

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**Facultad de Turismo y Patrimonio Cultural**

**Carrera de Administración y Dirección de  
Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Plan de Promoción Turística para Bahía de  
Caráquez**

**Verónica Isabel Tufiño Calero**

**Director: Ing. Roberto Unda Duque**

**QUITO-ECUADOR-**

**2006-2007**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Dios, pues sin Él nada de esto hubiese sido posible, en especial a mis padres, Pedro y Fabiola, que con amor y mucho cariño, han sabido sembrar en mí, valores de esfuerzo y perseverancia, ayudándome a culminar mis estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente quiero agradecer a Dios, a la Virgen y al Divino Niño Jesús por protegerme y enseñarme el camino correcto en mi vida.

A mis padres, por su total apoyo al momento de dar cada paso en mi vida, por confiar en mí y por enseñarme el verdadero significado de la unión familiar.

A mi hermano y hermanas, Iván, Faby y Anny por siempre apoyarme en todas mis decisiones y ayudarme en las dificultades que se me hayan presentado. Cada uno de ellos que siempre me ha dado una palabra de aliento para continuar y no detenerme jamás.

A mi toda mi familia, por apoyarme en todos los momentos de mi vida e impulsarme para alcanzar mis metas, sobretodo a mis sobrinas Cami y Nicky que siempre han dado alegría a mi vida.

A mis amigas, con las cuales he compartido momentos inolvidables y en especial aquellas que han estado a mi lado no solo en las buenas sino en las malas también.

A mi director de tesis, Ing. Roberto Unda Duque por su colaboración, apoyo y ayuda para el desarrollo de la tesis.

# ÍNDICE GENERAL

PÁG.

|   |   |
|---|---|
| <a href="#"><u>INTRODUCCIÓN</u></a> ..... | 1 |
|---|---|

|   |   |
|---|---|
| <a href="#"><u>INTRODUCTION</u></a> ..... | 2 |
|---|---|

## CAPÍTULO I: PLAN DE TESIS

|     |  |   |
|-----|--|---|
| 1.1 | <a href="#"><u>Antecedentes</u></a> .....                | 3 |
| 1.2 | <a href="#"><u>Objetivos</u></a>                         |   |
|     | 1.2.1 <a href="#"><u>Objetivo General</u></a> .....      | 3 |
|     | 1.2.2 <a href="#"><u>Objetivos Específicos</u></a> ..... | 4 |
| 1.3 | <a href="#"><u>Justificación del Trabajo</u></a> .....   | 4 |
| 1.4 | <a href="#"><u>Diseño Metodológico</u></a>               |   |
|     | 1.4.1 <a href="#"><u>Método Teórico</u></a> .....        | 5 |
|     | 1.4.2 <a href="#"><u>Método Empírico</u></a> .....       | 6 |
|     | 1.4.3 <a href="#"><u>Tipos de Estudios</u></a> .....     | 6 |
|     | 1.4.4 <a href="#"><u>Tipos de Fuentes</u></a> .....      | 6 |

## CAPÍTULO II: GENERALIDADES DEL CANTÓN SUCRE Y DE BAHÍA DE CÁRAQUEZ

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 2.1 | <a href="#"><u>Cantón Sucre</u></a> .....          | 7  |
|     | 2.1.1 <a href="#"><u>Geografía</u></a> .....       | 8  |
|     | 2.1.2 <a href="#"><u>Ubicación</u></a> .....       | 8  |
|     | 2.1.3 <a href="#"><u>Clima</u></a> .....           | 8  |
|     | 2.1.4 <a href="#"><u>Hidrografía</u></a> .....     | 9  |
|     | 2.1.5 <a href="#"><u>Relieve</u></a> .....         | 9  |
|     | 2.1.6 <a href="#"><u>Playas y Puntas</u></a> ..... | 10 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 2.1.7   | <a href="#">Flora</a> .....                             | 10 |
| 2.1.8   | <a href="#">Fauna</a> .....                             | 11 |
| 2.2     | <b><a href="#">Bahía de Caráquez</a></b> .....          | 13 |
| 2.2.1   | <b><a href="#">Reseña Histórica</a></b>                 |    |
| 2.2.1.1 | <a href="#">Edad Antigua</a> .....                      | 15 |
| 2.2.1.2 | <a href="#">Edad Media</a> .....                        | 16 |
| 2.2.1.3 | <a href="#">Edad Moderna</a> .....                      | 19 |
| 2.2.2   | <b><a href="#">Síntesis Geográfica</a></b>              |    |
| 2.2.2.1 | <a href="#">Ubicación, Superficie y Población</a> ..... | 22 |
| 2.2.2.2 | <a href="#">Clima</a> .....                             | 23 |
| 2.2.2.3 | <a href="#">Relieve e Hidrografía</a> .....             | 24 |
| 2.2.3   | <b><a href="#">Vías de Comunicación</a></b>             |    |
| 2.2.3.1 | <a href="#">Autobús</a> .....                           | 24 |
| 2.2.3.2 | <a href="#">Aire</a> .....                              | 25 |
| 2.2.3.3 | <a href="#">Vías de Acceso</a> .....                    | 25 |

## CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE ATRACTIVOS Y PLANTA TURÍSTICA

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 3.1     | <b><a href="#">Introducción</a></b> .....                    | 27 |
| 3.2     | <b><a href="#">Atractivos Turísticos</a></b> .....           | 32 |
| 3.2.1   | <b><a href="#">Atractivos Naturales</a></b>                  |    |
| 3.2.1.1 | <a href="#">Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón</a> ..... | 33 |
| 3.2.1.2 | <a href="#">Saiananda</a> .....                              | 36 |
| 3.2.1.3 | <a href="#">Granja Orgánica Río Muchacho</a> .....           | 37 |
| 3.2.1.4 | <a href="#">Reserva Biológica Cerro Seco</a> .....           | 38 |
| 3.2.1.5 | <a href="#">Puerto Amistad</a> .....                         | 40 |
| 3.2.1.6 | <a href="#">Punta Bellaca</a> .....                          | 41 |
| 3.2.1.7 | <a href="#">Playas del Pajonal</a> .....                     | 41 |
| 3.2.1.8 | <a href="#">Playa de Bahía</a> .....                         | 41 |
| 3.2.2   | <b><a href="#">Atractivos Culturales</a></b>                 |    |
| 3.2.2.1 | <a href="#">Museo de Sitio Chirije</a> .....                 | 42 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 3.2.2.2 | <a href="#">Iglesia de La Merced</a> .....              | 44 |
| 3.2.2.3 | <a href="#">Museo del Banco Central</a> .....           | 45 |
| 3.2.2.4 | <a href="#">Capilla de la Medalla Milagrosa</a> .....   | 47 |
| 3.2.2.5 | <a href="#">Casa de Velásquez</a> .....                 | 47 |
| 3.2.2.6 | <a href="#">Casa Americana</a> .....                    | 48 |
| 3.3     | <b><a href="#">Manifestaciones Culturales</a></b> ..... | 49 |
| 3.3.1   | <a href="#">Folklore</a> .....                          | 49 |
| 3.3.2   | <a href="#">Tradiciones y Creencias Populares</a> ..... | 49 |
| 3.3.3   | <a href="#">Festividades</a> .....                      | 50 |
| 3.3.4   | <a href="#">Comidas y bebidas Típicas</a> .....         | 51 |
| 3.3.5   | <a href="#">Música</a> .....                            | 52 |
| 3.3.6   | <a href="#">Acontecimientos Artísticos</a> .....        | 52 |
| 3.3.7   | <a href="#">Eventos Deportivos</a> .....                | 53 |
| 3.4     | <b><a href="#">Planta Turística</a></b> .....           | 53 |
| 3.4.1   | <a href="#">Alojamiento</a> .....                       | 53 |
| 3.4.2   | <a href="#">Alimentación</a> .....                      | 56 |
| 3.4.3   | <a href="#">Diversión</a> .....                         | 57 |
| 3.5     | <b><a href="#">Otros Servicios</a></b> .....            | 57 |
| 3.6     | <b><a href="#">Infraestructura</a></b> .....            | 59 |

## CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA PLANTA TURÍSTICA Y HOTELERA

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 4.1   | <b><a href="#">Pre-Objetivos</a></b> .....                | 60 |
| 4.2   | <b><a href="#">Objetivos</a></b> .....                    | 61 |
| 4.3   | <b><a href="#">Variables Críticas a Evaluar</a></b> ..... | 61 |
| 4.3.1 | <a href="#">Modelo de Entrevista a Expertos</a> .....     | 62 |
| 4.3.2 | <a href="#">Análisis de Sitios de Alojamiento</a> .....   | 63 |
| 4.3.3 | <a href="#">Análisis de Sitios de Alimentación</a> .....  | 66 |
| 4.3.4 | <a href="#">Análisis de Sitios Naturales</a> .....        | 69 |
| 4.3.5 | <a href="#">Análisis de Sitios Culturales</a> .....       | 71 |
| 4.3.6 | <a href="#">Análisis de Sitios de Distracción</a> .....   | 73 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 4.3.7   | <a href="#"><u>Análisis de Agencias de Viajes</u></a> .....   | 75 |
| 4.4     | <a href="#"><u>FODA</u></a> .....   | 77 |
| 4.4.1   | <a href="#"><u>FODA elaborado en el Plan de Desarrollo<br/>Estratégico del Cantón Sucre</u></a>           |    |
| 4.4.1.1 | <a href="#"><u>FODA Social-Cultural</u></a> .....   | 78 |
| 4.4.1.2 | <a href="#"><u>FODA Económico-Productivo</u></a> .....  | 80 |
| 4.4.1.3 | <a href="#"><u>FODA Territorial-Ambiental-Riesgo</u></a> .....  | 82 |
| 4.4.1.4 | <a href="#"><u>FODA Político- Institucional</u></a> .....   | 84 |
| 4.4.2   | <a href="#"><u>FODA de la ciudad de Bahía de Caráquez<br/>obtenido mediante las entrevistas</u></a> ..... | 86 |

## CAPÍTULO V: LÍNEAS DE ACCIÓN, PLANES, PROGRAMAS Y PRESUPUESTACIÓN

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 5.1   | <a href="#"><u>Introducción</u></a> .....                  | 88 |
| 5.2   | <a href="#"><u>Ejes Estratégicos</u></a> .....             | 89 |
| 5.3   | <a href="#"><u>Perspectivas</u></a> .....                  | 90 |
| 5.4   | <a href="#"><u>Estrategias</u></a> .....                   | 90 |
| 5.4.1 | <a href="#"><u>Líneas Estratégicas de Acción</u></a> ..... | 90 |
| 5.5   | <a href="#"><u>Presupuesto de Egresos</u></a> .....        | 98 |
| 5.6   | <a href="#"><u>Cronograma de Actividades</u></a> .....     | 99 |

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 6.1 | <a href="#"><u>Conclusiones</u></a> .....    | 102 |
| 6.2 | <a href="#"><u>Recomendaciones</u></a> ..... | 104 |

|   |     |
|---|-----|
| <a href="#"><u>BIBLIOGRAFÍA</u></a> ..... | 105 |
|---|-----|

## ANEXOS

|                     |   |     |
|---------------------|---|-----|
| <b>Anexo No.1</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Sitios de Alojamiento</u></a> .....  | 106 |
| <b>Anexo No.2</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Sitios de Alimentación</u></a> ..... | 124 |
| <b>Anexo No.3</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Sitios Naturales</u></a> .....       | 143 |
| <b>Anexo No.4</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Sitios Culturales</u></a> .....      | 151 |
| <b>Anexo No.5</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Sitios de Distracción</u></a> .....  | 160 |
| <b>Anexo No.6</b>   | <a href="#"><u>Entrevistas a Propietarios o Administradores de Agencias de Viajes</u></a> .....     | 165 |
| <b>Anexo No.7</b>   | <a href="#"><u>Datos Estadísticos del Museo del Banco Central Bahía de Caráquez</u></a> .....       | 171 |
| <b>Anexo No.8</b>   | <a href="#"><u>Catastro del Ministerio de Turismo</u></a> .....                                     | 176 |
| <b>Anexo No.9</b>   | <a href="#"><u>Cotización de Cuña Publicitaria en Ecuavisa</u></a> .....                            | 179 |
| <b>Anexo No. 10</b> | <a href="#"><u>Cotización de Induvallas</u></a> .....   | 180 |
| <b>Anexo No. 11</b> | <a href="#"><u>Cotización Letrasigma</u></a> .....  | 182 |
| <b>Anexo No. 12</b> | <a href="#"><u>Hoteles, Restaurantes, Atractivos Turísticos y Agencias de Viajes</u></a> .....      | 184 |

# ÍNDICE DE MAPAS

PÁG.

## CAPÍTULO II: GENERALIDADES DEL CANTÓN SUCRE Y DE BAHÍA DE CARÁQUEZ

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Mapa No. 1 | <a href="#">Ubicación del Cantón Sucre</a> .....     | 7  |
| Mapa No. 2 | <a href="#">Ubicación de Bahía de Caráquez</a> ..... | 13 |
| Mapa No. 3 | <a href="#">Vías de acceso a la ciudad</a> .....     | 26 |

## CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE ATRACTIVOS Y PLANTA TURÍSTICA

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Mapa No. 4 | <a href="#">Mapa Turístico del Cantón Sucre</a> ..... | 31 |
|------------|---|----|

## CAPÍTULO V: LÍNEAS DE ACCIÓN, PLANES, PROGRAMAS Y PRESUPUESTACIÓN

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Mapa No. 5 | <a href="#">Ubicación de valla en Quito</a> .....              | 94 |
| Mapa No. 6 | <a href="#">Ubicación de valla en Portoviejo y Manta</a> ..... | 95 |
| Mapa No. 7 | <a href="#">Ubicación de valla en Chone</a> .....              | 97 |

# ÍNDICE DE CUADROS

PÁG.

## CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA PLANTA TURÍSTICA Y HOTELERA

|              |  |    |
|--------------|--|----|
| Cuadro No. 1 | <a href="#">Análisis de Sitios de Alojamiento</a> .....  | 63 |
| Cuadro No. 2 | <a href="#">Análisis de Sitios de Alimentación</a> ..... | 66 |
| Cuadro No. 3 | <a href="#">Análisis de Sitios Naturales</a> .....       | 69 |
| Cuadro No. 4 | <a href="#">Análisis de Sitios Culturales</a> .....      | 71 |
| Cuadro No. 5 | <a href="#">Análisis de Sitios de Distracción</a> .....  | 73 |
| Cuadro No. 6 | <a href="#">Análisis de Agencias de Viajes</a> .....     | 75 |

## CAPÍTULO V: LÍNEAS DE ACCIÓN, PLANES, PROGRAMAS Y PRESUPUESTACIÓN

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| Cuadro No. 7  | <a href="#">Definición de Ejes Estratégicos</a> ..... | 89 |
| Cuadro No. 8  | <a href="#">Perspectivas</a> .....                    | 90 |
| Cuadro No. 9  | <a href="#">Presupuesto de Egresos</a> .....          | 98 |
| Cuadro No. 10 | <a href="#">Cronograma de Actividades</a> .....       | 99 |

# ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

PÁG.

## CAPÍTULO II: GENERALIDADES DEL CANTÓN SUCRE Y DE BAHÍA DE CÁRAQUEZ

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Foto No. 1 | <a href="#">Armadillo</a> .....                              | 11 |
| Foto No. 2 | <a href="#">Pavo de Monte</a> .....                          | 12 |
| Foto No. 3 | <a href="#">Vista de Bahía de Caráquez</a> .....             | 14 |
| Foto No. 4 | <a href="#">Bahía de Caráquez en los años sesentas</a> ..... | 18 |
| Foto No. 5 | <a href="#">Bahía de Caráquez en los años setentas</a> ..... | 19 |
| Foto No. 6 | <a href="#">Ferrocarril Bahía-Chone</a> .....                | 21 |
| Foto No. 7 | <a href="#">Bahía de Caráquez Moderna</a> .....              | 22 |

## CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE ATRACTIVOS Y PLANTA TURÍSTICA

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| Foto No. 8  | <a href="#">Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón</a> .....      | 33 |
| Foto No. 9  | <a href="#">Ibis y fragatas volando sobre los manglares</a> ..... | 34 |
| Foto No. 10 | <a href="#">Murciélago blanco</a> .....                           | 35 |
| Foto No. 11 | <a href="#">Sendero elevado en medio del manglar</a> .....        | 35 |
| Foto No. 12 | <a href="#">Entrada al sendero de la isla</a> .....               | 36 |
| Foto No. 13 | <a href="#">Venados de la costa ecuatoriana</a> .....             | 37 |
| Foto No. 14 | <a href="#">Vista de Saiananda</a> .....                          | 37 |
| Foto No. 15 | <a href="#">Hornero</a> .....                                     | 38 |
| Foto No. 16 | <a href="#">Monumentales ceibos</a> .....                         | 39 |
| Foto No. 17 | <a href="#">Senderos que facilitan la visita</a> .....            | 39 |
| Foto No. 18 | <a href="#">Periquito del pacífico</a> .....                      | 40 |

|                    |  |    |
|--------------------|--|----|
| <b>Foto No. 19</b> | <a href="#"><u>Yacht Club Puerto Amistad</u></a> .....                       | 40 |
| <b>Foto No. 20</b> | <a href="#"><u>Cabañas de Chirije</u></a> .....                              | 43 |
| <b>Foto No. 21</b> | <a href="#"><u>Restos de arqueología encontrada</u></a> .....                | 43 |
| <b>Foto No. 22</b> | <a href="#"><u>Fachada de la Iglesia de la Merced</u></a> .....              | 44 |
| <b>Foto No. 23</b> | <a href="#"><u>Piezas de la Cultura Bahía</u></a> .....                      | 45 |
| <b>Foto No. 24</b> | <a href="#"><u>Silla manteña</u></a> .....                                   | 46 |
| <b>Foto No. 25</b> | <a href="#"><u>Réplica a escala de las grandes balsas manteñas</u></a> ..... | 46 |
| <b>Foto No. 26</b> | <a href="#"><u>Casa Velásquez</u></a> .....                                  | 48 |
| <b>Foto No. 27</b> | <a href="#"><u>Casa Americana</u></a> .....                                  | 49 |

# INTRODUCCIÓN

Es conocido por todos que las ciudades del Ecuador tienen gran dificultad para realizar un plan de desarrollo turístico debido a la falta de interés y de iniciativa por parte de las autoridades. La ciudad de Bahía de Caráquez no es la excepción ya que a pesar de tener grandes paisajes y sitios a los cuales se puede acudir, no se ha realizado un plan de desarrollo adecuado para poder promocionar el turismo en la ciudad.

Por todos los problemas que se presentan, se dio la necesidad de elaborar un plan de desarrollo turístico que se aplique a corto plazo y que logre incrementar el turismo en Bahía de Caráquez en un buen porcentaje. Para lo cual es necesario que se realicen estudios para alcanzar dicho objetivo.

Inicialmente se realizará una breve descripción del Cantón Sucre, siendo la cabecera cantonal la ciudad de Bahía de Caráquez, además se analizará brevemente los sitios de interés y la planta hotelera con la que cuenta. Se dará a conocer las dificultades que deben afrontar los establecimientos y las estrategias que se pueden plantear para lograr mejorarlos.

Se trata de incentivar la participación de todas las personas involucradas con el sector turístico y las relacionadas con ello, para lograr incrementar el turismo no solo en la ciudad sino en toda la provincia de Manabí y de ésta forma dar a conocer a nivel nacional e internacional las diversidades con las que cuenta Bahía de Caráquez.

## **INTRODUCTION**

We would like to know that all the cities of Ecuador have a big problem to make a tourist development plan, due the lack of interest of the government and authorities. Bahía de Caráquez has beautiful and marvellous tourism attractions, but it didn't have a good development plan to promote the tourism in this city.

For all the problems, we would like to make a good tourist development plan to apply in a few months to increase the tourism in the city, for that reason it's.

At the beginning we make a little description of Sucre and Bahía de Caráquez, also the tourism attractions, the restaurants, hotels, and all the places that you can visit. We would like to know all the problems that this places has, and also the solutions to increase the tourism with marketing strategies

The objective is the participation of all the tourism authorities and the community to promote Bahía de Caráquez and all Manabí province at Ecuador and the world.

# **CAPÍTULO I**

## **PLAN DE TESIS**

### **1.1 ANTECEDENTES**

Bahía de Caráquez es una de las ciudades de la costa ecuatoriana que tiene ese encanto natural que la hace especial. Su naturaleza, la unión mágica del río y el mar del Pacífico, la cultura ancestral que inician los indios Caras, la comunión de las construcciones del siglo 20 con los edificios modernos, y los más importante, su gente; hacen de conocerla y visitarla algo maravilloso.

Bahía de Caráquez nació como Ecociudad el día 23 de Febrero de 1999 como producto de los desastres de 1997 y 1998, cuando Bahía experimentó dos eventos naturales: el Fenómeno de "El Niño" y el terremoto en agosto de 1998. Por el alto nivel de destrucción a causa de ambos desastres, Bahía necesitó reconstruirse. Debido a la sugerencia de la organización japonesa ACTMANG, Fundación Stuarium y otras organizaciones públicas y privadas en Bahía decidieron reconstruir la ciudad de una manera ecológica.

### **1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

#### **1.2.1 Objetivo General**

- Realizar un plan de promoción turística para la ciudad de Bahía de Caráquez.

### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Determinar las fortalezas y debilidades de la ciudad.
- Determinar las oportunidades y amenazas que existen para el desarrollo del turismo en Bahía de Caráquez.
- Conocer las condiciones en las que se encuentran los sitios turísticos, planta hotelera y sitios de interés en general.
- Conocer las dificultades de cada uno de los establecimientos turísticos y hoteleros.
- Establecer acciones para ponerlas en práctica para incrementar el nivel de visitantes sobretodo durante la temporada baja.
- Buscar maneras de promocionar la ciudad de una forma eficaz y eficiente.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO**

El cantón Sucre limita al norte con Jama; al sur con Portoviejo; al este con Chone, Tosagua y Rocafuerte y al oeste con el Océano Pacífico. Está ubicado en la zona noroeste de la provincia, a pocos kilómetros debajo de la Línea Equinoccial. Se encuentra a 0 grados, 35 minutos de latitud sur y 80 grados, 25 minutos de longitud oeste.

El clima es cálido, pero refrescante debido a las brisas marinas que se dan en la zona. La temperatura media está entre 25 y 30 grados centígrados, sobre todo en la estación lluviosa en que se incrementa, dando lugar al calor que se registra entre diciembre y marzo y el frío durante septiembre y noviembre. Las precipitaciones anuales son de 500

y 1000 milímetros. Todos los ríos que riegan el cantón desembocan en el mar. El río Chone es el sistema fluvial más importante y su desembocadura conforma la Bahía de Caráquez.

Por todo lo antes mencionado es importante realizar una investigación para poder solucionar el problema que tiene la ciudad de Bahía de Caráquez respecto a la forma de promocionarse. Así como también se desea lograr que la ciudad este considerada por los turistas sobretodo los nacionales como un destino turístico importante al cual acudir.

El Ecuador al ser un país mega diverso cuenta con lugares naturales y culturales de gran importancia como lo tiene la ciudad de Bahía de Caráquez, que en la actualidad es un sitio olvidado por la gente y que necesita de la implementación de un plan para desarrollarse adecuadamente.

Y al ver todas las maravillas con las que cuenta la ciudad de Bahía de Caráquez es interesante poder colaborar con la creación de dicho plan.

## **1.4 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **1.4.1 Método Teórico**

Para realizar la investigación se va a utilizar un método teórico que es el método hipotético-deductivo ya que mediante éste se podrá partir de conocimientos establecidos, que serán sometidos a deducciones para lograr generar nuevas hipótesis. A través de este método se va lograr establecer nuevas conclusiones y nuevas predicciones para la ciudad a nivel turístico.

#### **1.4.2 Método Empírico**

En cuanto al método empírico que se utilizará es la entrevista ya que por medio de éste se podrá recolectar datos mediante preguntas realizadas a los expertos, cuyas respuestas nos darán la pauta para el desarrollo del plan de acción.

La razón por la cual se decidió realizar entrevistas es por la falta de datos estadísticas por parte del Ministerio de Turismo, del Municipio de Bahía de Caráquez y del INEC.

#### **1.4.3 Tipos de Estudios**

En cuanto al estudio que se utilizará es el descriptivo ya que mediante este se busca especificar las propiedades y características importantes. Además de que se logrará medir las probabilidades que tiene Bahía de Caráquez en cuánto a incrementar su nivel de turistas en la ciudad y en los sitios turísticos.

#### **1.4.4 Tipos de Fuentes**

Los tipos de fuentes que serán utilizados son secundarios para la investigación en general sin embargo para estudios como el de mercado y para aquellos en los que cuales sean necesarios se utilizará fuentes primarias.

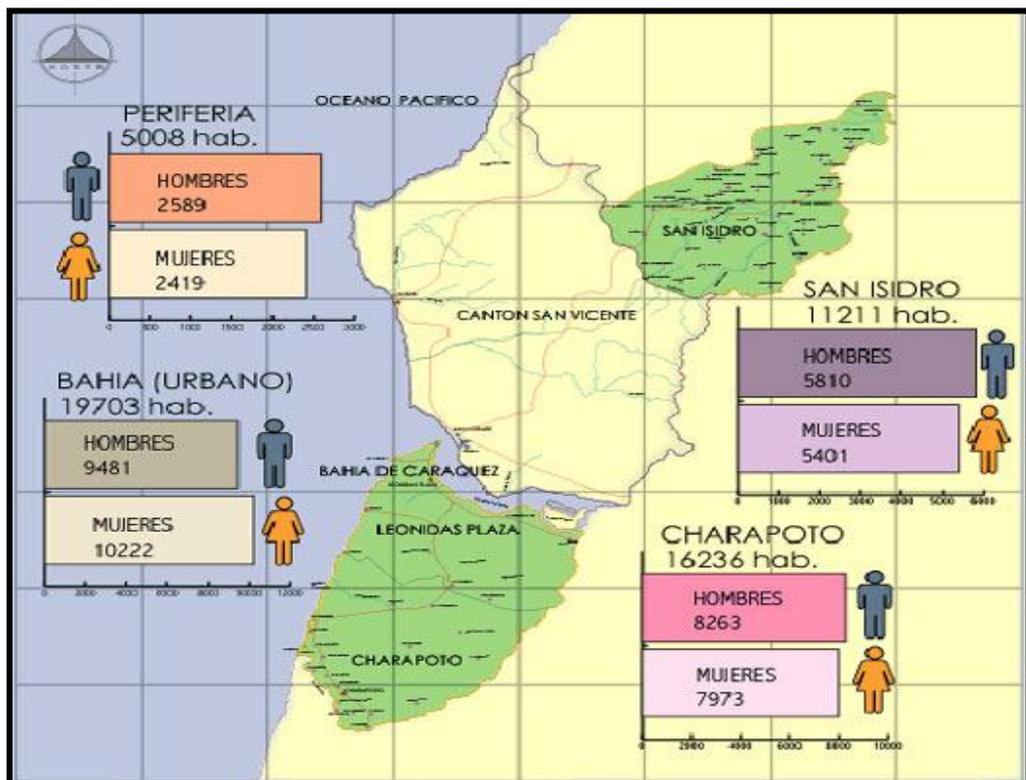
## CAPÍTULO II

### GENERALIDADES DEL CANTÓN SUCRE Y DE BAHÍA DE CARÁQUEZ

#### 2.1 CANTÓN SUCRE

“Tierra mística y de ancestral historia, de naturaleza encantadora y playas de ensueño, de lindas mujeres y hombres de valor, toda esta amalgama de cualidades conjugadas en un pequeño y maravilloso territorio denominado Cantón Sucre.”<sup>9</sup>.

MAPA No. 1: UBICACIÓN DEL CANTÓN SUCRE



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

<sup>9</sup> Dr. Carlos Mendoza Rodríguez-Alcalde del Cantón Sucre

### **2.1.1 Geografía**

El Cantón Sucre y su cabecera cantonal Bahía de Caráquez sorprenden por su espléndida variedad de entornos naturales, en los que la irregularidad del relieve y las playas agraciadas conforman un conjunto de paisajes de ensueño, entrelazados con el acogedor clima y ese particular encanto de las tierras manabitas, por lo cual son muy conocidas a nivel nacional.

### **2.1.2 Ubicación**

El Cantón Sucre está ubicado en la zona Noroeste de la provincia de Manabí, a pocos kilómetros de la línea Equinoccial o Ecuador. Se encuentra a 0 grados 35 minutos de latitud sur y 80 grados 25 minutos de longitud occidental.

Su extensión es de 1.872 km<sup>2</sup> y tiene como límites: al norte el Cantón Pedernales, al Sur el Cantón Portoviejo, al Este los cantones de Chone y Tosagua, y al Oeste el Océano Pacífico.

### **2.1.3 Clima**

El Cantón Sucre posee un clima cálido por lo general, ya que forma parte del Litoral Ecuatoriano. Es fresco por las brisas marinas o influenciado por la corriente de Humboldt que al llegar al Cabo Pasado se desvía hacia el oeste.

La temperatura anual media es de 24.7 grados centígrados, con precipitaciones anuales entre los 500 y 1000 milímetros. En general, el clima es cálido, ardiente, sin embargo cuenta con una frescura ideal.

Los meses más calurosos van desde Diciembre a Marzo y los más fríos de Septiembre a Noviembre. La humedad promedio es

del 81%.

#### **2.1.4 Hidrografía**

En el Océano Pacífico desembocan los ríos que nacen en las montañas cercanas a Jama y Coaque. El río Chone es el sistema fluvial más importante y su desembocadura conforma la Bahía de Caráquez. Los ríos Briceño, Canoa, Babuchilla Jama, Don Juan, Puntilla, Tasaste y Camarones, forman también parte de la hidrografía del Cantón Sucre.

#### **2.1.5 Relieve**

El relieve del Cantón Sucre presenta un aspecto montano-costero con cuatro unidades principales:

- El frente costanero caracterizado por un cambio abrupto dependiente entre la línea de playa y las colinas cortadas por la acción del mar.
- El delta aluvial del río Chone.
- El sistema montañoso que lo conforman colinas de mediana altura.
- Los valles del sistema que están formados por los drenajes de quebradas y flujos secundarios que han seccionado las elevaciones, con inclinaciones descendientes hacia el mar.

Sucre posee algunas montañas, pero en su mayoría esta conformada por llanos, debido a su cercanía al mar. Su valle más importante es el de Charapotó, regado por el río Portoviejo.

Las montañas no son muy elevadas, no alcanzan los 500 metros de altura, entre las más notables están las de Jama, los cerros de San Vicente, de Bálsamo y Canoa. También están los de

Charapotó, Camarones y Jama.

### **2.1.6 Playas y Puntas**

Por estar bordeado por el Océano Pacífico en su parte occidental, existen hermosas playas como: Don Juan, Tabula, Cabo Pasado, Punta Ballena, Punta Venado, Canoa, Briceño, San Vicente, Bahía, Pajonal, San Jacinto y San Clemente, entre otras.

Entre sus accidentes geográficos están: Punta Brava, Punta Jama, Punta Venado, Punta Ballena, Punta Cabuyal, Punta Alta, Cabo Pasado, Bahía de Caráquez, Punta Bellaca y Punta de Charapotó.

### **2.1.7 Flora**

Existen zonas de bosque tropical seco cuyas especies forestales más importantes son: el ceibo, guayacán algarrobo, tamarindo, cascol, cedro, chascajo, cacique, roble, figueroa, laurel, chirimoyo, naranjo, cerezo, ciruelo, cacto, amarillo, pechiche, guachapeli y otras.

Muchas de sus playas están pobladas de cocoteros y sobretodo de manglares. El bosque original ha sido talado para dedicar la tierra a las faenas agrícolas y ganaderas, de ahí que existe una considerable extensión de pastizales y por ende la deforestación en este sector fue muy grave. La zona vegetal montañosa del Cantón Sucre se extiende desde las alturas del Cabo Pasado donde se introduce hacia el centro, extendiéndose de norte a sur para perderse luego en la cordillera andina.

El manglar es uno de los más importantes ecosistemas de la

franja costera. Son plantas entre 4 y 50 metros de alto que existen en los pantanos salobres bañados por las mareas. En ellas viven y se alimentan peces, cangrejos, conchas, aves y plantas. Sus beneficios son entre otras cosas, la protección de los bordes costeros contra la erosión, el mejoramiento de la calidad del agua, la alimentación de especies animales, constituye el hábitat de muchas especies y se constituye en zona de interés turístico.

### **2.1.8 Fauna**

La fauna en la zona montañosa del cantón Sucre la conforman especies tales como el tigrillo, puma americano, zahino, guatusa, guanta, armadillo, venado, guachara, pava de monte, mono y lagarto, de las que solo quedan pocos ejemplares, debido a la tala del bosque y cacería que han ido causando su desaparición.

**FOTO No. 1 ARMADILLO**



**Fuente:** Municipio del Cantón Sucre

En la zona costera se encuentran otros animales propios de las costas. En sectores como la isla Fraguatas, algunas especies han encontrado su hábitat, entre estas: fragatas, piqueros, pelícanos,

garzas, gaviotas, gaviotín real, cormoranes, playeros, etc.

Entre los recursos pesqueros se encuentran también el camarón, la langosta y los peces de altura, cuya explotación genera riqueza para los habitantes de la zona.

La ganadería se da en sectores como: Canoa, Charapotó, San Isidro, Leonidas Plaza y Jama.

**FOTO No. 2 PAVO DE MONTE**



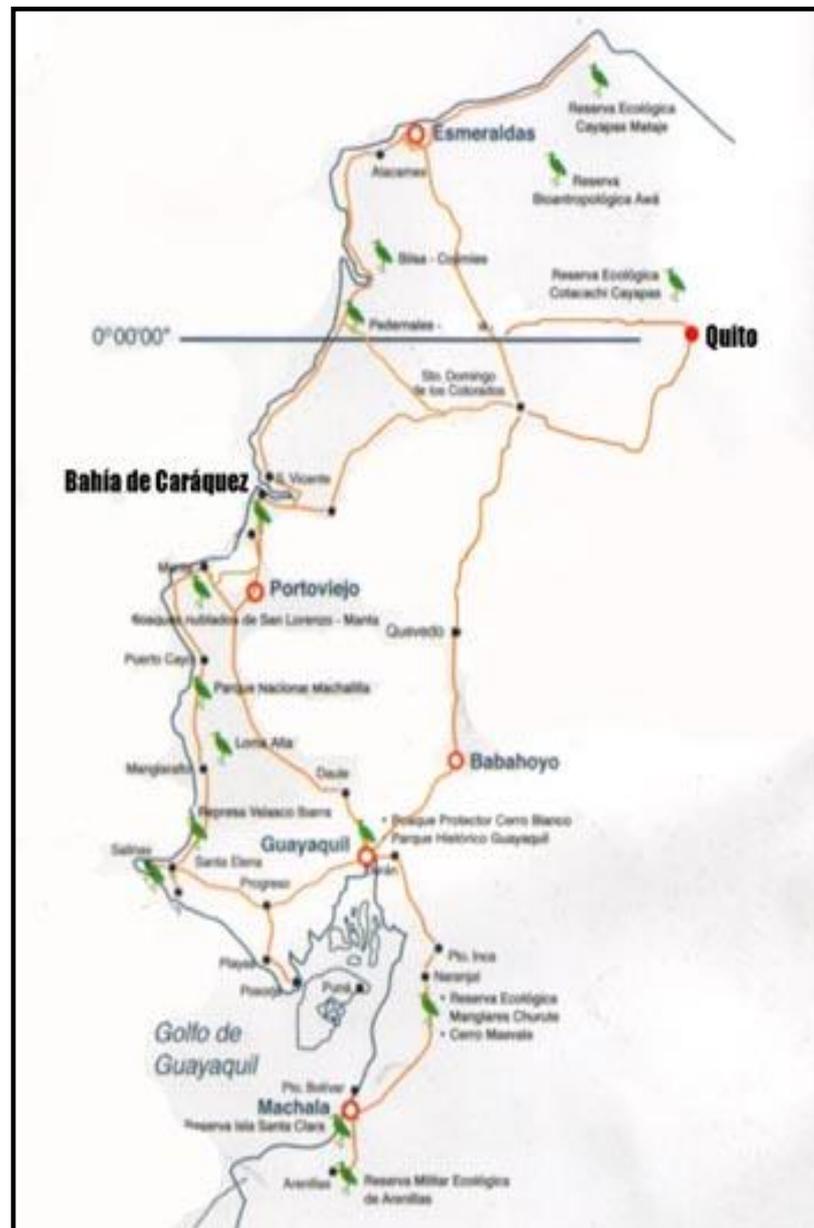
**Fuente:** Municipio del Cantón Sucre

## 2.2 BAHÍA DE CARÁQUEZ

“Puerta y Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana” <sup>10</sup>

Denominación legítimamente aceptada por el Congreso Nacional del Ecuador en reconocimiento a su milenaria historia.

MAPA No. 2 UBICACIÓN DE BAHÍA DE CARÁQUEZ



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

<sup>10</sup> Congreso Nacional del Ecuador

Bahía de Caráquez pasó a ser el sexto cantón creado en la provincia de Manabí por decreto legislativo en el año de 1875. Se convirtió en una Ecocity el 23 de febrero de 1999 por la devastación causada por dos desastres naturales, en 1997 el Fenómeno de El Niño y un terremoto en agosto de 1998.

Debido a la alta magnitud de destrucción, Bahía tuvo que reconstruirse totalmente. Financiando y consultando entre la organización japonesa ACTMANG, Fundación Stuarium y otras organizaciones públicas y privadas en Bahía, la ciudad fue reconstruida de una manera ecológica y desde entonces se han desarrollado importantes proyectos armónicos con la naturaleza como son el Bosque en medio de las ruinas una pequeña reserva de vegetación de bosque seco tropical en donde quedaron las ruinas que dejó el Fenómeno de El Niño, otros proyectos como la separación de las basuras en los hogares de Bahía, la reforestación de los manglares y bosques secos, el reciclaje del papel, los taxis ecológicos forman parte de la ruta ambiental de la ecociudad.

### **FOTO No. 3 VISTA DE BAHÍA DE CARÁQUEZ**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

Bahía es una pequeña gran ciudad, dueña de características incomparables; considerada por muchos como la ciudad-balneario más tranquila y segura de todo el Ecuador; poseedora de una playa de extraordinaria calidad paisajística y notablemente divertida. Es también un destino único para el turismo familiar vacacional por la tranquilidad que se vive en la ciudad y por una extensa oferta de deportes de playa como el kayak, el surf, el windsurfing, esquí acuático debido a las características inmejorables de su playa.

### **2.2.1 RESEÑA HISTÓRICA**

En la Historia del Reino de Quito, escrita en 1789, el Jesuita Juan de Velasco (basado en leyendas locales transmitidas oralmente) se menciona que "...hacia el año 800 DC, navegando en embarcaciones de balsa, llegó a la región una nación denominada 'Cara', cuyo gobernante era llamado 'Shyri', que significa 'El Señor de todo'", razón por la cual se conoce a Bahía de Caráquez como Puerta y Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana.

Esta ciudad combina restos de una historia cultural antigua y rica con las actividades de un recurso latinoamericano del vigésimo siglo.

Por todo ello la historia de Bahía de Caráquez se divide en tres edades: Edad Antigua, Edad Media y Edad Moderna.

#### **2. 2. 1. 1 Edad Antigua**

“El arribo de los Caras”, el principal asentamiento aborigen del Cantón Sucre fue el de los Caras que, según la historia del Padre Juan de Velasco arribaron desde Centro América, por mar, embarcados en balsas hacia el año 800 de nuestra era y se establecieron en Bahía de Caráquez.

Ellos adoraban al sol y a la luna, tejían lana y algodón, curtían

pieles de animales y de hombres vencidos en los combates, sacrificaban víctimas humanas.

Su escritura consistía en piedrecillas de colores, tamaños y figuras acondicionadas en determinada forma. Joaquín de Avendaño, en su libro Imagen del Ecuador señala que los Caras, de los que ha tomado su nombre Bahía de Caráquez, la cabecera de Sucre, llegaron.

**“navegando en grandes balsas por los años 700 a 800 de la era cristiana. Mandábamos Carán, llamado el Shyri o Señor. Desembarcaron en la Bahía que de su nombre se llamó de Caráquez, fundando en ella la ciudad de Cara. Extendieron primero su dominio en el litoral. No satisfechos del clima o amantes de la vida nómada, subieron por el río Esmeraldas en sus balsas y después de unos 200 años de peregrinación, comenzaron la conquista de Quito”.**

#### **2. 2. 1. 2 Edad Media**

Y los Indios Caras se esparcieron por los distintos lugares, dejando ligeros vestigios de sus trabajos y de su civilización.

Y podemos considerar que la Edad Media de Bahía de Caráquez, data desde el siglo XVI, que comienza con el paso de los conquistadores españoles, por el año 1531, Francisco Pizarro, Pedro de Alvarado y sus compañeros, entre estos Cieza de León quien escribe las aventuras hincadas desde Panamá y menciona a los pueblos aborígenes que se encontraban en el perfil costanero de lo que actualmente es la provincia de Esmeraldas, Manabí y

Guayas. Incluso en el capítulo IV de la Crónica del Perú dice:

**“antes de llegar a él (Portoviejo) está la Bahía que dicen de los Caráquez en la cual entran las naos sin ningún peligro; y es tal que pueden dar en el carena a navios aunque fuesen de mil toneladas”.**

**“Tienen buena entrada y salida, excepto que en el medio de la furna que se hace de Bahía están unas rocas o islas de peñas más por cualquier parte pueden entrar sin peligro alguno, porque no tienen más recuesta de la que ver por los ojos. Como se ve ninguna mención de esa cultura, ni en leyenda. La arqueología en función de ciencia la ha revelado al mundo”.**

Igualmente en 1535 Fray Tomás de Berlanga regresando de Galápagos ofrece noticias más amplias al Emperador Carlos V manifestando lo siguiente.

**“entramos a la Bahía y río de los Caráquez el día viernes 9 de abril y encontramos allí a la gente del Galeón de Nicaragua que habían salido de Nicaragua ocho meses antes, por lo que consideramos nuestro viaje fue bueno en relación de ellos”.**(Traducido del libro en Inglés Galápagos “The flow of wildness”, dos tomos).

#### FOTO No. 4 BAHÍA DE CARÁQUEZ EN LOS AÑOS SESENTAS



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

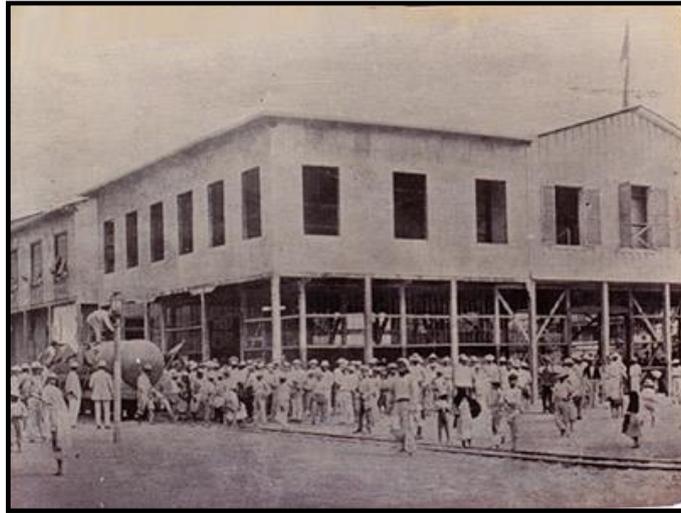
Desde que los españoles llegaron a estas tierras se dieron cuenta del porvenir de este puerto. Ya en esos tiempos circulaba la leyenda de que las postas de los Incas llevaban desde la Bahía pescado fresco a Atahualpa casi a diario.

**“El piloto español Domingo González fue el que dio la noticia al cabildo de Quito sobre la importancia del Puerto de Bahía (Noviembre de 1614). Tocóle al Padre Diego Velasco explorar toda la costa de Manabí deduciendo que podía hacerse un camino directo desde Bahía a Quito, Don Martín de Fiuca que ostentaba alta dignidad en Quito se entusiasmó y acometió la empresa. Más Fiuca murió antes de terminarse el camino por lo que el fiador José de Larrazábal persistió en los trabajos y tuvo la satisfacción de ver terminada su obra en el año de 1624. El viaje se hacía con relativa comodidad en 18 jornadas”<sup>11</sup>**

---

<sup>11</sup> Datos Históricos del Padre B. Ceriol

## FOTO No. 5 BAHÍA DE CARÁQUEZ EN LOS AÑOS SETENTAS



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

Pero esta etapa se acentúa más desde la época en que Don Antonio de Morga, Presidente de la Real Audiencia de Quito ordenó al español de arrestos Don José de Larrazábal, fundara a nombre de España a este pueblo, quien cumplió su cometido a principios de Marzo de 1624 y denominado al pueblo San Antonio de Morga, durante cuya presidencia se había abierto el camino.

Lo que facilitó la comunicación con la costa, puesto que por Guayaquil les era más difícil comunicarse con el transporte por los fuertes y penosos inviernos y la enorme distancia.

### 2. 2. 1. 3 Edad Moderna

Empieza con una pequeña propiedad urbanizable atrayendo gente dedicada a la caza y pesca, muy poco a otras actividades, siendo luego erigido en sitio de la parroquia de Charapotó, ya por los años de 1840 a 1864, y como fue aumentando su población, el impulso de sus moradores progresistas consiguieron la erección a

la categoría de parroquia hasta el año de 1875, puesto que el Decreto Legislativo del indicado año lo elevó a la categoría de Cantón, con la denominación de Sucre, en memoria del Gran Mariscal de Ayacucho y Vencedor de Pichincha, Don Antonio José de Sucre, cuya inauguración se realizó el 14 de Febrero de 1876, constituido con las parroquias rurales de Canoa, Pedernales y Mompiche y la urbana de Bahía de Caráquez.

Ya por los años 1860 y 1865, este puerto empezó a ser surcado por embarcaciones marítimas y fluviales y fue en esa época precisamente en el que surgió la idea de transformar a Bahía en Puerto Mayor de la República, gestión que a los pocos años logró sus frutos con el arribo de grandes embarcaciones conocidas como vapores tanto de líneas nacionales y posteriormente de líneas europeas.

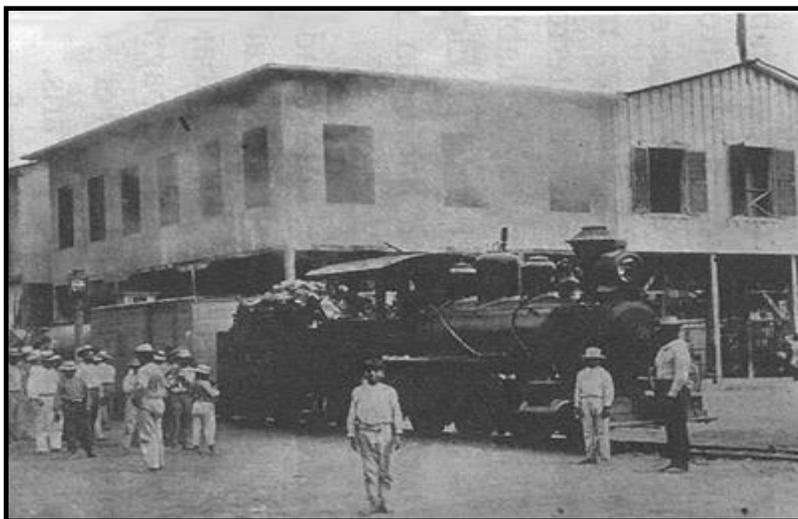
Pasaron pocos años y Bahía de Caráquez llegó a ser uno de los Puertos de mayor importancia económicamente hablando en el Ecuador, ya que desde la cabecera cantonal de Sucre se exportaban productos como la tagua (para la fabricación de botones) higuera, café, cacao, balsa, palma real, maní, entre los principales; y hasta donde llegaban productos importados desde países de Europa y Norteamérica.

Ciudadanos de diversos países de Europa y personas venidas desde otros puntos de nuestro país vinieron a establecerse en Bahía de Caráquez, algunas de las personas manejaban Casas exportadoras e importadoras de productos entre ellas la Casa Tagua, la Casa Santos, la Casa Jalil entre otras.

El movimiento económico de aquel entonces motivó la presencia de consulados de algunos países, la implementación del ferrocarril desde Bahía- Chone (1909) para facilitar la llegada de

productos para la exportación y también para la llegada de productos importados, lo cual era sinónimo de una ciudad con gran importancia en el país.

**FOTO No. 6 FERROCARRIL BAHÍA-CHONE**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

Uno de los testimonios de la existencia de este gran puerto es la presencia de El Faro en la playa de Bahía, cuya construcción data del 21 de Agosto de 1929, el cual sirvió de guías para los marineros que surcaban los mares cercanos a Bahía de aquel entonces.

Lastimosamente por la acumulación de sedimentos de lodo y arena en los canales de entrada al puerto, las barcas o vapores empezaron a tener dificultades de ingreso, dificultades que sumada a la despreocupación del estado en dragar los canales del puerto terminó perjudicando la economía de la ciudad y su importancia como uno de los puertos de importancia de país.

## FOTO No. 7 BAHÍA DE CARÁQUEZ MODERNA



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

También tenemos que atribuir su adelanto material y cultural a la inmigración de muchas familias de la parroquia de Charapotó y de Montecristi, ya que han ayudado a que Bahía de Caráquez progrese a pesar de todas las dificultades que debió atravesar.

## 2. 2 SÍNTESIS GEOGRÁFICA

### 2.2.2.1 Ubicación, Superficie y Población

**Ubicación:** Bahía de Caráquez se ubica en la parte central de la Provincia de Manabí en el extremo norte de la margen izquierda del brazo de mar que se forma por la desembocadura de los ríos Chone y Carrizal.

Su terreno es un accidente peninsular, en el que por el Este y por el Sur, se encuentra la tranquila y plateada rada inferior, formada por el brazo de mar y la desembocadura del río Chone: por el Norte y el Oeste, aparece la amplia y encrespada rada exterior, encerrada por la punta Canoa y punta Bellaca, observándose también ciertos bajos como el de Santa Marta y los Perales y las serpenteadas playas de San Vicente a Canoa.

Al Norte de Bahía de Caráquez se encuentra el sitio arqueológico Punta Palmar por donde pasa la línea Ecuatorial de latitud 0°0'0", sitio en el cual se construyó un monumento recordatorio de tres acontecimientos históricos.

- La visita de los geodésicos franceses en 1736.
- Señala la Mitad del Mundo en la Costa Ecuatoriana.
- Originó la medida universal: el "metro".

**Superficie:** La ciudad de Bahía de Caráquez está situada en una península arenosa en la costa occidental de Ecuador. Es un segmento geográfico de 30 Km. de extensión por 3 Km. En su parte más ancha 90 Km.

**Población:** La población de Bahía puede ser estimada actualmente en 30.000 personas situadas en el área urbana y sus alrededores. Aumentan a esta población substancialmente durante el verano, debido a la riqueza turística. De hecho, agosto es generalmente un tiempo muy ocupado para la zona.

#### **2.2.2.2 Clima**

La ciudad es un lugar relajado y muy seguro a vivir adentro con una temperatura constantemente tropical entre de 23 y 36 grados de centígrado.

#### **2.2.2.3 Relieve e Hidrografía**

Bahía de Caráquez ha demostrado un desarrollo importante durante los 15 a 20 años pasados, puesto que tiene convertido

de las áreas más atractivas del recurso del país debido a su belleza y proximidad relativa a las ciudades de Quito y de Guayaquil, las dos ciudades más grandes en el país.

La península se alarga a la dirección de N-NW y su línea costera ha sufrido cambios importantes durante los 50 años pasados. Esas tierras se han utilizado más adelante para desarrollar la parte moderna de la ciudad.

### 2.2.3 VÍAS DE COMUNICACIÓN

#### 2.2.3.1 Autobús

Todos los autobuses que entran a Bahía de Caráquez paran cerca del monumento en el extremo del Malecón, en la calle de Ascázubi antes de ir de nuevo a sus oficinas. Los autobuses que salen nunca van al centro ya que es prohibido su ingreso.

Las oficinas de **Reina del Camino** están situadas en Malecón 1600.

El tiempo que toma ir:

**A Guayaquil**, 5 horas ejecutivo, 3 autobuses diarios. Valor del boleto alrededor de USD 4.80. Servicio regular cada hora. Valor del boleto alrededor de USD 3.20.

**A Quito**, 6 horas, ejecutivo, un autobús diario. Valor del boleto alrededor de USD 6.20. Regular 8 horas, 3 autobuses diarios. Valor del boleto alrededor de USD 4.70.

**A Esmeraldas**, 8 horas. Valor del boleto alrededor de USD 6.00.

**A Manta**, 3 horas. Valor alrededor de USD 2.20. A cada hora un

autobús.

**A Santo Domingo de los Colorados**, 4 a 4 1/2 horas. Valor del boleto alrededor de USD 3.20.

**A Portoviejo**, 2 horas. Valor del boleto alrededor de USD 1.20. Transporte disponible cada hora.

#### **2.2.3.2 Aire**

Bahía de Caráquez cuenta con un aeropuerto, sin embargo no existen vuelos regulares al momento.

Los aeropuertos más cercanos se encuentran en Portoviejo y Manta, ubicados aproximadamente a una hora y media por carretera hasta Bahía de Caráquez.

#### **2.3.3 Vías de Acceso**

Hay tres caminos principales: El primer camino es vía **Chone** y **El Carmen**.

El segundo camino es vía **San Clemente** y **Rocafuerte**.

También se puede ir vía **Calceta**, que tiene paisajes agradables pero sólo si se viaja en un jeep.

La ruta final es vía Pedernales, que es muy rápido.

### MAPA No. 3 VÍAS DE ACCESO A LA CIUDAD



Fuente: Ceibos Tours

## CAPÍTULO III

### DESCRIPCIÓN DE ATRACTIVOS Y PLANTA TURÍSTICA

#### 3.1 INTRODUCCIÓN

**“El turismo son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformado por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura”.<sup>12</sup>**

**“El turismo es una actividad económica que consiste en un conjunto de bienes y servicios, que se venden al turista. Dichos bienes y servicios están necesariamente interrelacionados, de manera que la ausencia de uno de ellos obstaculiza y hasta impide la venta o prestación de todos los otros; tiene, además la muy peculiar característica que sólo es posible producirlos en localizaciones geográficas rígidamente predeterminadas a las cuales se traslada el turista, aunque su venta pueda realizarse en el lugar de producción o fuera de él, es decir, el punto de origen de la demanda.**

**A diferencia de lo habitual, en turismo, no se realiza una distribución física del producto, pues, repetimos, el consumidor es quien viaja a la fuente de producción.”<sup>13</sup>**

El turismo en el mundo ha existido desde los inicios de la época romana como un tiempo libre que las personas lo usan para distracción sin

---

<sup>12</sup> Roberto Boullón, Actividades Turísticas y Recreacionales, Trillas, México, 1999, pág.70

<sup>13</sup> Clases dictadas en primer año UISEK

embargo con el pasar de los tiempos y los acontecimientos dados como la revolución industrial la cual fue una razón para que el tiempo libre casi desaparezca especialmente para el obrero industrial pues en el siglo XIX y siglo XX, lo único que importa es el trabajo.

A partir de 1877 en Europa la clase media empieza a tomar el gusto por realizar actividades al aire libre. Así como también los deportes van tomando más importancia pues el fútbol, el boxeo, el golf, el tenis, y con ellos otros más se van regulando para que se puedan realizar frente a un público. Dando mayor énfasis a los centros turísticos que empezaron a crearse debido a la necesidad de satisfacer a las personas para realizar las actividades que deseaban. El desarrollo de las vías de comunicación también fue un hecho para que los desplazamientos turísticos terrestres se desenvuelvan de mejor forma ya que las personas contaban un mejor ferrocarril.

El Fenómeno del Boom del Turismo se da en el siglo XX, después de la Segunda Guerra Mundial, conjuntamente con una serie de hechos históricos que fortalecen la actividad turística.

Adicionalmente a inicios del siglo XX se incrementan las ferias, exposiciones de obras de arte y festivales a todo nivel, que contribuían para el fomento del turismo. Todo ello junto a eventos y congresos que se organizaban, contribuían a que los establecimientos turísticos ubicados en las ciudades que eran adecuadas para tal efecto, permanecieran ocupados de turistas nacionales.

Por ello el turismo es considerado como una actividad económica de gran importancia. Muchos países han mejorado su economía gracias a una adecuada planificación y administración de este tipo de ingresos. Ayudó a países como Costa Rica, México, España a mejorar con unos ingresos sustanciales para su mejoramiento como país y a la vez dando beneficios en el manejo del turismo.

El Ecuador es un país privilegiado por su posición geográfica ya que se encuentra ubicado en la Mitad del Mundo, con paisajes que despiertan mucha curiosidad e interés en las personas que lo visitan, junto a una variedad de climas, por la cercanía de la Costa, Sierra y Amazonía, ya que al ser un país pequeño tiene ventajas como está, pues en la mañana se puede estar en la Costa, a medio día en la Sierra y por la tarde en la Amazonía, razón por la cual el Ecuador contiene una gran biodiversidad en el mundo, lo que implica poder apreciar una variedad de paisajes impresionantes y únicos.

En pocos países se puede apreciar una gran variedad de climas, fauna, flora, cultura totalmente diferentes a tan solo 30 minutos, desde las altas montañas de la sierra hasta las playas tropicales de la costa

La actividad turística en el Ecuador ha venido desarrollándose de una forma muy progresiva, a tal punto que en la actualidad el turismo es considerado como el futuro sustituto del petróleo y por ende como una importante fuente de ingresos para la economía nacional.

El Cantón Sucre y especialmente Bahía de Caráquez, cuentan con una variedad de recursos turísticos, que van desde los acantilados, playas, bosque seco, hasta manifestaciones culturales, folklóricas, artísticas como artesanías, ruinas arqueológicas. Todo ello junto a la habilidad y hospitalidad de su gente.

Así pues, el Cantón Sucre debido a la irregularidad del paisaje, se entrelazan las playas y las montañas, encontrándose la parte interna cubierta de vegetación y la parte externa conformada por la franja costera bordeada por el Océano Pacífico.

Sin embargo el turismo de playa hacia la ciudad de Bahía de Caráquez disminuyó al afectarse el frente marino, por el crecimiento urbanístico. Actualmente los flujos turísticos se dirigen a otras playas. Habiéndose disminuido la calidad de destino turístico urbano y la generación de

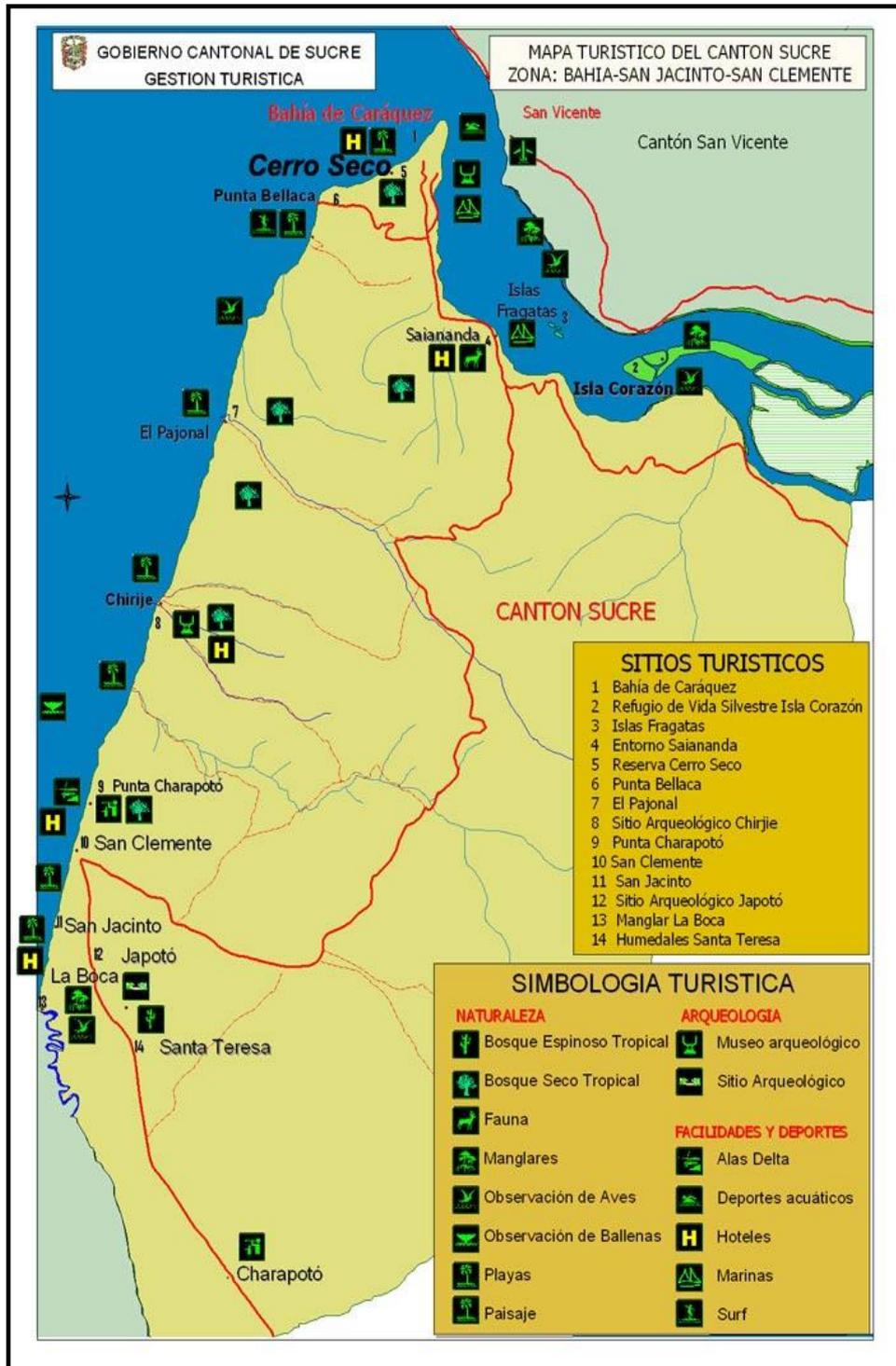
ingresos relacionados.

La capacidad y calidad de la planta hotelera no es aprovechada completamente, existiendo períodos vacantes en varias épocas del año. Hacia el sur de Bahía, las playas de Punta Bellaca, San Clemente, San Alejo y San Jacinto, presentan deficiencias en la cobertura y calidad de la infraestructura, equipamiento urbano, el mantenimiento de playas y vías de acceso.

En cuanto al Ecoturismo no se ha promocionado debidamente, ni se han posicionado todos los recursos existentes. En los sitios en operación no se ha implementado la infraestructura necesaria y la potencialidad para el agroturismo (Charapotó y San Isidro).

Por dicha razón el área urbana de Bahía de Caráquez se ha modernizado durante el último lustro como resultado de la reinversión de ingresos generados por la actividad camaronera y las obras de mejoramiento de infraestructura. Y gracias al apoyo de personas como Sixto Durán Ballén, ex-presidente de la República del Ecuador, la ciudad se ha revalorizado atrayendo la inversión, la construcción de apartamentos vacacionales y el mejoramiento de los establecimientos turísticos y hoteleros.

## MAPA No. 4 MAPA TURÍSTICO DEL CANTÓN SUCRE



Fuente: Municipio del Cantón Sucre

Por todo ello es necesario realizar un diagnóstico de los atractivos turísticos para poder conocer un poco más sobre ellos. Además de analizar las manifestaciones culturales, planta turística, alimentación,

diversión y otros servicios que ofrece la ciudad de Bahía de Caráquez.

### **3.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.**

**Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada vale sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables”<sup>14</sup>**

Los atractivos turísticos forman parte del patrimonio y por ende deben ser cuidados y protegidos como tal.

Se puede apreciar que del gran conjunto de atractivos turísticos que tiene el Cantón Sucre, Bahía de Caráquez sobresale por tener un valioso pasado que implantó raíces culturales, sociales y económicas.

Para poder descubrir la belleza que esconde la ciudad, es necesario tan solo observar detenidamente alrededor, y al mismo tiempo apreciar el crecimiento de la urbe, ejemplo de progreso.

Bahía de Caráquez, es una de las ciudades que cuentan con uno de los malecones más extensos en donde se puede apreciar la unión de dos corrientes, los ríos Chone y Carrizal haciendo su desembocadura hacia el mar y formando la bahía. Manifestante de todo este escenario es el Cerro de la Cruz donde existe un mirador turístico.

---

<sup>14</sup> Clases dictadas en primer año UISEK

### **3. 2. 1 ATRACTIVOS NATURALES**

#### **3.2.1.1 Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón**

Su nombre se debe a que la isla posee una forma de corazón. Es un refugio de manglares de más de 50 hectáreas de superficie con una cantidad impresionante de aves.

En su interior se encuentra un sendero construido en medio de los manglares en el que guías nativos interpretan la vida del manglar, sus especies de flora, crustáceos, moluscos, peces y demás microorganismos que habitan en él y su interacción como pescadores artesanales, además narran tradiciones orales y sugestivas leyendas del duende de la Isla.

La Isla Corazón posee una gran variedad de colonias de pájaros situadas en el extremo de la isla, que pueden ser vistos solamente desde unas pequeñas canoas.

#### **FOTO No. 8 REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

En el año 2002 fue declarada como Refugio de Vida Silvestre por el Ministerio del Ambiente. En el lugar se pueden apreciar las adaptaciones que las especies que habitan el mangle han desarrollado para vivir en este ecosistema.

Más de 60 especies de aves entre nativas y migratorias han sido identificadas dentro de la isla durante las diferentes épocas del año, pero entre ellas las más comunes están ibis (*Eudocimus albus*), garzas nocturnas coroniamarillas, garzas coroninegras, garzas níveas, garzas reales, garzas buyeras, garzas cocoi, garcillas estriadas, martín pescador grande y martín pescador verde, zarapitos trinadores, agujetas, el clarinero coligrande. Y sobretodo una de las colonias más grandes de fragatas del Pacífico Sudamericano.

De Julio a Septiembre los machos de las fragatas inflan un saco de color rojo para atraer a las hembras.

#### **FOTO No. 9 IBIS Y FRAGATAS VOLANDO SOBRE LOS MANGLARES**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

### **FOTO No. 10 MURCIÉLAGO BLANCO**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

No solo se pueden encontrar aves sino también otras especies como iguanas, boas constrictor, murciélagos blancos (foto), una amplia variedad de crustáceos, moluscos, y curiosos insectos.

Además de ser un destino altamente recomendable para los amantes de la naturaleza así como también para las familias y los jóvenes que se interesen en este tipo de turismo. Se puede realizar un recorrido a bordo de canoas a remo para que los turistas puedan disfrutar del encantador y curioso mundo del manglar y observar las colonias de aves.

### **FOTO No. 11 SENDERO ELEVADO EN MEDIO DEL MANGLAR**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

## FOTO No. 12 ENTRADA AL SENDERO DE LA ISLA



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

Túneles en medio del manglar ofrecen una grata e impresionante experiencia natural a los turistas que visitan la isla.

### 3.2.1.2 Saiananda

Significa Bienaventuranza de la madre divina. Localizado a 5 kilómetros de Bahía, es un parque privado muy interesante, cuenta con 37 hectáreas.

Tiene una combinación muy inusual de animales nativos, domésticos y de pájaros por ejemplo: Avestruces, ciervos, venados, loros, gansos, conejos, burros, y vacas.

El parque también tiene una colección de cactus y un jardín de los bonsái. Además de que cuenta con facilidades turísticas como alimentación, recreación e incluso hospedaje.

Así como también es un Centro de Rescate temporal de animales con heridas o rescatados. El sitio se encuentra frente a Islas Fragatas.

### **FOTO No. 13 VENADOS DE LA COSTA ECUATORIANA**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

### **FOTO No. 14 VISTA DE SAIANANDA**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

#### **3.2.1.3 Granja Orgánica Río Muchacho**

Es un sitio turístico privado, se encuentra ubicado aproximadamente a 20 minutos de Bahía de Caráquez.

En este sitio se puede realizar paseos a caballo, observar una gran variedad de fauna del lugar, entre otras actividades. Es un lugar ecológico desde el cual se puede disfrutar un paisaje impresionante.

#### 3.2.1.4 Reserva Biológica Cerro Seco

Es el bosque protector de Bahía, posee una vegetación seco tropical que conserva en su extensión de más de 40 hectáreas y llega a una altitud que fluctúa entre los 60 m.s.n.m. y los 200 m.s.n.m. Posee una variedad considerable de flora endémica entre ellas dos especies de ceibo (*Ceiba pentandra* y *Ceiba trichisitandra*), algarrobo, palo santo, guayacán, realillo, muyuyo, sebastián, bototillo, cascol, moral fino, seca, árbol coca, cactus candelabro, guzmanias, orquídeas, bromélias, oncidius, y muchas más.

**FOTO No. 15 HORNERO**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

Una variedad considerable de aves puede observarse durante la primeras horas de la mañana, muchas de las cuales son especies endémicas para la Región Tumbesina, que corresponde al perfil costero del Ecuador y Perú; entre las especies más comunes están el hornero, una especie cuyos sitios de anidación son finamente elaborados con barro y paja en los bosques secos, el periquito del Pacífico, el batará collarejo, valdivias, entre los principales.

La reserva dispone de facilidades para la visita como centro de interpretación, senderos y mirador. El área protegida es

manejada comunitariamente por la comunidad de Bellavista quienes mantienen los senderos y miradores del lugar, a la vez son guías nativos del área.

La reserva de Cerro Seco ofrece posibilidades de trabajo voluntario para investigación y desarrollo de proyectos comunitarios.

#### **FOTO No. 16 MONUMENTALES CEIBOS**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

#### **FOTO No. 17 SENDEROS QUE FACILITAN LA VISITA**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

### **FOTO No. 18 PERIQUITO DEL PACÍFICO**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

#### **3.2.1.5 Puerto Amistad**

Es una costa internacional ubicada sobre la avenida de ingreso a la ciudad que presta los servicios de anclaje de veleros que llegan de distintos puntos del mundo.

La marina esta ubicada en el estuario de Caráquez, frente a ella se ubica decenas de veleros internacionales que fusionan su colorido al azul marino de Bahía.

Adicionalmente cuenta con un restaurante de primera, con todos los servicios de calidad.

### **FOTO No. 19 YACHT CLUB PUERTO AMISTAD**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

### **3.2.1.6 Punta Bellaca**

Es un extraordinario balneario ubicado a tan solo 5 minutos de Bahía de Caráquez. Es una playa para permanecer con la familia, para un día de camping playero. Se trata de una playa alternativa para personas que prefieren el descanso y la tranquilidad.

Un extraordinario paisaje acompaña a los cerca de 4 kilómetros que forman el conjunto de playas adyacentes a Punta Bellaca que son La Mesita, Punta Gorda, La Gringa, y el Bejuco, se trata de una playa de excelentes cualidades paisajísticas como balneario e ideal para la práctica del surf.

Para llegar a este sitio se lo puede hacer por la carretera que se inicia desde la parroquia urbana de Leonidas Plaza o por la playa dependiendo de la marea.

### **3.2.1.7 Playas del Pajonal**

Pajonal es un balneario que se encuentra cercano a Bahía de Caráquez, a tan solo 18 minutos.

Se caracteriza por su tranquilidad y un excelente paisaje, ideal para el descanso en familia. Su ubicación geográfica le permite diferenciarse de otras playas. Se puede llegar hasta este balneario bordeando la playa desde Bahía de Caráquez.

### **3.2.1.8 Playa de Bahía**

Tiene una extensión aproximada de 1400 metros, 600mts corresponden a un sector de playa frente del estuario de playa sin olas y otro tramo de 800mts hacia el Océano Pacífico caracterizado por presencia de olas.

El ancho de su playa varía constantemente, durante el verano

existe mayor amplitud de playas. Hacia el sur tiene un paisaje constituido por la silueta urbana que se antepone a la del sistema orográfico de Bahía que bordea el estuario y hacia el sur-este una aparente continuidad. La calidad de la arena es fina, de color gris oscuro y hacia el estuario de color gris claro.

La playa está dividida en varias zonas: para bañistas, para acampar, para prácticas deportivas como el esquí acuático, surf, windsurf, volley, fútbol playero, entre otros. Cuenta también con servicios de salvavidas, alquileres de kayak y otros implementos para el esparcimiento, además a pocos metros en la zona del malecón existen restaurantes de comidas típicas.

El paisaje es hermoso, en el noroeste el horizonte marítimo completamente despejado, en horas de la tarde al ocultarse el sol el cielo se pinta de variados colores creando un paisaje mágico complementado con numerosos botes de velas maniobrados por esforzados cholos que salen en faena de pesca, y también el retorno de fragatas y pelícanos que buscan sus sitios de descanso en los manglares del estuario.

### **3. 2. 2 ATRACTIVOS CULTURALES**

#### **3.2.2.1 Museo de Sitio Chirije**

Es un museo arqueológico edificado sobre un antiguo puerto de la Cultura Bahía, ubicado aproximadamente a 30 minutos de la ciudad de Bahía de Caráquez. Cuenta con una extensión de 238 hectáreas. Este paradisíaco lugar donde el Bosque Seco Tropical se orilla hacia el mar, es uno de los más importantes de la Costa ecuatoriana. Chirije es un asentamiento precolombino de 2.500 años de antigüedad que corresponde a las culturas Bahía y Chirije.

## FOTO No. 20 CABAÑAS DE CHIRIJE



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

La Biodiversidad de la zona, lo acogedor de su aroma costero, su deliciosa comida, agua fresca de coco, y una atención esmerada hacen que el lugar sea incomparable.

Chirije es el más nuevo y más atractivo parque ecológico y arqueológico de la costa ecuatoriana. Cuenta con senderos adecuadamente marcados y que han sido diseñados para trekking, paseos a caballo y observación de aves.

Así como también Chirije ha sido reconocido a nivel internacional como uno de los sitios arqueológicos más importantes de la costa del Ecuador.

Cuenta con cabañas para 6 personas con total comodidad, agua caliente y electricidad producida por energía solar. Los guías se encargan de contar las leyendas y mitos que rodean a este lugar.

## FOTO No. 21 RESTOS DE ARQUEOLOGÍA ENCONTRADA



Fuente: Guía Turística Digital del Cantón Sucre

### 3.2.2.2 Iglesia de La Merced

Es una de las edificaciones históricas más importantes de la ciudad. Fue construida originalmente en 1912 fruto de la donación económica realizada por un notable empresario de la ciudad Alberto F. Santos. Se encuentra ubicada e las calles Montúfar y Ante. Cuenta con elementos neogóticos en su arquitectura, con una silueta estilizada que se destaca en la vegetación del cerro que la rodea.

**“La Iglesia La Merced fue construida con maderas finas traídas de los Estados Unidos y de Europa, y muchos de los elementos de construcción eran importados desde otros países y permanecieron intactos hasta antes del terremoto ocurrido en 1998 el cual afectó a muchas de sus estructuras arquitectónicas por lo que se decidió readecuarla manteniendo su diseño arquitectónico, vitrales y elementos decorativos, no así sus colores que fueron cambiados”.** <sup>15</sup>

**FOTO No. 22 FACHADA DE LA IGLESIA DE LA MERCED**



**Fuente:** Guía Turística Digital del Cantón Sucre

---

<sup>15</sup> Guía Turística Digital del Cantón Sucre, Atractivos Turísticos de Bahía de Caráquez

Conjuntamente a la Iglesia de la Merced se unen muchas de las casas pertenecientes al patrimonio histórico de Bahía antigua, las cuales se mantienen en buen estado; entre ellos está la casa de la familia Veloz, el Colegio Nocturno, la casa de la familia Velásquez en cuyo interior existe un museo histórico con piezas y reliquias antiquísimas.

### **3.2.2.3 Museo del Banco Central**

Considerado como uno de los mejores museos arqueológicos que tiene el Ecuador hasta el momento.

La colección contiene piezas arqueológicas de las diferentes periodos de desarrollo de la Arqueología ecuatoriana pero hace énfasis a las culturas que se asentaron en la provincia de Manabí pudiendo encontrar piezas milenarias de las Culturas Valdivia, Chorrera, Machalilla, Jama – Coaque I y II, Bahía, Manteña estratégicamente jerarquizada de acuerdo a la etapa de desarrollo en la que se ubican. A la colección se le ha denominado como Caras y Jamas - Coaques

#### **FOTO No. 23 PIEZAS DE LA CULTURA BAHÍA**



**Fuente:** Museo Bahía de Caráquez

La región ha sido considerada muy importante para lograr comprender la dinámica económica, social, y cultural de los

pueblos precolombinos de América

**FOTO No. 24 SILLA MANTEÑA**



**Fuente:** Museo del Banco Central

**FOTO No. 25 RÉPLICA A ESCALA DE LAS GRANDES BALSAS MANTEÑO**



**Fuente:** Museo del Banco Central

Muchos objetos reposan en colecciones privadas y son muy pocas los que se encuentran en sitios públicos, por lo cual su valor queda restringido a muy pocas personas, y por ello es muy poco el aporte a la forma de vida de los pueblos pasados. Por este motivo y con ayuda de los habitantes, se logró la creación del

Museo de Bahía de Caráquez.

El lugar dispone de guías bilingües especializados en el tema arqueológico, se encuentra abierto de martes a viernes a partir de las 10H00 hasta las 17H00, los sábados y domingos desde las 11H00 hasta 15H00 horas.

#### **3.2.2.4 Capilla de La Medalla Milagrosa**

Esta capilla se construyó en 1951, como un anexo del Hospital de la ciudad que funcionaba junto a ella. Esta capilla era regentada por las Hermanas de la caridad, en esa época. Actualmente son las Hermanas del Colegio La Inmaculada las encargadas de la Capilla, el Hospital ya no existe y en el terreno se piensa realizar un ancianato.

#### **3.2.2.5 Casa de Velásquez**

Es una de las casas más antiguas de Bahía de Caráquez, y una de las que mejor se encuentra conservada por ello posee un museo de piezas antiguas en su interior. Esta casa fue construida a finales del siglo XIX como muchas más pero que lamentablemente fueron destruidas por el terremoto de 1998. Se construyeron en el momento en el que la ciudad vivía un apogeo debido a su actividad comercial exportadora.

Las características arquitectónicas principales son muy claras: grandes ventanas en chaza y barandillas balaustradas, fachadas de latón, con portales en la parte baja. El estilo que posee es de una arquitectura tradicional popular con elementos historicistas, por las formas sencillas y espacios llenos tradicionales e inclusión de elementos formales de arquitectura de otras épocas.

## FOTO No. 26 CASA VELÁSQUEZ



Fuente: Guía Digital Turística del Cantón Sucre

### 3.2.2.6 Casa Americana

Esta casa simbolizó la coyuntura económica de la ciudad que inició y desarrolló la importación y exportación de productos a inicios del siglo XIX.

Ha tenido varios usos, desde locales comerciales, vivienda, hospedaje, colegio, academia de música e inglés, hasta hoy convertida en Casa de la Cultura Extensión Bahía de Caráquez, en donde funcionaron hasta hace algunos años galería de arte y auditorio.

La vivienda tiene un estilo de forma norteamericana, con modelo bostoniano, con quiebres que producen en la fachada frontones triangulares.

Fue construida con madera (posible reutilización de madera de un barco) complementada con maderas locales como jigua, moral, pechiche, amarillo, ceibo y guayacán; quincha, caña, ladrillo, láminas de zinc en algunas paredes y cubiertas.

### **FOTO No. 27 CASA AMERICANA**



**Fuente:** Guía Digital Turística del Cantón Sucre

### **3.3. MANIFESTACIONES CULTURALES**

Se toman en cuenta a todas las actividades y eventos que desarrollan los habitantes de la ciudad de Bahía de Caráquez y que los diferencian del resto de ciudades del Ecuador.

#### **3.3.1 Folklore**

Los recursos de tipo socio-cultural como manifestaciones folklóricas y artísticas representan un atractivo turístico. Las artesanías, manifestaciones culturales y religiosas, ruinas arqueológicas forman, junto con los recursos turísticos naturales, la base del producto de esta región. La artesanía es muy apreciada destacándose las joyas elaboradas con corales y conchas.

#### **3.3.2 Tradiciones y Creencias Populares**

Las tradiciones se conservan pese a la diversidad de corrientes culturales presentes en el Cantón como resultado de la migración extranjera, se mantiene con más fuerza en la zona rural. Juegos

como los gallos enterrados, la caña encebada, los de cintas en caballo o en bicicleta se encuentran entre las atracciones de las ferias que se llevan a cabo en Bahía de Caráquez y en las festividades de cada sitio del cantón.

Al igual que en el resto del Cantón Sucre, los velorios también forman parte de las costumbres de Bahía de Caráquez, los cuales se cumplen para rogar por el alma de los muertos o para agradecer al santo de la devoción por algún milagro recibido. La superstición es parte de la personalidad, se cree en el “patica” o diablo, los fantasmas, las luttonas, el riviél (especie de ataúd que navega por los mares con una vela encendida), el tiburón del diablo, los duendes y los aparecidos. También se cree en los efectos que determinados actos pudieran causar en la vida de las personas.

### **3.3.3 Festividades**

Cuenta con un horario de festivales anuales:

La festividad religiosa en honor a la patrona, la santísima virgen de la Merced, el 24 de septiembre; es la fiesta que más destaca al Cantón y la más reconocida.

El 3 de noviembre se celebra la cantonización, la cual se realiza en Bahía de Caráquez por ser la Cabecera Cantonal. Sus fiestas se celebran con diferentes actividades y desfiles de las diferentes instituciones educativas y públicas.

Durante las fiestas de la ciudad, la Asociación de Ganaderos y la Cámara de Agricultura del Cantón Sucre, organizan en su propio local la Feria Agropecuaria que constituyen atractivos de gran interés, en los cuales se exponen muestras representativas de las diferentes razas, las que se comercializan en algunos casos. Al cierre de la feria y como un atractivo para los asistentes, se lleva

a cabo un Rodeo Montubio.

Los Chigualos y Amorfinos reviven la alegría de la Navidad o Día de los Reyes.

La tradición más antigua es la celebración de las fiestas de San Pedro y San Pablo el 28 de junio, con música, bailes y una serie de rituales que limitan las relaciones entre negros y blancos de la época colonial. Las imágenes de los santos son transportadas por mar y tierra para la celebración de esta fiesta que mezcla lo religioso con lo pagano.

Anualmente se realizan concursos de belleza como la elección de las reinas de las distintas parroquias del cantón, también se realiza la elección de la Reina del Cantón Sucre.

Durante carnaval se realizan comparsas y desfiles con carros alegóricos en donde se demuestra la producción de la tierra, la belleza de los paisajes y de la mujer manabita ya que en ellos van las diversas candidatas a Reina de Carnaval.

En Octubre por el día de Halloween se realiza también desfiles por las calles de Bahía de Caráquez, en la que participan los niños y niñas de la ciudad disfrazados.

### **3.3.4 Comidas y Bebidas Típicas**

La comida típica se basa en mariscos completados con los elementos básicos de la comida criolla manabita. Los cebiches de pescado curtido con limón y los de camarón, concha, langostinos, jaiba, etc., saboreados a la orilla del mar, son una de las delicias propias de esta ciudad.

También se caracteriza por viches, cazuelas y corviques, elaborados a base de maní; las empanadas y bolones, a base de

plátano; los encebollados, apanados y otros platos basados en pescado o camarones.

Si bien los productos del mar son bastante utilizados para la elaboración de los platos, también existen platos como caldo de gallina, estofados y los preparados a base de carne de res o chancho.

La exquisita sazón se basa en la sal prieta (pasta de maní y sal) que le da un sabor especial a todos sus preparados. Es un centro de buen comer, con su historia, folclor y tradiciones culinarias.

La alegría de su gente, así como el movido ritmo de la música, se complementan excelentemente con los apetitosos manjares de Bahía de Caráquez. Sin olvidar las hayacas, tortillas de maíz, humitas y los panes de almidón, más conocidos como panes de yuca.

Indiscutiblemente la comida manabita es apreciada en todo el país y apetecida por propios y extraños.

Entre las bebidas típicas, tenemos la chicha de maíz, los jugos de frutas de la zona, el aguardiente de caña, con la que se preparan las Mistelas de pechiche, grosella, etc., y la famosa Caña Manabita.

### **3.3.5 Música**

La música como elemento cultural del cantón Sucre, mezcla el pasillo costeño con el pasacalle, los boleros y las rancheras.

### **3.3.6 Acontecimientos Artísticos**

En Bahía de Caráquez se realizan eventos relacionados con la música, teatro, danza, tanto en el Teatro Municipal como en la

Casa de la Cultura donde continuamente se realizan también exposiciones de arte como pinturas.

### **3.3.7 Eventos Deportivos**

Se realizan campeonatos de surf, alas deltas y parapente atrayendo así a una gran cantidad de turistas que acuden al lugar motivados por la práctica del deporte o por el interés de ver el espectáculo que este tipo de acontecimientos despiertan.

También se llevan a efecto en cierta época del año un triatón que incluye competencias de atletismo, natación y ciclismo. Además se realizan también campeonatos de motocross y otros de menor importancia.

## **3.4 PLANTA TURÍSTICA**

**“Conforma la estructura de producción del sector que comprende los servicios turísticos, las instalaciones y equipos necesarios para producirlos (equipamiento turístico), más los recursos básicos o “materia prima” que motiva aquella producción (atractivos turísticos). Además requiere, para poder operar, de una infraestructura ajena a él, consistente principalmente en los sistemas de transporte y comunicaciones”.<sup>16</sup>**

### **3.4.1 Alojamiento**

El alojamiento puede ser hotelero, entre los que están los hoteles, hosterías, pensiones y extrahotelero como los centros vacacionales.

---

<sup>16</sup> Roberto Boullón, Las Actividades Turísticas y Recreacionales, Trillas, México, 1999. pág. 143

La ciudad de Bahía de Caráquez posee una variedad de alojamientos hoteleros de acuerdo a las necesidades de las personas y dependiendo de la calidad del servicio que presta. Por ello Bahía de Caráquez cuenta con:

❖ **Hotel la Piedra**

Ofrece 42 espaciosos y cómodos cuartos con televisión, aire acondicionado y cable. La arquitectura es tradicional en madera con las características del nouveau del arte, que da un buen gusto del pasado.

Es un lugar acogedor y cómodo, se encuentra frente al mar, con áreas hermosas, piscina, restaurante y salones para convenciones. Ubicado en la Circunvalación cerca de la calle de Bolívar. Para realizar reservaciones: Tel. 05-2690780, fax: 05-2690154. De primera categoría.

❖ **Hotel la Herradura**

Cuenta con cuartos muy agradables y cómodos con aire acondicionado, servicio de restaurante. Ubicado en Bolívar e Hidalgo. Para reservaciones: Tel. 05-2690446, fax: 05-2690265. De primera categoría.

❖ **Hotel Italia**

Ofrece habitaciones muy confortables. Cuenta con televisión por cable, servicio de restaurante. Ubicado en Bolívar y Checa. Para realizar reservaciones: Tel. 05-2691137, fax: 05-2691092. De primera categoría.

❖ **Bahía Hotel**

Ubicado en el malecón y Vinuesa, con 34 habitaciones y 82

plazas. De segunda categoría.

❖ **Hostal Bahía Bed and Breakfast**

Ubicado en la calle Ascázubi, con 21 habitaciones y 64 plazas. Para realizar reservaciones: Tel. 05-2690146. De segunda categoría.

❖ **Hostal La Querencia**

Ubicado en el Malecón y Humberto Santos, con 12 habitaciones y 37 plazas. De segunda categoría.

❖ **Cabañas Vacacionales Life**

En Octavio Viteri y Muñoz, con 12 habitaciones y 30 plazas. De segunda categoría.

❖ **Pensión Miriam**

Ubicado en Montúfar y Ascázubi, con 9 habitaciones y 18 plazas. De tercera categoría.

❖ **Pensión Casa Grande**

Posee cuartos y habitaciones lujosas, piscina al aire libre y terraza. Localizado en un la avenida Virgilio Ratti, con 6 habitaciones y plaza para 15 personas. Para realizar reservaciones: Tel. 05-2692097, fax: 05-2692088. De primera categoría.

### **3.4.2 Alimentación**

En cuanto a la alimentación se refiere a restaurantes, cebicherías, picanterías, cafeterías y bares, donde se puede degustar de una gran variedad de platos típicos además de comida internacional. Entre los más destacados se encuentran:

➤ **Brisas del Mar**

Especializados en la preparación de exquisitos pescados. Ubicado en Hidalgo y Circunvalación.

➤ **Colombius**

Se puede encontrar comida a la carta. Ubicado en Bolívar y Av. Ante

➤ **La Chozita**

Tiene un estilo de la barbacoa. Ubicado en el Malecón cerca de la estación “San Vicente” del balsear.

➤ **D’ Camarón**

Restaurante representativo de la ciudad. Se caracteriza por sus platos realizados con especial gusto por parte de los dueños. Sus especialidades son aquellos que contienen el camarón obtenido de las muchas camaronas que se encuentran en el sector. Ubicado en Circunvalación Virgilio Ratti, frente al mar.

### **3.4.3 Diversión**

En cuanto a diversión se trata Bahía de Caráquez cuenta con varios clubes y discotecas a los cuales se puede asistir como son:

- **Palma Morena**  
Cuenta con una barra, buen ambiente. Dirección: Morales y Ascázubi.
  
- **Insomnio**  
Es una discoteca que se abre los fines de semana.
  
- **Eclipse**  
Es una discoteca. Dirección: Malecón y arenas.
  
- **Bahía Yacht Club**  
Es un club al cual pueden asistir únicamente los socios y sus amigos.

### **3.5 OTROS SERVICIOS**

Dentro de este aspecto se puede encontrar agencias de viajes y sitios de interés general que se localizan dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez.

- ◆ **Agencia de Viajes Guacamayo Bahía Tours**  
Posee bicicletas de alquiler y realiza los mismos viajes mencionados arriba. Su relación también es con el trabajo ambiental. Su oficina se encuentra ubicada en Bolívar y Av. Arenas, teléfono y fax: 05-2691412.

◆ **Oficinas del Ministerio de Turismo**

Están situadas en Malecón y Arenas. Para contactarse se puede llamar al teléfono: 05-2691124.

◆ **Oficinas Del Municipio de Bahía de Caráquez**

Ubicadas en Malecón y Arenas, frente a la playa.

◆ **Banco de Guayaquil**

Para los cheques, realizar los trámites para la visa americana, entre otras actividades bancarias. Se encuentra situado en: Bolívar y Av. Riofrío.

◆ **Banco Pichincha**

Situada en Bolívar. Se puede realizar cualquier tipo de trámites bancarios. Cambio de cheques, depósitos, etc.

◆ **Internet**

Se puede encontrar tarifas alrededor de USD 2.60 y de 3.00 por hora.

### **3.6 Infraestructura**

La construcción más reciente de Bahía de Caráquez corresponde de 6 a 12 edificios de apartamentos con diseños arquitectónicos modernos. Palmos largos, ventanas grandes y balcones, historias libres para permitir la localización de piscinas.

Como ya lo he mencionado anteriormente Bahía de Caráquez cuenta también con una amplia infraestructura en cuanto a convenciones, seminarios y mesas de trabajo, ya que posee varios sitios ideales para poder desarrollar actividades de turismo ejecutivo como son: El Teatro Municipal Sucre, con una capacidad para 700 personas, el auditorio del Museo del Banco Central, con una capacidad aproximada para 200 personas, los salones del Hotel la Piedra, entre otros más.

Cada uno de los lugares cuenta con todos los servicios que son necesarios para la realización de este tipo de actividad como equipos para amplificación.

## CAPITULO IV

### DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA PLANTA TURÍSTICA Y HOTELERA

#### 4.1 PRE-OBJETIVOS

#### MATRIZ S.M.AR.T. - PREOBJETIVOS ESTRATÉGICOS

##### PRE – OBJETIVOS

| N ° | EJE                | FACTOR ESPECÍFICO   | FACTOR MEDIBLE                               | RECURSOS                           |   |
|-----|--------------------|---|--|------------------------------------|---|
| 1   | Ventajas           | Beneficio de ciudad tranquila y ecociudad   | % de visitantes                              | Naturales, Culturales, Distracción | Crear convenios con organizaciones internacionales                                |
| 2   | Posicionamiento    | Ante la demanda de la ciudad de Quito   | Número de visitantes                         | Naturales, Culturales, Distracción | Abarcar al menos el 80% de turistas quiteños                                      |
| 3   | Demanda            | Explotar cada uno de los sitios turísticos para captar mayor número de visitantes | Número de visitantes durante el primer año   | Naturales, Culturales, Distracción | Aumentar los visitantes nacionales  |
| 4   | Gestión Financiera | Buscar alternativas de financiamiento   | Número de entidades que apoyan               | Naturales, Culturales, Distracción | Buscar alternativas para promocionar la ciudad                                    |
| 5   | Capacitación       | Definir los programas para las personales interesadas                             | Número de personas capacitadas de los sitios | Naturales, Culturales, Distracción | Difundir los planes de capacitación entre los posibles interesados                |
| 7   | Mejora Continua    | Implementar plan para incremento de visitantes                                    | Número de establecimientos mejorados         | Naturales, Culturales, Distracción | Concentrar todos los esfuerzos para mejorar la calidad de los servicios prestados |
| 8   | Normatividad       | Establecer reglas a seguir para los establecimientos                              | Número de reglas expuestas                   | Naturales, Culturales, Distracción | Difusión y aplicación de reglas para los establecimientos                         |

Fuente: Elaboración Propia

## **4.2 OBJETIVOS**

- Conocer la demanda de la ciudad de Bahía de Caráquez.
- Abarcar un mayor porcentaje de turistas nacionales.
- Conocer la situación actual de los establecimientos de la ciudad.
- Concentrar todos los esfuerzos para mejorar la calidad de los servicios prestados.

## **4.3 VARIABLES CRÍTICAS A EVALUAR**

Se analizará algunas variables para poder conocer profundamente los establecimientos de interés turístico y los relacionados con el sector. Entre las variables consideradas como las más importantes están las siguientes.

- Capacidad de los establecimientos.
- Ocupación anual.
- Época de temporada alta.
- Tipo de demanda.
- Problemas que tienen los establecimientos y posibles soluciones.
- Tipo de servicios que se ofrecen.
- Promoción que realizan los establecimientos sobre sus servicios.
- Personal a su cargo.
- Precios de acuerdo a los servicios.

Para ello es necesario efectuar entrevistas a los propietarios o administradores de cada uno de los sitios hoteleros, alimenticios y turísticos con fin de conocer a fondo sobre los establecimientos y otros aspectos ajenos a ellos, ya que la Oficina del Ministerio de Turismo y el

Municipio de la ciudad no cuenta con datos estadísticos sobre los visitantes por lo cual se va a utilizar el siguiente modelo de entrevista.

#### **4.3.1 MODELO DE ENTREVISTA A EXPERTOS**

- 1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**
- 2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**
- 3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**
- 4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**
- 5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**
- 6. ¿Ha pensado en alguna solución?**
- 7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**
- 8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**
- 9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**
- 10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

### 4.3.2 ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO

Las entrevistas se realizaron a cada uno de los propietarios o administradores de los establecimientos para conocer sobre la capacidad máxima, el porcentaje de ocupación, la época de mayor ocupación, la demanda, los problemas internos y externos que afectan a su establecimiento, la forma de promocionarse, los servicios que ofrecen a los turistas, la cantidad de personal y el precio promedio de todos los servicios que ofrece el establecimiento. Los resultados se pueden observar en el Anexo 1.

**CUADRO No. 1**

| SITIOS DE ALOJAMIENTO                                |  |  |                                |             |                           |                                |                                 |  |
|--|--|--|--------------------------------|-------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--|
|  | HOTEL LA PIEDRA  | HOTEL LA HERRADURA                             | HOSTAL ITALIA                  | HOTEL BAHÍA | HOSTAL EL VIAJERO         | HOSTAL BAHIA BED AND BREAKFAST | CENTRO VACIONAL LIFE            | RESUMEN  |
| <b>PREGUNTA 1:<br/>Capacidad del establecimiento</b> | 42 habitaciones, 120 personas sala de eventos, 90 personas restaurante, 30 personas bar. | 75 a 80 personas en habitaciones y restaurante | 50 personas                    | 80 personas | 28 a 30 personas          | 70 personas                    | 30 personas. 6 villas amobladas | Para 30 personas hasta 80 personas                     |
| <b>PREGUNTA 2:<br/>% Ocupación</b>                   | 36% anual y 80 a 90% feriados  | 43% anual, 35% temporada baja y 90% tempo alta | 62% anual y 90% temporada alta | 80% anual   | 45% anual y 100% feriados | 40 a 50% anual                 | 45% anual y 80% temporada alta  | En un promedio de 45% anual y en feriados llega al 90% |

|  |  |   |   |   |   |   |  |  |
|--|--|---|---|---|---|---|--|--|
| <b>PREGUNTA 3:<br/>Mayor<br/>Ocupación</b>               | Julio, agosto,<br>septiembre y<br>feriados                                 | Feriados  | Agosto,<br>diciembre y<br>feriados  | Noviembre,<br>diciembre y<br>feriados                               | Feriados<br>sobretudo<br>carnaval y fin<br>de año             | Enero, febrero,<br>julio, agosto,<br>noviembre,<br>diciembre y<br>feriados            | Julio, agosto,<br>septiembre y<br>feriados             | Feriados, junio<br>hasta diciembre   |
| <b>PREGUNTA 4:<br/>Demanda</b>                           | 10% extranjera:<br>americanos y<br>europeos y 90%<br>nacional:<br>quiteños | Nacional: Sierra,<br>Guayas y Manabí.<br>Internacional                | Nacional:<br>Guayas, Sierra-<br>Quito<br>Extranjera:<br>Canadá,<br>EE.UU. | Nacional<br>especialmente<br>de la Sierra                           | Nacional:<br>Sierra<br>Extranjeros:<br>europeos<br>mochileros | Nacional: Quito<br>Extranjera:<br>EE.UU. y Canadá                                     | Nacional: Quito<br>Extranjera:<br>EE.UU. y<br>Alemania | Los turistas<br>nacionales son en<br>mayor cantidad<br>especialmente de<br>Quito |
| <b>PREGUNTA 5:<br/>Problemas del<br/>establecimiento</b> | Malas<br>carreteras, falta<br>de agua,<br>conseguir gente<br>capacitada    | Malas carreteras y<br>disgustos de<br>clientes por<br>infraestructura | Solo feriados<br>tiene ocupación<br>el hostal                             | Malas<br>carreteras,<br>provocando la<br>disminución de<br>turistas | Malas<br>carreteras y<br>falta de agua                        | Temporada alta se<br>pide reservación<br>con un pago<br>anticipado                    | Malas carreteras<br>y falta de agua                    | Malas carreteras<br>y falta de agua  |
| <b>PREGUNTA 6:<br/>Soluciones</b>                        | Tener cisternas,<br>mejorar sueldos  | Gobiernos son los<br>encargados                                       | Disminuir<br>precios para<br>tempo baja                                   | Autoridades<br>deben<br>encargarse                                  | Agua<br>subterránea,<br>disminuir<br>precios                  | Encontrar<br>solución con los<br>huéspedes  | Autoridades son<br>los encargados                      | Las autoridades<br>son las<br>encargadas de<br>solucionar                        |
| <b>PREGUNTA 7:<br/>Promoción</b>                         | Participación en<br>ferias, página<br>Web, RedNet                          | Buena atención,<br>boca a boca,<br>volantes, tarjetas                 | Guía turística,<br>vallas, radio,<br>tarjetas, folletos<br>y boca a boca  | Guía turística,<br>radio, prensa<br>escrita, volantes<br>y folletos | Boca a boca,<br>por medio de<br>Guacamayo<br>Tours            | Página Web, guía<br>turística, boca a<br>boca y convenio<br>con radio y<br>televisión | Página Web,<br>volantes y<br>folletos                  | Guías turísticas,<br>boca a boca,<br>radio, volantes,<br>folletos                |

|                                  |  |  |  |   |                               |                                      |  |   |
|----------------------------------|--|--|--|---|-------------------------------|--------------------------------------|--|---|
| <b>PREGUNTA 8:<br/>Servicios</b> | Alojamiento, restaurante, bar, sala de convenciones, de juegos, piscina, alquiler de bicicletas, cancha de voley | Alojamiento, restaurante, bar-cafetería, guardia privado | Alojamiento, restaurante con desayunos, almuerzos y platos fuertes | Alojamiento, restaurante, garaje y lavandería | Alojamiento                   | Alojamiento, lavandería, restaurante | Alojamiento, piscina para niños, sala de entretenimiento, ping pong, juegos de mesa, televisión, bar, cancha de fútbol y juegos infantiles | Alojamiento, restaurante, juegos                |
| <b>PREGUNTA 9:<br/>Personal</b>  | 25 personas fijas y 11 eventuales  | 10 personas fijas y 10 eventuales                        | 4 personas fijas   | 5 personas fijas                              | 2 personas fijas y 1 eventual | 4 personas fijas y 2 o 3 eventuales  | 4 personas fijas   | Dependiendo de la capacidad del establecimiento |
| <b>PREGUNTA 10:<br/>Precio</b>   | Promedio de 40 dólares   | Entre 10 y 40 dólares                                    | Entre 3 y 10 dólares   | Entre 2 y 12 dólares                          | Entre 8 y 12 dólares          | Entre 5,60 y 8,96 dólares            | Promedio 10 dólares  | Desde 2 dólares hasta 40 dólares                |

Fuente: Elaboración propia

### **RESUMEN GENERAL:**

Los establecimientos hoteleros cuentan con las instalaciones adecuadas para todo tipo de turistas. Tienen un 45% anual de ocupación, los visitantes quiteños son el principal mercado. Los problemas que los afectan son las malas vías de acceso desde las diferentes provincias a la ciudad y la falta de agua, lo cual corresponde a las autoridades estatales. Y en este aspecto o se puede hacer nada, hasta que solucionen estos problemas. Su forma de promocionar va acorde a la capacidad y el nivel de turistas que se dirigen. Los precios dependen igualmente a este aspecto. Las fotografías obtenidas durante la investigación se encuentran en el Anexo 12.

### 4.3.3 ANÁLISIS DE SITIOS DE ALIMENTACIÓN

Para conocer mejor sobre los sitios de alimentación, son necesarias las entrevistas a los propietarios de cada uno de los restaurantes para saber a fondo los aspectos de marketing que utilizan y sobre cuestiones correspondientes netamente a los establecimientos. Lo anterior se puede apreciar en el Anexo 2.

**CUADRO No. 2**

| <b>SITIOS DE ALIMENTACIÓN</b>                    |                   |                             |                   |                  |                  |  |                           |                                      |   |
|--|-------------------|-----------------------------|-------------------|------------------|------------------|--|---------------------------|--------------------------------------|---|
|  | <b>MUELLE UNO</b> | <b>EL BUEN SABOR</b>        | <b>LA TERRAZA</b> | <b>COLOMBIUS</b> | <b>DOÑA LUCA</b> | <b>EL REY DEL BURRITO</b>                            | <b>D'CAMARÓN</b>          | <b>PUERTO AMISTAD YACHT CLUB</b>     | <b>RESUMEN</b>  |
| <b>PREGUNTA 1: Capacidad del establecimiento</b> | 150 personas      | 90 personas                 | 200 personas      | 80 personas      | 60 personas      | 40 personas  | 60 a 70 personas          | 120 personas, 22 boyas               | Dependiendo de las instalaciones, desde 40 a 200 personas |
| <b>PREGUNTA 2: % Ocupación</b>                   | 90% anual         | 100% anual e incluso exceso | 60% anual         | 70% anual        | 42% anual        | 67% anual, 55% temporada baja y 100% temporada alta. | 70% anual y 100% feriados | 98% anual las boyas, 70% restaurante | 70% anual gracias a los feriados                          |

|  |  |  |  |   |  |  |   |   |   |
|--|--|--|--|---|--|--|---|---|---|
| <b>PREGUNTA 3: Mayor Ocupación</b>               | Navidad, año nuevo, carnaval, semana santa y vacaciones de verano de la Sierra | Julio, agosto, noviembre, diciembre, navidad, fin de año, carnaval, semana santa | Feriados y fiestas de la ciudad de Bahía           | Vacaciones de verano de la Sierra, feriados y fiestas de la ciudad de Bahía | Feriados y Vacaciones de verano de la Sierra | Feriados, vacaciones de verano de la Sierra              | Agosto, diciembre, navidad y fin de año       | Todo el año   | Feriados, junio hasta diciembre                                     |
| <b>PREGUNTA 4: Demanda</b>                       | Nacional: Sierra<br>Extranjeros: EE.UU, Canadá, Holanda, Francia               | Nacional: Quito<br>Extranjeros: europeos, chilenos y mexicanos                   | Nacional: Quito y Guayaquil.<br>Extranjera: EE.UU. | Nacional: Quito, Cuenca, Ibarra, Ambato                                     | Nacional: Quito, Riobamba, Cotopaxi          | Nacional: Quito, Riobamba<br>Extranjeros: México, EE.UU. | Nacional: Quito, Ibarra, Cuenca<br>Extranjera | Nacional Extranjeros: EE.UU, Canadá, Inglaterra, Alemania, Australia. | La mayor cantidad de visitantes son quiteños                        |
| <b>PREGUNTA 5: Problemas del establecimiento</b> | Clientes extremadamente exigentes  | Falta de agua, malas carreteras  | Malas carreteras                                   | Malas carreteras y falta de agua  | Malas carreteras, falta de agua              | No existen   | No existen                                    | No existen  | Malas carreteras, falta de agua                                     |
| <b>PREGUNTA 6: Soluciones</b>                    | Informar sobre la tardanza de los platos                                       | Tener cisterna   | Gobiernos son los encargados                       | Gobiernos son los encargados  | Gobiernos son los encargados                 | No existen   | No existen                                    | No existen  | A los gobiernos les corresponde                                     |
| <b>PREGUNTA 7: Promoción</b>                     | Folletos, boca a boca, radio, diario manabita                                  | Boca a boca, radio, apoyo a eventos  | Boca a boca  | En 7 guías turísticas nacionales y 9 internacionales                        | Boca a boca                                  | Radio, vallas, boca a boca, folletos, volantes           | Radio, periódicos, guía turística             | Guía turística del Cantón Sucre, Manabí y página Web                  | Boca a boca, radio, volantes, folletos, guías turísticas, periódico |

|                              |  |  |  |  |  |                                  |                                 |   |   |
|------------------------------|--|--|--|--|--|----------------------------------|---------------------------------|---|---|
| <b>PREGUNTA 8: Servicios</b> | Platos especializados en mariscos, carnes, almuerzos típicos, cócteles | Platos a la carta, almuerzos, parrilladas          | Platos a la carta, almuerzos y eventos | Platos a la carta, desayunos, almuerzos, cenas | Platos a la carta, desayunos, almuerzos, cenas | Platos específicamente mexicanos | Platos a la carta               | Boyas, entrega de agua, baños y duchas, lavandería, restaurante, muelle flotante, sala de eventos, biblioteca | Platos a la carta, desayunos, almuerzos, cenas          |
| <b>PREGUNTA 9: Personal</b>  | 20 personas fijas entre el turno diurno y nocturno                     | 16 personas fijas entre el turno diurno y nocturno | 6 personas fijas                       | 4 personas fijas                               | 5 personas fijas                               | 4 personas fijas                 | 5 personas fijas y 5 eventuales | 11 personas fijas y 6 eventuales  | El personal depende de la capacidad del establecimiento |
| <b>PREGUNTA 10: Precio</b>   | Entre 1,50 a 7,80 dólares  | Entre 1,25 y 7 dólares                             | Entre 1,50 y 5 dólares                 | Entre 1,50 y 6 dólares                         | Entre 2,50 a 10 dólares                        | Entre 3 y 7 dólares              | De 3,70 a 3,90 dólares          | 210 mensual por boya y entre 3,50 y 10 dólares en restaurante   | Desde 1,50 hasta 10 dólares                             |

Fuente: Elaboración propia

### RESUMEN GENERAL:

Los restaurantes tienen capacidad de acuerdo al número de visitantes. Cuentan con el 70% de ocupación anual, los feriados son la época de mayor demanda. Su demanda es principalmente quiteña, las malas carreteras y la falta de agua influyen en la ausencia de visitantes. Por ello no se puede hacer nada hasta que no se solucionen estos problemas. Los precios son asequibles y van de acuerdo al plato que se solicite. Las fotografías obtenidas durante la investigación se encuentran en el Anexo 12

#### 4.3.4 ANÁLISIS DE SITIOS NATURALES

Conocer a fondo sobre los sitios naturales que se encuentran dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez y sus cercanías es importante para saber las condiciones reales en las se encuentran, así como también los problemas que tienen y la forma de manejar el marketing por sus dirigentes. La información se encuentra en el Anexo 3.

**CUADRO No. 3**

| <b>SITIOS NATURALES</b>                              |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  | <b>RESERVA CERRO SECO</b>  | <b>ISLA CORAZÓN</b>  | <b>SAIANANDA</b>  | <b>RESUMEN</b>   |
| <b>PREGUNTA 1:<br/>Capacidad del establecimiento</b> | 10 personas en cada sendero, 20 personas en habitaciones   | 12 personas en el sendero  | 40 personas en habitaciones, 20 personas en el parque                       | Los sitios naturales no pueden tener una gran capacidad debido a que sus senderos no lo permiten |
| <b>PREGUNTA 2:<br/>% Ocupación</b>                   | 60% anual y 85% temporada baja   | 60% anual, 50 a 80 personas temporada baja y 300 personas temporada alta | 65% anual   | Es relativo a la capacidad de carga de los sitios naturales                                      |
| <b>PREGUNTA 3: Mayor Ocupación</b>                   | Noviembre, diciembre, enero, febrero   | Junio, julio, agosto, septiembre y feriados                              | Junio, julio, agosto, enero, febrero, vacaciones de la sierra y de europeos | Desde junio hasta febrero y durante los feriados   |
| <b>PREGUNTA 4:<br/>Demanda</b>                       | Nacional: Guayas, Pichincha, Los Ríos, El Oro y Loja<br>Extranjeros: España, Noruega, Canadá, Perú, EE.UU. | Nacional: Quito, Cuenca<br>Extranjeros: Suecia, Suiza, EE.UU.            | Nacional: Quito<br>Extranjeros: europeos, americanos                        | La gran parte de la demanda es nacional especialmente de la ciudad de Quito                      |

|  |   |  |  |   |
|--|---|--|--|---|
| <b>PREGUNTA 5:<br/>Problemas del establecimiento</b> | Falta de orientación, de transporte, de apoyo de las autoridades                          | Falta de capacitación, de organización, de apoyo, embarcaciones piratas            | Confusión de parque con zoológico                    | Falta de capacitación, de apoyo por parte de las autoridades, de organización |
| <b>PREGUNTA 6:<br/>Soluciones</b>                    | Conseguir convenios con ONG, proyecto con la prefectura                                   | Capacitación en atención a turistas, plan de manejo, apoyo de la marina            | Aclarar a las personas que únicamente es parque      | Capacitación mediante acuerdos con organizaciones internacionales             |
| <b>PREGUNTA 7:<br/>Promoción</b>                     | Actividades en fechas especiales, radio   | Radio, vallas, volantes, boca a boca   | Boca a boca  | Radio, boca a boca, volantes  |
| <b>PREGUNTA 8:<br/>Servicios</b>                     | Alojamiento, caminatas por los senderos, actividades de agricultura, alas delta, tarabita | Alojamiento, caminata por el sendero, recorrido por los bosques secos, restaurante | Alojamiento, restaurante, boyas para veleros, parque | Alojamiento, caminatas por senderos, restaurante                              |
| <b>PREGUNTA 9:<br/>Personal</b>                      | 2 o 3 personas y 1 guía   | 10 guías nativos   | 4 personas fijas y 2 eventuales                      | Dependiendo de la capacidad de los servicios                                  |
| <b>PREGUNTA 10:<br/>Precio</b>                       | Promedio de 5 dólares   | Entre 4,75 a 13,60 dólares   | Alojamiento de 25 a 35 dólares                       | Desde 4,75 a 35 dólares   |

Fuente: Elaboración propia

### **RESUMEN GENERAL:**

Los sitios naturales se diferencian del resto de sitios pues debido a la demanda han tenido que ir cambiando los servicios y aumentar otros para poder satisfacerlos. La mayor parte del año tiene un alto porcentaje de ocupación debido a que los estudiantes tienen la oportunidad de realizar pasantías. Los problemas son principalmente: falta de capacitación y apoyo por parte de las autoridades estatales. Los precios incluyen la visita a los sitios y en ciertos casos alojamiento. Las fotografías obtenidas durante la investigación se encuentran en el Anexo 12.

#### 4.3.5 ANÁLISIS DE SITIOS CULTURALES

Analizar los sitios culturales desde la perspectiva del marketing es importante ya que se podrá conocer a profundidad sobre los aspectos que afectan e influyen en su desenvolvimiento como establecimientos. Las entrevistas dieron como resultado, la información que se encuentra en el Anexo 4.

**CUADRO No. 4**

| <b>SITIOS CULTURALES</b>                             |   |                              |                              |   |
|--|---|------------------------------|------------------------------|---|
|  | <b>MUSEO BANCO CENTRAL-BAHÍA DE CARÁQUEZ</b>  | <b>CASA AMERICANA</b>        | <b>IGLESIA DE LA MERCED</b>  | <b>RESUMEN</b>  |
| <b>PREGUNTA 1:<br/>Capacidad del establecimiento</b> | 200 personas distribuidas en las 8 salas y 200 personas en el auditorio   | 60 personas en habitaciones  | 200 personas                 | La capacidad va desde 60 personas hasta 200 personas dependiendo de las instalaciones                 |
| <b>PREGUNTA 2:<br/>% Ocupación</b>                   | 70 a 80% anual  | 45% anual                    | 75% anual                    | El porcentaje redondea el 75% de ocupación  |
| <b>PREGUNTA 3:<br/>Mayor Ocupación</b>               | Julio, agosto   | Visitas de buques americanos | Fiestas de Bahía y domingos  | Durante las vacaciones de verano de la Sierra y fiestas de Bahía                                      |
| <b>PREGUNTA 4:<br/>Demanda</b>                       | Nacional: Quito, Ambato, Ibarra<br>Extranjeros: EE.UU, Canadá, México, Colombia, Chile, España, Francia, Alemania, Italia, Inglaterra | Extranjeros: americanos      | Nacional: Manabí y Pichincha | La mayor cantidad de visitantes son nacionales sobretodo de Quito y en cuanto a extranjeros de EE.UU. |

|  |  |   |             |   |
|--|--|---|-------------|---|
| <b>PREGUNTA 5:<br/>Problemas del establecimiento</b> | Falta de guías   | Falta de apoyo por parte de las autoridades estatales | No existen  | Falta de guías y de apoyo de las autoridades estatales              |
| <b>PREGUNTA 6:<br/>Soluciones</b>                    | Contratar un guía a medio tiempo   | El poder de las autoridades era impresionante         | No existen  | Proporcionar un presupuesto para los sitios culturales              |
| <b>PREGUNTA 7:<br/>Promoción</b>                     | Radio, folletos  | No existe   | Boca a boca | Radio, folletos y boca a boca                                       |
| <b>PREGUNTA 8:<br/>Servicios</b>                     | Exposición y centro de investigación arqueológica, exposición de artes visuales auditorio, centro documental, colecciones, sala de convenciones, suite | Alojamiento, restaurante                              | No existen  |   |
| <b>PREGUNTA 9:<br/>Personal</b>                      | 2 personas en el museo y 20 personas en el resto de áreas  | 14 personas integrantes de la familia Santos          | 3 personas  | Dependiendo de la capacidad, cada establecimiento tiene su personal |
| <b>PREGUNTA 10:<br/>Precio</b>                       | Auditorio 50 dólares la hora, entrada al museo 0,50 a 1 dólar  | Sin costo para americanos                             | Sin costo   | El precio depende de los servicios que ofrece el lugar              |

Fuente: Elaboración propia

### RESUMEN GENERAL:

Ciertos sitios culturales con el pasar de los años han sido descuidados por parte de las autoridades, lo cual impide su desarrollo turístico. La mayor cantidad de visitantes son nacionales especialmente quiteños. Los problemas son: falta de guías capacitados y por ende apoyo de las autoridades estatales. Los precios dependen de los servicios que ofrezcan a los visitantes. Las fotografías obtenidos durante la investigación se encuentran en el Anexo 12.

#### 4.3.6 ANÁLISIS DE SITIOS DE DISTRACCIÓN

Es necesario conocer sobre la capacidad con la que cuentan los establecimientos, demanda, porcentaje de ocupación, problemas que afectan directamente e indirectamente, los servicios que pueden ofrecen a los turistas, su forma de promocionar el lugar, el precio promedio por el uso de los servicios. Los resultados que dieron las entrevistas, se encuentran en el Anexo 5.

**CUADRO No. 5**

| <b>SITIOS DE DISTRACCIÓN</b>                         |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  | <b>DABEI</b>                            | <b>MARINA 69</b>  | <b>RESUMEN</b>  |
| <b>PREGUNTA 1:<br/>Capacidad del establecimiento</b> | 300 personas                            | 7 motos acuáticas y 7 botes con piloto                        | Dependiendo del tipo de establecimiento se establece la capacidad       |
| <b>PREGUNTA 2:<br/>% Ocupación</b>                   | 100% jueves, viernes y sábado           | 67% anual   | El porcentaje anual de ocupación es mayor gracias a determinadas fechas |
| <b>PREGUNTA 3: Mayor Ocupación</b>                   | Viernes y Sábado                        | Feridos   | Los fines de semana por lo general tienen mayor ocupación               |
| <b>PREGUNTA 4:<br/>Demanda</b>                       | Habitantes de Bahía de Caráquez         | Nacional: Quito<br>Extranjeros: Alemania, Francia, Inglaterra | Mayor número de visitantes es nacional                                  |
| <b>PREGUNTA 5:<br/>Problemas del establecimiento</b> | Dabei se reserva el derecho de admisión | No existen  | Inconformidad con los clientes  |

|                                   |   |  |   |
|-----------------------------------|---|--|---|
| <b>PREGUNTA 6:<br/>Soluciones</b> | No existen ya que ese es el motivo de creación de Dabei   | No existen   | Establecer conversaciones con los visitantes  |
| <b>PREGUNTA 7:<br/>Promoción</b>  | Boca a boca, volantes, pancartas en ciertos establecimientos de la ciudad   | Folletos, volantes, boca a boca y descuentos en temporada baja   | Boca a boca, volantes   |
| <b>PREGUNTA 8:<br/>Servicios</b>  | Bar, discoteca, cócteles y bebidas de todos los tipos   | Alquiler de botes con pilotos, motos acuáticas parque acuático, juegos acuáticos                                     | Los servicios van acorde al tipo de establecimiento que sea   |
| <b>PREGUNTA 9:<br/>Personal</b>   | 7 personas fijas  | 8 personas fijas   | Entre los dos lugares existen aproximadamente 7 personas fijas y las eventuales depende del aumento de visitantes |
| <b>PREGUNTA 10: Precio</b>        | Membresía 150 dólares anuales, entrada 4 dólares mujeres y 6 dólares hombres, eventos especiales 8 dólares mujeres y 10 dólares hombres | Moto acuática 45 dólares media hora y 80 dólares la hora, bote con piloto 35 dólares media hora y 60 dólares la hora | Los precios van de acuerdo al servicio que se tengan en el establecimiento  |

Fuente: Elaboración propia

### **RESUMEN GENERAL:**

Los sitios de distracción existentes no son suficientes para la cantidad de visitantes que tiene la ciudad. Los fines de semana son los de mayor ocupación en los establecimientos. La cantidad de personal va acorde a los visitantes que tenga el establecimiento. Por no tener problemas, no está dirigido a ellos. Las fotografías obtenidas durante la investigación se encuentran en el Anexo 12.

#### 4.3.7 ANÁLISIS DE AGENCIAS DE VIAJES

Las agencias de viajes son importantes para poder desarrollar el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez, por ello es importante conocer a fondo cada una de ellas y por medio de las preguntas como tipo de demanda, problemas, precios promedios de los servicios que ofrecen a los visitantes, la forma de dar a conocer las agencias de viajes y los paquetes turísticos con los que cuentan cada una de ellas a los posibles turistas, se puede saber de forma general aspectos que favorezcan a la ciudad de Bahía de Caráquez. Los resultados de las entrevistas, se encuentran en el Anexo 6.

**CUADRO No. 6**

| <b>AGENCIAS DE VIAJES</b>                            |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | <b>CEIBOS TOURS</b>  | <b>GUACAMAYO TOURS</b>  | <b>RESUMEN</b>  |
| <b>PREGUNTA 1:<br/>Capacidad del establecimiento</b> | Manejo directo con comunidades en distintos sitios por ello no tenemos una capacidad establecida | 30 personas en habitaciones   | Depende del sitio turístico se va a establecer la capacidad |
| <b>PREGUNTA 2:<br/>% Ocupación</b>                   | 100% temporada alta  | 100% anual Río Muchacho   | 100% anual durante temporada alta                           |
| <b>PREGUNTA 3:<br/>Mayor Ocupación</b>               | Feriatos, julio, agosto, septiembre  | Diciembre, enero, mayo, septiembre, vacaciones de verano de la Sierra | Feriatos y los meses de vacaciones de verano de la Sierra   |
| <b>PREGUNTA 4:<br/>Demanda</b>                       | Nacional: Quito, Guayas Extranjeros: EE.UU, Canadá   | Nacional: Guayaquil, Quito Extranjeros: EE.UU.                        | Quito, Guayaquil y EE.UU.                                   |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>PREGUNTA 5:<br/>Problemas del establecimiento</b> | Falta de turistas  | Transporte, malas carreteras, carencia de vuelos domésticos, falta de infraestructura hotelera | Malas carreteras, falta de transporte   |
| <b>PREGUNTA 6:<br/>Soluciones</b>                    | Descuentos y promociones durante temporada baja  | Gobiernos son los encargados y ofrecer transporte puerta a puerta                              | Disminuir precios y dar descuentos para temporada baja  |
| <b>PREGUNTA 7:<br/>Promoción</b>                     | Página Web, convenios con agencias de viajes de Quito, volantes, folletos, boca a boca | Página Web, apoyo de eventos, boca a boca, radio   | Página Web, boca a boca, convenios, apoyo a eventos   |
| <b>PREGUNTA 8:<br/>Servicios</b>                     | Paquetes turísticos, alquiler de bicicletas, elaboración de páginas Web                | Agencia de viajes con paquetes turísticos, granja orgánica Río Muchacho, fábrica de papel      | Paquetes turísticos, y servicios adicionales no relacionados con el turismo                       |
| <b>PREGUNTA 9:<br/>Personal</b>                      | 4 personas fijas   | 16 personas fijas y 14 personas eventuales   | Dependiendo de la cantidad de visitantes aumenta el personal                                      |
| <b>PREGUNTA 10:<br/>Precio</b>                       | Dependiendo el número de pax entre 18 y 37 dólares                                     | Río Muchacho desde 24 dólares  | Dependiendo de la cantidad de visitantes y de los servicios que se soliciten, varían los precios. |

Fuente: Elaboración propia

### **RESUMEN GENERAL:**

Las agencias de viajes al tener su trayectoria en la ciudad, pasan a ser un centro representativo de la ciudad. Son las encargadas de realizar la promoción de la ciudad y de los sitios de interés. Su forma de promocionarse va acorde al mercado que desean dirigirse y dependiendo de los paquetes y servicios que se ofrecen. Las fotografías obtenidas durante la investigación se encuentran en el Anexo 12.

#### **4.4 FODA**

**“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.**

**El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.**

**Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.**

**Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.**

**Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia como recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.**

**Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización”.<sup>19</sup>**

---

<sup>19</sup> [www.monografías.com](http://www.monografías.com).

#### **4.4.1 FODA ELABORADO EN EL PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO DEL CANTÓN SUCRE**

El Gobierno Cantonal de Sucre asumió el reto de iniciar un proceso de planificación y gestión participativa mediante la ayuda de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME para crear el Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal, y con la participación de todos los sectores sociales, barriales, privados, gremiales y públicas y ciudadanos en general que conforman el Cantón, dirigidos por representantes del Municipio involucrándose cada uno de ellos.

##### **4.4.1.1 FODA SOCIAL-CULTURAL**

###### **◆ Fortalezas**

- Patrimonio histórico cultural.
- Declaratoria: Puerta de la Nacionalidad Ecuatoriana por el Congreso Nacional.
- Identidad cultural urbana.
- Infraestructura cultural.

###### **◆ Oportunidades**

- Alianza instituciones preservación cultural.
- Mercados no explotados promoción socio-cultural
- Convenios con organismos internacionales para mejorar educación y salud.
- Redes existentes de ONG para formación ciudadana, identidad y valores.

◆ **Debilidades**

- Escaso sentido de pertenencia del sector rural hacia la capital cantonal.
- Baja calidad y cobertura de agua potable.
- Baja calidad de servicios de salud y educación ciudadana.
- Escasa conciencia ciudadana sobre el patrimonio cultural.
- Débil formación en liderazgo comunitario y valores en la familia.

◆ **Amenazas**

- Influencia de antivalores de culturas foráneas.
- Demanda ilegal de bienes patrimoniales.
- Crisis socio-económica nacional.

Se realizó una combinación de Fortalezas y Debilidades con Oportunidades y Amenazas, definiéndose los siguientes planteamientos:

- Plan Maestro Cantonal de Agua Potable.
- Sistema Regional y Cantonal de atención integral a la salud.
- Formación de liderazgos comunitarios y microempresarios en servicios turísticos y

emprendimientos productivos.

- Rescate de valores históricos, culturales, cívicos (Puerta de la Nacionalidad Ecuatoriana, Patrimonio Cultural y Ecociudad) con financiamiento de organismos internacionales.

#### **4.4.1.2 FODA ECONÓMICO-PRODUCTIVO**

##### **◆ Fortalezas**

- Destino turístico de playa y ecoturismo.
- Agricultura de regadío (Charapotó)
- Producción pecuaria de San Isidro.
- Acuacultura.

##### **◆ Oportunidades**

- Complementariedad con la oferta turística especializada (Bolsa de Turismo).
- Complementariedad entre la producción y la industrialización.
- Inversionistas para el puerto comercial pesquero artesanal turístico.
- Potenciar la economía a través del nuevo puente Bahía-San Vicente.
- Redes económicas regionales hortícolas, frutícolas y tecnificación productiva.

- Aeropuerto San Vicente para uso turístico y comercial, a pesar de que actualmente se lo usa en los feriados para vuelos nacionales.

◆ **Debilidades**

- Desinversión en actividades productivas.
- Bajo uso del potencial del suelo (Aptitud).
- Bajos niveles de productividad y producción.
- Deficiente servicios y operación de turismo.

◆ **Amenazas**

- Existencia de competidores en comercio agropecuario y turismo.
- Desunión de sector norte, sur y centro de Manabí.

Se realizó una combinación de Fortalezas y Debilidades con Oportunidades y Amenazas, definiéndose los siguientes planteamientos:

- Planta procesadora agroindustrial de maracuya y otras frutas con calidad sello verde.
- Capacitación en comercialización, productividad y producción limpia.
- Mejoramiento de los tramos viales San Isidro-San Vicente y Bahía-Charapotó.

- Proyecto de asociativismo regional de productores agropecuarios.
- Mejoramiento de la infraestructura turística y conformación del circuito regional.

#### **4.4.1.3 FODA TERRITORIAL-AMBIENTAL-RIESGO**

##### **◆ Fortalezas**

- Capacidad urbana inmobiliaria.
- Calidad ambiental y declaratoria como Ecociudad.
- Punto medio de la ruta del sol y pacífico.
- Accesibilidad vial provincial, regional.
- Conectividad en desarrollo.
- Plan ambiental cantonal.
- Camaroneras orgánicas certificadas en producción.

##### **◆ Oportunidades**

- Impulso al transporte marítimo, cabotaje (Pedernales, Bahía, Manta, Puerto López).
- Integración vertical y horizontal a través del eje Manta-Manaos.
- Recursos disponibles en ONGS internacionales.
- Complementariedad con la oferta turística especializada de playa en la ruta del sol y del pacífico.

- Alianzas estratégicas con organizaciones ambientales y del riesgo.

◆ **Debilidades**

- Baja plusvalía urbana.
- Atractivos turísticos sin accesibilidad.
- Deterioro del paisaje urbano en malecón y estuario.
- Diferente calidad urbana entre Bahía y Leonidas Plaza.
- Difícil accesibilidad a las áreas productivas.
- Zona de riesgos por deslaves y vulnerabilidad sísmica.

◆ **Amenazas**

- Fenómeno del niño, tsunamis, terremotos.
- Conflictos limítrofes.
- Crecidas de ríos.

Se realizó una combinación de Fortalezas y Debilidades con Oportunidades y Amenazas, definiéndose los siguientes planteamientos:

- Puente vial de integración Bahía-San Vicente y mejoramiento de la red vial de articulación a la ruta Manta-Manaos.

- Propuesta de desarrollo y posicionamiento turístico y estrategias de operación regional.
- Fortalecimiento de la pesca artesanal con tecnología industrial y turismo de playa en Punta Bellaca.
- Proyecto emergente de reforestación de laderas y muros de protección de deslizamientos.
- Ordenanza de control de la calidad paisajista y arquitectónica en el frente costero y del estuario.
- Red vial cantonal de integración de atractivos turísticos y áreas agrícolas productivas con enfoque al agroturismo.

#### **4.4.1.4 FODA POLÍTICO-INSTITUCIONAL**

##### **◆ Fortalezas**

- Representatividad institucional.
- Presencia de organización de aporte al desarrollo.
- Institución municipal como referente regional.

##### **◆ Oportunidades**

- Formación e integración de mancomunidades regionales.
- Plan estratégico cantonal como instrumento de gestión.
- Elaboración del plan regional.

◆ **Debilidades**

- Escasa institucionalidad de las juntas parroquiales.
- Gobierno local con sesgo de administración tradicional.
- Alta dependencia financiera.
- Falta de apoyo político a las ordenanzas tributarias.
- Catastro desactualizado.
- Inadecuada distribución municipal.
- Deficiencia en el suministro de agua potable del sistema regional.
- Baja coordinación entre unidades administrativas.

◆ **Amenazas**

- Desmembramiento cantonal.
- Vulnerabilidad en la modernización de la gestión.
- Inexistencia de identidad ideológica, política.

Se realizó una combinación de Fortalezas y Debilidades con Oportunidades y Amenazas, definiéndose los siguientes planteamientos:

- Alianzas estratégicas para implantación de un sistema gerencial.

#### **4.4.2 FODA DE LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ OBTENIDO MEDIANTE LAS ENTREVISTAS**

➤ **Fortalezas:**

- Ciudad tranquila para descansar y desestresarse.
- Alejado de la contaminación y el bullicio.
- Es una Ecociudad.
- Precios asequibles en los servicios ofertados.
- Los establecimientos por ser negocios familiares, se proporciona un servicio personalizado y de una forma familiar.
- Se encuentra rodeado por un entorno natural y cuenta con sitios de interés ecológico.
- La seguridad dentro de la ciudad es única.
- El clima es cálido durante todo el año y no tiene mayores variaciones.
- La amabilidad de las personas es única en la ciudad de Bahía de Caráquez.

➤ **Oportunidades:**

- Construcción del puente Bahía-San Vicente.
- Apertura a los mercados extranjeros.
- Convenios con organizaciones internacionales y ONGS.

➤ **Debilidades:**

- Ausencia de personal capacitado para las áreas turísticas y administrativas de los establecimientos.
- Falta de apoyo por parte de las autoridades estatales.
- Desorganización dentro de ciertos sitios de interés turístico.
- Insuficiente gestión de promoción y venta.
- Falta de planta hotelera de primera categoría.
- Ausencia de turistas en temporada baja.
- Poca participación en el mercado.
- Falta de capacitación para guías turísticos.
- Falta de agua potable.
- Poco presupuesto designado a la ciudad de Bahía de Caráquez.
- Falta de datos estadísticos en el Ministerio de Turismo, Municipio de Bahía de Caráquez.

➤ **Amenazas:**

- Malas condiciones de las vías de acceso.
- Falta de transporte terrestre.
- Playas en otras provincias del Ecuador sobretodo cercanas a la ciudad de Quito.
- Sitios turísticos cercanos a la ciudad de Quito.

## **CAPITULO V**

### **LÍNEAS DE ACCIÓN, PLANES, PROGRAMAS Y PRESUPUESTACIÓN**

#### **5.1 INTRODUCCIÓN**

**“La principal problemática urbana ha sido el estado de colapsamiento del alcantarillado urbano, tratamiento de aguas servidas, la contaminación del aire, la deforestación de las colinas circundantes a la ciudad, contaminación del estuario, playas, déficit de provisión y mantenimiento de áreas verdes y parques.**

**El turismo de playa hacia la ciudad de Bahía de Caráquez disminuyó al afectarse el frente marino, por el crecimiento urbanístico. Actualmente los flujos turísticos se dirigen a otras playas, habiéndose disminuido la calidad de destino turístico urbano y la generación de ingresos relacionados.**

**La capacidad y calidad de la planta hotelera no es aprovechada completamente, existiendo períodos vacantes en varias épocas del año. En cuanto al ecoturismo no se ha promocionado debidamente, ni se han posicionado todos los recursos existentes”<sup>20</sup>**

Se va a realizar varias estrategias con el objeto de incrementar el turismo en la ciudad en 5% de acuerdo a las proyecciones realizadas por el Museo del Banco Central-sede Bahía de Caráquez.

---

<sup>20</sup> Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Sucre

## 5.2 EJES ESTRATÉGICOS

CUADRO No. 7

### DEFINICIÓN DE EJES ESTRATÉGICOS

| N° | EJES               | CONCLUSIONES   |
|----|--------------------|--|
| 1  | Ventajas           | Beneficiarse de la imagen como ciudad tranquila y ecociudad                        |
| 2  | Posicionamiento    | Ante la demanda de la ciudad de Quito  |
| 3  | Demanda            | Explotar cada uno de los sitios turísticos para captar mayor número de visitantes  |
| 4  | Demanda            | Abarcar mayor cobertura en el mercado ofreciendo un destino único                  |
| 5  | Gestión Financiera | Buscar alternativas de financiamiento para alcanzar el objetivo                    |
| 6  | Capacitación       | Elaborar programas de capacitación para los guías de sitios naturales y culturales |
| 7  | Capacitación       | Crear una capacitación para personal de los establecimientos hoteleros.            |
| 8  | Mejora Continua    | Implementar plan de seguimiento y mejora a los establecimientos                    |
| 9  | Mejora Continua    | Realizar evaluaciones sobre el incremento de visitantes a la ciudad                |
| 10 | Normatividad       | Establecer reglas a seguir para los establecimientos                               |

Fuente: Elaboración Propia

### 5.3 PERSPECTIVAS

**CUADRO No. 8**

|   |   |   |
|---|---|---|
| 1 | <b>Finanzas</b><br>( Perspectiva Financiera)  | Buscar alternativas para promocionar la ciudad                    |
| 2 | <b>Marketing</b><br>(Perspectiva del Cliente) | Abarcar un mayor número de visitantes nacionales                  |
| 3 | <b>Capacitación</b><br>(Perspectiva Interna)  | Difundir los planes de capacitación ante los posibles interesados |

Fuente: Elaboración Propia

### 5.4 ESTRATEGIAS

**“La estrategia implica la utilización y profunda integración del poder económico, político, cultural, social, moral, espiritual y psicológico. La estrategia sólo puede ser establecida una vez que se hayan determinado los objetivos a alcanzar. Es entonces cuando se estiman las posibles líneas de acción”<sup>21</sup>**

#### 5.4.1 LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACCIÓN

Mediante las encuestas realizadas se pudo conocer varios aspectos como que la mayoría de establecimientos hoteleros no tienen problemas internos más bien lo que les afecta es el mal estado de las vías de acceso a la ciudad desde las diferentes provincias del país y la falta de agua dentro de la ciudad.

En este aspecto lamentablemente no se puede realizar ninguna acción ya que le corresponde a las autoridades solucionar dichos problemas.

---

<sup>21</sup> Microsoft Encarta 2006. 1993-2005 Microsoft Corporation

Sin embargo existen otros establecimientos que tienen problemas internos y a los cuales les ayudará varias estrategias que se van a establecer para poder incentivar el turismo.

- Debido a la falta de un logo que identifique a la ciudad, se realizará una alternativa para que autoridades del municipio y del ministerio decidan si es la adecuada para la ciudad.



- Al ser escogido el logo adecuado es necesario ponerlo al tanto de todas las personas que sea posible por ello se necesita que los propietarios de los establecimientos se comprometan con las autoridades de la ciudad para colocar el logo aprobado en los letreros, folletería y demás medios que sea más conveniente.
- Realizar una invitación al canal de televisión RTS, específicamente al programa Aquí Ecuador, al señor Fausto Flores-productor y director del programa para que realicen una visita a la ciudad para que se efectúe un

reportaje sobre los principales atractivos. Para ello es necesario que las autoridades de la ciudad cubran con los gastos de transporte, alimentación y hospedaje de las 6 personas que acudirán a la ciudad, durante tres días que es el tiempo que solicita el programa para grabar y tomar nota de los sitios turísticos y de los servicios

- El Municipio de Bahía de Caráquez mediante la recaudación del 25% al impuesto a la renta, promocionará en distintos medios de comunicación la ciudad y sus servicios.
- Se publicará un reportaje en el diario El Comercio, mediante la colaboración del señor Patricio Ramos-corresponsal del diario, ya que es la persona encargada de la provincia de Manabí y junto a otra persona que es ayudante del corresponsal, se dirigirán a Bahía para lo cual únicamente se debe cubrir los gastos de transporte, alimentación y hospedaje durante dos días que será el tiempo necesario para tomar la información adecuada para el reportaje y que será posteriormente publicado en un sábado que previamente se elija.
- Mediante el apoyo de la Cámara Provincial de Turismo de Manabí y la Dirección Nacional de Turismo, ambas con sede en Portoviejo, se establecerá un cronograma de promoción de la ciudad de Bahía de Caráquez y del Cantón Sucre en general ante el país entero.
- Crear un diseño que represente a la ciudad de bahía de Caráquez y que será utilizado para las vallas que se

colocarán en distintos sitios.



- Colocar dos vallas publicitarias, una en el norte de Quito específicamente en la Av. Amazonas y Av. Naciones Unidas, pues se encuentra cerca de los centros comerciales más importantes de la ciudad y por ende tiene mayor concentración de personas y otra se colocará en el sur de Quito específicamente en la Av. Maldonado cerca del centro comercial El Recreo ya que es otro de los sitios con mayor concentración de personas.  
Todo ello se realizará con la empresa Induvallas, quien posee vallas en los sitios antes mencionados para colocar durante seis meses.

## MAPA No. 5 UBICACIÓN DE VALLA EN QUITO



Fuente: [www.in-quito.com](http://www.in-quito.com)

- Colocar una valla publicitaria en las afueras de Manta ya que a ésta ciudad llegan vuelos aéreos de la ciudad de Quito de todas las aerolíneas nacionales, además de ser una de las principales carreteras que comunican con el resto de provincias sobretodo con la ciudad de Guayaquil. Se colocará en las vallas que tiene la empresa Letrasigma, durante tres meses.
- Colocar una valla publicitaria en las afueras de la ciudad de Portoviejo ya que es la capital de la provincia y a la cual llegan vuelos de la aerolínea TAME desde la ciudad de Quito, y por la cual transcurren gran cantidad de personas de todas las provincias del país. Mediante la ayuda de la empresa Letrasigma durante tres meses.

## MAPA No. 6 UBICACIÓN DE VALLA EN PORTOVIEJO Y MANTA



Fuente: Codeso

- Mediante la cooperación del Municipio de Bahía y el Ministerio de Turismo se tratará de conseguir una persona para que realice charlas de capacitación, cada una con una duración de 15 días, una vez por mes; en cuanto a servicio al cliente para los empleados de cada uno de los establecimientos, otra capacitación relacionada a la

guianza destinado a las personas de las comunidades de los sitios naturales para que puedan obtener la licencia de guías nativos ante el Ministerio de Turismo. Todos los costos van a ser cubiertos por el municipio.

- Con la ayuda del Municipio de Bahía de Caráquez, se va a crear planes educativos para que se pueda contar con una mayor cantidad de profesionales en el área de turismo, y sobretodo se incentive a los ciudadanos para que se involucren en el turismo.
- Se colocará una cuña publicitaria en el canal de televisión RTS, para que salga dos veces durante el programa Aquí Ecuador y en el resto de programación del canal una sola vez durante el transcurso de cada programa por un lapso de un mes.
- Se realizará el mantenimiento y mejoras de la página Web de la ciudad, mediante la ayuda de un experto en páginas Web, que se contrate previamente.
- Con la ayuda de las autoridades públicas del Cantón Sucre, previa conversación con los propietarios del establecimiento, se va a colocar una valla a la salida de Chone, ya que se cuenta con un espacio disponible que se lo puede arrendar. Únicamente se debe trasladar la gigantografía que la empresa Induvallas proporcionará después de transcurrir los seis meses de colocación de la valla en la ciudad de Quito. Y se la colocará por un lapso de un año.

## MAPA No. 7 UBICACIÓN DE VALLA EN CHONE



Fuente: Ceibos Tours

## 5.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS

**CUADRO No. 9**

| <b>PRESUPUESTO</b>                               |        |                  |
|--|--------|------------------|
| <b>GASTOS DE PROMOCIÓN</b>                       |        | <b>24644</b>     |
| Dos vallas publicitarias en Quito por 6 meses    | 5544   | 11088            |
| Una valla publicitaria en Portoviejo por 3 meses |        | 3657             |
| Una valla publicitaria en Manta por 3 meses      |        | 4339             |
| Una valla publicitaria en Chone por un año       | 180    | 2160             |
| Creación de posible logo                         |        | 250              |
| Cuña publicitaria en RTS por un mes              |        | 3000             |
| Mantenimiento de página Web                      |        | 150              |
| <b>LOGÍSTICA</b>                                 |        | <b>1092,60</b>   |
| Programa Aquí Ecuador-RTS (6 personas)           |        | 996,60           |
| Transporte Aéreo Quito-Portoviejo                | 624,60 |                  |
| Transporte Terrestre Portoviejo-Bahía            | 24,00  |                  |
| Alojamiento                                      | 240    |                  |
| Alimentación                                     | 108    |                  |
| Corresponsal El Comercio (2 personas)            |        | 96               |
| Transporte Terrestre Manta-Bahía                 | 20     |                  |
| Alojamiento                                      | 40     |                  |
| Alimentación                                     | 36     |                  |
| <b>SUELDO DE CAPACITADORES DURANTE UN AÑO</b>    | 160    | <b>1920</b>      |
| <b>SUBTOTAL:</b>                                 |        | 27656.60         |
| <b>IVA:</b>                                      |        | 3318.792         |
| <b>TOTAL GASTOS:</b>                             |        | <b>30975.392</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Todos los costos se obtuvieron de las cotizaciones proporcionadas por las empresas que podrían servir de proveedores, la información se encuentran en el Anexo 4, 5 y 6. De dichas cotizaciones se realizó una comparación de precios y se escogió el más conveniente tanto económico como el que ayude a crear un mayor impacto en la demanda, debido a su ubicación.

## 5. 6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**CUADRO No. 10**

| ACTIVIDADES                 | ENERO          | FEBRE           | MARZO          | ABRIL      | MAYO       | JUNIO      | JULIO      | AGOSTO         | SEPT        | OCT        | NOVIE          | DICIE      | COSTOS          |
|-----------------------------|----------------|-----------------|----------------|------------|------------|------------|------------|----------------|-------------|------------|----------------|------------|-----------------|
| Dos vallas en Quito         |                | 12418,56        |                |            |            |            |            |                |             |            |                |            | 12418,56        |
| Una valla en Manta          |                |                 |                |            |            |            |            | 4859,68        |             |            |                |            | 4859,68         |
| Una valla en Portoviejo     | 4095,84        |                 |                |            |            |            |            |                |             |            |                |            | 4095,84         |
| Una valla en Chone          |                |                 |                |            |            |            |            |                |             |            | 2419,2         |            | 2419,2          |
| Mantenimiento de página Web |                |                 |                |            | 168        |            |            |                |             |            |                |            | 168             |
| Creación del logo           | 280            |                 |                |            |            |            |            |                |             |            |                |            | 280             |
| Cuña publicitaria en RTS    |                |                 |                |            |            |            |            |                | 3360        |            |                |            | 3360            |
| Logística Aquí Ecuador      |                |                 | 1116,92        |            |            |            |            |                |             |            |                |            | 1116,92         |
| Logística El Comercio       |                |                 |                |            |            |            |            |                |             |            | 107,52         |            | 107,52          |
| Sueldo Capacitadores        | 160            | 160             | 160            | 160        | 160        | 160        | 160        | 160            | 160         | 160        | 160            | 160        | 1920            |
| <b>TOTAL POR MES:</b>       | <b>4535,84</b> | <b>12578,56</b> | <b>1276,92</b> | <b>160</b> | <b>328</b> | <b>160</b> | <b>160</b> | <b>5019,68</b> | <b>3520</b> | <b>160</b> | <b>2686,72</b> | <b>160</b> | <b>30745,72</b> |

Fuente: Elaboración Propia

- Las vallas que se ubicarán en la ciudad de Quito, se las colocará por un lapso de seis meses y durante los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio. Los meses se seleccionaron de acuerdo a las posibilidades de los quiteños a viajar durante dichos meses ya que se trata de impactar a la demanda con algunos meses de anticipación a las vacaciones de verano de la sierra ecuatoriana.
- La valla que se colocará en la ciudad de Manta, será durante tres meses durante los meses de agosto, septiembre y octubre, ya que se trata de abarcar todos los meses del año en las diferentes ciudades, además de estar ubicado cerca de Bahía de Caráquez, pueden ir a las fiestas de la ciudad durante el mes de septiembre, por ello se colocará la valla en el mes de agosto.
- Al igual que las dos anteriores se trata de abarcar a la mayor cantidad de turistas durante el año y por ello se colocará en Portoviejo durante los meses de enero, febrero y marzo ya que al estar tan sólo a dos horas de distancia de Bahía de Caráquez y en estas fechas encontrarse de vacaciones toda la zona de costa ecuatoriana. Se trata de incentivar a que visiten la ciudad aprovechando todos los beneficios.
- Una vez que se culmine el tiempo de colocar la valla en Quito, se solicitará a la empresa Induvallas que se devuelva la gigantografía para poder colocarla en las afueras de Chone y así evitar un nuevo gasto de impresión de la valla. Al ser una valla de menor costo en cuanto al arriendo se refiere, y por medio de las buenas relaciones con las autoridades, se colocará la valla durante todo el año.
- Es necesario realizar un mantenimiento de la página Web de la ciudad para que se actualice constantemente y se realice las

ajustes necesarios en caso de necesitarlos por ello se contrata el servicio de mantenimiento para la página durante todo el año.

- Es necesario incurrir en el gasto por una sola vez para la creación del logo que sea posteriormente aprobado.
- Debido al alto costo de la cuña publicitaria en RTS se colocará únicamente durante un mes que será septiembre para enfocar las fiestas de la ciudad durante todo el mes.
- El programa Aquí Ecuador se grabará en el mes de marzo debido a que se trata de abarcar no sólo la demanda quiteña sino de todo el país, y gracias a que el programa se transmite a nivel nacional, se puede cumplir con ello.
- El corresponsal de El Comercio de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, se puede realizar el reportaje durante el mes de noviembre para que se de a conocer más sobre los múltiples atractivos que tiene la ciudad.
- Como se dijo anteriormente la ayuda y apoyo de la municipalidad es necesaria para que se pueda cumplir con las estrategias planteadas, y por ende en la educación mucho más para lo cual deben cubrir los sueldos de un capacitador por mes, durante un año y así lograr cubrir todas las áreas del turismo sin dejar de lado las relacionadas con este sector.

# CAPÍTULO VI

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

- ◆ Para que todo plan de desarrollo funcione, es necesario la participación de la comunidad y específicamente de las autoridades del cantón y de la ciudad, caso contrario no se podrá lograr cumplir con el objetivo planteado.
- ◆ El cantón Sucre y la ciudad de Bahía de Caráquez cuenta con una impresionante belleza que no ha sido aprovechada adecuadamente, cada uno de los sitios cuenta con atractivos únicos y que no son valorados como se debería. Hasta quizás muchos de ellos son olvidados.
- ◆ La ciudad de Bahía de Caráquez no podrá lograr un incremento masivo de visitantes hasta que las vías de acceso no se encuentren en perfectas condiciones.
- ◆ Para que la ciudad de Bahía de Caráquez logre aumentar el nivel de demanda medio alto, es necesario que los servicios de la planta hotelera mejore notablemente ya que la ciudad cuenta con muy pocos hoteles de primera categoría.
- ◆ El nivel de la demanda aumentará en un 5% a partir del próximo año, gracias a la promoción de la ciudad que se efectuó adecuadamente. A pesar de que antes de realizar las estrategias para promocionar, se ha visto un aumento de visitantes que lo

cercioran los datos que posee el Museo del Banco Central-sede Bahía de Caráquez.

- ◆ Debido a la falta de datos estadísticos, se pudo mediante las entrevistas llegar a conocer aspectos que quizás por medio de las encuestas no se lo hubiese podido lograr.
- ◆ Si se maneja de la forma adecuada la promoción del logo, se puede lograr alcanzar un nivel de reconocimiento total por parte de la demanda.
- ◆ La falta de información es un enemigo muy grande ya que puede influir mucho al momento de dar a conocer ciertos sitios de la ciudad.
- ◆ Con la ayuda de las autoridades cantorales y provinciales se va a poder introducir a la ciudad como un destino al cual visitar primero, ya que se podría unir a Manabí primero y colocarlo dentro de los principales destinos a los cuales no se puede dejar de ir.
- ◆ La cantidad de dinero que se necesita para promocionar la ciudad, quizás es inigualable a lo que la ciudad entera podría ganar con relación a las otras ciudades del país, como es ser considerado como uno de los destinos más destacados del país no solo a nivel nacional sino también internacional, además de que la comunidad en general lograría alcanzar un mejor estilo de vida ya que a medida que se incrementa los visitantes, se logra mejorar la economía pues son mayores ingresos para la comunidad y se incrementa el trabajo para todos.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Establecer convenios con organizaciones internacionales para mejorar la calidad de los servicios turísticos y la capacitación con los sectores específicamente con los sitios naturales que tiene la ciudad.
- Involucrar a las autoridades públicas no solo del cantón sino de la provincia en general para superar las distintas dificultades, que se presentan especialmente las relacionadas a las vías de acceso a la ciudad.
- Realizar concesiones de las carreteras para que se pueda superar este inconveniente lo más pronto posible y así se vena beneficiados todos los sectores no solo el turístico de la ciudad, parroquias que pertenecen a la provincia de Manabí.
- Destinar un mayor porcentaje del presupuesto para promocionar la ciudad en general y los distintos sitios de interés turístico, los cuales por falta de dinero no han podido por sí solos lograrlo.
- Establecer relaciones cordiales con el resto de ciudades del país para que se le introduzca a la ciudad de Bahía de Caráquez dentro de la promoción del país entero.
- Establecer un control a los establecimientos en cuanto al manejo de las correctas categorías designadas por el Ministerio de Turismo, sobretodo los que utilizan de forma inapropiada los establecimientos y de cierta forma engañan a los visitantes, al ofertar un servicio y proporcionar otro totalmente distinto

## **BIBLIOGRAFÍA**

- BOULLÓN R (1999): “**Actividades Turísticas y Recreacionales**”, México, editorial Trillas, pág. 70.
- Datos Históricos del Padre B. Ceriol.
- Guía Turística del Cantón Sucre, ejecutado por el Gobierno Municipal del Cantón Sucre Administración, Ministerio de Turismo del Ecuador, Consejo Cantonal de Turismo Cantón Sucre.
- Guía Turística Digital del Cantón Sucre-Atractivos Turísticos de Bahía de Caráquez.
- Microsoft Encarta 2006, 1993-2005 Microsoft Corporation
- Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Sucre.
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.codeso.com](http://www.codeso.com)
- [www.ceibostours.com](http://www.ceibostours.com)
- [www.bahiadecaraquez.net](http://www.bahiadecaraquez.net)

# **ANEXO 1**

## **ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE SITIOS DE ALOJAMIENTO**

### **HOTEL LA PIEDRA**

En este establecimiento se realizó la entrevista al señor Marcos Dávila-Gerente del Hotel, él cual respondió de la siguiente forma a las preguntas efectuadas.

El Hotel La Piedra tiene 18 años de existencia, se encuentra registrada ante el Ministerio de Turismo como un hotel de primera categoría, pertenece a una cadena hotelera colonial nacional que se llama CIALCOTEL, siendo sus accionistas el señor José Villalba quiteño como mayoritario y el resto de accionistas son de la provincia de Manabí.

En la cadena se encuentran varios hoteles del país como es El Patio Andaluz en Quito, Hostería Rumipamba de las Rosas en Salcedo, Hotel La Piedra en Bahía de Caráquez y Quinta Loren en Ambato.

La razón por la cual tiene el nombre de La Piedra es porque debajo de las instalaciones existía una piedra inmensa. Inicialmente existían unas cabañas luego se construyó el hotel con el nombre actual.

Con el pasar de los años el turismo en la ciudad de Bahía ha ido disminuyendo notablemente pues debido a las malas condiciones de las carreteras y a la falta de agua, los turistas han dejado a la ciudad alejada dentro de sus destinos para viajar.

#### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del hotel es: en alojamiento contamos con 42 habitaciones distribuidas entre 5 matrimoniales, 14 dobles, 13 triples, 7 suites, 2 júnior suite y 1 suite presidencial para 97

grupos, 109 personas. En cuanto a la Sala de Eventos y Convenciones posee una capacidad de 120 personas. El Restaurante Cafetería para 90 personas. Bar El Pirata para 30 personas

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

La ocupación al igual que el resto de establecimientos dentro de Bahía de Caráquez es muy baja ya que durante todo el año se llega a un porcentaje de 36%, aunque durante este año se ha dado un pequeño aumento en el nivel de turistas con relación al año pasado. Sin embargo durante las temporadas altas tenemos aproximadamente una ocupación del 80 a 90%.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Para Bahía de Caráquez la época de mayor ocupación es durante los feriados nacionales y las vacaciones de verano de la sierra ecuatoriana que van desde Julio, Agosto y Septiembre ya que son nuestro principal mercado. Nosotros los contamos como los cinco más importantes que son: Carnaval, Semana Santa, 10 de Agosto, Noviembre y Fin de Año.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Pues la demanda se encuentra distribuida de la siguiente forma: 10% demanda extranjera; entre los que se encuentran especialmente americanos y europeos sobretodo alemanes y franceses. El 90% es nacional entre ellos el 80% de éste es demanda de Quito y 20% restante se encuentra distribuido entre el resto de provincias.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

El principal problema que tenemos es básicamente con las carreteras que se encuentran en un mal estado y esto provoca la ausencia de turistas en la ciudad de Bahía, conjuntamente a este problema se presenta la carencia de agua en la ciudad ya que las

autoridades competentes no toman las medidas adecuadas, problemas que afectan fuertemente al establecimiento y a la falta de ocupación en el hotel. Otro de los problemas que tenemos que afectan al hotel en sí es conseguir gente capacitada para cubrir los puestos del hotel sobretodo en la temporada alta que necesitamos de gente extra.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Por ser problemas que se encuentran lejos del alcance del establecimiento, es difícil pensar en una solución en la cual pueda interceder el hotel, son problemas que más bien les compete a las autoridades estatales correspondientes sin embargo una de las soluciones en cuanto al agua es que se trata de tener agua en cisternas para poder cubrir la demanda que tenemos especialmente en la temporada alta, en cuanto al estado de las carreteras lamentablemente no se puede hacer nada ya que son aspectos fuera de nuestros alcances y que le corresponden a los gobiernos de turno.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Nosotros como cadena nacional participamos en todas las ferias nacionales e internacionales de turismo de una forma conjunta. Entre ellas están la feria de Berlín y de Londres.

Además como cadena estamos dentro de la página de Internet [www.cialcotel.com](http://www.cialcotel.com) y tenemos otra página solo del hotel que es [www.hotellapiedra.com](http://www.hotellapiedra.com).

También estamos afiliados a una red de reservaciones por Internet llamada RedNet en la cual se pueden realizar las reservaciones directamente con el hotel, es una especie de programa como los que usan las agencias de viajes para realizar reservaciones en las aerolíneas.

No tenemos ningún medio de distribución a nivel local ya que no es nuestro principal segmento pero tampoco consideramos que sea necesario realizar publicidad en la ciudad de Bahía pues se

podría decir que la gente ya conoce el hotel y las instalaciones, las únicas fechas que se podría decir que hacemos publicidad a nivel de Manabí es en el Día de la Madre, Día del Padre para cenas especiales.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

El hotel cuenta con servicios como son: Restaurante-Cafetería, Bar El Pirata, Bar Piscina, Sala de Convenciones y Eventos, Sala de Juegos, Piscina, Bicicletas, Moto Bicicletas, Cancha de Voley-Playa.

En Cuanto a las habitaciones se encuentran equipadas con aire acondicionado, TV cable, agua caliente con tina de baño, teléfono, algunas de ellas balcón con vista al mar, nevera, Adicionalmente al alojamiento que es nuestro principal servicio se realizan durante todo el año especialmente durante la temporada baja lo que se refiere a eventos y convenciones que las personas de toda la provincia deciden realizar en nuestras instalaciones. Son empresas privadas que específicamente vienen de Portoviejo.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

En la actualidad contamos con 25 personas fijas en el hotel y durante las temporadas altas llegamos a tener hasta 36 personas. Son 11 personas eventuales que contratamos adicionalmente para que cubran las fechas de la temporada alta.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio promedio es de 40 dólares ya que dependiendo de la temporada van desde 35 dólares hasta 65 dólares en todos los servicios que ofrecemos.

## **HOTEL LA HERRADURA**

La entrevista se realizó al señor Miguel Ángel Viteri Molinari propietario del Hotel La Herradura quien informó que el establecimiento tiene 40 años prestando el servicio de alojamiento a los turistas. Es un negocio de carácter familiar pues desde los inicios del hotel es de propiedad del señor antes mencionado.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del hotel es de un promedio de 75 a 80 personas. Son 30 habitaciones entre suites, matrimoniales, dobles, triples y cuádruples.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Más o menos durante todo el año en el hotel tenemos entre el 40 y 60% de ocupación. Durante la temporada baja es de 35 a 40%, en temporada alta entre el 80 y 90% y en la época de fin de año es del 100%.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Es la que conocemos como temporada alta que es carnaval, semana santa, 10 de agosto, 9 de octubre, 3 de noviembre que es la fundación de Bahía de Caráquez, navidad y año nuevo, en estas fechas la ocupación del hotel es del 100% hasta a veces la demanda de turistas sobrepasa la capacidad del establecimiento.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La mayor parte de la gente que viene al hotel es nacional sin embargo poseemos un buen número de turistas extranjeros que ya conocen el sitio y les agrada por sus instalaciones. Los turistas nacionales que más llegan al hotel son de la Sierra pues son las personas a las que más les gusta la playa de Bahía, sin dejar de lado nuestra demanda de las provincias de Guayas y Manabí que es en menor número pero igual los tenemos.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Primeramente el hotel no tiene 100% de ocupación debido a las vías de acceso a la ciudad pero eso ya no nos compete a nosotros sino más bien a los gobiernos de turno.

Otro de los problemas es que el hotel por ser bastante antiguo hay personas a las que les gusta y personas a las que no, pues además el hotel es decorado de una forma muy particular pues como el nombre del hotel es La Herradura, la decoración se basa en eso.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Como le decía respecto a las vías de acceso a la ciudad, es algo que les corresponde a los gobiernos de turno. En cuanto al segundo problema, a mucha gente le gusta el hotel de la forma en que se encuentra por esa razón vienen a hospedarse acá pero como no se puede satisfacer los gustos de todos se da ese problema y no hacemos nada para eso ya es cuestión de gustos.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Nosotros no hacemos ningún tipo de publicidad ni en radio ni en televisión ni en ningún medio de prensa escrita. Lo que sucede es que nosotros vendemos es el servicio de muy buena atención para que los huéspedes estén contentos con lo que se les ofrece en el hotel y así los turistas son los que se encargan de realizar propaganda sobre el hotel a las personas que conocen, es decir lo que se conoce como el boca a boca.

Los únicos medios que utilizamos para dar a conocer el hotel son los volantes, tarjetas de presentación, y algunos afiches que se hacen de vez en cuando.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Tenemos lo que es alojamiento y en ello las habitaciones están equipadas dependiendo de las necesidades de los huéspedes. Las habitaciones del primer y segundo piso que es la parte

antigua del hotel cuentan con televisor a color, baño privado, agua permanente pero no caliente y muy cómodas. Las habitaciones del tercer y cuarto piso que es la parte moderna del hotel están equipadas con aire acondicionado, TV Cable, ventilador, agua caliente, unas con vista al mar y otras sin vista al mar.

También contamos con restaurante, bar-cafetería, guardia privado las 24 horas.

Por ser un hotel antiguo nosotros el mantenimiento del hotel hacemos casi todo el tiempo, la pintura la realizamos cada 8 meses pues por estar en una zona de alta humedad, la pintura se deteriora más rápido que en otros sitios y lo que se refiere dentro de las habitaciones lo hacemos todo el tiempo.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

En el hotel trabajan 10 personas en temporada baja y cuando es temporada alta el personal llega hasta duplicarse. Todos ellos realizan las actividades del hotel necesarias en cada una de las áreas que ofrecemos los servicios al turista.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

En cuanto alojamiento se refiere las habitaciones que se encuentran en el tercer y cuarto piso por tener otro tipo de equipamiento tenemos el precio desde 40 dólares en adelante por persona. Para las habitaciones del primer y segundo piso tenemos el precio desde 10 a 12,50 dólares por persona ya que no cuentan con TV Cable ni agua caliente.

En cuanto al restaurante los precios van desde 3 dólares hasta 15 dólares que es la especialidad de la casa.

En cuanto al bar los precios son muy económicos pues van desde un dólar hasta 3 dólares una piña colada que es la especialidad.

## **HOSTAL ITALIA**

La entrevista se realizó al señor Oreste Velasco propietario del establecimiento. Quien nos comento que el Hostal Italia existe aproximadamente más de 15 años. Es un negocio familiar, pues durante todo este tiempo el hostel ha sido de la familia Velasco.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

El hotel tiene capacidad para 50 personas, distribuidas entre familiares, dobles y cuádruples.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Depende de la época ya que Bahía de Caráquez se mueve mucho por los feriados, pero de forma general la ocupación es del 62%. Durante la temporada alta la ocupación es del 90%.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

El hostel Italia tiene más ocupación durante los feriados de carnaval, semana santa, fin de año y en los meses de agosto, diciembre.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La mayor parte de la gente es serrana especialmente de la ciudad de Quito, sin embargo también son de la provincia del Guayas. Hay una época cuando los extranjeros vienen de Canadá, Estados Unidos ya sea en los yates o tomando tours por toda la zona. La demanda es más nacional que extranjera.

### **5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Uno de los problemas es que sólo durante los feriados llegan más huéspedes y durante el resto del año la ocupación disminuye notablemente.

### **6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Lo que se realiza durante la temporada baja es disminuir los

precios de las habitaciones en un pequeño porcentaje para que de esta forma se atraiga a los huéspedes.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Primeramente el hostel por si sólo ya es conocido ante la gente. En la ciudad de Bahía de Caráquez hay un libro turístico en el cual se encuentra el hostel y las personas que se interesan especialmente las extranjeras pueden ver el hostel ahí. Además a la entrada de la ciudad existen vallas publicitarias. Así como también en una radio en Bahía se promociona el hostel dando a conocer todos los servicios que ofrecemos.

También se entrega tarjetas y folletos a los pasajeros como una forma de información del hostel. Y ellos a su vez informan del hostel a otras personas, lo que se conoce como el boca a boca.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

El Hostal Italia proporciona desayunos, almuerzos y platos a la carta dentro del restaurante. Las habitaciones cuentan con TV Cable, agua caliente, televisor a color.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Por el momento trabajamos cuatro personas en el hostel. Todos nos dividimos entre la limpieza, recepción, secretaría y el restaurante.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio promedio por persona en alojamiento es de 15 dólares en temporada alta, mientras que en temporada baja es de 10 dólares. En cuanto al restaurante los desayunos van desde 1.50 dólares y los platos fuertes desde 5 dólares.

## **HOTEL BAHÍA**

La entrevista se realizó a la señorita Maribel García, una de las propietarias del establecimiento y dio a conocer algunos aspectos sobre el hotel.

El hotel tiene 15 años de existencia sin embargo primero funcionaba como hostel.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del hotel es para 80 personas, contamos con habitaciones dobles, triples y matrimoniales con cama adicional de una plaza.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Tenemos un porcentaje elevado ya que por su trayectoria las personas lo conocen perfectamente al hotel. Por ello es del 80% anual.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Durante la temporada de vacaciones de verano de la sierra, además de los meses de Noviembre, Diciembre y sobretodo la temporada playera.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Nuestra clientela es principalmente nacional específicamente de la sierra aunque no cerramos las puertas a los extranjeros.

### **5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Durante el año pasado tuvimos una gran baja de turistas debido a las vías de acceso a la ciudad pues lamentablemente es el principal problema que afecta al hotel.

### **6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Los que deben pensar en soluciones son las autoridades encargadas pero todos sabemos que lo que se debe hacer es

reconstruir las vías nuevamente.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Lo que hacemos es a través de una Guía Turística de la Provincia de Manabí, a la cual pueden acceder todas las personas interesadas en cualquier sitio turístico.

También hacemos en radio y un poco en prensa escrita, además de volantes y folletos informativos.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Ofrecemos el servicio de alojamiento como principal servicio, cada una de las habitaciones cuentan con ventilador, baño privado con agua caliente, algunas de las habitaciones tienen televisor a color. Contamos con restaurante sobretodo cuando son grupos grandes como de 25 personas ya que no representa mantener el restaurante constantemente abierto pues la demanda de clientes no favorece para ello.

Adicionalmente contamos para los clientes con garaje y lavandería.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos tres personas que son camareros y dos personas que son recepcionistas.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio por persona es de 12 dólares en alojamiento y cuando se trata de grupos, el restaurante tiene cómodos precios desde dos dólares por plato.

**HOSTAL EL VIAJERO**

La entrevista se la realizó al señor Juan Zambrano propietario del establecimiento quien nos informo sobre el hostel. Se abrió el hostel el viajero en el año 2002 por lo que existe ya cinco años. Es un

negocio de tipo familiar pues desde el inicio a sido propiedad de la familia Zambrano.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad máxima del hostel es de 28 a 30 personas. Las habitaciones son de tipo familiar, en cada habitación pueden estar desde tres personas hasta ocho personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

El turismo en sí bajo un poco a través de los años desde que inició el hostel, hoy en día se puede mantener un 45% durante todo el año. Tomando en cuenta que en los feriados la ocupación aumenta al 100%.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La mayor ocupación que tiene el hostel es durante los feriados nacionales especialmente durante el carnaval y fin de año.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Cuando son los feriados la gente que más viene es nacional especialmente de la sierra ecuatoriana pero en días normales también hay gente extranjera sobretodo europeos, que buscan un lugar cómodo y barato como es el hostel el viajero al que llegan muchos turistas mochileros.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

En los momentos que se puede conversar con los turistas comentan que ellos no vienen a menudo a Bahía debido a las pésimas carreteras y también a la falta de agua en toda la ciudad.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Por mi parte para el hostel yo tengo agua subterránea donde se instaló una bomba para obtenerla de un pozo y así poder dar

toda el agua que necesiten mis turistas.

También he pensado en realizar un poco más de propaganda sobre el hostel para que aumenten los turistas especialmente en la temporada baja y con ello dar un pequeño descuento en los precios.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Lo que se hace es mediante el boca a boca, todos los turistas que llegan acá comentan con otras personas sobre el hostel y de esa forma dan a conocer a más gente.

Mediante la agencia de viajes Guacamayo Tours también nos hacemos conocer al público pues proporcionan información sobre el hostel a todos los turistas que llegan.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

El hostel El viajero proporciona el servicio de hospedaje y dentro de las habitaciones hay agua, ventilador, televisor a color y unas camas muy confortables.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Por el momento trabajamos dos personas en todo lo que se refiere al hostel, pero una vez a la semana tenemos una persona eventual que ayuda con la limpieza del hostel, esto porque el negocio no es por tan rentable como antes.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Durante la temporada baja el precio es de 8 dólares por persona en cambio la temporada alta el precio es de 12 dólares. Se trata de obtener un porcentaje mayor durante la temporada alta y así recompensar de cierta forma los meses de la temporada baja.

## **HOSTAL BAHÍA BED AND BREAKFAST**

La entrevista se realizó a la señora Eugenia Intriago administradora del Hostal Bahía Bed and Breakfast quien comentó que el edificio tiene 120 años de construcción, y como hostel funciona desde hace 12 años. Es un negocio familiar pues desde sus inicios pertenece a la familia Santos y ha ido pasando de generación en generación, actualmente le pertenece al señor Jacob Santos Narváez.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

El hostel tiene una capacidad para 70 personas. Hay habitaciones con baño privado y con baño compartido dependiendo de los requerimientos de los huéspedes, adicionalmente las habitaciones cuentan con ventilador, agua, televisor a color.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Se podría decir que durante todo el año el hostel logra tener entre un 40 y 50% de ocupación.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Los feriados como carnaval, semana santa, fin de año entre otros son los que ayudan a que en Bahía de Caráquez exista movimiento turístico. Por poner un ejemplo el número de turistas que se tiene en un feriado, se lo puede tener en un mes cuando no es normal, es decir cuando no es temporada.

Los meses que realmente son considerados como buenos para el turismo para nosotros son los meses de enero, febrero, julio, agosto, noviembre y diciembre.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La demanda es de dos tipos: nacional y extranjera. La nacional es básicamente de la sierra específicamente gente quiteña. Cuando es el mes de agosto es gente serrana por las vacaciones que tienen allá y ahí son de todas partes de la sierra.

En cuanto a la demanda extranjera, principalmente es gente de Estados Unidos y de Canadá pero igual llegan de todas partes del mundo.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Los problemas que se ha tenido es que cuando es temporada alta y feriados, se pide reservación de las habitaciones con el 50% de la tarifa por adelantado pero al momento en que llegan al hostel hay a muchas personas que no les gusta las instalaciones y a otras que sí entonces el problema que se da es que desean que se les devuelva el dinero pero como se les informa al momento de la reservación, no se puede devolver ya que es una política del hostel además que por hacer la reservación y al no hacer uso de ellas, nosotros estamos perdiendo la posibilidad de dar esa habitación a otra persona.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Pues en realidad no hemos pensado en una solución pero lo que se trata de hacer es conversar con los huéspedes y explicarles de la mejor forma que no es posible devolver el dinero de su abono porque son cuestiones y políticas del hostel que van más allá. Muchos de ellos entienden pero lamentablemente muchos también no lo comprenden y se van molestos y descontentos con el hostel, a pesar de haberles comunicado sobre las consecuencias al momento de la reservación. Y quizás este es uno de los problemas que a afectado a que disminuya el nivel de huéspedes en el hostel.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Primeramente el dueño tiene una página web en la que hace publicidad del hostel, además de que los extranjeros cargan un libro turístico del cantón y de todo el Ecuador en donde se da a conocer el hostel a los turistas.

Otra de las formas es que las mismas personas que ya conocen el

hostal dan a conocer a más personas es decir es el boca a boca que más se usa y el que más nos ayuda para darnos a conocer a la gente.

Adicionalmente lo que se hace es que las empresas que vienen al hostal ya sean de radio o televisión, se hospedan gratuitamente a cambio de publicidad del hostal en sus programas o reportajes. Es un tipo de convenio que se hace con algunas empresas.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

El hostal cuenta con lavandería, restaurante y el alojamiento. La tarifa que se cobra por el hospedaje es incluido desayuno continental y en el caso de que los huéspedes deseen realizar sus propios alimentos, nosotros les facilitamos todas las instalaciones de la cocina para que lo hagan.

En cuanto a las habitaciones, éstas tienen agua

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Nosotros trabajamos cuatro personas por el momento en el hostal, las cuales nos distribuimos para realizar todas las cosas que sean necesarias dentro del hostal como es la limpieza, mantenimiento de las instalaciones y la atención en el restaurante. Durante la temporada alta se contrata dos o tres personas temporales para que ayuden en lo que se necesite pero eso es dependiendo de la ocupación y de las reservaciones que se tengan en el momento.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

En el alojamiento los precios que tenemos son de 8.96 dólares por persona en habitaciones con baño privado y las habitaciones con baño compartido cobramos 5.60 dólares por persona. Todas estas tarifas incluyen desayuno continental.

El restaurante es únicamente para los desayunos que ofrecemos y para el uso de los huéspedes que quieran preparar sus propios alimentos por eso no tenemos atención al público en general ni

tampoco precios de platos especiales.

### **CENTRO VACACIONAL LIFE**

La entrevista se realizó a la señora Emiliana Alava quien es administradora del establecimiento, y comentó que el nombre del lugar es porque el propietario es el Sindicato de los Trabajadores de los Laboratorios Life. Adicionalmente pertenece a la Cámara de Turismo de Manabí ya que se presta servicios tanto para los trabajadores del Sindicato como también para personas particulares que deseen hacer uso de las instalaciones. El establecimiento tiene 35 años ya que se inició el 22 de mayo de 1972. Las instalaciones se encuentran ubicadas en 1670 metros.

#### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

El Centro Vacacional Life cuenta con una capacidad para 30 personas, cuenta con 24 camas, son 6 villas completamente amobladas.

#### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Durante todo el año tiene una ocupación de aproximadamente 45%, y refiriéndonos especialmente a la temporada alta tenemos una ocupación de al menos el 80%.

#### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Los meses de julio, agosto y septiembre son en los que mayor parte de nuestro mercado acude a las instalaciones del Centro Vacacional Life. A partir del 2005 se ha podido apreciar un incremento muy favorable de turistas hacia el Centro Vacacional Life sobretodo el año 2006 y lo que llevamos del año 2007, analizándolo con un posible aumento para los futuros años.

#### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Tenemos un mercado diverso tanto a nivel nacional como

internacional; en este último tenemos personas de Estados Unidos, Alemania, y en nacional somos muy visitados por personas de la ciudad de Quito aunque tenemos personas que vienen de todas partes del país.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Por suerte nunca hemos tenido ningún tipo de problemas ni con los empleados ni tampoco con los turistas que han llegado. Tan sólo el problema del que sufrimos todos los establecimientos que es las malas condiciones en las que se encuentra las vías de acceso a la ciudad y la falta de agua, pues son aspectos en los que no podemos tomar ningún tipo de acción de forma particular.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Se han hecho los reclamos respectivos a las autoridades de la ciudad para que tomen carta en el asunto de las vías de acceso pero lamentablemente sin ningún tipo de respuesta favorable hacia nosotros. Por lo cual ya no se puede hacer nada más adicionalmente.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Tenemos una página Web que es [www.cabañaslife.com](http://www.cabañaslife.com) que por el momento se encuentra en reparación sin embargo no realizamos mucha publicidad del lugar ya que en temporada alta el centro vacacional es principalmente para los trabajadores del sindicato por ello no es muy beneficioso para nosotros gastar en realizar publicidad.

Lo único que tenemos por el momento es volantes y folletos informativos sobre el establecimiento que se les entrega principalmente a las personas particulares que llegan al centro vacacional.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Ofrecemos hospedaje pero los turistas pueden preparar sus

propios alimentos ya que las villas cuentan con cocina, comedor, una pequeña sala, aire acondicionado, habitaciones con camas muy confortables. El servicio es completo. Además tenemos piscina para niños, una sala de entretenimiento con ping pong, juegos de cartas, televisión, un pequeño bar, canchas de fútbol, una pequeña área para juegos infantiles.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Trabajamos 4 personas en el centro vacacional, contamos con una persona para el mantenimiento, una camarera para la limpieza de las villas, una lavandera que se encarga de lavar toallas y todo lo que se utilice en las villas y la administradora.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio que tenemos por el momento es de 10 dólares por persona con derecho al uso de todas las instalaciones.

**ANEXO 2**  
**ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O**  
**ADMINISTRADORES DE SITIOS DE ALIMENTACIÓN**

**RESTAURANTE MUELLE UNO**

La entrevista se realizó a la señora Sandra Zambrano propietaria del establecimiento quien proporcionó la siguiente información. El restaurante existe desde hace 11 años, es un negocio de tipo familiar. El chef es el señor Vicente Delgado Macías. El restaurante comenzó con una pequeña infraestructura pero al ver que iba teniendo un poco más de acogida por los clientes, decidimos agrandar el local y aumentar la infraestructura del restaurante el mismo año que lo adquirimos. Es un negocio de tipo familiar. Adicionalmente tenemos una sucursal en Canoa desde hace tres años con instalaciones más grandes y una capacidad para 400 personas pero

con el mismo tipo de servicio y calidad, además ese restaurante si tiene el propósito de alquilarlo para cualquier tipo de eventos sociales ya que cuenta con todo lo necesario para ello.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del establecimiento es para 150 personas, tenemos mesas para dos, cuatro, ocho personas y dependiendo el número de comensales se puede o no realizar una reservación pues eso nos ayuda a tener todo listo al momento en que llegan.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Se podría decir que el 90% del restaurante se llena durante todo el año ya que es uno de los restaurantes representativos de la ciudad.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La época cuando más gente tenemos en el restaurante es en navidad, año nuevo, carnaval, semana santa y la temporada de las vacaciones de la Sierra.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La gente que tenemos más es de la sierra, de la costa tenemos pero muy poco, más cuando es temporada de vacaciones de verano de ellos. También tenemos clientes extranjeros especialmente de Estados Unidos, Canadá, Holanda, Francia.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Por lo general no hemos tenido ningún tipo de problema con los clientes, quizás un problema se da porque tenemos clientes muy exigentes en cuanto a la rapidez con la que quieren que se les atienda y a veces se molestan por eso.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Lo que se trata de hacer es informar a los clientes cuando llegan

que la elaboración de sus platos va a tardar un poco y se les da un tiempo estimado para que sepan y luego no haya problemas. Tenemos clientes tolerantes y otros que no lo son por eso nosotros tenemos que estar capaces para atender a estos dos tipos de clientes con delicadeza y amabilidad para que los clientes esperen tranquilamente.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Lo que hacemos es folletos que entregamos directamente a nuestros clientes que llegan al restaurante.

Adicionalmente hacemos publicidad en la radio de la ciudad de Bahía. También cuando son las fiestas de Bahía hacemos en el diario manabita publicidad sobre el restaurante.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Brindamos los servicios de comida especializándonos en los mariscos pero tenemos también carnes, asados, almuerzos típicos. También damos el servicio por las noches de cocteles para los clientes que lo solicitan. Pero es básicamente un restaurante, sólo en ocasiones se puede realizar eventos con una previa reservación.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos dos turnos: diurno y nocturno atendiendo desde las siete de la mañana hasta las doce de la noche al público. Por eso tengo 20 personas distribuidas entre los dos turnos.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Los precios son económicos para los clientes. Los almuerzos cuestan 1,50 dólares, los platos a la carta van desde 2,80 dólares hasta 7,80 dólares un bife de chorizo o mariscada que son la especialidad de la casa.

## **PARRILLADA BAR RESTAURANTE EL BUEN SABOR**

La entrevista se realizó al señor Gustavo Jama propietario del establecimiento, quien amablemente comentó sobre su restaurante lo siguiente. Debido a la iniciativa que tenía al trabajar como administrador de otro restaurante en la ciudad de Bahía de donde aprendí mucho para comenzar con este restaurante. Es un negocio de tipo familiar ya que desde su apertura pertenece a la familia Jama, tiene 9 años de permanecer abierto.

En este tipo de negocio lo más importante es el cliente pues gracias a ellos el restaurante se mantiene ya que lo importante no es sólo darse a conocer ante los clientes sino más bien lograr mantener entre los más preferidos por los clientes.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del restaurante es para 90 personas. Poseemos mesas de acuerdo a las necesidades de los clientes.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

La mayor parte del año permanece lleno el establecimiento con un 100% de ocupación incluso a veces sobrepasa la capacidad.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La época de mayor ocupación es la de temporada de la Sierra como se la conoce pues mucha gente serrana viene a Bahía durante sus vacaciones especialmente los meses de julio y agosto, también los meses de noviembre por las fiestas de la ciudad, en diciembre por navidad, fin de año, carnaval y semana santa es cuando más gente de afuera llega a Bahía.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La mayor parte de la gente nacional es de la Sierra específicamente de la ciudad de Quito, además tenemos gente extranjera especialmente europea, chilenos, mexicanos.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Lamentablemente el problema que siempre ha tenido Bahía de Caráquez es de agua y cuando es temporada alta se agrava el problema. El segundo problema son las malas carreteras, pero lo malo es que no podemos hacer nada pues son aspectos que les corresponde al gobierno provincial.

Pero problemas en sí en cuanto al restaurante desde su apertura no hemos tenido favorablemente, la relación con los empleados y los clientes es muy buena.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Para el problema del agua la solución que nosotros encontramos es realizar una cisterna para poder tener el agua necesaria para el restaurante.

Y en cuanto a las carreteras no podemos hacer nada por el momento.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Mi publicidad principalmente es dar un buen servicio a los clientes para que ellos estén satisfechos y regresen nuevamente.

Por otro lado hacemos publicidad en la radio de Bahía, también apoyamos todos los eventos que se organizan en Bahía. Sobretudo para darle realce a la ciudad.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Por el momento funciona como restaurante únicamente durante el día tenemos platos a la carta y los almuerzos y en las noches se realizan especialmente parrilladas.

En el caso de que alguien desee contratar el restaurante para algún tipo de evento no hay problema y se lo hace.

La atención al público es desde las siete y media de la mañana hasta las doce de la noche.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Manejamos lo que son dos turnos diurno y nocturno con 16 personas que ayudan en todo lo correspondiente al restaurante.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Un almuerzo popular como se lo conoce es de 1,25 dólares y los platos a la carta que comienzan desde 2,50 hasta 7 dólares que es un triple marisco a la plancha que consta de calamar, camarón, pescado y la parrillada mar y tierra para cuatro personas que cuesta 30 dólares, son los dos considerados como especialidad de la casa.

**RESTAURANTE LA TERRAZA**

La entrevista se realizó a la señora Rosa María Falcones quien es propietaria del establecimiento e informó que el restaurante funciona desde hace 38 años pero de su propiedad es desde hace 23 años aproximadamente. Es un negocio familiar ya que antes de ser de propiedad de la señora antes mencionada fue propiedad de sus padres y así ha ido pasando de generación en generación el establecimiento.

A través de los años se tuvo que realizar pequeñas remodelaciones del restaurante para una mejor atención a los clientes.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del restaurante es para 200 personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

El restaurante tiene durante todo el año aproximadamente un 60% de ocupación pues en las temporadas es cuando más gente tenemos y son las fechas que ayudan a que el restaurante pueda permanecer abierto el resto del año.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Como mencionaba las temporadas más importantes para nosotros

son los feriados ya que son las que más gente atrae a la ciudad de Bahía sobretodo las fechas de carnaval, semana santa, las fiestas de la ciudad y fin de año.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Más tenemos gente que llega de la Sierra especialmente de la ciudad de Quito y de Guayaquil con respecto a la gente de la Costa. En cuanto a la gente extranjera no abarcamos mucho ese mercado sin embargo poseemos un poco de clientes del exterior sobretodo de Estados Unidos.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Favorablemente no hemos tenido ningún tipo de problemas con el restaurante ni con los empleados mucho menos con los clientes, quizás el único inconveniente son las vías de acceso a la ciudad ya que son desastrosas para los turistas y para toda la gente que desea llegar a la ciudad de Bahía en general.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Las soluciones están a la vista, es necesario una reconstrucción de las carreteras pero eso le compete a los gobiernos locales.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

No realizamos ningún tipo de publicidad, pues por lo único que nos manejamos es mediante la buena atención que damos a los clientes y estos promocionan al resto de gente que conocen, hacemos lo que se dice el boca a boca. Con ello regresan los clientes y vienen más clientes recomendados por los que ya conocen. Es una forma más económica de dar a conocer el restaurante.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Adicionalmente al restaurante tenemos eventos organizados por nosotros mismos o por alguien que contrata el restaurante,

sobretudo para las escuelas, esto se lo realiza especialmente los meses de enero y febrero.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Actualmente trabajamos 6 personas que atendemos desde las seis y media de la mañana hasta las seis de la tarde.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio es muy económico van desde 1,50 hasta 5 dólares por plato a la carta. La especialidad de la casa es la sopa marinera.

### **COLOMBIUS RESTAURANTE**

La entrevista se realizó a la señora Guadalupe Haro quien es la propietaria del restaurante y comentó sobre su establecimiento que tiene 11 años de existir ya que se abrió en 1996. Es un negocio de tipo familiar. La razón por la cual tiene el nombre de Colombius es porque el esposo es colombiano y de ahí se quiso poner algo que sea representativo e identifique a la familia.

Dependiendo de las condiciones en las que se encuentre la política a nivel nacional va a estar el turismo y su desarrollo pues Bahía de Caráquez tiene una gran deficiencia en cuanto a establecimientos hoteleros se refiere y debido a todos los problemas de carreteras y transporte se ve la falta de turistas nacionales y sobretudo de turistas extranjeros para lo cual es necesario que las autoridades encargadas realicen acciones inmediatas para el mejoramiento de la ciudad.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del restaurante es para 80 personas pues tenemos 20 mesas para varias personas cada una.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Aproximadamente tenemos el 70% de ocupación pues dependiendo de la fecha hay meses que pasamos con la

capacidad completa y meses en los que realmente no tenemos mucha gente.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Las fechas más importantes son las vacaciones de verano de la Sierra, además de los feriados nacionales como carnaval, semana santa, navidad y fin de año. Una de las fechas más destacadas es la fiesta de la ciudad durante el mes de noviembre.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La gente que viene acá en mayor cantidad es nacional específicamente de la ciudad de Quito, Cuenca, Ibarra, Ambato. A nivel internacional casi no tenemos turistas extranjeros.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

El problema que tiene que enfrentar la ciudad en general son las malas carreteras y la falta de agua. En general no hemos tenido ningún problema como establecimiento

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Pues en realidad sobre estos aspectos no han muchas cosas que se pueda hacer pues van más allá de nuestro alcance y no son cosas que nos competen como ciudadanos aunque lamentablemente si nos afectan.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Trabajamos conjuntamente con el Municipio de Bahía quienes nos ayudan a promocionarnos en la guía turística que tienen como también por mi parte realizó publicidad del restaurante en guías turísticas a nivel internacional que son aproximadamente nueve guías y a nivel nacional son siete las guías en las que estamos.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Solo prestamos el servicio de restaurante con desayunos, almuerzos, cenas y los platos a la carta. Tenemos una atención desde las siete de la mañana hasta las once de la noche.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Trabajamos cuatro personas por el momento, entre las cuales realizamos todas las actividades necesarias en el restaurante como es la preparación de los platos, la limpieza del establecimiento, atención a los clientes entre muchas otras cosas más.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Los precios van dependiendo de lo que los clientes deseen, van desde 1,50 dólares los almuerzos hasta 6 dólares que son platos a la carta.

Tenemos la especialidad de la casa que es la fritada serrana, la ensalada de fruta y la bandeja paisa colombiana

**RESTAURANTE DOÑA LUCA**

La entrevista se realizó a la señora María Lucrecia Pintay Farias propietaria del establecimiento, quién nos comentó que el restaurante existe 33 años y desde sus inicios es de propiedad de la señora.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad que tiene el restaurante es para 60 personas cómodamente sentadas en mesas desde cuatro personas en adelante.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

La ocupación durante todo el año es aproximadamente de 42% ya que el restaurante se mantiene únicamente por los feriados y las vacaciones de verano de la sierra.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La mejor época para el restaurante es los feriados y las vacaciones de verano de la sierra.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La gente que en mayor cantidad viene es nacional sobretodo de la sierra, son personas de Riobamba, Cotopaxi pero sobretodo de la ciudad de Quito.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Las vías de acceso a la ciudad y la falta de agua son los principales problemas que afectan a todos los establecimientos de la ciudad. Ya que debido a esto el nivel de turistas a disminuido mucho sobretodo durante los tres últimos años pues los autos se destruyen con las malas carreteras y por ello deciden no regresar a Bahía.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Tristemente no podemos hacer nada sobre eso ya que son cosas de cierta forma ajenas a nuestro alcance. A las personas que les corresponde son las que deben estar preocupadas por ello y tratar de encontrar una solución.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Sinceramente yo no realizó ningún tipo de publicidad, pero por los años que tiene el restaurante las personas por su cuenta hacen promoción del sitio como en la prensa escrita que publican reportajes. Además de que el establecimiento es uno de los tradicionales y más conocidos de Bahía de Caráquez.

Básicamente es el boca a boca lo que se hace con el restaurante y que en realidad no es costosa pues la atención que se da a los clientes me proporciona más clientes.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Solo se proporciona el servicio de alimentación pero dentro de ello ofrecemos desayunos, almuerzos, cenas y platos a la carta. La atención es desde las siete de la mañana hasta las diez de la noche.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Por lo general tenía 12 personas trabajando para mí pero debido a la disminución de turistas se ha tenido que reducir el personal y por el momento cuento con 5 personas que me ayudan a la elaboración de platos y a la atención de los clientes.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Tenemos precios de todos los valores, que se encuentran desde hace dos años y que son aprobados por el Ministerio de Turismo. Son precios cómodos que van desde 2,50 dólares hasta 10 dólares que son platos muy elaborados.

**RESTAURANTE EL REY DEL BURRITO**

La entrevista se realizó a la señora María Elena de Dueñas una de las propietarias del establecimiento y quien comedidamente proporcionó información sobre el restaurante. El lugar tiene dos años de existencia. Su nombre se debe a que el lugar trata de dar un toque mexicano pues al vivir varios años en la ciudad de México se pudo aprender un poco sobre la preparación de la comida mexicana. Es una sucursal pues el principal restaurante se encuentra en la ciudad de Riobamba. Es un negocio de tipo familiar.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad que tiene el restaurante es para 40 personas ya que contamos con 10 mesas para 4 personas cada una.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Cuando son los feriados tenemos una ocupación del 100% sin embargo durante el resto de los meses mantenemos al menos un 55% del establecimiento. Aproximadamente tenemos entre todo un 67% de ocupación durante todo el año.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La mejor época que tenemos es la de feriados y vacaciones de la sierra ya que son nuestro principal mercado sin embargo tenemos también una buena acogida por los clientes de la ciudad de Bahía y de Guayaquil por lo cual hasta el momento nos encontramos en una buena situación del restaurante.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Tenemos todo tipo de clientes entre los que más llegan al restaurante son extranjeros especialmente de México, Estados Unidos. Contamos también con una gran clientela nacional sobretodo de la ciudad de Quito, Riobamba ya que ellos conocen el restaurante de esa ciudad y vienen buscan el mismo servicio y atención, además tenemos clientes de la ciudad de Guayaquil, quienes gustan de nuestros platillos.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Desde la apertura del restaurante en Bahía de Caráquez no hemos tenido ningún tipo de problemas y esperamos seguir así pues la relación que existe con los empleados y con los clientes es muy buena. Existe un buen diálogo con ambas partes precisamente para tratar de evitar posibles problemas.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Por ello no tenemos que preocuparnos por pensar en soluciones.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Lo que se ha decidido hacer para promocionar el restaurante

dentro de la ciudad de Bahía es mediante la radio y con letreros en las calles más concurridas por las personas de la ciudad.

Otro de las formas es el boca a boca pues al ser una ciudad pequeña se puede dar fácilmente esta forma de promoción.

Contamos con folletos y volantes sobre el restaurante y los platos que ofrecemos, que son otorgados a los clientes que llegan al restaurante.

#### **8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Únicamente ofrecemos el servicio de alimentación, con platos específicamente mexicanos, entre los platillos más apetecidos están los Chilaquiles y el Rey que es la especialidad de la casa.

#### **9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Contamos con 4 personas por el momento ya que al ser un restaurante que recién está iniciando y debido a que las instalaciones no son tan grandes, es suficiente con esta cantidad de empleados además de trabajar los mismos dueños para poder dar un servicio de perfecta calidad a nuestra clientela.

#### **10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Los precios van de acuerdo al tipo de platillo que soliciten nuestros clientes sobretodo van desde 3 dólares hasta 7 dólares que es el costo del Rey especialidad de la casa.

### **D'CAMARÓN**

La entrevista se realizó a la señora Liliana Madrid propietaria del restaurante quien comentó los siguientes aspectos.

El nombre del restaurante se debe a que los platos que se preparan por lo general contienen camarones que son seleccionados y tienen calidad de exportación. El restaurante tiene aproximadamente 4 años de existir sin embargo durante este tiempo se ha convertido en uno de los restaurantes más representativos de Bahía de Caráquez. Es un negocio

de tipo familiar.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del restaurante es para 60 o 70 personas ya que tenemos mesas de acuerdo a lo que deseen los clientes.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Tenemos durante todo el año un porcentaje elevado ya que somos uno de los restaurantes más conocidos de la ciudad de Bahía y hemos pasado a ser también uno de los más representativos de la ciudad, por ello llegamos a tener el 70% de ocupación y durante los feriados al 100%.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Agosto y diciembre son los meses en los que más clientes vienen al restaurante. Especialmente durante navidad y fin de año.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Poseemos clientes nacionales y extranjeros; dentro de los nacionales especialmente de la ciudad de Quito, Ibarra, Cuenca entre otros más. Y en cuanto a los extranjeros son los turistas que llegan en los veleros a la ciudad de Bahía pero también turistas que llegan por su propia cuenta.

Se puede decir que tenemos una gran clientela que acuden cada vez que llegan a la Bahía.

Además tenemos una gran cantidad de clientes de Bahía que conocen la trayectoria y el servicio que proporcionamos.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Por ser un restaurante de una sola familia, se puede manejar de mejor forma los pequeños inconvenientes que se presentan en el día a día además de que los mismos dueños al estar diariamente pueden supervisar el trabajo de los empleados y del servicio que se proporciona a cada uno de los clientes.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Los inconvenientes que nunca faltan en un negocio son solucionados inmediatamente al presentarse y no son cosas de mayor preocupación.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Nosotros nos damos a conocer en la radio, periódicos, en la guía turística del Cantón Sucre y de Bahía de Caráquez.

Y las personas ya conocen sobre el restaurante debido al boca a boca que se puede tener en la ciudad de Bahía.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Únicamente ofrecemos el servicio de alimentación con platos a la carta que nuestros clientes pueden escoger a su gusto.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos 10 personas de las cuales 5 personas son fijas y las otras 5 personas son eventuales que contratamos para cubrir las temporadas altas.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El valor de los platos depende de los gustos de los clientes pero oscilan entre 3,70 ó 3,90 dólares por plato. No tenemos una especialidad de la casa pues al ser la mayoría de los platos preparados con camarones, pasan a ser todos los platos característicos del restaurante. Es el único sitio que preparamos de esta forma los platos.

**PUERTO AMISTAD YACHT CLUB**

La entrevista se realizó al señor Frank C. Martin quien es uno de los socios del establecimiento, de nacionalidad americana, comenta que al llegar a la ciudad de Bahía de Caráquez y deslumbrarse por la belleza de la ciudad y la amabilidad de gente decidió quedarse a vivir allí. Y

posteriormente readecuar el antiguo muelle de la ciudad que se encontraba en pésimas condiciones y construir unas instalaciones para crear Puerto Amistad Yacht Club.

Tiene una existencia de dos años desde su inauguración. El nombre se debe a que anteriormente existía en el mismo sitio un pequeño negocio con el nombre de Puerto Amistad por ello se decidió mantener el mismo nombre.

Puerto Amistad es un Yacht Club pero no es privado ya que por lo general todos los yacht club del país son privados pues éste tiene una atención a todas las personas.

### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad de Puerto Amistad en el restaurante es de 120 personas. Para los veleros tenemos 22 boyas sin embargo hay épocas en las que existe mucha demanda y contamos con 40 veleros por el momento que tienen su propia ancla y no hacen uso de las boyas.

### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

En cuanto a las boyas para los veleros durante todo el año permanece llena la capacidad se podría decir que tenemos un 90 a 98% de ocupación.

En el restaurante tenemos un 70% de ocupación pues de cierta forma es un sitio turístico al que acuden muchas personas. Y es muy solicitada el área del restaurante para realizar todo tipo de eventos.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Ya que estamos enfocados a un mercado principalmente extranjero, podemos decir que no tenemos una época de mayor ocupación pues durante todo el año contamos con altos niveles de visitantes a Puerto Amistad.

#### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Tenemos una gran demanda de varios países entre los que más acuden son de Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemania, prácticamente de toda Europa, algunos de Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, Hong Kong. Se podría decir que tenemos de todos lados. Es un mercado bastante amplio al que nosotros queremos y esperamos llegar.

Por lo general los veleros permanecen por un lapso de seis meses aunque algunos deciden prolongar un poco más su estadía. Algunas de las personas dejan anclados los veleros y realizan turismo en el resto del país y en los países cercanos al Ecuador.

Por otro lado tenemos un buen porcentaje de demanda nacional y de la ciudad de Bahía para lo que son las convenciones y eventos de todo tipo.

#### **5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

En realidad no hemos tenido problemas, todo hasta el momento está tranquilo. Únicamente existen siempre los retos que cualquier otro negocio lo tiene y que es normal pues ayudan a superar y mejorar el establecimiento.

#### **6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

#### **7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Estamos ubicados en varias guías turísticas de la Provincia de Manabí, a nivel del Cantón Sucre y a nivel internacional.

Por el momento no hacemos ningún tipo de publicidad en medios de comunicación ni tampoco folletos ni volantes, es algo que en realidad estamos empezando a realizar pero no tenemos nada en concreto todavía.

Lo que si tenemos es una página en Internet que es [www.puertoamistadecuador.com](http://www.puertoamistadecuador.com)

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Proporcionamos el servicio a los veleros alquilando boyas, hacemos entrega de agua, servicio de baños y duchas, servicio de lavandería; éste también lo ofrecemos para otro tipo de turistas como son los mochileros y voluntarios que se encuentran en la ciudad y que no cuentan con una casa propia. Contamos con restaurante para los veleros y también tiene atención al público en general. Además tenemos un muelle flotante para mayor comodidad a los turistas de los veleros.

Otro de los servicios importantes del lugar es que ofrecemos para el público en general la posibilidad de realizar eventos, convenciones, almuerzos y cenas.

También tenemos una pequeña biblioteca para prestar los libros o para realizar intercambios.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos como 11 personas fijas y 6 personas eventuales que son especialmente para los eventos.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Para el servicio de las boyas a los veleros tenemos precios que son consideramos muy económicas ya que en comparación con otro muy similar a Puerto Amistad que existe en Salinas para veleros internacionales, nosotros cobramos la mitad del precio que ellos mantienen. Actualmente los precios son de 210 dólares mensuales por boya incluyendo el uso de baños y duchas y acceso a los otros servicios que ofrecemos.

En cuanto a lo que se refiere al restaurante tenemos precios desde 3,50 dólares por plato hasta 10 dólares.

Los precios de los eventos son en un promedio de 8,50 dólares por entrada, plato fuerte y postre, dependiendo del tipo de plato que desee el cliente también se hace el presupuesto acorde a las necesidades.

## **ANEXO 3**

### **ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE SITIOS NATURALES**

#### **RESERVA CERRO SECO**

La entrevista se efectuó al señor Rumaldo Zambrano ecologista y parte de la comunidad de Cerro Seco, quienes son los encargados de proteger la reserva que lleva su mismo nombre. El próximo febrero cumplirán 10 años de colaborar para que Bahía de Caráquez sea nombrada como Ecociudad.

La reserva tiene algunos convenios con universidades del país y con organizaciones del exterior como Planet Droom que es china y se encuentra hasta el momento apoyando a la comunidad con capacitación.

La Reserva de Cerro Seco junto a Bellavista son zonas que han sido reforestadas, gracias a la ayuda de empresas privadas y de organizaciones y de entidades como el Consejo Provincial.

#### **1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La reserva tiene una capacidad máxima en sus senderos para 10 personas en cada sendero.

También poseemos alojamiento en albergues ecológicos para aproximadamente 20 personas, cada una de las habitaciones distribuidas para 3 personas.

#### **2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Se podría decir que durante todo el año tenemos el 85% de ocupación en la reserva mientras que la ocupación en los albergues es un poco menos aproximadamente del 60% al año.

#### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Tenemos la mayor parte del año ocupado pero los meses de noviembre, diciembre, enero, febrero; son los que más personas

llegan a la reserva.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Hay dos tipos de turistas: extranjeros especialmente de España, Noruega, Canadá, Perú. Y nacionales de las provincias de Guayas, Pichincha, Los Ríos, El Oro y Loja.

Los turistas de Estados Unidos son fanáticos de sembrar árboles ya que su país se industrializó demasiado y por ende buscan sitios como la Reserva del Cerro Seco para realizarlo.

También tenemos la posibilidad de que estudiantes de ecología vengan a la reserva para realizar pasantías durante dos meses o el tiempo que lo necesiten.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

La Reserva de Cerro Seco a pesar de que la gente es muy colaboradora en la comunidad para realizar las actividades de la reserva tenemos muchos problemas como la falta de orientación, de transporte, en sí ayuda y apoyo por parte de las autoridades competentes.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Lo que tratamos de hacer es conseguir convenios con ONGs o con alguna organización que desee realizar capacitación a las personas de la comunidad tanto a nivel ecológico como también a nivel turístico para poder saber como tratar a los turistas que llegan a la reserva.

Existe un proyecto que se está tratando de poner en práctica junto a la Prefectura para ampliar lo correspondiente al turismo sin necesidad de causar daños a la naturaleza, de cierta forma se trata de crear viveros en la entrada a la reserva.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Nosotros realizamos actividades y programas durante fechas especiales que organizamos nosotros mismos además hacemos

publicidad en la radio gracias a la colaboración que tenemos por parte de la gente de la ciudad de Bahía.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Proporcionamos alojamiento además proponemos caminatas por los senderos de la reserva, y la posibilidad de realizar actividades de agricultura en la zona.

Adicionalmente los turistas pueden realizar el deporte de alas delta, y contamos con un mirador con tarabita como una forma de complemento para las actividades turísticas.

Además tenemos convenios con la comunidad de Virgilio Rati para realizar actividades adicionales como recorridos por la comunidad y contamos con su colaboración para el mantenimiento de la reserva.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Dependiendo la cantidad de personas que tengamos en la reserva trabajamos entre dos y tres personas más un guía. Entre las personas de la comunidad nos turnamos para realizar las actividades necesarias.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El costo que cobramos por el hospedaje en los albergues ecológicos es de cinco dólares por persona, esto incluye el guía para realizar el recorrido necesario por los senderos de la reserva y la alimentación.

**REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN**

La Isla Corazón se encuentra a 8 km de distancia de la ciudad de Bahía de Caráquez, 30 minutos aproximadamente en panga. Cuenta con 253 hectáreas incluido el mangle reforestado, son 18 hectáreas que por el momento están siendo reforestadas. Existe un manejo de recurso costero de 8 a 10 metros. El mangle aproximadamente crece un metro

por año y el mangle más alto tiene 30 metros de altura. Los tipos de mangles que existen dentro de la Isla Corazón son: mangle rojo, blanco, negro y de concha rojo arizón. Hay de 16 a 20 especies de aves entre ellas garzas rosadas, fragatas, cormoranes, pinzones entre muchos más.

La comunidad de Portovelo conformada por 10 familias, la comunidad es la que creó una asociación que se llama Asomanglar quienes son los encargados de proteger, cuidar y mantener de la isla. La asociación actualmente tiene convenio con la Fundación ESQUEL quien colabora con tres pangas a motor, la construcción de cabañas para poder ofrecer hospedaje a los turistas para aproximadamente 10 personas por el momento y nos ayudan también con la construcción de una cocina como complemento del hospedaje. También tenemos convenios con las fundaciones FUNDECOL y SECONDEN quienes colaboran con el mejoramiento de la comunidad.

Actualmente su presidente es el señor Diego Arias guía nativo quien explicó que la isla en cuanto a desarrollo turístico tiene 7 años realizándolo, además la comunidad se dedica a la pesca por ello hoy en día realizan las dos actividades el turismo y la pesca distribuyendo su tiempo para ambas.

Aproximadamente el sueldo mensual de cada uno de los guías nativos es de 40 dólares por ello tenemos la necesidad de dedicarnos a la pesca también.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad máxima que tiene la isla es de 12 personas dentro de la isla para recorrer el sendero. Pero afuera de la isla pueden estar varios grupos esperando su turno para entrar al sendero.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Durante todo el año tenemos un buen porcentaje de visitantes a la isla, aproximadamente del 60% ya que en temporada baja tenemos de 50 a 80 visitantes y en la temporada alta tenemos 300 visitantes mensualmente.

### **3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Los meses de junio, julio, agosto hasta septiembre son los que consideramos como temporada alta. El resto del año es la temporada baja.

### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Más llega gente nacional durante los feriados y vacaciones. Son personas de Quito, Cuenca y hay otras pocas de varias ciudades de la sierra sin embargo tenemos también un gran número de visitantes extranjeros especialmente de Suecia, Suiza, Estados Unidos, entre otros.

### **5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Nosotros como Asomanglar tenemos algunos problemas entre ellos la falta de capacitación a la gente de la comunidad y además que tenemos dificultades con la comunidad en sí porque nos falta un poco de organización entre nosotros y todos los sabemos.

Cuando la comunidad comenzó a manejar la isla, tuvimos el problema de falta de interés por la gente de la misma comunidad en realizar la actividad del turismo pero hoy en día hemos logrado crear gran interés en los integrantes de la comunidad y su colaboración.

Otro de los problemas es el que tenemos con las embarcaciones piratas que rondan por la isla.

Además nos hace falta el apoyo por parte de la Marina ante lo cual hemos tratado de hablar con ellos pero no hemos conseguido nada aún.

### **6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Una de las soluciones que nosotros creemos que es conveniente es que podamos tener una buena capacitación tanto para saber como atender a la gente como también mejorar la forma de realizar el turismo en la isla. Gracias al apoyo de fundaciones

como FUNDECOL Y SECONDEN vamos a poder lograr esto. Así pues, nos van ayudar para capacitarnos en lo referente a turismo comunitario y en la reforestación de los manglares.

Otra de las soluciones es el Plan de Manejo de la isla que se está realizando con las fundaciones que apoyan a la comunidad y además el Proyecto Manglar con FUNDECOL para aumentar los guías con licencia del Ministerio de Turismo, proporcionando educación especializada a las personas.

Para el problema de los piratas hemos considerado necesario establecer que las embarcaciones que deseen acercarse a la isla deben pedir permiso primero en la comunidad y para que la Marina los identifique vamos a poner en práctica el utilizar una marca y el color amarillo en los botes con bandera amarilla para que la Marina pueda reconocer a las embarcaciones piratas.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

La Isla Corazón por los años que tiene dedicado al turismo ha creado una `propia imagen ante el público en general, adicionalmente se realizan campañas en la radio de Bahía, se colocan vallas turísticas por parte del Municipio de Bahía en el muelle y a los turistas que llegan a la comunidad se les entrega volantes informativos sobre la isla con una pequeña historia del duende que se cuenta también a los visitantes a la entrada del sendero para darle un toque de humor a la visita.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Como lo mencione anteriormente tenemos la guianza por el sendero, recorrido por los Bosques Secos, restaurante en la comunidad y en un futuro muy cercano vamos a tener hospedaje en cabañas muy cómodas y la posibilidad de realizar un poco de arqueología en los alrededores de la comunidad.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Somos diez guías nativos capacitados para realizar la actividad

de turismo entonces nos distribuimos cinco guías durante 15 días y los otros 15 días del mes nos dedicamos a realizar la actividad de la pesca. Pero cuando tenemos varios grupos trabajamos todos los guías nativos.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Dependiendo del número y tipo de visitantes tenemos tarifas que van para adultos desde 13,60 dólares para una persona, 9,29 dólares de dos a cuatro personas y si son más de cinco hasta cuarenta personas con una tarifa de 5,60 dólares por persona.

Para el caso de extranjeros tenemos 11,20 dólares por persona, de dos a cuatro personas 7,84 dólares por persona y más de cinco hasta cuarenta personas 4,75 dólares por persona.

Para los niños las tarifas van desde 4,75 dólares por persona.

**SAIANANDA**

La entrevista se realizó al señor Alfredo Harmsen propietario del establecimiento e informó que su establecimiento tiene las siguientes características. El nombre del lugar se debe a que SAI significa madre divina y ANANDA significa bienaventuranza entonces SAIANANDA quiere decir bienaventuranza a los pies de la madre divina. Es un parque, hostería, restaurante, marina para veleros como anclaje. El lugar lo tengo ya 21 años y durante todo este tiempo poco a poco se ha ido desarrollando turísticamente. Recién está iniciando en cuanto al alojamiento.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

En cuanto a la capacidad en alojamiento es de 40 personas acomodadas en habitaciones muy confortables. Y en cuanto a lo que se refiere al parque podemos hablar de 20 personas por cada recorrido.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Por el momento no tenemos estadísticas de porcentajes ya que actualmente funciona como parque de la ciudad de Bahía y en ello tenemos aproximadamente un 65% de ocupación.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Contamos con dos épocas de mayor auge que son de junio, julio, agosto y otra que va desde enero hasta febrero. Son épocas de vacaciones de la Sierra y de vacaciones de los europeos.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Contamos con gente de todas partes del mundo pero sobretodo tenemos gente europea, americanos. Y la gente nacional que nunca falta.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Los problemas que tenemos es que la gente confunde el parque con zoológico ya que en la ciudad de Bahía no existe uno pero no podemos dejar que se lo catalogue como zoológico ya que no poseemos la cantidad suficiente de animales como para justificar eso.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Lo que se hace es aclarar a la gente que es tan sólo un parque y no un zoológico para que de esta forma se vaya aclarando la realidad del lugar.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Por el momento no realizó publicidad sobre el lugar ya que espero primero realizar las adecuaciones necesarias para el hospedaje y el restaurante. Una vez que este todo listo y estemos totalmente establecidos iniciaremos con la promoción del establecimiento en todos los medios posibles. Esto será aproximadamente en dos o tres meses más.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Tenemos restaurante, alojamiento, marina para anclar los veleros, el parque con distintos tipos de animales.

El hospedaje va a incluir el desayuno cuando ya este funcionando.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos personas eventuales y personas fijas que realizan varias actividades dentro de Saiananda, como carpintería, cuidar a los animales. En total son 6 personas, cuatro personas de planta y dos temporales.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

El precio en alojamiento es de 25 dólares por persona incluido desayuno y en temporada alta cuando son los feriados es de 35 dólares por persona incluido desayuno.

**ANEXO 4  
ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O  
ADMINISTRADORES DE SITIOS CULTURALES**

**MUSEO DEL BANCO CENTRAL-BAHÍA DE CARÁQUEZ**

La entrevista se realizó al Licenciado Carlos Chica guía del museo quien proporcionó la siguiente información.

El Museo del Banco Central Bahía de Caráquez, comenzó su actividad en el año 1996 en la Casa Americana, construcción de principios del siglo XX que, aunque cargada de historia, no ofrecía las condiciones idóneas para una exposición de arqueología ya que la flexibilidad del piso de madera hacia vibrar las piezas en las vitrinas y con el terremoto de 1997, se cerró hasta el año 2001, que se asignó el edificio del Banco Central ubicado en el Malecón.

El Museo de Bahía de Caráquez fue abierto, en su primera etapa el 30 de noviembre del 2001, con la apertura de sus salas de arqueología en la planta baja y mezanine y el primer piso con dos salas de artes visuales. El 11 de junio del 2004, en la administración de la Lcda. Mariela García, Directora Regional Cultural, se hizo entrega oficial de las instalaciones del Museo a la comunidad con todas las áreas del edificio. Actualmente contamos con un Museo de primera línea que brinda a sus visitantes locales, nacionales y extranjeros todos los servicios que demandan.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

El museo por el momento tiene un solo guía de planta que para poder realizar una buena guianza maneja máximo 25 personas. Pero cuando tenemos más guías se puede tener hasta 200 personas en el museo pues mientras un grupo se encuentra en una sala, el resto de los grupos pueden estar en otras salas del museo.

Por otro lado la capacidad que tiene el auditorio es para 200 personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Con relación al año 2006 el porcentaje de ocupación ha ido aumentando en un 46% solo en el museo, ya que en el centro de investigación el porcentaje triplica a lo del museo. En sí se podría decir que mantenemos un porcentaje de 70 a 80% durante todo el año.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La época de más visitantes es durante los meses de julio y agosto porque son las vacaciones de verano de la Sierra ya que son nuestro principal mercado potencial y además dichos meses coinciden con la época de mayores visitantes por parte de la gente europea y extranjeros en general.

#### **4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Como las estadísticas demuestran la mayor parte de la gente que llega al museo es nacional y específicamente de la Sierra pues se nota claramente la diferencia del nivel cultural con la gente de la Costa. Los visitantes que más llegan son de Quito, Ambato, Ibarra, entre otros. Sin embargo los turistas extranjeros que más han llegado al museo durante este año son de Estados Unidos, Canadá, México, Colombia, Chile, España, Francia, Alemania, Italia, Inglaterra entre muchos más.

#### **5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

En realidad el problema que tenemos es que sólo existe un guía pero no es suficiente para atender a todas las personas que llegan al Museo ya que según las estadísticas demuestran que del 2006 al 2007 el número de visitantes aumenta en un gran porcentaje y las autoridades encargadas no asignan el presupuesto necesario para contratar más personal y por ello muchos visitantes se quedan sin ser atendidos.

Otro de los problemas que se dan es que varios visitantes no desean un guía en el recorrido y no podemos presionarlos a que lo tomen.

#### **6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

La solución que nos han dado temporáneamente es la contratación de un guía a medio tiempo para que de alguna forma ayude con la cantidad de visitantes que tenemos pero igualmente no es suficiente para lo que nosotros necesitamos. Este es un problema debe tratar directamente los administradores de la Dirección Cultural Regional Guayaquil ya que ellos son los que dirigen este Museo.

En cuanto a lo que los visitantes no desean guía, eso es un problema más de tipo cultural y educación entonces no podemos hacer nada, tan sólo recomendarles que para un mejor entendimiento del lugar es necesario que tomen el guía, no son

muchas de las personas que hacen esto pues la mayoría de los visitantes deciden tener el guía pero igual existe este pequeño inconveniente.

#### **7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

La Dirección Cultural Regional Guayaquil es la encargada de realizar todo lo referente a folletería y publicidad en general del Museo de Bahía de Caráquez.

También se hace publicidad en la radio de la ciudad y a los visitantes se les entrega folletería sobre el museo y sobre las exhibiciones que se hacen mensualmente.

#### **8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Tenemos las siguientes áreas y servicios:

Dentro del museo han varias exposiciones entre ellas: Exposición arqueológica en la planta baja, mezanine que contiene 469 piezas. En esta área destinada a arqueología se exhibe la muestra: "Orígenes, Caras, Jamas y Coaques", un recorrido por las diferentes sociedades que han ocupado nuestra región desde tiempos inmemoriales, desde el período precerámico hasta la cultura manteño-hualcavilca, anclados en su entorno ecológico que es el punto de partida de toda expresión socio-cultural humana. Y en el mezanine, la exposición temática de componentes económico-sociales que propugnaron el desarrollo temprano de las sociedades pre-hispánicas, donde figura la evolución de la agricultura, la cerámica, la navegación y el comercio.

Exposición de artes visuales ubicado en el primer piso. El Museo cuenta también con dos salas para Artes Visuales, donde se efectúan importantes exposiciones mensuales, itinerarios de grabado, pintura, escultura y fotografía de reconocidos artistas.

Poseemos también un Centro de Investigaciones Arqueológicas en el segundo piso. Aquí funciona el área de restauración y área de custodia de las piezas arqueológicas, que son encontradas en

las excavaciones, realizadas como el proyecto Japoto, Chirije.

Tenemos un auditorio ubicado en el tercer piso con una capacidad de 200 personas, posee un escenario y camerino con antesala.

Contamos también con un Centro Documental ubicado en el cuarto piso. Cuenta con las áreas de videoteca, musicoteca, hemeroteca, centro de cómputo y las Bibliotecas de la Casa de la Cultura, la Biblioteca del Municipio y la Biblioteca del Banco Central del Ecuador.

Tenemos Colecciones del Museo donde contamos con tres fondos: el arqueológico, el de arte y el editorial, nuestra misión de preservación, conservación y difusión es una prioridad, mediante el mantenimiento de las áreas, el fondo d arte crece por las donaciones que realizan los expositores y mediante la venta damos a conocer el fondo editorial.

El fondo arqueológico ubicado en el mezanine, la colección cuenta con 3100 piezas.

El fondo de arte cuenta con 100 obras de arte, este fondo se formó con las donaciones de los artistas.

El fondo editorial cuenta con publicaciones editadas por el Banco Central, que están a la venta al público, así como artesanías de los artesanos de la pila, de Montecristi y de Bahía. También poseemos un sala de convenciones, servicio de suite para artistas de las exhibiciones o arqueólogos, una sala de reconstrucción subterránea con una aula para talleres, un cafetería-bar.

## **9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

En el museo trabajamos por el momento dos personas, una de ellas es a medio tiempo, en el resto de las áreas del museo trabajan aproximadamente 20 personas, de las cuales una pertenece al Banco Central viene hacer la representante del banco en el museo y el resto del personal es tercerizado. Todos ellos distribuidos en el área de administración del museo,

mantenimiento de las instalaciones y demás actividades que se necesitan.

#### **10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Para el auditorio el precio depende de el tipo de acto que se vaya a realizar, pues si es de carácter social, la administración decide cobrar un precio un poco más bajo pero cuando es de tipo privado y deja de lado lo cultural y lo social los precios fluctúan entre 50 dólares la hora.

Las entradas al museo es de un dólar por persona, en caso de estudiantes de 0.50 centavos y los domingos es gratis para todos los visitantes.

Las exposiciones de arte se manejan con la Dirección Cultural Regional Guayaquil en donde la Lcda Mariela García autoriza que se realice y el artista no pone nada, traslados de las obras, folletería, y la gestión hace el Banco Central. El artista solo colabora con su trabajo.

#### **CASA AMERICANA**

La entrevista se realizó al señor Alejandro Santos, uno de los herederos de la Casa Americana ya que es una construcción representativa de la ciudad de Bahía y que desde sus inicios perteneció a la Familia Santos.

Comenta que la Casa Americana era en un inicio la agencia consular de cuatro países que son: Chile, Estados Unidos, Panamá y Colombia. Sin embargo era principalmente la agencia consular de Estados Unidos ya que de cierta forma por ello llevaba el nombre.

Principalmente se construyó la Casa Americana con el objetivo de que la Familia Santos viviera ahí y para que cuando llegaron los buques americanos se hospedarán allí, era una especie de hotel.

Desde 1860 a 1876 se construyó una parte de la casa con madera y un estilo barroco holandés.

Funcionó como hotel durante un buen tiempo después por períodos

cortos fue museo, radio Bahía Voz de los Caras, Colegio Fundación Abraham Lincon y como biblioteca pero durante los últimos años no se abre la casa para ningún tipo de uso.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

Cuando estuvo abierta como hotel, tenía una capacidad para 60 personas, debido a que la familia Santos vivía ahí, los huéspedes podían contar con alimentación en el mismo comedor que era para la familia ya que eran ellos los encargados de atender a los americanos.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Los únicos que iban a la Casa Americana a hospedarse eran los americanos que llegaban en los buques pues la casa no contaba con mayor capacidad.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Sólo durante la visita de los buques americanos existía gente en la casa pues era prohibido para el resto de las personas.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Básicamente eran solo americanos los que llegaban, a los únicos que se les permitía hospedarse además de los americanos, eran cualquier persona extranjera sobretodo que pertenezcan a las agencias consultares que se encontraban en la casa.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Los problemas se dieron con los gobiernos de turno ya que debido a que se era una época de gran desarrollo para la ciudad, existieron varias trabas para el continuo y correcto desenvolvimiento de la casa.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Lamentablemente durante esa época no se podía hacer nada ya que los gobiernos y personas especiales contaban con mucho

poder.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

No existía ningún tipo de publicidad ni de promoción sobre la casa, simplemente era conocida por los agentes consulares que llegaban a la ciudad por cuestiones laborales.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Se proporcionaba alojamiento y alimentación con una excelente atención a los huéspedes por parte de la familia Santos.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Únicamente los integrantes de la familia Santos eran los encargados de atender a los huéspedes de la casa. Se conocía que eran aproximadamente 14 personas.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

No tenía ningún costo para los americanos que se hospedaran en la casa pues se podría decir que casi les pertenecía.

## **IGLESIA DE LA MERCED**

La entrevista se realizó al Padre Benjamín, Párroco de la Iglesia de la Merced quien comentó algunos aspectos en forma general sobre la iglesia pues básicamente es de tipo religioso más no turístico.

La iglesia se construyó en el año de 1912, gracias a la donación de la Familia Santos a la ciudad y en honor a la Virgen de la Merced, de la cual se festeja sus fiestas el 24 de Septiembre de cada año.

La madera que se utilizó para la construcción es panameña y con pisos mosaicos. Cada uno de los vitrales de la iglesia posee un gran valor tanto cultural como económico.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La iglesia tiene una capacidad de 200 personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Cada uno de los días que se ofrecen misas en la iglesia tiene un gran porcentaje de acogida en los feligreses ya que la ciudad de Bahía posee una población católica en su mayor expresión.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

No tenemos una época en la que más personas acudan a la iglesia. Por lo general se podría decir los domingos y especialmente llegan personas no solo de la ciudad sino de otras ciudades del país durante las fiestas en honor a la Virgen de la Merced.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Tenemos feligreses de todas partes del Ecuador, sobretodo de la provincia de Manabí.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Gracias a la ayuda de varias personas de la ciudad, se ha podido tener una buena relación con todas las personas de Bahía y no se han presentado problemas.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Por eso no tenemos que preocuparnos por soluciones.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

La iglesia sólo trasmite los mensajes de persona en persona.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Como somos de tipo religioso, no se puede hablar de servicios a las personas.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

En la iglesia estamos tres personas; el párroco y dos personas que ayudan a la limpieza de la iglesia cada cierto tiempo.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

**ANEXO 5**  
**ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O**  
**ADMINISTRADORES DE SITIOS DE DISTRACCIÓN**

**DABEI**

La entrevista se realizó a la señora Yocasta Zambrano administradora del centro de diversión Dabei y quien informó que Dabei fue creado en marzo del 2007 y en abril fue la inauguración del lugar por el feriado de Semana Santa. Lo crearon por una idea que tuvieron un grupo de chicos, quienes al ver que en Bahía de Caráquez no existía un bar adecuado para clientes de un nivel medio, medio alto que no contaban con un sitio ideal para su diversión.

El nombre Dabei es la pronunciación de La Bahía en inglés. Son cinco chicos los socios del lugar, quienes aportaron con igual porcentaje para la construcción del sitio. Además se logró conseguir una concesión con el Yacht Club durante cinco años.

Tenemos convenio con Marina 69 y con el Hotel La Piedra para que los clientes de dichos sitios tengan un descuento en Dabei.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

La capacidad del lugar es para 300 personas. Con mesas para una mayor comodidad.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Por ser desde su inauguración poco el tiempo de existir el bar, se puede decir que está de moda y que contamos con una ocupación del 100% sobretodo los días viernes y sábado.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Durante los días viernes y sábados son los que más gente acude

a Dabei ya que en Bahía de Caráquez, los chicos deciden distraerse especialmente estos días de la semana.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

Cuando hay flujo de turistas extranjeros y nacionales de otras provincias, deciden ir a Dabei. Pero tenemos en mayor cantidad la asistencia de personas de Bahía de Caráquez.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Gracias a la colaboración de todos los socios y de las personas que se encuentran vinculadas a Dabei no se ha tenido ningún tipo de problemas hasta el momento.

Quizás el inconveniente para algunas personas es que de cierta forma se escoge a la gente que ingresa al lugar pues se trata de dar una especie de exclusividad y algunas personas se molestan por ello.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Para el aspecto de la exclusividad no se puede hacer nada pues uno de los principales motivos al crear el sitio, fue precisamente esto. Y las personas deben respetar esta disposición dada por los socios.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Hasta el momento de la forma que tratamos de manejarnos es el boca a boca ya que los socios al realizar una buena inversión en la construcción no cuentan todavía con los recursos necesarios para realizar una buena publicidad del sitio.

Lo único que se hace también es una especie de pancartas ubicadas en ciertos establecimientos de la ciudad para dar a conocer los eventos especiales que se organizan.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Los servicios que se ofrecen son bar, discoteca, contamos con

una barra con bebidas de todos los tipos, además que se preparan cócteles. Lo que se ofrece principalmente es un lugar agradable para pasar un momento divertido con el grupo de amigos, con música del momento y una vista encantadora del Estuario del Río Chone.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Por el momento tenemos 7 personas, de las cuales uno es el músico, dos barmans, un cajero y tres guardias para proporcionar seguridad al lugar y a las personas que se encuentran allí.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Se puede ser socio de Dabei para lo cual tiene un costo de 150 dólares anual y se les entrega un carnet para poder identificarlos, además que tienen como beneficio la posibilidad de invitar a una persona durante cada mes.

Para las personas en general el costo es de 4 dólares para las mujeres y de 6 dólares para los hombres. Y cuando existen eventos especiales los precios varían de acuerdo al tipo de evento pero por lo general son de 8 dólares para las mujeres y 10 dólares para los hombres que sean amigos de los socios y para el público en general es 15 dólares por persona.

**MARINA 69**

La entrevista se realizó a la señorita Yury Zambrano quien es jefa de personal del establecimiento y comentó que Marina 69 tiene aproximadamente seis meses dedicándose al desarrollo de actividades y deportes acuáticos. Es una sociedad que decidió crear este tipo de establecimiento, además de poseer sucursales en otros sitios turísticos del país.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

Tenemos mayor demanda de lo que es botes y motos acuáticas con una capacidad de siete en cada uno de ellos, de ahí contamos con un parque acuático para 10 personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Se podría decir que nos manejamos más por temporadas y para la época en la que casi no tenemos gente realizamos descuentos. En sí durante todo el año tenemos un 67% de personas interesadas por realizar los deportes y hacer uso de los equipos que tenemos.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Por lo general es la temporada de feriados como carnaval y de las vacaciones de verano de la Sierra pues la mayor parte de la gente es de allá.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La mayor parte de la gente es nacional sin embargo ellos vienen solo cuando son feriados y vacaciones pero contamos con mucha gente extranjera de distintos lugares como Alemania, Francia, Inglaterra que viene durante todo el año.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Hasta el momento no hemos tenido ningún problema ya que todo lo tenemos en orden en cuanto a papeles de permisos con la Marina y demás aspectos con las autoridades correspondientes.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Por ello no necesitamos pensar en ninguna solución y esperamos que las cosas sigan estando como hasta el momento.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Hacemos folletos para dar a conocer a los turistas sobre los deportes acuáticos y los servicios que prestamos. Además tener

las sucursales en otros sitios del país nos ayuda para que el nombre del establecimiento sea conocido por más gente y al momento de llegar acá se dan cuenta que es el mismo tipo de servicio que el de otro lugar.

Durante la temporada baja realizamos descuentos y damos premios para que la gente se motive a participar y hacer uso de pos equipos que tenemos.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Los servicios que ofrecemos son de alquiler de botes con pilotos, motos acuáticas, tenemos un parque acuático, hacemos juegos como la banana. Las personas pueden realizar jet sky, entre otros deportes acuáticos. Además tenemos sucursales en Manta, Salinas.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Trabajamos en Marina 69 ocho personas, pues tenemos siete pilotos capacitados.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Se alquila por media hora y por horas y sobretodo dependiendo del tipo y características que tenga la moto o el bote, en el caso de las motos acuáticas con mejores características el costo es de 45 dólares la media hora y 80 dólares la hora. En el caso de los botes tenemos regulares con un costo de 35 dólares la media hora y 60 dólares la hora y los botes Premium que son mejores la media hora cuesta 45 dólares y 80 dólares la hora, en los botes incluye el piloto totalmente capacitado.

**ANEXO 6**  
**ENTREVISTAS A PROPIETARIOS O**  
**ADMINISTRADORES DE AGENCIAS DE VIAJES**

**AGENCIA DE VIAJES CEIBOS TOURS**

El propietario de la agencia de viajes Ceibos Tours es el señor Luigi Rivero, a quien se le realizó la entrevista y comentó que la agencia de viajes existe desde hace cuatro o cinco años atrás. Es un negocio familiar. Todo lo de la página Web, fotografías, folletería son hechos por mi. La agencia de viajes se maneja por convenios con comunidades. El paquete turístico principal es la Isla Corazón.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

Por ser una agencia de viajes, no se puede hablar de una capacidad, ya que nos manejamos con comunidades y podemos tener pasajeros en distintos sitios turísticos al mismo tiempo.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

Nosotros no nos manejamos por ocupación pues es difícil saber pero lo que hacemos es operar por temporadas.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

La época en la que más se tiene pasajeros es durante los meses de julio, agosto y septiembre, que es cuando la sierra ecuatoriana está de vacaciones, pues buscan la playa inmediatamente. Y también durante los feriados nacionales.

En cambio la temporada baja es enero, febrero, marzo, sobretodo abril que coincide con las vacaciones de la costa pero ellos prefieren ir a otros lugares en vez de venir a Bahía de Caráquez.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

La demanda en mayor porcentaje que poseemos es serrana, sobretodo en los meses de julio y agosto ya que son las

vacaciones de verano allá. También hay un gran mercado extranjero sobretodo estadounidenses y canadienses ya que son los que más llegan a la ciudad de Bahía y a la agencia de viajes. Muchos de ellos se contactan por medio de la página web, en donde envían mails para información de los paquetes turísticos, los últimos que se contactaron de esta forma fueron uruguayos. Durante finales de agosto y principios de septiembre hay una mayor cantidad de estudiantes.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

Principalmente los problemas que tenemos no se relación con la agencia de viajes pues desde su inicio hemos tenido una buena relación con los empleados, con las comunidades y con los pasajeros. Lo que siempre ha afectado no solo a la agencia de viajes sino también a todos los establecimientos turísticos es que en Bahía de Caráquez se maneja por temporada alta y temporada baja, ésta última afecta mucho ya que el porcentaje de visitantes es mínima y a veces ninguna. Afectando así al aspecto económico de la agencia, pues no se tiene el dinero suficiente para pagar los gastos mensuales.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Nuestra agencia de viajes al ver que la temporada baja afecta mucho al turismo decidió realizar descuentos y promociones en las tarifas, dando como resultado un incremento en los pasajeros extranjeros especialmente estadounidenses y canadienses.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

La publicidad que se hace es por un lado mediante el internet, básicamente la página Web de la agencia de viajes que es [www.ceibostours.com](http://www.ceibostours.com). También se mantiene convenios con otras agencias de viajes operadoras de Quito, las cuales proporcionan turistas a la agencia. Es una relación mediante la cual nos ayudamos mutuamente ya que nos proporcionamos

pasajeros entre nosotros.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

La agencia de viajes se encarga de realizar paquetes turísticos dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez y sus alrededores. Además poseemos el alquiler de bicicletas, en un gran número, los cuales son adicionales de la agencia. En cuanto a tours tenemos la Isla Corazón, Humedales de la Cegua, la Reserva Cerro Seco, básicamente son paquetes que se realizan dentro del Cantón Sucre. Y durante el mes de agosto ofrecemos el servicio de avistamiento de ballenas en Puerto López. Todos los paquetes turísticos incluyen transporte, algunos de ellos incluyen también alojamiento.

Adicionalmente al turismo se elabora páginas Web.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Trabajamos en la agencia solo cuatro personas, una se dedica atender a los turistas que llegan a la oficina de la agencia y las otras tres nos encargamos de elaborar los paquetes de acuerdo a los gustos de los pasajeros, y de contactar todo lo necesario para el correcto desarrollo de las actividades.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Los precios de los paquetes turísticos varían dependiendo del número de personas, de los días y de los servicios que se preste. Existen precios desde 18 dólares hasta 37 dólares.

**AGENCIA DE VIAJES GUACAMAYO TOURS**

La entrevista se realizó al señor Santiago Arroyo, Jefe de Sistemas de la Agencia de Viajes Guacamayo Tours, quien comentó que la agencia es pionera en producción orgánica, es una compañía limitada de carácter privado. Tiene cuatro enfoques: uno es el turismo, otro la administración de la granja ecológica Río Muchacho; la cual proyecta

un gran éxito gracias a las alianzas estratégicas que se pueda llegar a dar con el Estado, ONGS, colegios, escuelas. Otro de los enfoques es la fábrica de papel llamada Ecopapel y por último la Capacitación y Certificación en Actividades Orgánicas. Con todo lo que se trata es de cambiar la mentalidad de la gente hacia lo ecológico y lo orgánico.

**1. ¿Cuál es la capacidad de su establecimiento?**

Para hablar de capacidad creo que lo más adecuado es sobre la granja orgánica Río Muchacho que tiene una capacidad de hospedaje para 15 personas pero debido al crecimiento que hemos tenido últimamente se ha tenido que duplicar la capacidad es decir para 30 personas.

**2. ¿Qué porcentaje de ocupación tiene durante todo el año?**

La agencia de viajes Guacamayo Tours al tener a su cargo el Río Muchacho tiene una ocupación del 100% ya que está en una curva de crecimiento entre 8.3 a 15 puntos, por lo que creemos que vamos a crecer para el próximo año entre el 30 y 40%.

**3. ¿Cuál es la época de mayor ocupación?**

Hay tres principales épocas para Bahía, uno es las vacaciones de la sierra, que al mismo tiempo están de vacaciones los europeos y los estadounidenses; otro son los meses de diciembre y enero que son las vacaciones de la costa y por último los meses de mayo y septiembre donde tenemos el turismo recurrente sobretodo europeo especialmente de la parte baja de Europa.

**4. ¿Qué tipo de demanda tiene?**

El mercado que más ha llegado a Bahía por la granja orgánica Río Muchacho es el americano a pesar de no ser el segmento que se quería abarcar desde un inicio pues es el europeo el que nos interesaba principalmente en cuanto demanda extranjera.

El 95% de los clientes son extranjeros por lo que se trata de aumentar en el mercado nacional.

En demanda nacional se apunta hacia los estudiantes principalmente de Guayaquil y Quito.

**5. ¿Cuáles son los problemas que tiene su establecimiento?**

A los problemas los vemos desde tres puntos de vista: primero es logístico que es el transporte. Un problema grave que tiene Bahía es la deficiente calidad del acceso, eso es lo que ahuyenta al turismo.

Segundo es que no hemos logrado tener un buen transporte ejecutivo, es más apenas hay dos turnos de ejecutivos cómodos y turísticos de Reina del Camino hacia Quito y Guayaquil ya que no tenemos más posibilidad. Además que se que en Quito hay empresas de transporte que no incluyen como destino a Bahía, lo cual es un problema para nosotros.

El tercer problema es la carencia de vuelos San Vicente–Quito–San Vicente–Guayaquil, es un problema radical porque se podría reducir costos en cuanto al tiempo ya que en turismo mientras más rápido se llegue es mejor y más barato.

Y quizás otro de los problemas es que Bahía no tiene un hotel cinco estrellas ni de cuatro estrellas por lo que los turistas nacionales como quiteños o guayaquileños estarían dispuestos a pagar peor aún para el turista extranjero.

**6. ¿Ha pensado en alguna solución?**

Hemos intentado tener transporte puerta a puerta desde Quito a Bahía pero lamentablemente no ha sido posible ya que para el transportista las tarifas no van a ser convenientes por la calidad de las vías de acceso. Lamentablemente son aspectos que están fuera del alcance de nuestras manos pues son cosas que le corresponde al Estado Ecuatoriano.

**7. ¿De qué forma da a conocer su establecimiento al público?**

Guacamayo Tours maneja cinco tipos de publicidad: la página Web es la más importante y es [www.guacamayotours.com](http://www.guacamayotours.com);

también apoyamos todo evento turístico y ecológico. A nivel local poseemos una buena reputación porque participamos mucho con la comunidad. Guacamayo Tours ayudo mucho a que Bahía de Caráquez se convierta en una Ecociudad. Manejamos poca publicidad radial dentro de la ciudad pero igual se la hace.

**8. ¿Qué servicios brinda el establecimiento?**

Como servicios que tenemos son cuatro: la agencia de viajes que se encarga directamente del turismo; teniendo como principales paquetes Galápagos a nivel nacional y a nivel local la Isla de la Plata, Puerto López y lo que es en Bahía tenemos los city tours y los alrededores del manglar lo que es Isla Corazón, Canoa, Río Muchacho son los principales. Otro de los servicios es la granja orgánica Río Muchacho que es ecológica y con un concepto más hacia la educación, la fábrica de papel y la comercialización de todo lo antes mencionado. Todos los servicios que se brindan son de primera calidad lo cual hace que los turistas estén satisfechos completamente.

**9. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?**

Tenemos 16 personas constantes dentro de todos los servicios pero con las indirectas llegamos a ser hasta 30 personas. Tenemos una medida que indica que por cada tres turistas podemos dar una plaza de trabajo lo cual es un medidor muy importante para nosotros.

**10. ¿Cuál es el precio promedio de su establecimiento?**

Para hablar de precios debo mencionar que en caso de un day tour al Río Muchacho que incluye transporte, alimentación, hospedaje, guía, las actividades como hacer chocolate, el café, los mates tiene un costo de 24 dólares. Lógicamente dando preferencia a los niños, jóvenes y personas de la tercera edad porque queremos manejar sobretodo ese mercado ya que resulta que es al que más gusta le más la ecología.

## ANEXO 7

### DATOS ESTADÍSTICOS DEL MUSEO DEL BANCO CENTRAL-BAHÍA DE CARÁQUEZ

MVSEO BAHIA DE CARAQUEZ

| VISITAS DE INSTITUCIONES 2007 |             |             |           |          |          |           |           |           |           |           |           |          |          |          |            |
|-------------------------------|-------------|-------------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|------------|
| REF.                          | MAESTRO     | DETALLE     | ENE       | FEB      | MAR      | ABR       | MAY       | JUN       | JUL       | AGO       | SEP       | OCT      | NOV      | DIC      | TOTAL      |
| INSTITUC.                     | ESCUELA     |             | 6         | 1        | 3        | 1         | 18        | 6         | 10        | 16        | 6         |          |          |          | 67         |
|                               | COLEGIO     |             | 2         | 1        | 0        | 13        | 14        | 10        | 17        | 6         | 8         |          |          |          | 71         |
|                               | UNIVERSIDAD |             | 2         | 5        | 2        | 1         | 5         | 3         | 1         | 3         | 1         |          |          |          | 23         |
|                               | OTROS       |             |           |          |          |           |           |           | 2         | 1         |           |          |          |          | 3          |
| <b>TOTAL</b>                  |             |             | <b>10</b> | <b>7</b> | <b>5</b> | <b>15</b> | <b>37</b> | <b>19</b> | <b>30</b> | <b>26</b> | <b>15</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>164</b> |
| PROVINCIAS                    | MANABI      | SUCRE       | 3         |          | 3        | 13        | 26        | 12        | 19        | 18        | 10        |          |          |          | 104        |
|                               |             | SAN VICENTE | 1         |          |          |           | 7         | 2         | 5         | 2         | 2         |          |          |          | 19         |
|                               |             | PORTOVIEJO  | 1         | 1        |          | 1         |           | 1         | 2         |           | 1         |          |          |          | 7          |
|                               |             | MANTA       | 3         |          |          | 1         | 1         |           | 1         |           |           |          |          |          | 6          |
|                               |             | PEDERNALES  |           |          |          |           |           | 3         | 2         |           | 1         |          |          |          | 6          |
|                               |             | CALCETA     |           |          |          |           | 1         |           |           | 2         |           |          |          |          | 3          |
|                               |             | CHONE       |           |          | 1        |           |           |           |           | 2         |           |          |          |          | 3          |
|                               |             | SANTA ANA   | 1         |          |          |           |           |           |           |           |           |          |          |          | 1          |
|                               |             | EL CARMEN   |           | 2        |          |           |           |           |           |           |           |          |          |          | 2          |
|                               | JIPIJAPA    |             |           | 1        |          |           |           |           |           |           |           |          |          | 1        |            |
|                               | GUAYAS      |             | 3         |          |          | 1         | 1         |           | 1         |           |           |          |          | 6        |            |
|                               | PICHINCHA   |             | 1         |          |          |           |           |           |           | 1         |           |          |          | 2        |            |
|                               | ESMERALDAS  |             |           |          |          |           |           |           |           | 1         |           |          |          | 1        |            |
|                               | NAPO        |             |           |          |          | 1         |           |           |           |           |           |          |          | 1        |            |
| AZUAY                         |             | 1           |           |          |          |           |           |           |           |           |           |          | 1        |          |            |
| <b>TOTAL</b>                  |             |             | <b>10</b> | <b>7</b> | <b>5</b> | <b>15</b> | <b>37</b> | <b>19</b> | <b>30</b> | <b>26</b> | <b>15</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>164</b> |



|  |              |           |           |           |           |           |           |           |           |           |          |          |          |            |
|--|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|------------|
|  | SUIZA        |           | 4         |           |           |           | 1         | 2         | 2         |           |          |          |          | 9          |
|  | BULGARIA     |           |           |           |           |           |           | 1         |           |           |          |          |          | 1          |
|  | AUSTRIA      |           |           |           |           |           |           | 1         |           |           |          |          |          | 1          |
|  | AUSTRALIA    | 2         |           |           | 2         | 2         |           |           |           |           |          |          |          | 6          |
|  | NEW ZELAND   | 1         |           |           |           | 1         |           |           |           | 1         |          |          |          | 3          |
|  | TAIWAN       |           |           |           |           |           |           |           | 1         |           |          |          |          | 1          |
|  | JAPON        |           |           |           | 1         |           | 1         |           |           |           |          |          |          | 2          |
|  | KOREA        |           |           |           |           |           |           | 4         |           |           |          |          |          | 4          |
|  | AFRICA       |           |           |           |           |           |           | 1         |           |           |          |          |          | 1          |
|  | IRAN         |           |           |           |           |           |           |           |           | 1         |          |          |          | 1          |
|  | <b>TOTAL</b> | <b>34</b> | <b>47</b> | <b>23</b> | <b>26</b> | <b>45</b> | <b>67</b> | <b>73</b> | <b>73</b> | <b>34</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>416</b> |

ELABORADO POR.

Lcdo. Carlos Chica M.



**BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**  
Independencia Técnica al Servicio del País

| VISITAS DE TURISTAS POR PROVINCIAS DEL ECUADOR 2007 |                 |            |     |     |     |     |     |     |       |
|---|-----------------|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| PAIS  | REGIONES        | PROVINCIAS | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | TOTAL |
| <b>ECUADOR</b>                                      | <b>COSTA</b>    | ESMERALDAS | 0   | 2   | 0   |     |     |     | 2     |
|   |                 | MANABI     | 84  | 124 | 95  |     |     |     | 303   |
|   |                 | GUAYAS     | 46  | 17  | 39  |     |     |     | 102   |
|   |                 | EL ORO     | 12  | 3   | 0   |     |     |     | 15    |
|   |                 | LOS RIOS   | 9   | 2   | 0   |     |     |     | 11    |
|   | <b>SIERRA</b>   | CARCHI     | 0   | 2   | 0   |     |     |     | 2     |
|   |                 | INABABURA  | 0   | 4   | 0   |     |     |     | 4     |
|   |                 | PICHINCHA  | 131 | 426 | 59  |     |     |     | 616   |
|   |                 | COTOPAXI   | 0   | 2   | 0   |     |     |     | 2     |
|   |                 | TUNGURAHUA | 6   | 27  | 2   |     |     |     | 35    |
|   |                 | CHIMBORAZO | 0   | 10  | 0   |     |     |     | 10    |
|   |                 | BOLIVAR    | 0   | 0   | 0   |     |     |     | 0     |
|   |                 | CAÑAR      | 0   | 5   | 0   |     |     |     | 5     |
|   |                 | AZUAY      | 30  | 41  | 2   |     |     |     | 73    |
|   |                 | LOJA       | 1   | 15  | 0   |     |     |     | 16    |
|   | <b>AMAZONIA</b> | SUCUMBIOS  | 0   | 0   | 0   |     |     |     | 0     |
|   |                 | NAPO       | 0   | 0   | 0   |     |     |     | 0     |

|              |            |           |     |     |     |   |   |   |     |
|--------------|------------|-----------|-----|-----|-----|---|---|---|-----|
|              |            | ORELLANA  | 0   | 6   | 0   |   |   |   | 6   |
|              |            | PAZTAZA   | 0   | 0   | 0   |   |   |   | 0   |
|              |            | MORONA S  | 7   | 0   | 0   |   |   |   | 7   |
|              |            | ZANORA CH | 0   | 0   | 0   |   |   |   | 0   |
|              | R. INSULAR |           | 0   | 0   | 0   |   |   |   | 0   |
|              |            | GALAPAGOS |     |     |     |   |   |   |     |
| <b>TOTAL</b> |            |           | 175 | 538 | 197 | 0 | 0 | 0 | 776 |

ELABORADO  
 Lcdo. Carlos Ch

Av. 9 de Octubre 200 y Pichincha, Casilla Postal 383, PBX(593) 4-2566333, Guayaquil-Ecuador, www.bce.fin.ec

*80 años*  
 1927-2007

**ANEXO 8**  
**CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO**

| CATASTRO DEL MINISTERIO DE TURISMO-SEDE BAHÍA DE CARÁQUEZ |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
|---|-----------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------|----------------|----------------|---------|----------------|-------------|---------------|----------|
|   |                 | PROPIETARIO                     | ADMINISTRADOR            | DIRECCIÓN              | CATEGORÍA | # HABITACIONES | # PLAZAS HABIT | # MESAS | # PLAZAS MESAS | # EMPLEADOS | RUC           | TELÉFONO |
| <b>CANTÓN:</b> Sucre                                      |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| <b>PARROQUIA:</b> Bahía de Caráquez                       |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| <b>AGENCIAS DE VIAJES</b>                                 |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| <i>Agencias de Viajes</i>                                 |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| 1314500614  | ECOCEIBO TOURS  | COMPAÑÍA ECOTURÍSTICA CIA. LTDA | RIVERO MURILLO LUIGY     | AV. BOLÍVAR Y RÍO FRÍO | OPERADORA | 0              | 0              | 0       | 0              | 3           | 1391716028001 | 2690801  |
| 1314500272  | GUACAMAYO TOURS | GUABAHÍA TOURS CIA. LTDA.       | PROAÑO LEROUX DARIO      | AV. BOLÍVAR            | OPERADORA | 0              | 0              | 0       | 0              | 3           | 1390148514001 | 2691421  |
| 1314500672  | PUERTO AMISTAD  | POTOAMISTAD YACHT CLUB S.A      |                          | MALECÓN MUELLE 2       | OPERADORA | 0              | 0              | 10      | 40             | 7           | 1391727429001 | 2693112  |
| <b>ALOJAMIENTO</b>  |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| <i>Cabaña</i>   |                 |                                 |                          |                        |           |                |                |         |                |             |               |          |
| 1314520485  | CHIRIJE         | DUEÑAS ARGANDOÑA FLOR MARIA     | DUEÑAS DE TAMARIZ FLOR M | PLAYA VÍA SAN CLEMENTE | PRIMERA   | 6              | 40             | 10      | 40             | 8           | 1301743686001 | 2692086  |

|            |                          |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
|------------|--------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------------|---------|----|-----|----|-----|----|---------------|---------|
| 1314500273 | LIFE                     | COMITÉ DE EMPRESAS Y SINDICATO | ALAVA ZAPATA EMILIANA | OCTAVIO VITERI Y MUÑOZ     | SEGUNDA | 6  | 24  | 0  | 0   | 4  | 1790978696001 | 2690496 |
|            | <i>Hostal</i>            |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
| 1314500274 | ITALIA                   | VELASCO VITERI ORESTES         |                       | AV. BOLÍVAR Y CHECA        | PRIMERA | 20 | 62  | 6  | 24  | 10 | 1701896126002 | 2691137 |
| 1314500275 | LA QUERENCIA             | ZAMBRANO ROMERO UNIVERSI       |                       | MALECÓN Y HUMBERTO SANTO   | SEGUNDA | 11 | 29  | 4  | 16  | 3  | 1390108229001 | 2690009 |
| 1314500276 | BAHÍA BED AND BREFAST    | SANTOS NARVAEZ JACOB           |                       | ASCÁZUBI Y MONTÚFAR        | TERCERA | 19 | 58  | 6  | 24  | 7  | 1702766203001 | 2690146 |
|            | <i>Hostal Residencia</i> |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
| 1314500504 | MI DESCANSO              | ARROYAVE DE PADILLA NORMA      |                       | AV. BOLÍVAR 918 Y ASCÁZUBI | SEGUNDA | 12 | 30  | 0  | 0   | 3  | 1301795322001 | 2691213 |
| 1314500709 | PALMA                    | MUÑOZ VERDUGA AMPARO           |                       | AV. BOLÍVAR 918 Y RÍOFRÍO  | TERCERA | 13 | 42  | 0  | 0   | 3  | 1301126544001 | 2692889 |
|            | <i>Hostería</i>          |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
| 1314500281 | SAIANANDA                | TURISMO SATHYA SAI S.A SAITURI | HARMSSEN ALFREDO      | KM 6 1/2 CHONE-BAHÍA       | SEGUNDA | 6  | 19  | 10 | 40  | 4  | 1390143822001 | 2399288 |
|            | <i>Hotel</i>             |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
| 1314500280 | LA HERRADURA             | VITERI MOLINARI MIGUEL ANGEL   |                       | AV. BOLÍVAR                | PRIMERA | 50 | 122 | 28 | 112 | 11 | 1390074804001 | 2690446 |
| 1314500279 | LA PIEDRA                | PIEDRATURIS S.A                | MARCOS DÁVILA         | AV. CIRCUNVALACIÓN         | PRIMERA | 42 | 109 | 55 | 224 | 24 | 1390113230001 | 2691473 |
| 1314500281 | BAHÍA HOTEL              | PADILLA DE GARCIA PASTORA      |                       | MALECÓN Y VINUEZA          | SEGUNDA | 31 | 77  | 9  | 36  | 10 | 1301320402001 | 2690059 |
|            | <i>Pensión</i>           |                                |                       |                            |         |    |     |    |     |    |               |         |
| 1314500282 | CASA GRANDE              | DUEÑAS ARGANDOÑA FLOR MARIA    |                       | AV. VIRGILIO RATY          | PRIMERA | 6  | 35  | 4  | 16  | 4  | 1301743686001 | 2692008 |

|                          |                    |   |  |                                 |         |   |    |    |    |   |               |         |
|--------------------------|--------------------|---|--|---------------------------------|---------|---|----|----|----|---|---------------|---------|
| 1314500286               | TAMARINDO          | BERMEO MERA PAUL                        |  | BARRIO<br>MARIANITA DE<br>JESÚS | TERCERA | 7 | 15 | 0  | 0  | 3 | 1390103758001 |         |
| <b>COMIDAS Y BEBIDAS</b> |                    |   |  |                                 |         |   |    |    |    |   |               |         |
|                          | <i>Restaurante</i> |   |  |                                 |         |   |    |    |    |   |               |         |
| 1314500291               | COLUMBIOS          | HARO FLORES MARÍA<br>GUADALUPE          |  | AV. BOLÍVAR                     | SEGUNDA | 0 | 0  | 14 | 56 | 5 | 1709808917001 | 2690357 |
| 1314500580               | EL BUEN SABOR      | JAMA VERA<br>GUSTAVO                    |  | MALECÓN Y ANTE                  | TERCERA | 0 | 0  | 15 | 70 | 5 | 1306126051001 |         |
| 1314500295               | LA CHOCITA         | HIDALGO ROMERO<br>JHONY                 |  | AV. CÉSAR<br>RUPERTI            | TERCERA | 0 | 0  | 16 | 78 | 7 | 1309164802001 |         |
| 1314500583               | D' CAMARON         | MADRID RODRÍGUEZ<br>LILIANA             |  | AV. BOLÍVAR Y<br>CIRCUNVALACIÓN | TERCERA | 0 | 0  | 10 | 40 | 5 | 1707480610001 |         |
| 1314500298               | DOÑA LUCA          | PINACAY FARIAS<br>LUCRECIA              |  | CECILIO<br>INTRIAGO Y<br>SERGIO | TERCERA | 0 | 0  | 6  | 24 | 4 | 906370655001  | 2691774 |
| 1314500299               | MUELLE UNO         | DELGADO MACÍAS<br>VICENTE               |  | MALECÓN                         | TERCERA | 0 | 0  | 16 | 64 | 7 | 1306676253001 | 2692334 |
| 1314500775               | REY DEL BURRITO    | VALDIVIEZO<br>ARTEAGA MARÍA<br>ELENA    |  | DANIEL HIDALGO<br>Y CARLOS H.   | TERCERA | 0 | 0  | 7  | 28 | 4 | 601195787001  | 2690736 |
| 1314500303               | ROSITA             | AYONG RAZURI<br>ROSA                    |  | AV. ASCAZUBI Y<br>BOLÍVAR       | TERCERA | 0 | 0  | 8  | 32 | 4 | 1301125637001 |         |
| 1314500494               | SABOR CRIOLLO      | ERNESTINA ISABEL<br>ZAMBRANO<br>MURILLO |  | AV. BOLÍVAR                     | TERCERA | 0 | 0  | 6  | 24 | 5 | 1303630241001 |         |

## ANEXO 9

### COTIZACIÓN DE CUÑA PUBLICITARIA EN ECUAVISA

Mayra Aguirre  
Ejecutiva de Cuentas  
Movingtrade

PBX: 2445-269 \* 2468-401/2/3 ext. 106

Dirección: Finlandia 345 y Suecia

McCann Erickson

A ver querida.

Yo sugiero...que en vez de pautar en RTS, paute en ECUAVISA (ya que es el canal con mayor rating en Ecuador) y también podría ser ECUAVISA INTERNACIONAL para que la publicidad también tenga un impacto a nivel internacional.

Sugiero la siguiente programación:

AMERICA VIVE (Sábados 19h00) por 2.500 usd el mes (Auspicio de reportaje principal, presentación y despedida de hasta 10" + 1 cuña de hasta 30")

TELEVISTAZO (lunes a viernes) por 15000 usd el mes.

CERO TOLERANCIA (Domingos a las 10h00) 2000 USD mensual (2 cuñas de hasta 30")

VIVOS (Sábados y Domingos) por 8000.00 mensual (su cuñas de 30", 1 sobreimposición de 7", 1 mención en vivo)

LAS ZUQUILLO 1.500 costo por capítulo (mención de marca, guión en programa)

CONTACTO DIRECTO (lunes a viernes a las 7:00) valor mensual 8.000 USD (presentación, despedida comercial de hasta 10" en horario AAA)

Estos son los programas que yo sugiero por que son los de mayor rating al momento.....

## ANEXO 10 COTIZACIÓN DE INDUVALLAS

Quito, 08 de octubre del 2007

Att: Srta. Verónica Tufiño  
Ciudad.-

**PROFORMA 2.007 – 8978**

De mis consideraciones:

Por medio de la presente nos permitimos presentar la siguiente Cotización para el alquiler de vallas publicitarias, con las características que detallo a continuación.

### **TIPO**

Frontales un lado en estructura Tubular

### **CARACTERISTICAS EN EL TIPO DE ESTRUCTURA TUBULAR**



Para ser instaladas dentro de las grandes ciudades:

Estructura tubular central de 75 cm. de diámetro y una altura de 10mtrs, con base empernada y brida cada 5 mtrs, pintura de fondo uniprimer, esmaltes y lacas de primera calidad, Marco metálico estructural un lado, canales, hierros, ángulos, pintura de fondo uniprimer

## **PRECIOS EN ALQUILER VALLA TUBULAR**

| <b><u>DESCRIPCION</u></b> | <b><u>DIMENSION</u></b> | <b><u>M2</u></b> | <b><u>V. UNITARIO</u></b> |
|---------------------------|-------------------------|------------------|---------------------------|
| Valla tubular             | 8.00 x 4.00 mtrs        | 32               | \$ 3.880.00 3 meses       |
| Valla tubular             | 8.00 x 4.00 mtrs        | 32               | \$ 5.544.00 6 meses       |
| Valla tubular             | 8.00 x 4.00 mtrs        | 32               | \$ 7.920.00 12 meses      |

**ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN EL 12% IVA.**

**Los precios de las vallas incluyen:**

- Estructura metálica tubular
- Pantalla vinílica flexible fotográfica full color, Front light
- Mantenimiento continuo
- Instalación
- Localización de sitios
- Trámites Municipales o Provinciales
- Los impuestos provinciales y/o municipales si existieran los pagará INDUVALLAS
- INDUVALLAS asume el **100%** del arriendo de los sitios para la instalación de las Vallas
- Seguro contra robos y daños

**PLAZO DE ENTREGA:** 8 días, a partir de la aprobación de artes, aprobación de sitio y entrega de anticipo.

**CONTRATO:** En alquiler

Atentamente,

**Johanna Hinojosa Rizzo**  
**Coordinadora Comercial**  
**INDUVALLAS CIA LTDA.**  
**022808454/455 EXT. 124**  
**097441941**

## ANEXO 11 COTIZACIÓN LETRASIGMA

Quito, 8 de octubre de 2.007  
GNVM-EP-01046-07

Señora  
**VERÓNICA TUFIÑO**  
Ciudad.-

De nuestra consideración:

Es grato presentar a usted nuestra propuesta para el alquiler de vallas publicitarias con imágenes de alta resolución en Quito y Manta:

### **PLAZO 3 MESES**

| <b>TIPO VALLA</b>  | <b>#</b> | <b>VALOR UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|--------------------|----------|-----------------------|--------------------|
| <b>Front Light</b> |          |                       |                    |
| Quito              | <b>1</b> | \$5,021.00            | \$5,021.00         |
| Manta              | <b>1</b> | \$4,339.00            | \$4,339.00         |
| Portoviejo         | <b>1</b> | \$4.339.00            | \$4.339.00         |

### **FORMA DE PAGO:**

50% a la firma del contrato.  
50% a 30 días.

### **VALORES INCLUIDOS EN PRECIOS ANTERIORMENTE DETALLADOS:**

- Impresión de la imagen.
- Pruebas de color previo la impresión final.
- Mantenimiento permanente de la estructura imagen y sistema eléctrico.
- Seguro contra robo y daños.
- Permisos municipales y / o provinciales.

### **VALORES NO INCLUIDOS EN PRECIOS ANTERIORMENTE DETALLADOS:**

- A los precios señalados se les agregará el valor correspondiente al IVA.

### **CARACTERÍSTICAS TECNICAS.**

La imagen fotográfica es impresa en nuestra máquina SCITEX de tecnología Israelí, en base de tela vinílica importada.

Protección UV y garantía de impresión de 18 meses.

### **PLAZO DE INSTALACION.-**

8 días laborables, a partir de la entrega de artes, aprobación de las pruebas de color para su producción.

Validez de la oferta: **8 días**

Esperando su grata respuesta me despido de usted,

Atentamente,  
**LETRASIGMA**

**Estefanía Pino A.**  
**Subgerente Cuentas Estratégicas**

## ANEXO 12

### HOTELES, RESTAURANTES, ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y AGENCIAS DE VIAJES

#### HOTEL LA PIEDRA

##### RECEPCIÓN



Fuente: Elaboración Propia

##### SALA DE ESTAR



Fuente: Elaboración Propia

##### RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## PISCINA



**Fuente:** Elaboración Propia

## SALA DE EVENTOS Y CONVENCIONES



**Fuente:** Elaboración Propia

## HOTEL LA HERRADURA

### RECEPCIÓN



**Fuente:** Elaboración Propia

## SALA DE ESTAR



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## HOTEL ITALIA

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## RECEPCIÓN



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESTAURANTE



**Fuente:** Elaboración Propia

## HABITACIONES



**Fuente:** Elaboración Propia

# HOTEL BAHÍA

## FACHADA



**Fuente:** Elaboración Propia

## HABITACIONES



**Fuente:** Elaboración Propia

## RECEPCIÓN



**Fuente:** Elaboración Propia

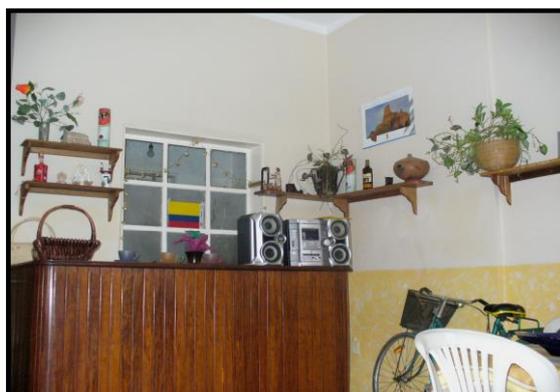
# HOSTAL EL VIAJERO

## FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## RECEPCIÓN



Fuente: Elaboración Propia

## HABITACIONES



Fuente: Elaboración Propia

## HOSTAL BAHÍA BED AND BREAKFAST

### RECEPCIÓN



Fuente: Elaboración Propia

### HABITACIONES



Fuente: Elaboración Propia

## CENTRO VACACIONAL LIFE

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## ÁREA DE JUEGOS INFANTILES



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESTAURANTE



**Fuente:** Elaboración Propia

## ÁREA DE ENTRETENIMIENTO



**Fuente:** Elaboración Propia

## HABITACIONES



**Fuente:** Elaboración Propia

## COCINA DE LAS VILLAS



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESTAURANTE MUELLE UNO

### FACHADA



**Fuente:** Elaboración Propia

## MENÚ



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## PARRILLADAS EL BUEN SABOR

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## BAR



Fuente: Elaboración Propia

## SITIO DE PREPARACIÓN DE PLATOS



Fuente: Elaboración Propia

## LA TERRAZA RESTAURANTE

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE COLOMBIUS

### INGRESO



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## BAR



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESTAURANTE DOÑA LUCA

### FACHADA



**Fuente:** Elaboración Propia

### RESTAURANTE



**Fuente:** Elaboración Propia

## EL REY DEL BURRITO

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

### RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## D'CAMARÓN

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

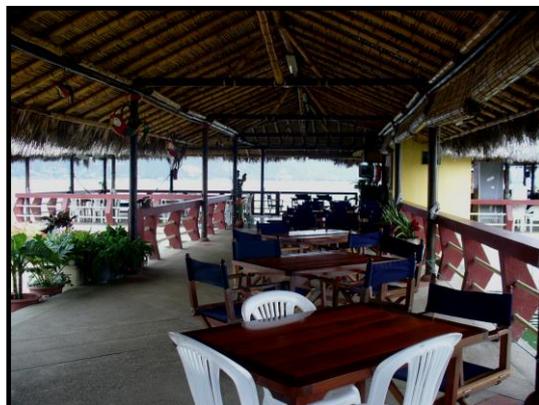
## PUERTO AMISTAD YACHT CLUB

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

### RESTAURANTE



Fuente: Elaboración Propia

## BAR



**Fuente:** Elaboración Propia

## SITIO DE ANCLAJE



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESERVA CERRO SECO

### INGRESO A LA RESERVA



**Fuente:** Elaboración Propia

## CASA PARA HOSPEDAJE



**Fuente:** Elaboración Propia

## ISLA CORAZÓN

### INGRESO A LA ISLA



**Fuente:** Elaboración Propia

### VISTA DE LA ISLA



**Fuente:** Elaboración Propia

## SENDERO



**Fuente:** Elaboración Propia

## MANGLE



**Fuente:** Elaboración Propia

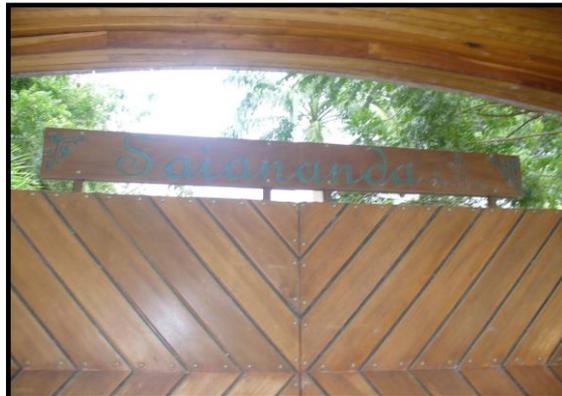
## RESTAURANTE



**Fuente:** Elaboración Propia

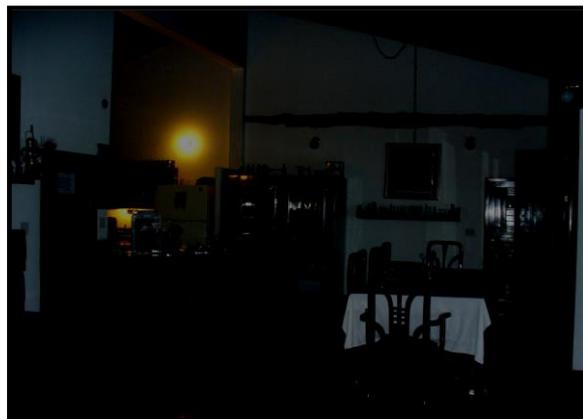
# SAIANANDA

## FACHADA



**Fuente:** Elaboración Propia

## RESTAURANTE



**Fuente:** Elaboración Propia

## SITIO DE ALOJAMIENTO



**Fuente:** Elaboración Propia

# MUSEO DEL BANCO CENTRAL

## FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## EXHIBICIÓN DE PIEZAS ARQUEOLÓGICAS



Fuente: Elaboración Propia

## EXHIBICIÓN DE FIGURAS DE LA CULTURA MANTEÑO



Fuente: Elaboración Propia

## VASIJA ENCONTRADA EN SAN ISIDRO



**Fuente:** Elaboración Propia

## REPRESENTACIÓN DE PRIMITIVOS EN MANABÍ



**Fuente:** Elaboración Propia

## CASA AMERICANA

### FACHADA



**Fuente:** Elaboración Propia

## IGLESIA DE LA MERCED

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

## DABEI

### FACHADA



Fuente: Elaboración Propia

### INSTALACIONES



Fuente: Elaboración Propia

## PARQUE ACUÁTICO



Fuente: Elaboración Propia

## BOTE ACUÁTICO



Fuente: Elaboración Propia

## MOTO ACUÁTICO



Fuente: Elaboración Propia

## CEIBOS TOURS

### ENTRADA A LA AGENCIA DE VIAJES



**Fuente:** Elaboración Propia

### OFICINA DE CEIBOS TOURS



**Fuente:** Elaboración Propia

### FOLLETERÍA DE PAQUETES TURÍSTICOS



**Fuente:** Elaboración Propia

## GUACAMAYO TOURS

### OFICINA DE LA AGENCIA DE VIAJES



Fuente: Elaboración Propia

### ELABORACIONES DE LA FÁBRICA ECOPAPEL



Fuente: Elaboración Propia

### PAQUETE RÍO MUCHACHO



Fuente: Elaboración Propia