su posicionamiento:

FIGURA N° 16 Posicionamiento En El Mercado De Dos Mangas



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

El análisis realizado determina los aspectos más relevantes para el posicionamiento de Dos Mangas:

- ✚ Dos Mangas cuenta con un atributo adecuado: Gente amigable, accesibilidad, clima, el servicio complementario es poco adecuado; falta de alojamiento, alimentación y equipamiento para realizar actividades turísticas
- ✚ Cuenta con un potencial de recurso natural, como es el Bosque húmedo tropical (área protegida) es un elemento que contribuye a la promoción de Dos Mangas.
- ✚ La posición competitiva de Dos Mangas es adecuada en comparación a Loma Alta y Sinchal, comunidades que ofertan productos con similares características.

Los resultados orientan al posicionamiento del destino turístico de Dos Mangas renovando su imagen estética; innovando y modernizando su promoción en especial online y sobre todo realizando un buen trabajo interno de mejora de la calidad de los servicios que produzca sinergias con la promoción realizada y la comunicación transmitida del destino.

4.4.2.5.4.3. Estrategias de Precio

El precio se puede considerar como una variable técnica por excelencia, tiene la facilidad de ser modificada con rapidez, junto con el importante peso específico que juega en toda elección por parte del consumidor. Por lo tanto el precio es la única variable de las cuatros de que se sirve el marketing que es capaz de generar ingresos económicos hacia un producto, servicio, o empresa.

En el plan de marketing se desarrollan algunas estrategias en cuanto a promociones como:

CUADRO No 21 Precio Del Atractivo Ecoturístico

Descripción	Entrada	Guía
-------------	---------	------

	Precio x Pax	Precio por pax
Visita a las Cascadas	\$ 3,00	\$ 5,00
Visita a los senderos turísticos	\$ 4,00	\$ 5,00

Elaborado por: Clemente, J. (2013)

Los precios de este atractivo varían de acuerdo a la cantidad de turistas, la época del año, instituciones educativas que procuren incentivar el ecoturismo, a las alianzas con operadoras turísticas, sin devaluar el lugar y el producto ofertado, sino más bien buscando un desarrollo que impulse a Dos Mangas como un destino importante para buscar un turismo responsable, sustentable y sostenible.

4.4.2.5.4.4. Estrategia de publicidad y promoción

Actuaciones llevadas a cabo tanto en materia de generar información de productos y programas de acción, estas actuaciones serán desarrolladas por el comité de impulso de carácter comunitario que se constituya en un sistema de gestión interna con los mercados objetivos.

La campaña de comunicación establece una estrategia de comunicación conjunta, orientado al cliente.

Estrategias de promoción

Las estrategias se constituyen en los medios que se utilizan para alcanzar los objetivos propuestos.

Se aprovecharán los días feriados de carnaval por ser ésta fecha donde mayor afluencia de turista se recibe en la provincia de Santa Elena por medio de:

- **Llaveros**, estos brindan la oportunidad de incentivar al consumidor promocionando al mismo tiempo la imagen del destino.

- **Camisetas**, es una herramienta de promoción y publicidad que más impacta al consumidor, permite mostrar la imagen visual del destino.
- **Gorras**, es un accesorio de frecuente uso en la actividad turística
- **Bolígrafos**, permiten mostrar la imagen del producto en un instrumento diario que los consumidores lo llevarán consigo permanentemente por la utilidad que brindan en las múltiples actividades a realizar
- **Papelería**, se pretende que toda documentación de la comunidad porte el membrete con el logotipo del destino.

Ejes estratégicos de Publicidad.

Para llevar a efecto una excelente estrategia es importante seleccionar los medios de difusión más idóneos para promocionar el servicio o producto. Es necesario también emitir un mensaje correcto cuyo contenido haga referencia para los objetivos propuestos:

- **Vallas publicitaria:** Permitirán crear una imagen visual del producto puesto que serán vistas por todos los turistas sin costo por parte de ellos, y se vuelven conductores para apreciar los atractivos de la comunidad.
- **Afiches y trípticos:** Permiten mostrar la imagen del producto turístico en diferentes lugares ya que es fácil de transportarlos hacia todos los destinos que uno desee; igual que las vallas muestran una imagen visual del producto.
- **Radio:** Medio publicitario de fácil acceso y de mayor cobertura hacia el consumidor en este caso el turista que tiene como ventaja bajos costos y a la vez crear una imagen auditiva del lugar.

- **Letreros luminosos:** Permiten resaltar la presencia del producto en el desarrollo de la actividad turística, puesto que serán utilizado como medio informativo y de orientación para los turistas. El diseño de este medio publicitario incluye un mapa de la comunidad de Dos Mangas y serviría para que los visitantes se orienten correctamente.

FIGURA No17 Folletos



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

a) Acciones de publicidad

- La publicidad se realizará en medios como: Televisión con una agenda de emisión en temporada alta con el objetivo de obtener resultados en el que se incremente la demanda turística.

b) Acciones de marketing

Las acciones de marketing online tienen como objetivo incrementar la notoriedad y posicionamiento de la marca turística de Dos Mangas, favorecer la difusión y comunicación, dinamizar e incrementar la participación de los usuarios a través de contenidos generados por los mismos: Las actuaciones se extenderán a lo largo del año, las mismas que serán:

FIGURA No 18 Campaña De Marketing Online



VIDEOS PROMOCIONAL DEL DESTINO DE DOS MANGAS A TRAVES DE YOU TUBE.

- ❖ CAMPAÑA SOCIAL DE ACCIONES DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES FACEBOOK, TWITTER, YOU TUBE, ETC. BUSCARA ESPECIALMENTE LA VISUALIZACION Y GENERACION DE CONTENIDO POR LOS USUARIOS



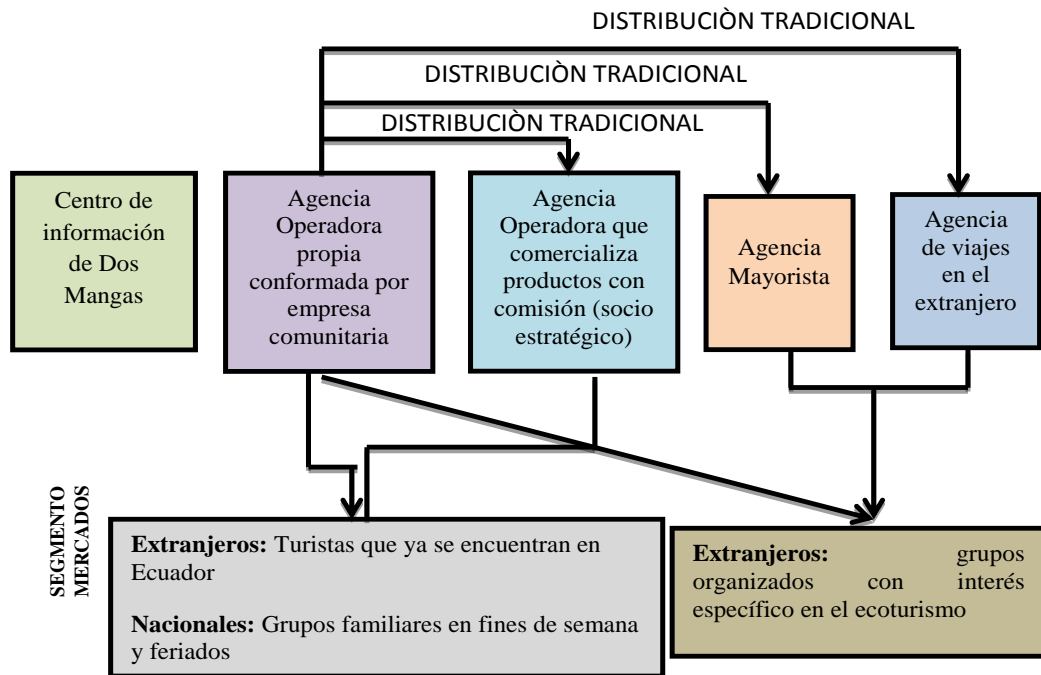
Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.2.5.4.3. Estrategia de comercialización

Venta y operación de productos turísticos de Dos Mangas

La venta de la oferta turística, e la realizará mediante alianzas en canales de distribución adecuados, para vender los productos de turismo de Dos Mangas, con el propósito de llegar a los mercados.

FIGURA No 19 Distribución De Productos



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.2.5.5. Manejo de grupos turísticos:

Tomando en cuenta que el exceso de visitantes (masificación) puede provocar:

- La perturbación de la flora y fauna.
- Deterioro y ruptura del paisaje
- Contaminación.
- Molestias a los propios visitantes
- Especulación en precio

Por lo expuesto un buen manejo de la capacidad de visitantes generará:

- Revalorización de la identidad
- Mejora y conservación del entorno
- Retención de la población por generación de mayor riqueza

- Generación de ingresos económicos
- Mejora de servicios públicos

4.4.2.5.6. Normas para la calidad en los servicios

- Capacitación continua del personal que asume las actividades de operadores en los servicios turísticos.
- Para que la atención pueda ser personalizada y satisfactoria en la experiencia que recibe el visitante, evitar masificar rutas, senderos o sitios de visita y otros espacios destinados a la interpretación turística.
- El personal que tiene contacto directo con el visitante debe tener voluntad de atender y servir con amabilidad y cortesía.
- El personal debe sentirse y ser beneficiado de la operación turística de modo que su trabajo sea óptimo y esto sea percibido por el visitante.
- Por medio de indicadores prácticos y medibles, monitorear el grado de satisfacción del visitante sobre los productos y servicios recibidos.
- La promoción debe estar de acuerdo con la realidad de los servicios que se ofrecen.
- Programar adecuadamente el tiempo del visitante, las actividades y los tiempos destinados a estas deben estar de acuerdo a sus motivaciones y deseos
- Buscar competitividad en el mercado a través de buenos precios, creatividad y personalización.
- Mantener la actitud de servicio de calidad sin importar raza, género o creencias del visitante.
- Mantener coherencia en la relación entre el costo y la calidad del servicio ofrecido.

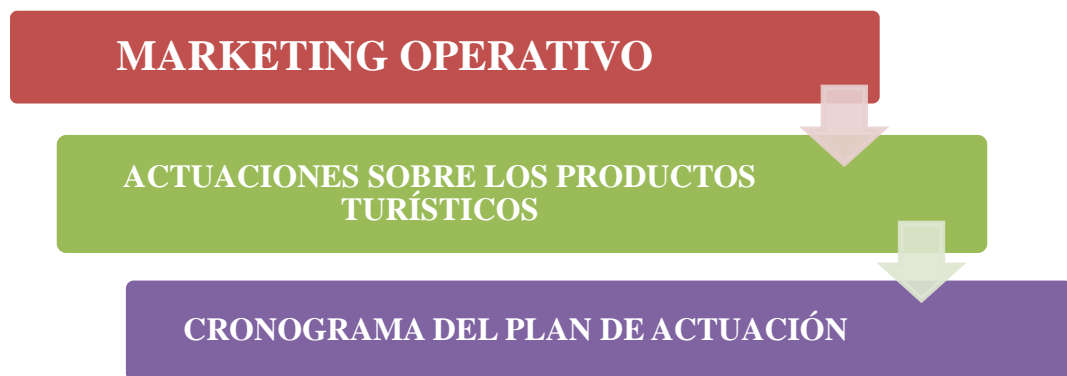
Estrategia de mejoramiento de Imagen turística

El presente plan de marketing tiene por objeto también mejorar la imagen turística de la comunidad ya que carece de aquello, es importante recalcar que la comunidad

posee una marca turística pero lamentablemente no está aplicada a ningún sistema de promoción o publicidad y si lo estuviera se lo hace de una manera incorrecta, por lo que se considera necesario ejecutarlo a través de la aplicación de merchandising, es decir en la mayoría de los casos el logotipo estará adherido a gorras, esferos, artesanías, camisetas, llaveros, etc.

4.4.3. Marketing Operativo

FIGURA N° 20 Marketing Operativo



Elaborado por: Clemente, J. (2013)

4.4.3.1. Actuaciones sobre los productos turísticos.

La planificación estratégica del marketing de la comuna Dos Mangas se respalda en los lineamientos de acción o marketing operativo. El marketing operativo está en función de las necesidades y requerimientos de los productos turísticos de Dos Mangas.

4.4.3.1.1. Actuaciones previstas

1) Programa 1: Administración y operación

Proyecto 1: Organización del comité comunal para impulsar el producto turístico

La organización del comité para impulsar el producto turístico está orientada para realizar acciones de gestión, planificación y operación de las actividades turísticas por lo que sus estrategias deben estar basadas en el apoyo efectivo de los otros programas, la efectiva coordinación con los actores directos e indirectos de la operación que fortalezcan el seguimiento y monitoreo de las decisiones y actividades planteadas.

Objetivos: Incrementar la eficiencia en la gestión de la publicidad y promoción turística mediante la coordinación administrativa y colaboración público-privada

Actividades sugeridas

- Socialización de la comunidad para la conformación de la organización comunitaria
- Capacitar y actualizar al personal en forma continua en temas de administración y mercadotecnia.

Responsables

Comuna Dos Mangas, Ministerio de Turismo.

4.4.4. Cronograma del Plan de actuación

PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
1. Administración y operación		2014		2015		2016		2017		2018		2019						
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
1. Organización del comité comunal para impulsar el producto turístico	- Socialización de la comunidad para la conformación de la organización comunitaria													Comuna Dos Mangas Ministerio de Turismo	\$ 300,00	Ministerio de Turismo	Alta	Corto Plazo
	- Capacitar y actualizar al personal en forma continua en administración y mercadotecnia.													Comuna Dos Mangas Ministerio de Turismo	\$ 5.000,00	Ministerio de Turismo	Media	Medio plazo

2) Programa 2: Calidad turística

Quienes prestan servicios deben de tener como prioridad establecer criterios que valoren la satisfacción del cliente/visitante, para conocer y autoevaluar la calidad de los servicios prestados, para lo cual es importante analizar constantemente la oferta y demanda, con el fin de optimizar recursos y obtener beneficios

El comité puede elaborar un sistema propio de autoevaluación y control de la calidad ofrecida en sus servicios, ajustada a su realidad y basada en criterios de medición sencillos y fáciles de poner en práctica, la implementación de dichos criterios daría interesantes ventajas en la competitividad de la comuna Dos Mangas.

Proyecto 1: Estudio de mercado

Actividades sugeridas

- Conocimiento continuo sobre el mercado meta (estudios de demanda real y potencial).
- Elaborar encuestas dirigida a los clientes/ visitantes para evaluar el grado de satisfacción.
- Eliminar los aspectos negativos por medio de la implementación de un sistema de control de calidad de los servicios.

Responsable:

Comité comunal, Junta Parroquial, Ministerio de Turismo

PROGRAMA																Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
2. Calidad turística		2014		2015		2016		2017		2018		2019								
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S							
1. Estudio de mercado	- Conocimiento continuo sobre el mercado meta (estudios de demanda real y potencial)														Comité comunal	\$ 800,00	Ministerio de Turismo	Alta	Largo	
	- Elaborar encuestas dirigida a los clientes/ visitantes, para evaluar el grado de satisfacción.														Comité comunal Junta Parroquial	\$ 4.500,00	Ministerio de Turismo	Media	Corto	
	- Eliminar los aspectos negativos por medio de la implementación de un sistema de control de calidad de los servicios														Ministerio de Turismo Comité comunal	\$ 30.000,00	Ministerio de Turismo	Media	Medio	

3) Línea estratégica/programa: Publicidad y promoción

Programa destinado a la elaboración de material informativo y de difusión promocional de los recursos naturales de la comuna.

Actividades sugeridas

- Elaboración de afiches, slogan publicitario y video promocional para la campaña
- Campaña en televisión, radio, medios escritos, (revistas turísticas) a nivel nacional
- Distribución de folletos en las operadoras, agencias de viajes del país y en los lugares de alojamiento de la localidad.

Responsables:

Ministerio de Turismo, Municipio, Comité comunal.

PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo	
3. Publicidad y promoción		2014		2015		2016		2017		2018		2019							
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S						
Publicidad y promoción	- Elaboración de afiches, slogan publicitario y video promocional para la campaña													Comité comunal Ministerio de Turismo	\$ 1.500.00	Municipio Ministerio de Turismo	Media	Corto	
	- Campaña en televisión, radio, medios escritos, (revistas turísticas) a nivel nacional													Municipio	\$ 2.300.00	Municipio Ministerio de Turismo	Media	Corto	
	- Distribución de folletos en las operadoras, agencias de viajes del país y en los lugares de alojamiento de la localidad														Comité comunal	\$ 800.00	Municipio	Media	Medio
	- Utilización de los canales online														Comité comunal Ministerio de Turismo	\$ 1.800.00	Municipio Ministerio de Turismo	Media	Largo

4) Línea estratégica/programa: Equipamiento Turístico

Para generar un desarrollo turístico competitivo y con gestión de calidad en Dos Mangas es importante identificar las necesidades de equipamiento que se destinará para la oferta de servicios turísticos dentro de la modalidad de turismo de naturaleza.

Actividades sugeridas

- Gestionar, asesorarse, tramitar y buscar el acceso a créditos blandos por medio de grupos e instancias de apoyo al turismo
- Diseño de modelos (diseños arquitectónicos y obras de ingeniería) y selección de materiales adecuados para el equipamiento de acuerdo a la realidad local.
- Implementación de actividades de recreación: Implementos para campamento, Implementos para la observación de la fauna y flora del manglar,

Responsables:

Ministerio de Turismo, Municipio, Juntas Parroquiales, Gobiernos provinciales, Comité comunal

PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
4. Equipamiento turístico		2014		2015		2016		2017		2018		2019						
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
1. Mejoramiento del equipamiento existente y creación de nuevas instalaciones	Gestionar, asesorarse, tramitar y buscar el acceso a créditos blandos por medio de grupos e instancias de apoyo al turismo													Comité comunal Juntas Parroquiales	\$ 500.00	Juntas Parroquiales	Alta	Corto
	Diseño de modelos (diseños arquitectónicos y obras de ingeniería) y selección de materiales adecuados para el equipamiento de acuerdo a la realidad local.													Juntas Parroquiales Ministerio de Turismo Municipio	\$ 6.000.00	Municipio	Media	Corto
	Implementación de actividades de recreación: Implementos para campamento, Implementos para la observación de la flora y fauna.														Juntas Parroquiales Municipio Ministerio de Turismo Gobiernos provinciales	\$ 20.000.00	Municipio Ministerio de Turismo Gobiernos provinciales	Media

5) Línea estratégica/programa: Formación ambiental

Establecer acciones de educación ambiental que tiendan a sensibilizar a toda la población sobre las actitudes y prácticas no amigables con el ambiente, mediante los cuales se promueva la identificación, discusión y solución de sus problemas ambientales.

Proyecto 1: Educación ambiental

Actividades sugeridas

- Desarrollo de una campaña comunitaria de sensibilización ambiental
- Elaboración de material didáctico para trabajar la temática ambiental, con la participación de la comunidad.
- Desarrollo de foros o espacios de capacitación acerca de la importancia de los roles ecológicos que tienen todas las especies tanto vegetales como animales identificados en el Bosque Húmedo Tropical de Dos Mangas.

Responsables:

Juntas Parroquiales y Gobierno provincial

PROGRAMA		5. Formación ambiental												Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTOS	ACCIONES	2014		2015		2016		2017		2018		2019						
		1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
1. Educación ambiental	Desarrollo de una campaña comunitaria de sensibilización ambiental.													Juntas Parroquiales Ministerio del Ambiente	\$.500.00	Ministerio de Ambiente	Alta	Corto
	Elaboración de material didáctico para trabajar la temática ambiental, con la participación de la comunidad.													Ministerio del Ambiente Comité comunal	\$ 2.000.00	Ministerio de Ambiente	Media	Corto
	Desarrollo de foros o espacios de capacitación acerca de la importancia de los roles ecológicos que tienen todas las especies tanto vegetales como animales identificados en el Bosque Húmedo Tropical de Dos Mangas.														Ministerio del Ambiente Comité comunal	\$ 4.000.00	Ministerio de Ambiente	Media

Cronograma del plan de actuación

En el cronograma se destaca el conjunto de proyectos y acciones en relación al marketing de los productos turísticos que se habrá de acometer en el destino en el plazo temporal 2014-2018

Este plan de acción contiene para cada proyecto la siguiente información esencial para poder iniciar su implementación:

- Responsables para su ejecución
- Presupuesto
- Fuentes de financiación
- Prioridad
- Temporalidad

Responsables.- Es el conjunto de entidades y grupos de actores implicados directamente en la ejecución del proyecto o acción, es decir, son los encargados de la implementación y seguimiento del proyecto o acción.

Presupuesto.- Es el coste estimado de implementación de los proyectos y sus acciones, aquí se refleja la cifra orientativa para su ejecución.

Fuentes de Financiación.- Son los posibles órganos/entidades y líneas de financiamiento, actualmente disponibles para aportar recursos económicos.

Prioridad.- Traducida en la importancia del proyecto o acción para el destino, se puede clasificar en:

- Alta

- Media
- Baja

Temporalidad.- Es el tiempo de implementación del proyecto dentro del horizonte trazado (**2014-2018**), la misma que se puede definir en:

Corto plazo Entre 1 y 2 años

Medio plazo entre 2 y 5 años

Largo plazo de 5 años en adelante

Nº Programas	Descripción del Proyecto	Total Proyecto
Programa 1	Total Administración Operativa	\$ 5.300,00
Programa 2	Total Calidad Turística	\$ 35.300,00
Programa 3	Total Publicidad y Promoción	\$ 6.400,00
Programa 4	Total Infraestructura Turística	\$ 26.500,00
Programa 5	Total Formación Ambiental	\$ 6.500,00
TOTAL PROYECTOS		\$ 80.000,00

CONCLUSIÓN

- Se diagnosticó la situación tanto interna como externa de la comuna Dos Mangas, con el objeto de plantear los lineamientos de acción posibles en la formulación de las estrategias de marketing. Se pudo establecer que Dos Mangas posee un gran recurso turístico de tipo natural, además cuenta con un flujo turístico que visita la comunidad procedentes en su mayoría de la ciudad de Guayaquil y del extranjero. El desarrollo de esta comunidad se ve limitada debido a la falta de proyectos encaminados a la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental que asegure el mejoramiento el nivel de vida de su población.
- Se plantearon estrategias que orientan la gestión turística, el deseo de ser que la comunidad sea el primer destino más visitado de la región, orienta las acciones, las mismas que están en relación a las políticas nacionales que encauza el desarrollo del turismo sostenible valorizando la cultura y el entorno natural.
- Se expusieron los programas y proyectos, respaldando las necesidades y requerimientos de Dos Mangas. Para impulsar el desarrollo turístico de la comunidad, es necesario realizar gestiones de promoción y publicidad, conformando previamente una organización comunitaria que de impulso a esta gestión.
- El estudio de mercado debe ser una constante de parte de la organización encargada, con el objeto de brindar servicios de calidad a los turistas y visitantes, para optimar recursos y ampliar el mercado.

RECOMENDACIÓN

- Aprovechar el recurso turístico que posee la comunidad de Dos Mangas, su diversidad de flora y fauna que la hace única en esta región. Beneficiarse de la sinergia que tiene el recurso turístico de la comuna con los productos turístico de la marca país.
- Aplicar las estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Dos Mangas, con acciones de publicidad en el mercado turístico nacional e internacional mediante el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas para su publicidad y promoción.
- Gestionar los proyectos con el fin de impulsar a Dos Mangas como producto turístico, a través de la conformación de un comité comunal la misma que será la encargada de velar por la calidad de los servicios que oferta el sector y establecer reglamentos que oriente el comportamiento de los actores del desarrollo eco-turístico.
- Formar alianza para dotar a esta área del equipamiento turístico necesario, dinamizar las actividades recreacionales y desarrollar competencias en las áreas de formación ambiental que asegure un manejo adecuado de los recursos turísticos de la localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, J. V. (2005). Turismo, fundamentos y dimensiones. S.P.ÁTICA.
- ASCANIO, A. (2007). Turismo y Planificación Hotelera: Evaluación Económica y Ambiental. Campinas Papirus.
- BIGNÉ, E. (2005). Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo. Madrid: ESIC Editorial.
- CENSO A LARVEROS en la ZEM Manglaralto. Programa de Manejo de Recursos Costeros. (Octubre 22-25 de 1996).
- CENSO INTERNO SOCIO-ECONÓMICO 2008 realizado por Fundación COASTMAN Ecuador.
- CONDE, P., & Covarrubias, R., (2009) La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net
- DRUMM, A., & Moore, A. (2005). Desarrollo del Ecoturismo – Un manual para los profesionales de la conservación. Virginia. USA: Nature Conservation.
- KOTLER, P. (2000). Introducción al Marketing. . Madrid: Prentice Hall.
- LANQUAR, R. (2006). Marketing Turístico: De lo global a lo Local. Madrid: Editorial Ariel, S.A.
- LUIS, C. (2013). COMISIÓN DE TURISMO COMUNA ATRAVEZADO.
- MÁRQUEZ, D. M. (2009). Metodología de la Investigación: Para una Investigación Científica Educativa Nacional.
- ORGAZ, A., (2010) Potencialidades Ecoturísticas en República Dominicana: La Eco-ruta Macorix Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net
- PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO para el turismo interno de Ecuador. (2014).
- SANTESMASES, M. (2005). Marketing:Conceptos y Estrategias. Madrid: Ediciones Pirámide.
- TAMAYO, M. (2010) Metodología Formal de la Investigación Científica, Segunda Edición. México: Editorial Limusa.

W, R., Mc.Intosh, Charles, & Gueldner. (2006). Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas (Décima edición ed.). México D.F.: Editorial Linusa, S.A.

TURISMO, M. D. (2012). TURISMO CONSCIENTE. QUITO.

VALLS, J. (2006). Las Claves del Mercado Turístico: Cómo Competir en el nuevo entorno. Bilbao: Deusto.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017

PLANDETUR 2020 OBJETIVO 10: ESTRATEGIAS Y ALCANCES

STEPHEN , W., & Neil, J. (2005). Ecoturismo Impacto, Tendencias y Posibilidades. . Madrid España : Editorial Síntesis S.A.

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELETERIA Y TURISMO

ANEXO I ENCUESTA A LA POBLACIÓN

¿Cree usted que la comuna se está desarrollando turísticamente?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI		
	NO		
	NO SABE		
	TOTAL		

¿Cree que el turismo beneficios económicos a la comunidad?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	SI		
	NO		
	NO SABE		
	TOTAL		

¿Considera usted que se han desarrollado proyectos orientado a la conservación de los recursos naturales y culturales en Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Siempre		
	Frecuentemente		
	Rara vez		
	Nunca		
	TOTAL		

¿Cree usted que la Dos Mangas cuenta con un potencial de recursos turísticos para ofrecer a los turistas			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	SI		
	NO		
	TAL VEZ		
	TOTAL		

¿Está de acuerdo en que la comuna se desarrolle turísticamente?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Totalmente de acuerdo		
	Parcialmente de acuerdo		
	De acuerdo		
	Desacuerdo		
	Totalmente en desacuerdo		
	TOTAL		

Indique cuales son los atractivos que la comuna Dos Mangas puede ofrecer a los turistas			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Talleres de artesanías		
	Sendero turístico		
	Lagunas		
	Cascadas		
	TOTAL		

¿En qué época del año observa usted mayor afluencia de turista?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	De Enero a Abril		
	De mayo a septiembre		
	De Octubre a Diciembre		
	TOTAL		

¿Cuál cree usted que ha sido el aumento de demanda turística en Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	5% - 10%		
	10% - 20%		
	20% - 30%		
	30% - 40%		
	40% - o más		
	TOTAL		

¿Cree usted que la comunidad está capacitada para brindar un buen servicio a los turistas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	SI		
	NO		
	NO SABE		
	TOTAL		

¿Cree usted que se está llevando adecuadamente la promoción de Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	SI		
	NO		
	NO SABE		
	TOTAL		



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

ANEXO II ENCUESTA A TURISTAS

¿Cuál es su lugar de procedencia?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Quito		
	Guayaquil		
	Azuay		
	Loja		
	Extranjeros		
	Otros		
	TOTAL		

¿Cuál es la ocupación que usted realiza?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Estudiantes	64	15%
	Profesionales	42	21%
	Comerciantes	30	15%
	Otros	64	32%
	TOTAL	200	100%

¿Con qué frecuencia visita Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Siempre		
	Fines de Semana		
	Solo en temporada		
	Vacaciones		
	No contesta		
	TOTAL		

¿Motivo de su visita Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Visitar amigos		
	Visitar a Familiares		
	Ecoturismo		
	Gastronomía		
	Naturaleza		
	TOTAL		

¿Usted viaja solo en compañía?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Familia	98	49%
	Amigos	54	27%
	Pareja	4	2%
	Sólo	44	22%
	TOTAL	200	100%

¿Cuándo visita Dos Mangas donde prefiere alojarse?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Cabañas	63	33%
	Amigos	22	11%
	Hostal	58	29%
	Hospederías	54	27%
	Otros	0	0%
	TOTAL	200	100%

¿Cómo considera que están las vías de acceso a Dos Mangas?			
ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Excelente	4	2%
	Buen Estado	62	31%
	Parcialmente Buena	70	35%
	Regular	72	36%
	TOTAL	200	100%



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

ANEXO III Entrevista

Pregunta N° 1 ¿Cree usted que los visitantes que llegan a esta zona lo hacen únicamente por observar la flora y fauna de este lugar?

Pregunta N° 2 ¿Cree usted que la comuna está recepcionando cada día más turistas?

Pregunta N° 3 ¿Considera usted que es importante que la comuna cuente con un plan estratégico de marketing para promocionar sus recursos turísticos?



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

ANEXO IV Fotografía



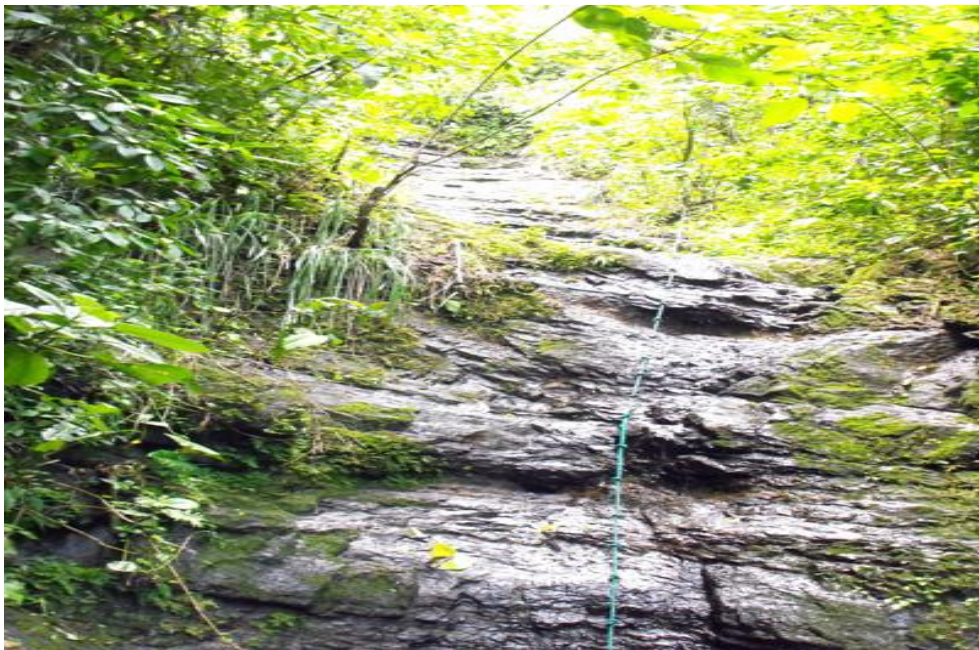
EL AGUA DESCENDE POR LA CASCADA



FLORA DEL LUGAR



ENTRE LA ROCA SE ENCUENTRA VESTIGIOS DE COBRE



SENDERO ROCOSO PARA CAMINAR



FLORA



ORQUÍDEAS



FAUNA



EL PAN ELABORADO EN HORNOS DE LEÑA



SECADO DE PAJA TOQUILLA



ARTESANÍA DE PAJA TOQUILLA