



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

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA
COMUNA LOMA ALTA, PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO**

AUTOR:

Jesús Sebastián Aquino Cobeña

TUTORA

Ing. Stephany Nathaly Naranjo Larrea, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, “**Estrategias de Promoción Turística para la comuna Loma Alta, Provincia de Santa Elena**”, elaborado por el Sr. Jesús Sebastián Aquino Cobeña, egresado de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Stephany Nathaly Naranjo Larrea; MSc.

PROFESORA TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNA LOMA ALTA, PROVINCIA DE SANTA ELENA**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **JESÚS SEBASTIÁN AQUINO COBEÑA** con cédula de identidad número 2450107749 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Aquino Cobeña Jesús Sebastián
C.C. No.: 245010774

AGRADECIMIENTO

A la Ing. Paulina León Castro, por el apoyo con información que aportó durante este proceso de investigación, además de una excelente jefa que me aportó de conocimientos sobre cómo se maneja el turismo dentro de la Provincia de Santa Elena.

A mi tutora, Ing. Stephany Naranjo Larrea, por su orientación y compartir el conocimiento necesario durante el proceso.

A todas la autoridades que aportaron con sus conocimientos y opiniones sobre la comunidad durante esta investigación.

Aquino Cobeña Jesús Sebastián

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de llegar a este punto de mi vida.

A mi familia, por el apoyo dado hasta este punto.

A mi hermana, porque gracias a ella es que puede entrar a la Universidad y estudiar todos estos años.

A mi mamá, por el apoyo en mi educación y cuidados.

A mi tía Margarita, que, aunque ya no está en este mundo estuvo siempre pendiente de mí y me apoyo en lo que pudo.

A mi amiga Miranda, por el apoyo moral y emocional durante el proceso de la tesis.

A mis profesores, que siempre estuvieron apoyando a los estudiantes con sus conocimientos.

A mi tía Julieta, por la ayuda en este proceso de estudio desde mi niñez hasta hoy en la actualidad.

A mis amigos, por el apoyo moral durante este proceso.

A mi tío Freddy, por el apoyo durante este proceso en la Universidad.

Aquino Cobeña Jesús Sebastián

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



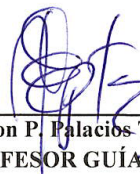
Lcda. María F. Alejandro Lindao, MSc.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



Ing. Ana M. Reyes Perero, MSc.
PROFESORA ESPECIALISTA



Ing. Stephany N. Naranjo Larrea, MSc.
PROFESORA TUTORA



Ing. Edison P. Palacios Trujillo, PhD.
PROFESOR GUÍA DE UIC



Secret. Eject. Grace M. Lindao Quimi.
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	6
CONTENIDO.....	7-8
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	10
ÍNDICE DE ANEXOS.....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14-17
JUSTIFICACIÓN	18
CAPÍTULO I	19
MARCO REFERENCIAL	19
1.1 Revisión de literatura.....	19-21
1.2. Desarrollo de Teorías y Conceptos.....	22
1.2.1 Marketing.....	22
1.2.2 Turismo.....	22
1.2.3 Promoción Turística.....	22
1.2.3.1 Marketing de Contenidos	23
1.2.3.2 Marketing Digital	23
1.2.3.3 Segmentación de Mercado	23
1.2.3.4 Inbound Marketing	23
1.2.3.5 Marketing Verde.....	23
1.2.3.6. Marketing Experiencial.....	23
1.2.4 Fundamentos Legales	24

1.2.4.1 Constitución de la República del Ecuador	24
1.2.5 Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.....	25
CAPÍTULO II.....	26
METODOLOGÍA.....	26
2.1 Diseño de la Investigación.....	26
2.2 Métodos de la Investigación.....	26
2.3 Población y muestra.....	26
2.4 Recolección y procesamiento de datos.....	27
CAPÍTULO III.....	28
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
3.1 Análisis de datos.....	28
3.1.1 Análisis de las entrevistas actores importantes y autoridades.....	28-31
3.1.2 Análisis de encuestas a turistas, habitantes y emprendedores.....	32-55
DISCUSIÓN.....	56
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59-61
ANEXOS.....	62-80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA de la Comuna Loma Alta.....	17
Tabla 2 Nombres y Cargos de los entrevistados.	29
Tabla 3 Género de los encuestados	33
Tabla 4 Edad de los encuestados	34
Tabla 5 Estado civil de los encuestados	35
Tabla 6 Nivel de estudio de los encuestados	36
Tabla 7 Nivel de ingreso de los encuestados	37
Tabla 8 Vivienda de los encuestados.....	38
Tabla 9 Lugar de domicilio de los encuestados	39
Tabla 10 Visitaron Loma Alta.....	41
Tabla 11 Como se enteraron de Loma Alta	42
Tabla 12 Actividad Turística.....	43
Tabla 13 Información Turística.....	44
Tabla 14 Promoción Turística.....	45
Tabla 15 Mejoras	46
Tabla 16 Información en Línea.....	47
Tabla 17 Contenido multimedia.....	48
Tabla 18 Recomendar	49
Tabla 19 Experiencia turística	50
Tabla 20 Relación Calidad - Precio	51
Tabla 21 Naturaleza del negocio.....	52
Tabla 22 Impacto Turístico.....	53
Tabla 23 Capacitación.....	54
Tabla 24 Competitividad	55
Tabla 25 Ventas	56

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Género de los encuestados	33
Ilustración 2 Edad de los encuestados	34
Ilustración 3 Estado civil de los encuestados	35
Ilustración 4 Nivel de estudio de los encuestados	36
Ilustración 5 Nivel de ingreso de los encuestados	37
Ilustración 6 Vivienda de los encuestados.....	38
Ilustración 7 Lugar de domicilio de los encuestados	40
Ilustración 8 Visitaron Loma Alta.....	41
Ilustración 9 Como se enteraron de Loma Alta	42
Ilustración 10 Actividad Turística	43
Ilustración 11 Información Turística.....	44
Ilustración 12 Promoción Turística	45
Ilustración 13 Mejoras	46
Ilustración 14 Información en línea.....	47
Ilustración 15 Contenido multimedia	48
Ilustración 16 Recomendar	49
Ilustración 17 Experiencia turística	50
Ilustración 18 Relación Calidad - Precio	51
Ilustración 19 Naturaleza del negocio	52
Ilustración 20 Impacto Turístico.....	53
Ilustración 21 Capacitación	54
Ilustración 22 Competitividad	55
Ilustración 23 Ventas	56

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia	64
Anexo 2 Entrevista a autoridades y actores importantes.....	65
Anexo 3 Encuesta a turistas, emprendedores y habitantes de la comuna Loma Alta.....	67
Anexo 4 Encuesta autoridades - MSc. Paulina León, jefa de turismo, patrimonio y cultura, Prefectura Santa Elena.....	70
Anexo 5 Entrevista a autoridades - Ítalo Cacao, presidente de la Parroquia Colonche	70
Anexo 6 Encuesta a Sr. Florencio Paltán - Propietario hostería El Carmelo y al Sr. Víctor De La A, vicepresidente de la comuna Loma Alta.....	71
Anexo 7 Encuesta al Sr. Alejandro Ramírez - Ex Guardabosque de la Comuna Loma Alta	71
Anexo 8 Encuesta a emprendedores de la comuna Loma Alta.....	72
Anexo 9 Solicitud para encuestar en buses de la Cooperativa 2 de noviembre.....	73
Anexo 10 Solicitud para encuestar en el Terminal Terrestre de Santa Elena	74
Anexo 11 Propuesta para las estrategias de promoción Turística para la comuna ‘‘Loma Alta’’	75
Anexo 12 Capacitación en marketing digital para comuneros	76
Anexo 13 Diseño de señalética turística inclusiva.....	77
Anexo 14 Creación de paquetes turísticos sostenibles.....	78
Anexo 15 Promoción en plataformas digitales.....	79
Anexo 16 Propuesta de un Festival Cultural Anual.....	80
Anexo 17 Campañas de Sensibilización Turística Local	80
Anexo 18 Planning propuesta para la aplicación de las estrategias de promoción Turística Para Loma Alta.....	80



ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNA LOMA ALTA, PROVINCIA DE SANTA ELENA

AUTOR:

Aquino Cobeña Jesús Sebastián

TUTORA:

Ing. Naranjo Larrea Stephany Nataly. MSc.

RESUMEN

La investigación aborda las estrategias de promoción turística como puente para el desarrollo sostenible de la Comuna Loma Alta, ubicada en la provincia de Santa Elena, Ecuador. El problema identificado es la insuficiente promoción turística, que limita el desarrollo económico y social de la comunidad, agravado por deficiencias en infraestructura, accesibilidad y apoyo institucional. El objetivo principal fue diseñar estrategias de promoción turística que integren aspectos culturales, ambientales y sociales, fomentando el turismo sostenible. Para ello, se aplicó una metodología de enfoque mixto, aplicando encuestas a turistas, habitantes y actores locales, así como entrevistas semiestructuradas a emprendedores y autoridades. Los datos se complementaron con información del GAD Provincial de Santa Elena y un análisis cualitativo y cuantitativo para diagnosticar la situación actual. Entre los resultados, se identificaron áreas prioritarias como la mejora de infraestructura, la capacitación en marketing digital para los comuneros y la promoción de los atractivos naturales y culturales. Además, se destacó el interés de los turistas por actividades sostenibles y experiencias comunitarias. En conclusión, la implementación de estrategias adecuadas permitirá impulsar el desarrollo sostenible de la comuna, mejorar la experiencia de los visitantes y fortalecer la participación comunitaria, recomendando el apoyo activo de instituciones públicas para asegurar su éxito.

Palabras claves: Promoción Turísticas, Marketing, Loma Alta.



TOURISM PROMOTION STRATEGIES FOR THE COMMUNITY OF LOMA ALTA. PROVINCE OF SANTA ELENA

AUTHOR

Aquino Cobeña Jesus Sebastian

ADVISOR

Ing. Naranjo Larrea Stephany Nataly. MSc.

ABSTRACT

This research addresses tourism promotion strategies as an engine for the sustainable development of the Loma Alta commune, located in the province of Santa Elena, Ecuador. The problem identified is insufficient tourism promotion, which limits the economic and social development of the community, aggravated by deficiencies in infrastructure, accessibility and institutional support. The main objective was to design tourism promotion strategies that integrate cultural, environmental and social aspects, promoting sustainable tourism. To this end, a mixed approach methodology was applied, using surveys of tourists, inhabitants and local stakeholders, as well as semi-structured interviews with businessmen and authorities. The data were complemented with information from the Provincial Government of Santa Elena and a qualitative and quantitative analysis to diagnose the current situation. Among the results, priority areas were identified such as infrastructure improvement, digital marketing training for community members, and promotion of natural and cultural attractions. In addition, the interest of tourists in sustainable activities and community experiences was highlighted. In conclusion, the implementation of appropriate strategies will help to promote the sustainable development of the commune, improve the visitor experience and strengthen community participation, recommending the active support of public institutions to ensure its success.

Keywords: Tourism Promotion, Marketing, Loma Alta.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se analizó y revisó el estado actual de la comuna Loma Alta, sus atractivos y recursos naturales, con el fin de poder diseñar estrategias de promoción turística y alcanzar una mayor presencia de visitantes, gracias a la reactivación de la zona.

Según la OMT, el turismo internacional para el año 2022 notó mejores resultados de lo previsto, fue mejorando notoriamente en un 63% pero con porcentaje menores que en años anteriores a la pandemia. En 2023 se comenzaron a notar mejorías en el turismo respecto a otros años postpandemia y para este 2024, existen notables mejoras alcanzando niveles como los del 2019, las situaciones que han desencadenado en mejoras son los visados como mayor facilidad, la capacidad aérea, zonas de libre circulación en Europa, entre otras situaciones han permitido que más turistas viajen fuera de su país, esto comienza a generar nuevas estrategias en los diferentes destinos turísticos para tener un mayor impacto en el mercado (ONU TURISMO, 2024).

En el contexto Ecuador, que es muy diverso y turístico, para el año 2023 fue participe de unas de las ferias de turismo más importantes a nivel mundial como es la FITUR 2023, en la que participó Ecuador después de 3 años de ausencia y con ello se buscó impulsar la imagen del país. En ese mismo año se obtuvo un crecimiento en turismo del 96% a comparación de años anteriores a la pandemia, pero este turismo para el año 2023 también se vio afectada por una ola de inseguridad que llevó a varios países a emitir comunicados donde pedían a los ciudadanos de otros países no visitar el Ecuador. Uno de los eventos que tuvo mayor afectación en el turismo en el año 2024 fue lo ocurrido en enero de este año donde hubo un asalto a un canal de televisión (Ministerio de Turismo Ecuador, 2023).

A nivel provincial, el turismo ha tenido buen recibimiento de parte de los turistas en épocas de feriado, de los que destacan y atraen turistas son: fin de año, carnaval, semana santa, dentro del período de temporada alcanzando niveles de ocupación hotelera del 95%, pero esto en los últimos años debido a los problemas de inseguridad que afronta el país se han visto impactados, además de problemas en inversión pública en los diferentes cantones que impactó

a una tendencia a la baja de los turistas para este año 2024 en los feriados donde la ocupación hotelera bajó un 5% (Primicias, 2024).

Loma Alta es una comuna perteneciente a la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, situada al noroeste de la vía Ruta del Sol, último cruce de Valdivia (después de San Pedro) a la derecha; Camino a Sinchal y Barcelona. El Bosque Protector de la “Comuna Loma Alta” es declarado como tal por medio del Acuerdo Ministerial No. 202 del 5 de junio de 1987 y publicado en el Registro Oficial No. 710 del 18 de junio de 1987 con una extensión de 2.998 hectáreas que comprende la parte norte de la comuna a partir de los 400 metros. El bosque es un refugio para especies migratorias y otras con desplazamientos estacionales, Loma Alta ofrece un turismo diferente.

La Reserva Ecológica Comunal de Loma Alta se localiza en la cordillera Chongón-Colonche, esta Reserva fue establecida por la misma comunidad para proteger las fuentes de agua y para evitar invasiones y pérdidas de tierras. La Reserva incluye áreas de bosque de neblina o de garúa, así como bosques secundarios y áreas en regeneración. En las partes más bajas de la cordillera la vegetación es seca y decidua. La presencia de garúa y, por tanto, la humedad del bosque es mayor en los meses de junio a octubre. En las tierras alrededor de la comunidad se llevan a cabo actividades agropecuarias de subsistencia (cultivos de ciclo corto, cría de aves de corral y ganado vacuno). Aproximadamente 500 hectáreas de la Reserva están destinadas al cultivo de Paja Toquilla que es procesada y comercializada por la comunidad. A partir del nombramiento de la reserva, la comunidad de Loma Alta, con el apoyo de Fundación Natura Guayaquil, estableció una política de regulaciones para el uso sustentable del bosque y sus recursos (Tomalá, 2013).

El marketing ha venido evolucionado en los últimos años con la era digital, esto ha llevado a nuevas formas de hacer marketing, una de ellas es la digital que es un conjunto de herramientas que, aplicadas al internet, generan comunicaciones directas y personalizadas; las redes sociales y el comercio electrónico tienen gran potencial dentro de la administración, la cual se integra dentro de la estrategia de marketing global, las cuales deben apoyar a los objetivos generales.

La comuna Loma Alta presenta varios problemas, económicos, ambientales, infraestructura, baja señal telefónica y problemas para llegar a sus atractivos turísticos, uno de los principales problemas es la falta de estrategias que apunten al desarrollo del turismo dentro de esta localidad de la provincia de Santa Elena, por lo que esta investigación busca estrategias que puedan mejorar los aspectos y sus atractivos turísticos.

En aspectos ambientales, la reserva ecológica comunal Loma Alta presenta una gran variedad de mamíferos, pero este al no estar dentro de sistema de áreas protegidas es propenso a diferentes peligros, ya que no cuenta con una vigilancia fuera de los propios comuneros de zona.

En tema económico, el turismo dentro de la comuna es escasa a pesar de contar con buenos atractivos. Las estrategias y planes que se ha implementado para la comuna no han obtenido buenos resultados por lo que no se ha dado a conocer a nivel nacional e internacional.

Según manifestó el expresidente de la comuna “Los planes y estrategias que ellos han implementado no fue la forma correcta y no cuentan con apoyo de las instituciones públicas, por lo que, no les ha permitido desarrollarse como otras comunidades aledañas”.

Con ello, se plantean las preguntas de sistematización del problema, las cuales son:

- ¿Se han empleado las estrategias correctas en la comuna Loma Alta?
- ¿Existen mejoras dentro de la comunidad?
- ¿Existe ayuda de los organismos gubernamentales?

La formulación del problema es:

¿Se pueden implementar estrategias de promoción que puedan ayudar a la comuna?

Objetivo general:

Diseñar estrategias de promoción turística que contribuyan al desarrollo integral y sostenible de la Comuna Loma Alta en la Provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico detallado de la situación actual del turismo en la Comuna Loma Alta, identificando sus potencialidades, limitaciones y desafíos en términos de desarrollo sostenible.
- Diseñar estrategias de promoción turística que integren aspectos culturales, ambientales y sociales, garantizando su sostenibilidad a largo plazo.
- Implementar enseñanzas sobre marketing que puedan ser empleados por la gente de la comunidad.

Tabla 1 Análisis FODA de la Comuna Loma Alta

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Atractivos turísticos naturales y su reserva ecológica rico en especies.• Interés en el turismo comunitario• Área natural protegida.	<ul style="list-style-type: none">• Interés en ecoturismo y sostenibilidad.• Potenciar el apoyo mediante instituciones públicas como los gobiernos locales.• Uso del marketing digital y redes sociales para captar turistas.• Acceso de capacitaciones.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura y servicios limitados.• Falta de promoción turística.• Deficiencia de formación sobre marketing.• Falta de Información turística clara y actualizada.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia con destinos como Dos Mangas y Ayangue.• Falta de interés por parte del turista local.• Poca inversión de parte del Gobierno.

Elaborado por: Jesús Aquino

JUSTIFICACIÓN

La Comuna Loma Alta, ubicado en la provincia de Santa Elena, es una zona rica en sitios naturales y culturales y tiene un gran potencial para el desarrollo del turismo sostenible. Sin embargo, enfrenta varios desafíos, como la falta de estrategias de promoción efectiva, una infraestructura turística débil y un acceso limitado a atracciones clave. Estos problemas dificultan que la Comuna utilice sus recursos naturales y culturales como fuente de desarrollo económico y social, lo que afecta a la población y al turismo.

Esto es relevante porque tiene como objetivo desarrollar estrategias de promoción turística que no sólo contribuyan al desarrollo sostenible de la Comuna, sino que también aumenten su atractivo como destino turístico único. Además, que la implementación de estas estrategias que integren aspectos culturales, sociales y ambientales impacten positivamente la economía local e impulse a los habitantes de la comunidad a participar en las actividades turísticas.

Por tanto, ayudará a resaltar la importancia del turismo local como herramienta para mejorar la calidad de vida de la población y promover la conservación de los recursos naturales. Al mismo tiempo, estas estrategias también proporcionarán modelos replicables para otras comunidades con características similares en Ecuador.

Finalmente, la investigación hace una contribución significativa a las instituciones públicas y privadas al proporcionarles un marco claro para gestionar iniciativas de turismo sostenible. Esto asegurará que el turismo se convierta en un motor para el desarrollo general de Loma Alta y mejorará su imagen y capacidad para atraer turistas a largo plazo.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de literatura

La investigación cuenta con aportes significativos extraídos de libros digitales, artículos científicos y trabajos de titulación de diferentes contextos. A continuación, se detalla la información.

Una de las investigaciones previas denominada “El Turismo Comunitario en el Ecuador, Evolución, Problemática y Desafíos”, describe en su introducción cómo comenzó la evolución del turismo comunitario en el Ecuador, resaltando conceptos o definiciones específicas de turismo comunitario en el país desde sus inicios. (Cabanilla y Garrido, 2018).

Los autores Pazmiño y Suárez en su trabajo de titulación “Diseño de un plan de promoción turística sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar, del cantón Naranjal”, determinado en la Universidad Estatal de Milagro, propusieron un Plan de Promoción Turístico Sostenible mediante el uso de estrategias de promoción que permitan la sostenibilidad socioeconómica de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, donde se usó la investigación descriptiva y de campo, utilizando el muestreo intencional y se aplicó la investigación bibliográfica. El fin de la investigación es difundir mediante herramientas promocionales y redes sociales, con el objetivo de dar a conocer al mercado potencial las riquezas que posee, mismas que le permitirán realizar una adecuada promoción” (Pazmiño y Suárez, 2021).

Por otro lado, se describe investigación de trabajo de titulación denominada “El Turismo Comunitario, la Generación de empleo y el desarrollo comunal en Loma Alta, Península de Santa Elena”, se plantea mejorar las condiciones de la comuna en el turismo, al mostrar la indagación detallada científicamente cómo se aplica el método y el aumento para acrecentar las incorporaciones por medio de este procedimiento de esta ocupación del turismo, hace al crear la capacidad del turismo, la renta y las diferente clasificaciones de este, principales atractivos turísticos que presenta esta zona peninsular, historia de la creación de la Comuna Loma Alta, su población y geografía, sus actividades económicas, aspectos sociales y culturales.

Además, describe el turismo en Loma Alta, sus atractivos turísticos, tales como el bosque de garúa, donde se encuentra ubicada la reserva ecológica, la flora con sus diferentes senderos. Se hace un diagnóstico social y productivo del turismo actual, y se presenta una muestra de la población con sus resultados, se realiza una encuesta a los mismos comuneros y un análisis de situaciones estratégicas a través de factores internos y externos para desarrollar esta actividad (Rodríguez De La A, 2015).

En el trabajo de titulación “Diversidad de mamíferos medianos y grandes en la reserva ecológica comunal de Loma Alta, Santa Elena, Ecuador” se hizo un diagnóstico de la reserva y sus mamíferos, pues la Reserva Ecológica Comunal Loma Alta (RECLA) alberga tres tipos de ecosistemas: bosque seco, bosque de transición y bosque húmedo, estos clasificados en peligro crítico según la lista roja de ecosistemas de la UICN, como consecuencia de la deforestación causada por la fragmentación y pérdida de biodiversidad.

El objetivo de este estudio fue estimar la diversidad de mamíferos medianos y grandes a través del uso de cámaras trampa. Se instalaron 10 cámaras trampa durante los meses de julio y agosto 2022. Se registró un total 966 eventos independientes de 14 especies pertenecientes a 11 familias y 6 órdenes, se reportó especies cuyos estados de conservación a nivel nacional se encuentran en la categoría en peligro, con datos insuficientes respectivamente. En cuanto a los gremios tróficos reportados, carnívora y omnívora son los más representativos, respecto a la sociabilidad, destacaron las especies solitarias, debido a la alta diversidad de mamíferos medianos y grandes, este sitio representa una oportunidad para la realización de proyectos de conservación de mamíferos (Chiquito Crespo, 2022).

Un aporte de Zambrano en investigación “La práctica del ecoturismo en la reserva ecológica Loma Alta, cantón Santa Elena y su contribución en el desarrollo turístico sostenible de la localidad”, indica la situación actual de la comuna y el turismo ecológico, Loma Alta tuvo la iniciativa en conservar sus recursos mediante la creación y gestión de la Reserva Ecológica Loma Alta, la cual se constituye como el principal recurso-atractivo local para el desarrollo del turismo, pese a ello no se reconoce de forma colectiva, la contribución de la práctica del ecoturismo en esta reserva.

El turismo apunta a ser sostenible pero no se conoce si la incidencia del turismo ha sido positiva o negativa para la comunidad y sus recursos; con base a esto el objetivo central es determinar la contribución de la práctica de ecoturismo en la reserva ecológica en el desarrollo turístico de forma sostenible, para ello, se consideró apropiado hacer una investigación descriptiva correlacional para medir la influencia de una variable: práctica de ecoturismo en la variable desarrollo turístico sostenible. Los resultados de esta investigación muestran que la práctica de ecoturismo tiene una contribución significativa en un desarrollo turístico incipiente, no obstante, se pudo diagnosticar que negativamente se están realizando prácticas turísticas que ocasionan mayor impacto ambiental en los recursos (Zambrano Muñoz, 2017).

Mientras que Proaño, en su trabajo de titulación “Estrategia de promoción turística para la parroquia La Carolina con relación a atractivos turísticos comunitarios”, refiere el cómo poder ayudar mediante estrategias de promoción turística a la parroquia. En La Carolina existe una gran cantidad de atractivos turísticos que aún no han sido aprovechados correctamente, ni mucho menos tomados en cuenta por los habitantes del sector. Luego de haber realizado las entrevistas a los propietarios de los establecimientos turísticos, se llega a la conclusión que en todos los establecimientos hay falencias de los servicios que estos están ofertando, por tal motivo hay una escasa visita de turistas extranjeros.

En el Gobierno Autónomo de la parroquia es muy notorio el poco interés por el turismo e incluso no cuenta con personal capacitado para promover o promocionar la actividad turística, por tal motivo se genera poco desarrollo de la parroquia y a la vez menos fuentes de empleo. Con las estrategias aplicadas, se consideran de gran ayuda para propietarios, autoridades y habitantes en el cuidado de los atractivos turísticos y a la vez fomenten el interés por crear nuevos establecimientos turísticos (Proaño Rivera, 2015).

De acuerdo con Palacios en publicación de artículo “Desarrollo de los atractivos turísticos del cantón Penipe con estrategias de marketing digital” del año 2019, sirve como base para el turismo y marketing, cuyo objetivo de la investigación es aplicar estrategias de marketing digital para la promoción de los atractivos turísticos del Cantón Penipe Provincia de Chimborazo en función de las tendencias actuales de los mercados virtuales. El diseño de la

investigación transversal de tipo no experimental, estableciendo así la ausencia de estrategias digitales aplicadas a la promoción turística. Se identificó que un 63% de la población desconoce la oferta turística del Cantón Penipe, sin embargo, el 98% desearía realizar actividades turísticas en el mencionado cantón. Se manifiesta que el internet es el medio digital idóneo para la difusión del turismo en un 75% de opiniones. En la significación estadística la prueba de Wilcoxon es significativo para las métricas a partir de la aplicación de las estrategias del marketing digital, respondiendo de una manera efectiva a los estímulos generados dentro de la realidad virtual, mostrando así la importancia de la gestión del marketing digital en la promoción turística del Cantón Penipe (Palacios, 2017).

1.2. Desarrollo de Teorías y Conceptos

1.2.1 Marketing

El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los clientes, los socios y la sociedad en general (American Marketing Association, 2017).

El marketing nace como una herramienta con el cual las empresas llegan a crecer, incentivar y comunicar al cliente sus productos y servicios, con la finalidad de conocer y satisfacer sus necesidades (Palacios, 2017).

1.2.2 Turismo

Según la Real Academia Española, el turismo se define como el “conjunto de viajes realizados por placer, motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal” (Diccionario de la Real Academia Española, 2019).

Además, el turismo como lo define la OMT comprende diferentes actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 1995).

1.2.3 Promoción Turística

La Promoción Turística permite la difusión de un destino turístico a través de los medios que ayuda a captar al cliente en ofrecer diferentes servicios, dependiendo del tipo de Turismo

que se esté realizando como lo afirma Castillo & Castaño: “la promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística” (Castillo y Castaño, 2015).

Tipos de Estrategias:

1.2.3.1 Marketing de Contenidos

Según Kotler en su libro “Marketing Management”, destacan la importancia del contenido para construir relaciones a largo plazo con los clientes, utilizando narrativas relevantes que conecten con sus necesidades emocionales y funcionales (Kotler y Keller, 2012).

1.2.3.2 Marketing Digital

Según Chaffey “Las estrategias digitales como SEO, marketing en redes sociales y correo electrónico integran datos y tecnología para mejorar la experiencia del cliente” (Chaffey y Ellis Chadwick, 2019).

1.2.3.3 Segmentación de Mercado

Según Kotler “En su libro Principles of Marketing, menciona cómo la segmentación diferenciada puede maximizar el impacto de los mensajes de marketing” (Kotler, 2001).

1.2.3.4 Inbound Marketing

Halligan y Shah en su “Libro “Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs”, describen cómo atraer clientes proporcionando soluciones útiles y contenido educativo, en lugar de interrumpir con publicidad tradicional” (Halligan y Shah, 2009).

1.2.3.5 Marketing Verde

Ottman en su libro “The New Rules of Green Marketing”, “Analiza cómo las empresas pueden utilizar la sostenibilidad como ventaja competitiva para atraer consumidores conscientes del medio ambiente” (Ottman, 2011).

1.2.3.6 Marketing Experiencial

“Schmitt explica cómo las empresas pueden usar experiencias memorables para conectar emocionalmente con los consumidores” (Schmitt, 1999).

1.2.4 Fundamentos Legales

1.2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008), (título II, capítulo cuatro) sobre los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades se ampara en los siguientes artículos:

Artículo 56.- “Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p.26).

Artículo 57.- “Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos”:

- Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.
- Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

1.2.4 Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

Ley de Turismo

Según la Ley de Turismo (2014), capítulo I “GENERALIDADES” se ampara a través de los siguientes artículos:

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

- a) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- b) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

Según el Reglamento para los Centros turísticos Comunitarios (2010), capítulo V “Patrimonio” se ampara en los siguientes artículos:

Artículo 15.- Oferta Turística. - Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Artículo 17.- Sostenibilidad ambiental. - La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

Artículo 19.- Turismo en áreas naturales del Estado. - Es de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas, la fijación y cobro de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con el PANE.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la Investigación

Esta Investigación tuvo un enfoque mixto y es de carácter exploratorio ya que se buscó poder indagar y diagnosticar el estado del turismo de la comuna, por medio de la utilización de varios métodos y herramientas que ayudaron en el desarrollo de este proyecto y beneficie a esta zona de la provincia.

2.2 Métodos de la Investigación

La presente investigación requiere la aplicación del método analítico, ya que, al recolectar información en encuestas y entrevistas, por medio de sus diferentes actores públicos y autoridades y en varios atractivos donde participaron turistas, habitantes y emprendedores, así poder llegar a un diagnóstico y conclusión, que pueden llegar a demostrar los diferentes problemas y aplicar estrategias, esta muestra surge luego de considerar los datos identificados en el último censo (INEC, 2024).

Además, se tomó en cuenta los datos proporcionados por el GAD Provincial de Santa Elena, que dan a conocer la población actual de la comuna que son de 1800 Habitantes (Subsecretaria de Tierras, 2024).

2.3 Población y muestra

Aquí se tomó en cuenta a los habitantes de la comuna y turistas que se encuentren en los alrededores de la zona mediante la aplicación de encuestas y entrevistas para las autoridades y actores importantes, esto se aplicó mediante el muestreo probabilístico.

La fórmula aplicar:

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

$$n = \frac{1,96(0.5)(1 - 0.5)1800}{(0.5)(1800 - 1) + (1.96)(0.5)(1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{0.96 * 1800}{4.49 + 0.96}$$

$$n = \frac{1728}{5.45}$$

$$n = 317$$

Donde:

n: tamaño de la muestra (380)

N: Población de la parroquia (1800)

Z: nivel de confianza (1.96)

p: probabilidad a favor (0.5)

q: probabilidad en contra (0.5)

e: error muestral (0.05)

2.4 Recolección y procesamiento de datos

Para la recolección de información requerida para el estudio, se empleó encuestas y entrevistas a los turistas, habitantes, emprendedores y actores importantes, se plantearon alrededor de 10 preguntas, las cuales permitieron conocer percepciones de la visita a la comuna y sus atractivos, se midió el nivel de satisfacción del turista y se aplicó entrevistas a personajes importante con el fin de saber qué cambios está tomando la comuna. Para esto se aplicó 10 preguntas y otras adicionales para los emprendedores de la comuna.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

3.1.1 Análisis de las entrevistas actores importantes y autoridades.

En este apartado se sistematizaron las entrevistas realizadas a las autoridades de la provincia y autores que contribuyen al desarrollo turístico de la comuna Loma Alta. El Objetivo de esta entrevista es analizar e implementar las estrategias de promoción turística para la comuna Loma Alta.

Tabla 2. Nombres y cargos de los entrevistados.

Nombre y Apellido	Cargo o Título
Paulina León	Jefe de Turismo, Cultura y Patrimonio en Prefectura Santa Elena
Ítalo Cacao	Presidente del GAD Parroquial de Colonche
Florencio Paltán	Dueño de la Hostería "El Carmelo"
Víctor De la A	Vicepresidente de la Comuna Loma Alta
Alejandro Ramírez	Ex Guardabosques de Comuna Loma Alta

Elaborado por: Jesús Aquino

1. ¿Qué características y atractivos de la Comuna Loma Alta consideran que deben ser resaltados en las campañas de promoción turística?

Todos destacan la riqueza natural y cultural de Loma Alta como sus principales atractivos. De acuerdo con el criterio de la Señora Paulina León, la biodiversidad y los espacios naturales son ideales para senderismo y cascadas, además de la gastronomía y tradiciones locales. El señor Ítalo Cacao resalta específicamente el sector de "La Bramona", una cascada y área de camping en la montaña. Según el señor Florencio Paltán, dueño de hostería subraya la observación de aves silvestres en la reserva natural protegido. Víctor de la A, vicepresidente de la comunidad también destaca las artesanías tradicionales, como los sombreros de paja toquilla. El señor Alejandro Ramírez, ex Guardabosques señala la naturaleza de la comuna como el principal recurso a promover.

2. ¿Qué medios y canales de comunicación creen que serían más efectivos para promocionar la Comuna Loma Alta a nivel nacional e internacional?

Todas las personas entrevistadas coinciden en que las redes sociales son efectivos para la promoción de Loma Alta. La Sra. Paulina León y el Sr. Ítalo Cacao, ambas autoridades recomiendan especialmente el uso de redes sociales, señalando su capacidad para llegar a públicos amplios. Florencio Paltán y Alejandro Ramírez ex Guardabosques, también ven en las redes sociales una herramienta clave para el alcance nacional e internacional. Víctor de la A, vicepresidente de la comunidad sugiere complementar el uso de medios digitales con televisión para maximizar la visibilidad de la comuna.

3. ¿Qué papel pueden desempeñar los habitantes locales en la promoción turística de la comuna y cómo pueden ser capacitados para ello?

Resaltan que los habitantes de Loma Alta son esenciales para el éxito turístico de la comuna, pero que necesitan capacitación para poder desempeñar ese rol. Paulina León, sugiere que los habitantes deben empoderarse y organizarse antes de asumir la promoción y comercialización del turismo. Ítalo Cacao, observa que, aunque conocen bien el lugar, carecen de compromiso y formación en turismo. Florencio Paltán, menciona la falta de liderazgo en la comunidad como un obstáculo. Víctor de la A, vicepresidente de la comunidad y Alejandro Ramírez ex Guardabosques coinciden en que deben recibir formación en promoción turística para desempeñar mejor su papel.

4. ¿Cuáles son las principales dificultades o desafíos que enfrenta la Comuna Loma Alta en el desarrollo y promoción de su turismo?

Todos señalan la falta de infraestructura y organización como los mayores desafíos para el desarrollo turístico en Loma Alta. Paulina León, menciona la ausencia de una organización comunitaria adecuada como un obstáculo clave. Ítalo Cacao, subraya la falta de caminos accesibles y la escasa participación en las capacitaciones. Florencio Paltán, también destaca el difícil acceso a la comuna como un problema. Víctor de la A, menciona el bajo nivel de participación, especialmente de las mujeres, y la falta de apoyo constante de las instituciones. Alejandro Ramírez ex Guardabosques añade que la falta de coordinación y organización limita el desarrollo turístico.

5. ¿Qué estrategias de colaboración entre la comunidad y el gobierno local podrían implementarse para fortalecer la promoción turística de la Comuna Loma Alta?

Coinciden en la necesidad de colaboración con el gobierno local y otras instituciones para fortalecer el turismo. Paulina León, propone reactivar el centro de turismo comunitario y una articulación mejorada con el gobierno y el Ministerio de Turismo. Ítalo Cacao, sugiere trabajar con el gobierno para mejorar las vías de acceso y la promoción en redes sociales. Florencio Paltán, aboga por la mejora de las rutas en colaboración con el gobierno. Víctor de la A, recomienda desarrollar proyectos turísticos con los gobiernos y otras comunidades vecinas. Alejandro Ramírez, plantea la necesidad de alianzas con instituciones de turismo para incrementar la visibilidad de Loma Alta.

6. ¿Qué tipo de infraestructura o servicios adicionales creen que son necesarios para mejorar la experiencia turística en la Comuna Loma Alta?

La falta de infraestructura y servicios limita la experiencia del visitante. Paulina León, enfatiza la necesidad de guías locales que puedan interpretar el patrimonio natural y cultural de la comuna. Ítalo Cacao, sugiere revitalizar el centro de interpretación turística y proporcionar alojamientos para los visitantes. Florencio Paltán, destaca la importancia de mejorar las vías de acceso. Víctor de la A, menciona la falta de alojamientos y de un complejo turístico, y Alejandro Ramírez insiste en que se necesita un plan de infraestructura que incluya rutas, señalización y personal capacitado.

7. ¿Qué iniciativas actuales de promoción turística existen en la Comuna Loma Alta y cómo han impactado en la afluencia de visitantes?

Consideran que las iniciativas de promoción son insuficientes o inexistentes. Paulina León, menciona que la promoción debería ser el último paso, después de fortalecer la organización y planificación de los servicios turísticos. Ítalo Cacao, comenta que han realizado videos y actividades promocionales en medios digitales y radiales, pero sin un impacto significativo. Florencio Paltán, también percibe una falta de iniciativas efectivas. Víctor de la A, destaca algunas capacitaciones y trabajos en colaboración con instituciones, y Alejandro Ramírez, señala que han implementado programas de conservación, pero sin un enfoque sólido en la promoción turística.

8. ¿Cómo perciben la participación y el apoyo del gobierno local y regional en la promoción del turismo en la comuna?

El apoyo del gobierno ha sido limitado. Paulina León y Ítalo Cacao, mencionan que como gobierno se ha apoyado a la Comuna, pero se necesita más articulación con otros destinos y los habitantes no van mucho a las capacitaciones. Florencio Paltán y Alejandro Ramírez, destacan que la comunidad está mayormente desatendida en términos de promoción turística, y Víctor de la A, sugiere que el apoyo es escaso y que falta una mayor implicación de las autoridades.

9. ¿Qué tipo de colaboración o alianzas con otras comunidades o entidades turísticas consideran que podrían beneficiar la promoción de Loma Alta?

Se resalta la importancia de las alianzas estratégicas con otras comunidades y entidades turísticas. Paulina León, Ítalo Cacao y Florencio Paltán, sugieren alianzas con destinos cercanos ya posicionados para crear circuitos turísticos integrados y promocionarlos. Víctor de la A y Alejandro Ramírez, plantean la necesidad de colaboración con entidades como la prefectura y el Ministerio de Turismo para crear un comité turístico a través de visita de técnicos para evaluar y proponer mejoras.

10. ¿Qué medidas de sostenibilidad y conservación consideran cruciales para asegurar un turismo responsable y duradero en la Comuna Loma Alta?

Se reconoce la necesidad de implementar prácticas sostenibles y de conservación en Loma Alta. Paulina León e Ítalo Cacao, mencionan la creación de un sistema provincial de áreas de conservación que fomente el uso sostenible de los recursos y la necesidad de involucrar a la comunidad en la recolección de basura y la concienciación ambiental. Florencio Paltan, Víctor de la A y Alejandro Ramírez, resaltan la importancia de proteger el bosque y fomentar prácticas sostenibles, además de actividades de conservación que contribuyan al cuidado del medio ambiente.

3.1.2. Análisis de encuestas a turistas, habitantes y emprendedores.

En este apartado constan los resultados obtenidos para poder determinar las estrategias de promoción turística que se aplicarán para la comuna Loma Alta.

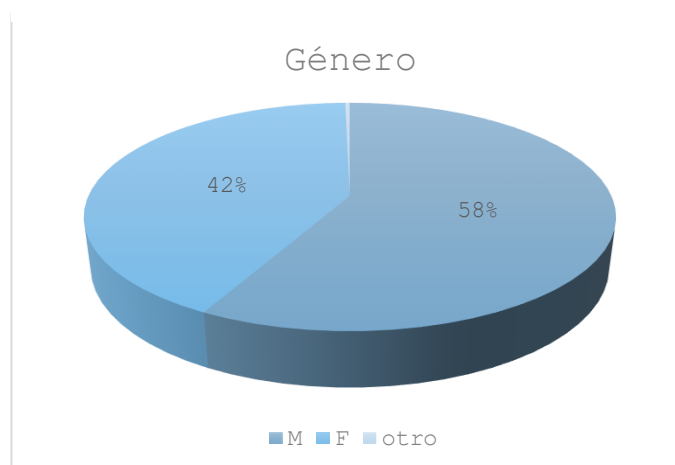
Tabla 3. Género de los encuestados

Género		
Respuesta	Frecuencia	%
Masculino	183	58%
Femenino	133	42%
otro	1	0%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 1 Género de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los resultados demuestran que el 58% de los encuestados que participaron en la encuesta son masculinos, mientras que el 42% son femeninas, lo que refleja una participación equilibrada entre ambos géneros. Esta distribución sugiere que el perfil del turista en la Comuna Loma Alta es relativamente diverso en términos de género.

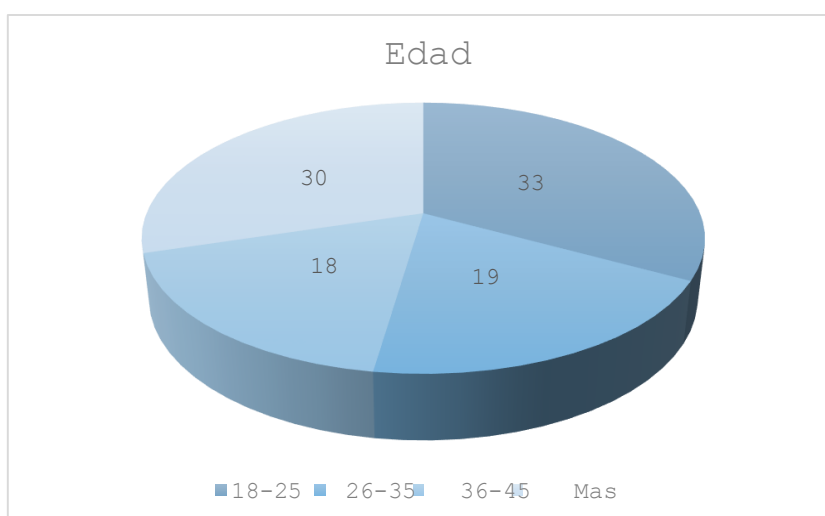
Tabla 4. Edad de los encuestados

Edad		
Respuesta	Frecuencia	%
18-25 años	104	33%
26-35 años	62	20%
36-45 años	57	18%
Más de 46 años	94	30%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 2 Edad de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Las edades de los encuestados muestran que la mayoría de los visitantes se agrupan en los rangos de 18 a 25 años (33%) y mayores de 46 años (30%), lo que sugiere que la comuna atrae tanto a jóvenes como a adultos mayores, por sus atractivos naturales y culturales. Esto destaca la necesidad de estrategias de promoción variadas y actividades turísticas para satisfacer las expectativas de cada grupo.

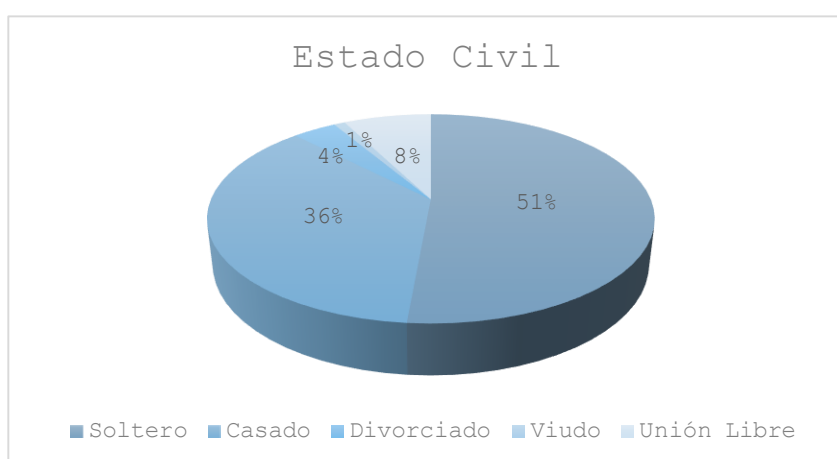
Tabla 5. Estado civil

Estado Civil		
Respuesta	Frecuencia	%
Soltero	163	51%
Casado	115	36%
Divorciado	12	4%
Viudo	3	1%
Unión Libre	24	8%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 3 Estado civil de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino.

Análisis e interpretación:

El estado civil de los encuestados muestra que la mayoría son solteros y casados, esto indica que la comuna atrae principalmente a personas jóvenes o en pareja, lo que podría implicar la necesidad de ofrecer actividades para todos los grupos, desde experiencias sociales y recreativas para los solteros hasta actividades más familiares para parejas y otros tipos de visitantes.

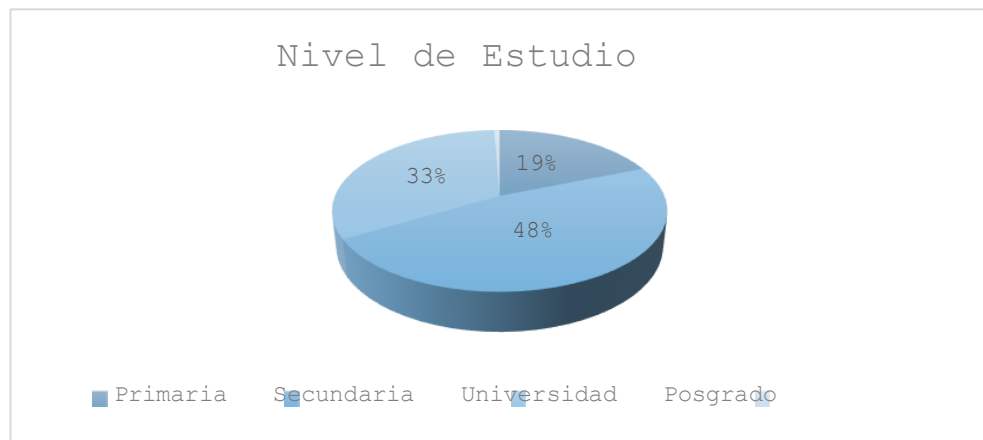
Tabla 6. Nivel de estudio de los encuestados

Nivel de Estudio		
Respuesta	Frecuencia	%
Primaria	60	19%
Secundaria	151	48%
Universidad	104	33%
Posgrado	2	1%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 4. Nivel de estudio de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

El análisis del nivel del presente estudio revela que la mayoría de las personas poseen formación secundaria, lo que indica un perfil educativo medio del turista. Y otros tienen estudios universitarios, lo que refleja un segmento importante de personas con educación superior, lo que demuestra que podría influir en las estrategias de promoción turística, especialmente en la accesibilidad y el tipo de actividades según los niveles educativos de los turistas y residentes.

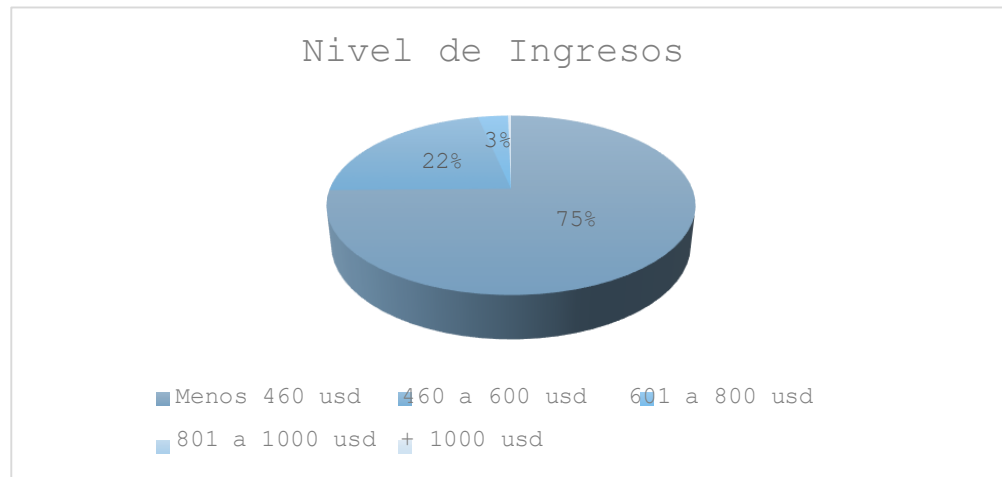
Tabla 7. Nivel de ingreso de los encuestados

Nivel de Ingresos		
Respuesta	Frecuencia	%
Menos 460 usd	237	75%
460 a 600 usd	69	22%
601 a 800 usd	10	3%
801 a 1000 usd	0	0%
+ 1000 usd	1	0%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 5. Nivel de ingreso de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

La información proporcionada por los encuestados, determinan que tienen ingresos menores a \$460 mensuales, reflejando un perfil económico bajo y otra parte percibe entre \$460 y \$600. Todo indica que es necesario diseñar estrategias turísticas accesibles y asequibles, tanto para atraer visitantes de todos los niveles económicos y generar oportunidades que mejoren el bienestar económico local (Kotler 2004).

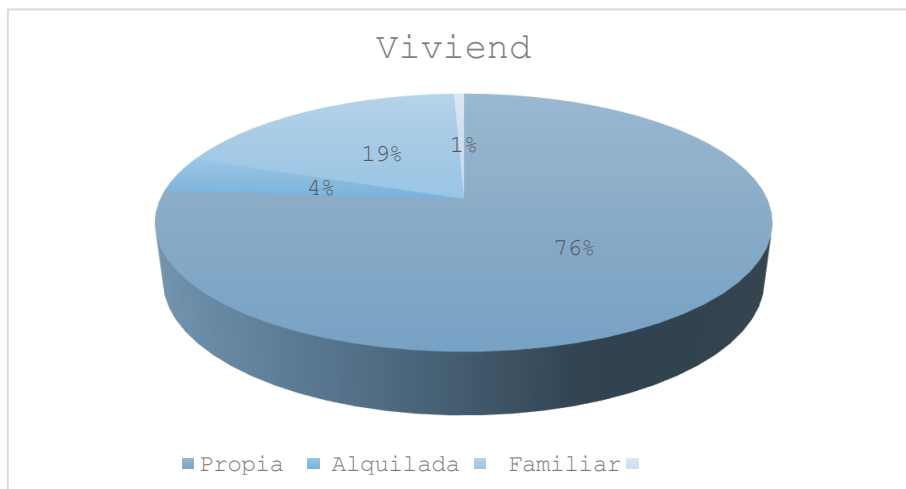
Tabla 8. Vivienda

Vivienda		
Respuesta	Frecuencia	%
Propia	241	76%
Alquilada	14	4%
Familiar	60	19%
Prestada	2	1%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 6. Vivienda de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

En su gran mayoría de los encuestados poseen vivienda, lo que sugiere estabilidad residencial, otros viven en viviendas familiares, reflejando apoyo familiar. Esto facilita la implementación de estrategias turísticas que involucren a los habitantes en proyectos locales, aprovechando su apego al lugar y su disposición a mejorar el entorno.

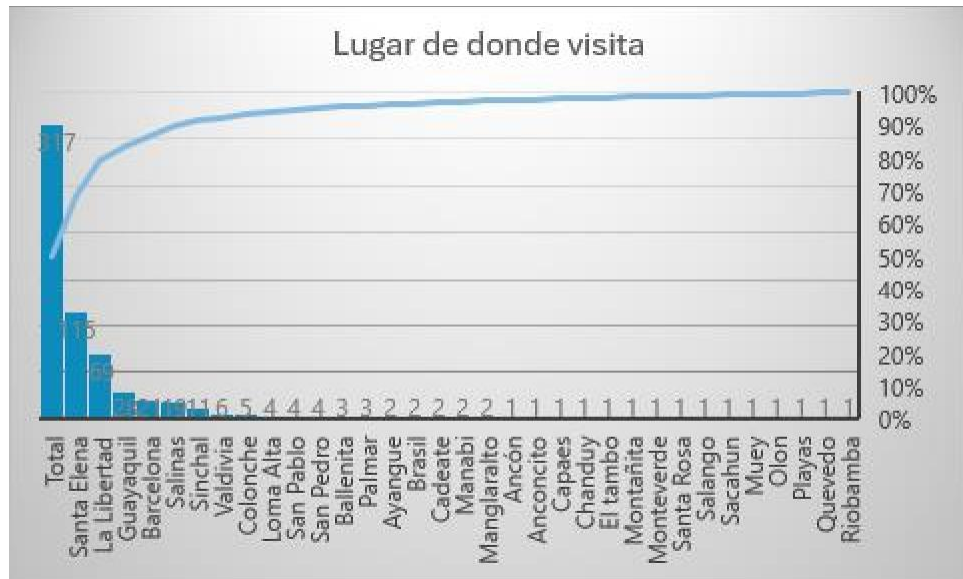
Tabla 9. Lugar de domicilio

Lugar de donde visita		
Respuesta	Frecuencia	%
Santa Elena	115	36%
La Libertad	69	22%
Salinas	19	6%
Ancón	1	0%
Anconcito	1	0%
Ayangue	2	1%
Ballenita	3	1%
Barcelona	21	7%
Brasil	2	1%
Cadeate	2	1%
Capaes	1	0%
Chanduy	1	0%
Colonche	5	2%
El Tambo	1	0%
Guayaquil	28	9%
Loma Alta	4	1%
Manabí	2	1%
Manglaralto	2	1%
Montañita	1	0%
Monteverde	1	0%
San Pablo	4	1%
San Pedro	4	1%
Santa Rosa	1	0%
Sinchal	11	3%
Salango	1	0%
Sacachún	1	0%
Muey	1	0%
Olón	1	0%
Palmar	3	1%
Playas	1	0%
Valdivia	6	2%
Quevedo	1	0%
Riobamba	1	0%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 7 Lugar de domicilio de los encuestados



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

El lugar de origen de los visitantes da conocer que la mayor parte proviene del contexto de la provincia de Santa Elena, como son desde los cantones de Santa Elena, Salinas y La Libertad. Esto sugiere que la comuna atrae principalmente a personas de destinos cercanos, lo cual puede estar relacionado con la accesibilidad y conocimiento de la zona. Por otro lado, los visitantes de Guayaquil muestra una conexión impulsada por el atractivo de lo natural y ecológico que ofrece la comuna. Además, existen visitantes de otras partes del Ecuador y extranjeros, por tanto, se sugiere, si bien la mayoría de los visitantes son locales, existe un potencial de atracción para un público más amplio, y que vaya con una promoción adecuada.

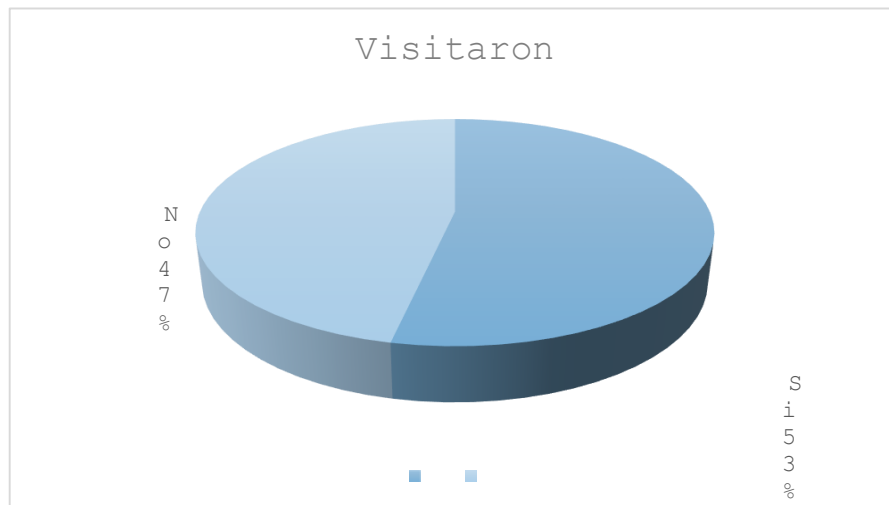
Tabla 10. Visita a Loma Alta

Visitaron		
Respuesta	Frecuencia	%
Si	169	53%
No	148	47%
Total	317	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 8. Visita a Loma Alta



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

El resultado de la encuesta demuestra que, si han visitado Loma Alta, mientras que otra parte no lo ha hecho. Lo que, si bien refleja que la comuna es un destino conocido localmente, todavía existe personas que no han visitado y explorado sus atractivos turísticos.

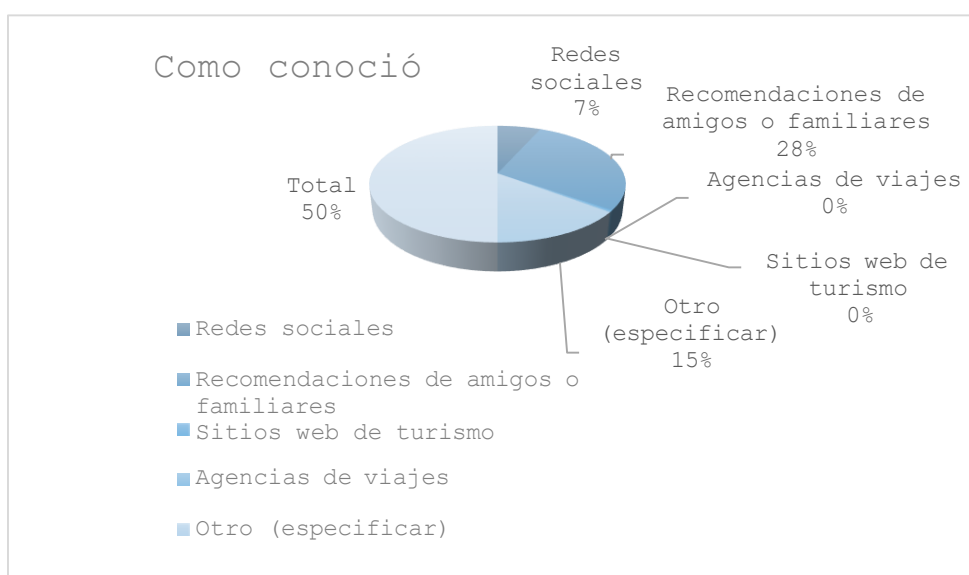
Tabla 11. Cómo se enteraron de Loma Alta

Cómo se conoce Loma Alta		
Respuesta	Frecuencia	%
Redes sociales	22	13%
Recomendaciones de amigos o familiares	96	57%
Sitios web de turismo	1	1%
Agencias de viajes	1	1%
Otro (especificar)	49	29%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 9. Cómo se enteraron de Loma Alta



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Con estos datos se interpreta que la mayoría de los informantes conoce de Loma Alta a través de recomendaciones de amigos o familiares y por las redes sociales. Destacando también la importancia del "boca a boca" y el creciente papel de las redes sociales como canales de promoción. Esto sugiere un área de oportunidad para fortalecer la presencia digital de la comuna.

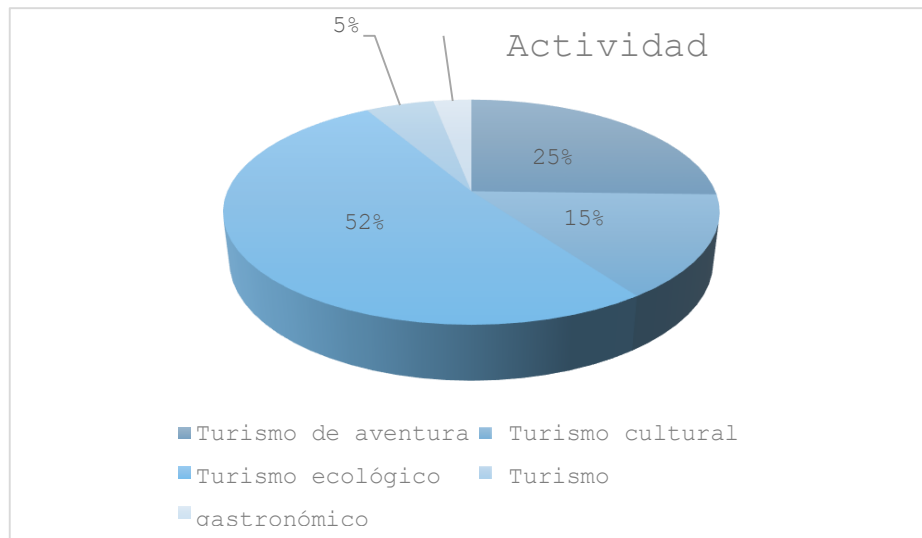
Tabla 12. Actividad Turística

Actividad Turística		
Respuesta	Frecuencia	%
Turismo de aventura	43	25%
Turismo cultural	25	15%
Turismo ecológico	87	51%
Turismo gastronómico	9	5%
Otro (especificar)	5	3%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 10 Actividad Turística



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Las actividades turísticas principales en Loma Alta son: el turismo ecológico, turismo de aventura y turismo cultural. Esto genera atracción a los recursos naturales de la comuna y su potencial para desarrollar un turismo sostenible, relevante para crear estrategias acordes a los intereses del turista.

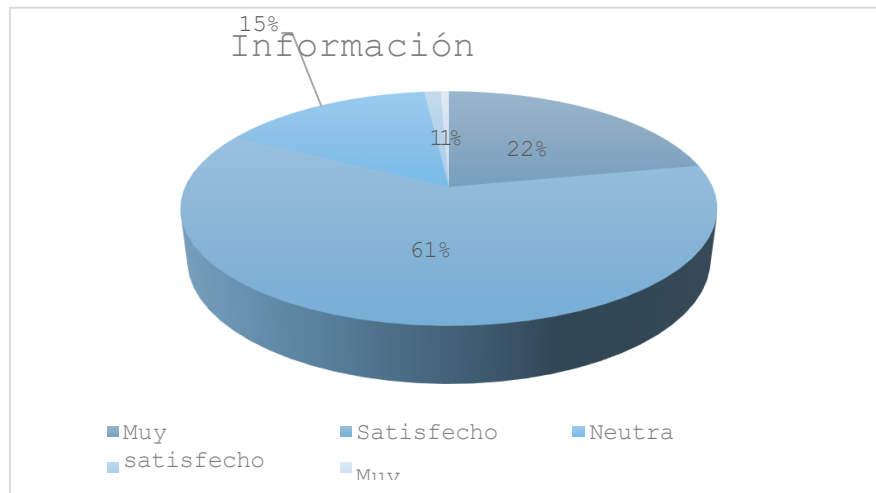
Tabla 13. Información Turística

Información Turística		
Respuesta	Frecuencia	%
Muy satisfecho	37	22%
Satisfecho	103	61%
Neutral	26	15%
Insatisfecho	2	1%
Muy insatisfecho	1	1%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 11 Información Turística



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

La satisfacción con la información turística en Loma Alta por parte de los visitantes muestra que están satisfechos o muy satisfechos, lo que sugiere una percepción positiva de los recursos informativos existentes para mejorar la experiencia y fomentar la promoción turística. Sin embargo, las respuestas neutrales e insatisfacción reflejan la oportunidad de optimizar la accesibilidad de la información, lo que podría reforzar más la imagen de la comunidad como un destino turístico completo y atractivo.

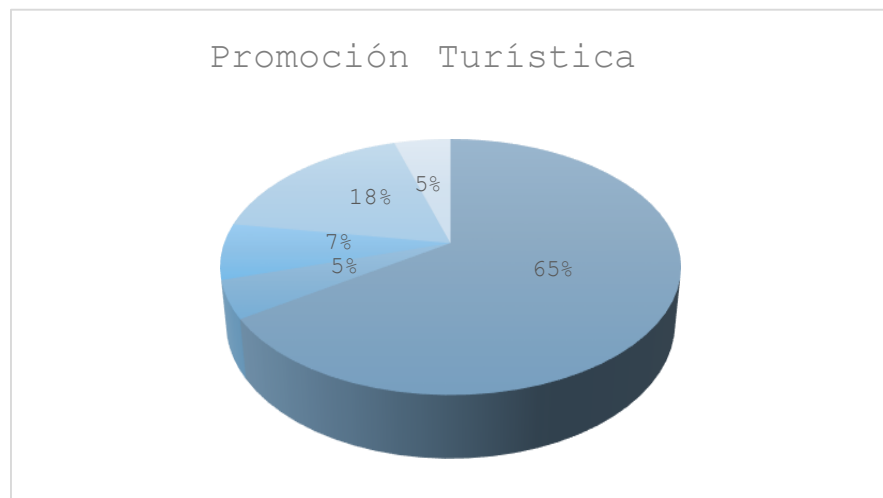
Tabla 14. Promoción Turística

Promoción Turística		
Respuesta	Frecuencia	%
Mayor presencia en redes sociales y campañas digitales	111	66%
Colaboraciones con influencers o bloggers de viajes	8	5%
Publicidad en medios tradicionales	12	7%
Participación en ferias y exposiciones de turismo	30	18%
Creación de paquetes turísticos atractivos y accesibles	8	5%
Total	169	78%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 12 Promoción Turística



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los visitantes consideran crucial la presencia de Loma Alta en redes sociales y campañas digitales, destacando la relevancia del marketing digital en la visibilidad del destino, por otra parte, las actividades presenciales como ferias y exposiciones, esto enfatiza que los esfuerzos deben centrarse en canales digitales y colaboraciones estratégicas para el alcance e impacto del turismo en la comuna.

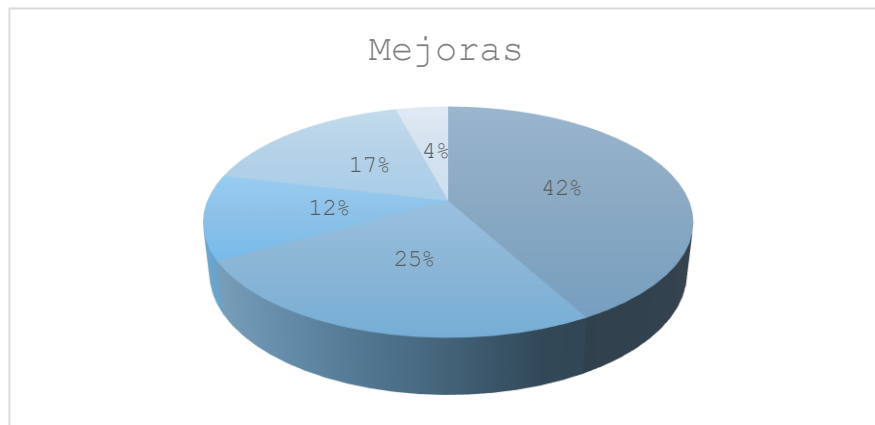
Tabla 15. Mejoras

Mejoras		
Respuesta	Frecuencia	%
Infraestructura y servicios	71	42%
Actividades y atracciones turísticas	42	25%
Información y guías turísticas	20	12%
Seguridad y limpieza	29	17%
Atención al cliente y hospitalidad	7	4%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 13. Mejoras



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

El desarrollo de la infraestructura y servicios es prioritario para incrementar la atracción del destino, esto subraya la área clave en la que se debe enfocar las estrategias de promoción turística para lograr un turismo más atractivo y sostenible en la comuna.

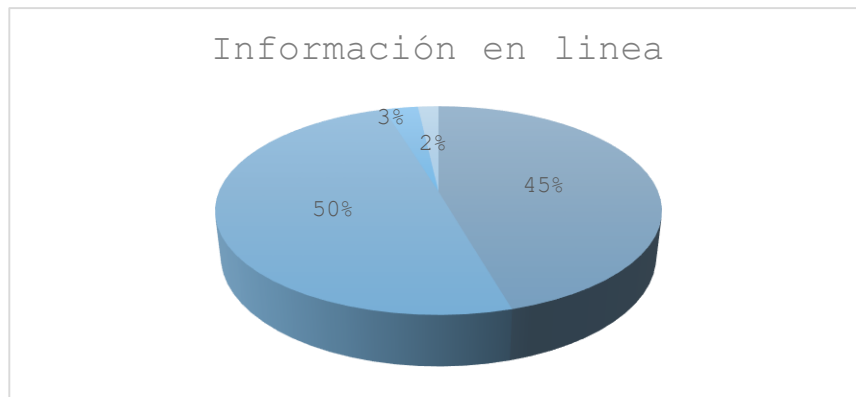
Tabla 16. Información en Línea

Información en línea		
Respuesta	Frecuencia	%
Muy importante	77	46%
Importante	84	50%
Moderadamente importante	5	3%
Poco importante	3	2%
Nada importante	0	0%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 14 Información en línea



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Se considera importante o muy importante la disponibilidad de información en línea sobre Loma Alta, tomando como relevancia una presencia digital sólida y accesible para atraer a potenciales visitantes. La alta valoración de la información en línea refuerza la necesidad de emplear canales digitales para mejorar la visibilidad de la comuna.

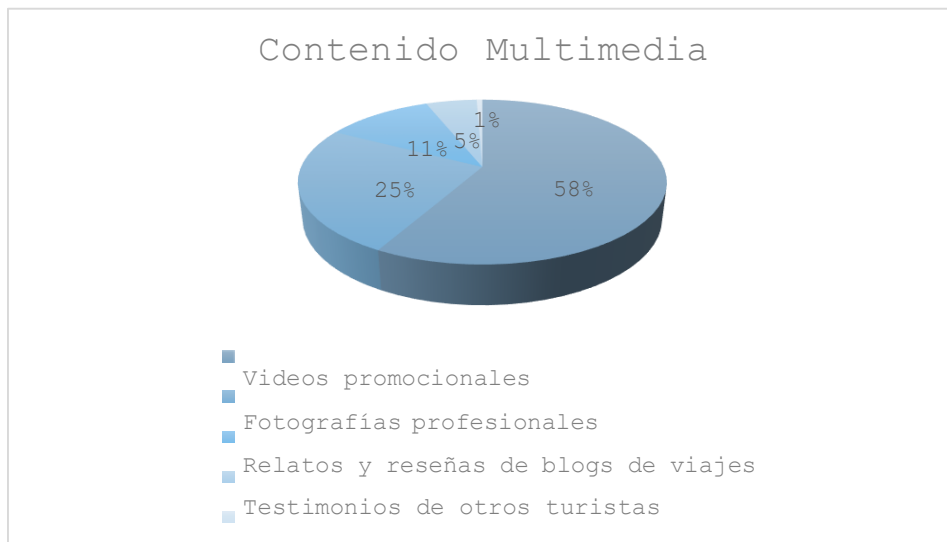
Tabla 17. Contenido multimedia

Contenido Multimedia		
Respuesta	Frecuencia	%
Videos promocionales	98	58%
Fotografías profesionales	42	25%
Relatos y reseñas de blogs de viajes	19	11%
Testimonios de otros turistas	9	5%
Otro (especificar)	1	1%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 15 Contenido multimedia



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los videos promocionales y fotografías profesionales son los contenidos multimedia claves, lo que resalta la importancia de una estrategia visual por medios digitales a través de las redes sociales y otros medios para influir en la experiencia del visitante y así difundir la comuna.

Tabla 18. Recomendar

Recomendar		
Respuesta	Frecuencia	%
Muy probable	98	58%
Probable	42	25%
Indeciso	19	11%
Poco probable	9	5%
Muy poco probable	1	1%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 16. Recomendar



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

De acuerdo con la información se considera que los turistas que visitaron Loma Alta es muy probable que recomienden a otras personas que visiten la comunidad, esto subraya la satisfacción general con la experiencia turística que tuvo, a su vez da a demostrar el potencial de la comuna para atraer nuevos visitantes a través del boca a boca positivo, fortalecer los servicios y las experiencias ofrecidas y su vez generar un impacto económico positivo en la comunidad.

Tabla 19. Experiencia turística

Experiencia Turística		
Respuesta	Frecuencia	%
Calidad y variedad de alojamientos	23	14%
Servicios de guía y tours organizados	39	23%
Facilidad de acceso y transporte	49	29%
Actividades recreativas y culturales	36	21%
Información y señalización clara y accesible	22	13%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 17 Experiencia turística



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Para el turista de acuerdo con su experiencia turística prioriza la mejora de facilidad de acceso y transporte, y a su vez los servicios de guía y tours organizados, esto conlleva a optimizar la accesibilidad y el acompañamiento informativo, diversificar y mejorar la infraestructura y servicios para ofrecer una experiencia más completa y atractiva.

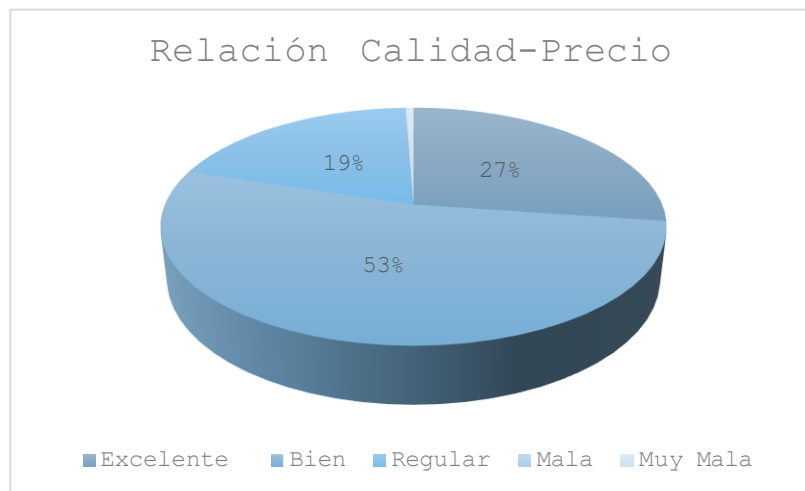
Tabla 20. Relación Calidad - Precio

Relación Calidad-Precio		
Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	46	27%
Bien	89	53%
Regular	33	20%
Mala	0	0%
Muy Mala	1	1%
Total	169	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 18. Relación Calidad - Precio



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

La relación calidad-precio en Loma Alta lo califican como buena y excelente, este respaldo sugiere que los servicios y experiencias disponibles cumplen en gran medida con las expectativas económicas de los turistas, acompañado de un enfoque en la optimización de costos y calidad podría aumentar la competitividad y atraer más visitantes.

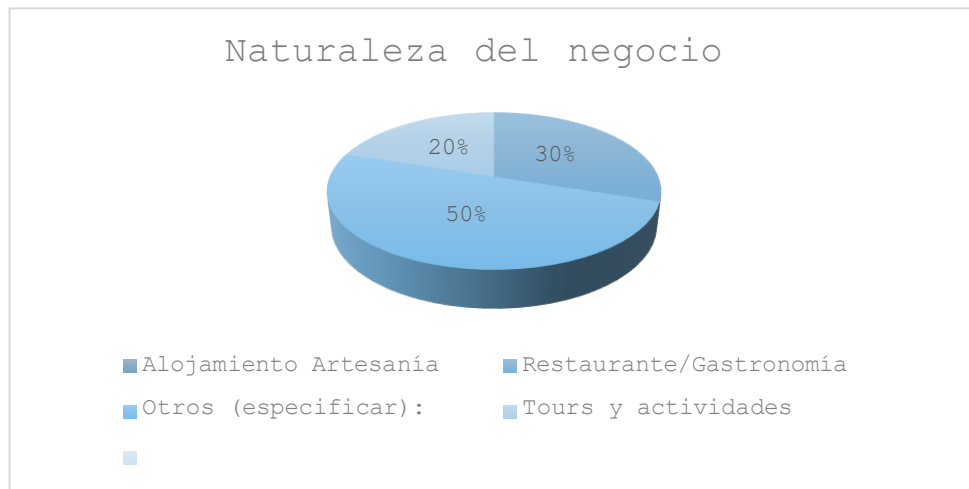
Tabla 21. Naturaleza del negocio

Naturaleza del negocio		
Respuesta	Frecuencia	%
Alojamiento	0	0%
Restaurante/Gastronomía	3	30%
Artesanía	5	50%
Tours y actividades	2	20%
Otros (especificar):	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 19 Naturaleza del negocio



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los tipos de negocios en la comuna se distribuyen en Artesanías, gastronómico y tours, esto refleja un enfoque en experiencias culturales y productos, tanto en las comunidades de Loma Alta y Barcelona con sus emprendimientos, destacando los elementos culturales y ecológicos de la comunidad, y con esto fortalecimiento la identidad local.

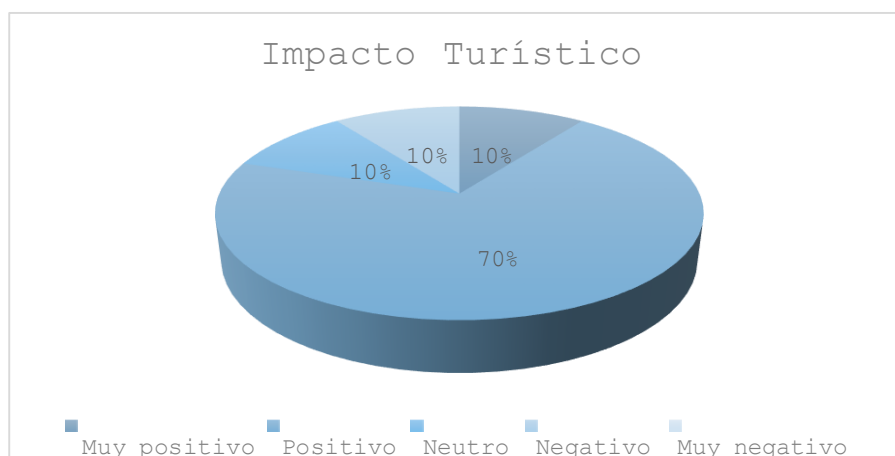
Tabla 22. Impacto Turístico

Impacto Turístico		
Respuesta	Frecuencia	%
Muy positivo	1	10%
Positivo	7	70%
Neutro	1	10%
Negativo	1	10%
Muy negativo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 20 Impacto Turístico



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los emprendedores de estas dos comunidades miran de manera favorable el impacto del turismo, otros de manera positiva, con esto los residentes ven al turismo como un motor de desarrollo económico y social.

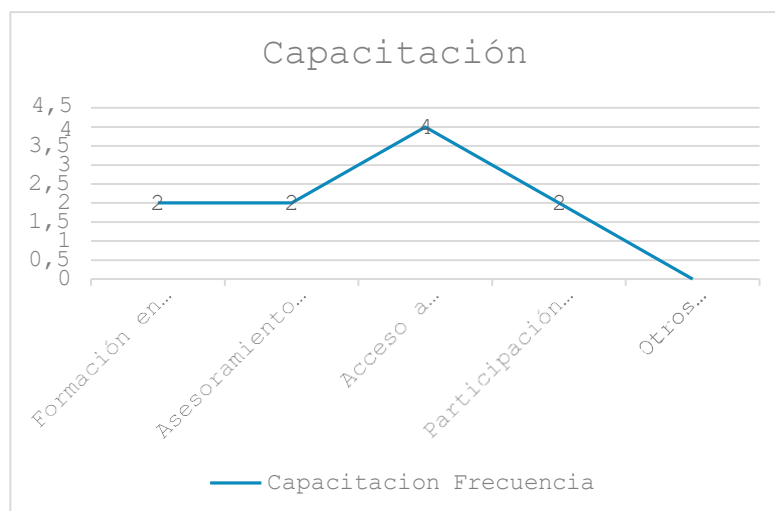
Tabla 23. Capacitación

Capacitación		
Respuesta	Frecuencia	%
Formación en marketing digital	2	20%
Asesoramiento en diseño de productos turísticos	2	20%
Acceso a financiamiento o créditos	4	40%
Participación en ferias y eventos de turismo	2	20%
Otros (especificar)	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 21 Capacitación



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los emprendedores, para ellos una capacitación en acceso a financiamiento o créditos es fortalecer los negocios, otros prefieren en marketing digital, participación en ferias y eventos de turismo, y el asesoramiento en diseño de productos turísticos. Estos hallazgos permiten ver la relevancia de ofrecer capacitación en competencias específicas que impulsen la promoción turística y el desarrollo económico.

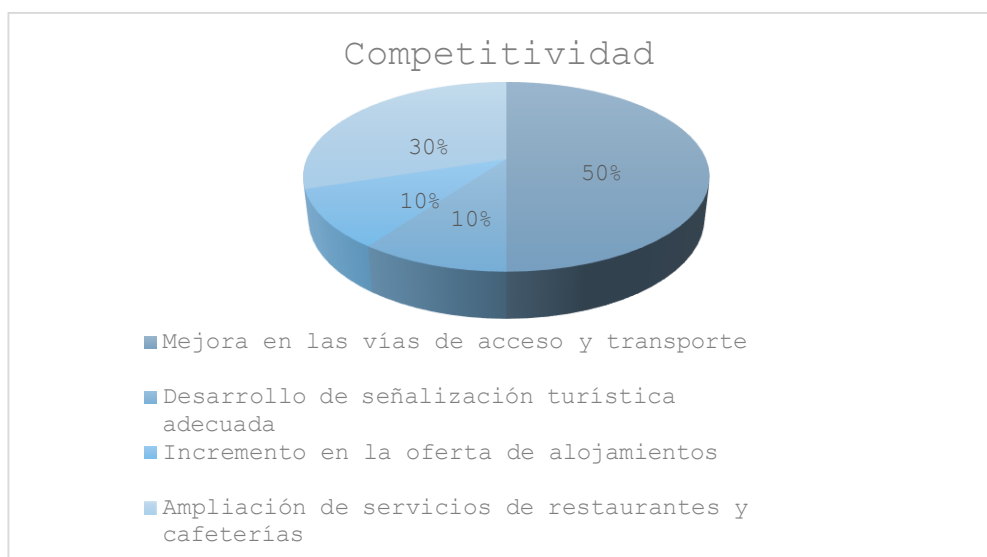
Tabla 24. Competitividad

Competitividad		
Respuesta	Frecuencia	%
Mejora en las vías de acceso y transporte	5	50%
Desarrollo de señalización turística adecuada	1	10%
Incremento en la oferta de alojamientos	1	10%
Ampliación de servicios de restaurantes y cafeterías	3	30%
Otros (especificar)	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 22 Competitividad



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Los emprendimientos ven la mejora de vías de acceso y transporte como un factor indispensable para aumentar la competitividad turística, además de ampliar los servicios de restaurantes y cafeterías, por eso la necesidad de fortalecer la infraestructura y servicios básicos.

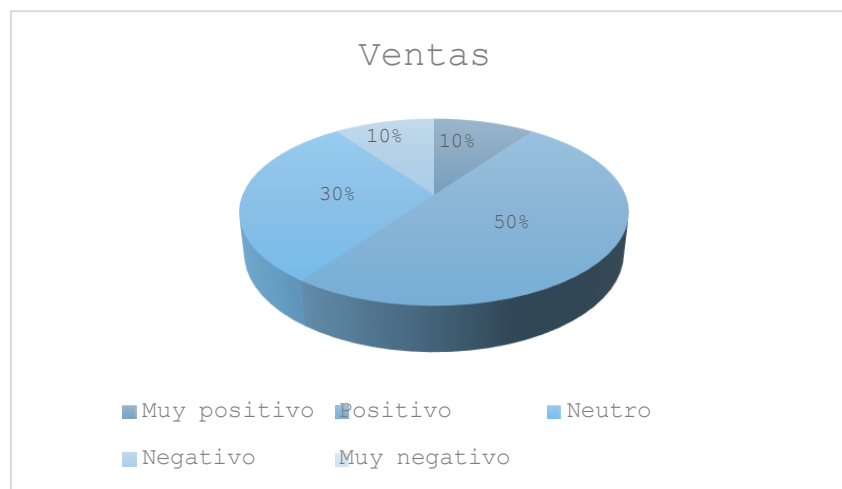
Tabla 25. Ventas

Ventas		
Respuesta	Frecuencia	%
Muy positivo	1	10%
Positivo	5	50%
Neutro	3	30%
Negativo	1	10%
Muy negativo	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jesús Aquino

Fuente: Encuesta realizada a turistas, habitantes y emprendedores de la comuna Loma Alta y visitantes de las zonas aledañas (2024)

Ilustración 23 Ventas



Elaborado por: Jesús Aquino

Análisis e interpretación:

Las ventas para los negocios de estas zonas ven muy positivo, para otros neutral. Este panorama sugiere que, aunque la actividad turística está teniendo un impacto positivo en la economía local, hay áreas de oportunidad para mejorar las estrategias de marketing y promoción, especialmente en aspectos como la visibilidad de los productos turísticos y la infraestructura de la comuna.

DISCUSIÓN

- Los hallazgos encontrados a través de la recolección de información en las encuestas realizadas en la comuna Loma Alta, permiten ver los principales problemas que afectan al desarrollo del turismo en la zona; la mitad de las personas encuestadas no conocen o han escuchado de la existencia de esta comunidad, la falta de promoción o conocimiento de sus atractivos. Dado este contexto, las estrategias de marketing digital y la mejora de información turística son esenciales para atraer más turistas, esto podría ser a través de las redes sociales y la creación de contenido ya sea fotos y videos, todo en coherencia de acuerdo con los estudios de Castillo y Castaño (2015).
- La motivación del turista se destaca por el ecoturismo y el turismo de aventura, esto refuerza la necesidad de integrar prácticas sostenibles en la zona. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), el ecoturismo es clave para el desarrollo turístico en zonas de Alta biodiversidad como es Loma Alta y esta es herramienta efectiva para conservar el medio ambiente.
- La información turística es otra parte importante, según los resultados obtenidos los turistas destacan estar satisfecho con la información disponible, a su vez que sigue siendo fundamental para los emprendedores las capacitaciones en marketing digital para así poder mejorar la experiencia del visitante, la WWF Ecuador destaca la importancia de la formación en sostenibilidad para los actores turísticos (WWF, 2015).
- En mejoras los turistas coinciden en la necesidad de optimizar la infraestructura y servicios que son precarias, por lo que refleja una barrera en muchas zonas rurales de Ecuador y Santa Elena que carecen de inversión en accesibilidad y servicios básicos, esto limita el potencial turístico de la comuna lo que hace necesario la inversión pública y privada (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

CONCLUSIONES

La comunidad de Loma Alta tiene un gran potencial turístico por sus atractivos naturales, pero enfrentan desafíos grandes en accesibilidad y promoción, los visitantes han conocido más el lugar por el método boca a boca y la oportunidad de mejorar la presencia en redes sociales por medio del marketing digital.

Las preferencias en actividades turísticas de acuerdo con los resultados muestran que las actividades de ecoturismo son las más demandadas, esto subraya la importancia de fortalecer la oferta turística en esta área, para atraer un público más amplio y responder a las diferentes expectativas de los turistas.

La falta de infraestructura adecuada es un obstáculo clave que limita el potencial de crecimiento del turismo en la comuna, así como los servicios son áreas críticas para mejorar. Esto resalta la necesidad de trabajar en el desarrollo de infraestructuras turísticas, especialmente en áreas de transporte y señalización.

Los turistas están satisfechos con la relación calidad-precio en comunidad, lo que da a conocer que los precios son razonables. Sin embargo, es fundamental mantener y mejorar los servicios para asegurar que esta percepción se mantenga positiva, y se justifica la inversión en la mejora de la infraestructura y la calidad de la oferta.

RECOMENDACIONES

El fortalecimiento de la promoción por medios digitales conlleva a realizar publicidad en redes sociales mediante campañas y colaboración con influencers, lo que ayudará a llegar a una demanda más amplia de interesados en el ecoturismo.

Mejorar la infraestructura y servicios es básica para Loma Alta, especialmente en acceso a la comuna, la señalización turística y los servicios básicos, lo que facilita la llegada de más turistas y mejorar la experiencia del visitante.

Es esencial la formación en áreas clave como marketing digital para los emprendedores y los residentes de Loma Alta. Esto garantizará una experiencia turística de calidad y fortalecerá la competitividad de la comuna frente a otros destinos turísticos.

Alinear las estrategias de promoción con los principios de sostenibilidad es importante para asegurar el desarrollo a largo plazo de Loma Alta. Aprovechar los recursos naturales de manera responsable es atraer a turistas conscientes del medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Marketing Association. (2017). *American Marketing Association*. American Marketing Association: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C. (2018). *Urismo Comunitario;Evolución Socioespacial;Emprendimiento Turístico;Recursos Naturales*. revista UIDE. <https://doi.org/37000/2826>
- Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La Promoción Turística A Través De Técnicas Tradicionales Y Nuevas. Una revisión de 2009 a 2014. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 24(3), 737-757. <https://doi.org/0327-5841>
- Chaffey, D., & Ellis Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy and Implementation*. Pearson Education. <https://doi.org/0273746103>
- Chiquito Crespo, G. (2022). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Repositorio de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/64148>
- Constitución de la República del Ecuador, (pág 26). (2008). *Biblioteca LEXIS*. Biblioteca LEXIS: <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador>
- del, M. d., y Ministerio de Turismo del Ecuador, E. (2018). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Diccionario de la Real Academia española. (2019). *Diccionario de la Real Academia española*. Diccionario de la Real Academia española: [https://identidadydesarrollo.com/que-es-el-turismo/#:~:text=Organización%20Mundial%20del%20Turismo%20\(OMT\):%20La%20OMT%20define%20el,remunerada%20en%20el%20lugar%20visitado](https://identidadydesarrollo.com/que-es-el-turismo/#:~:text=Organización%20Mundial%20del%20Turismo%20(OMT):%20La%20OMT%20define%20el,remunerada%20en%20el%20lugar%20visitado)”.
- Encarnación Castro, D., & Proaño Rivera, A. (2015). *Repositorio de la Univeridad de los Andes*. Repositorio de la Univeridad de los Andes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1577>

- Halligan, B., & Shah, D. (2009). John Willey & Sons. <https://doi.org/9780470499313> INEC. (2024). *INEC*. INEC: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com>
- Kotler, P. (2001). *Principles of Marketing*. <https://doi.org/9702601010>
- Kotler, P. (2004). *Marketing Turístico* (Quinta ed.). Pearson. <https://doi.org/978-84-8322-808-1>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://doi.org/978-607-32-1245-8>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2010). *Reglamento Para Los Centros Turísticos*. Reglamento Para Los Centros Turísticos: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). *Ley de Turismo*. Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- OMT. (2019). *OMT*. OMT: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ottman, J. (2011). *The New Rules of Green Marketing*. routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351278683>
- Palacios, E. (2017). *Desarrollo de los atractivos turísticos del Cantón Penipe con estrategias de marketing digital*. epoch: <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/9795>
- Pazmiño Ulloa, A., & Suárez Chavezta, C. (2021). *Repositorio Universidad Estatal de Milagro*. Repositorio Universidad Estatal de Milagro: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5637>
- Primicias. (2024). *Primicias*. Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/guayas-santa-elena-ocupacion-hotelera-toque-queda/>
- Rodríguez De La A, S. (2015). *Universidad De Guayaquil*. Universidad De Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8365>

Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing : how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. ilustrada. <https://doi.org/0684854236>

Subsecretaria de Tierras. (2024). *Numero de Habitantes*. Santa Elena.

Tomalá. (2013). *El agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013 – 2018 (Tesis de Grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena)*.

<http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1427>

Turismo, M. d. (2023). *Ministerio de Turismo Ecuador*. Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/gran-papel-de-ecuador-en-fitur-2023-en-el-2024-seremos-el-pais-socio/>

TURISMO, O. (2024). *ONU TURISMO*. ONU TURISMO: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia>

Vergara, H., Palacios, E., & Escudero, A. (2017). Desarrollo De Los Atractivos Turísticos Del Cantón Penipe Con Estrategias De Marketing Digital. *Revistas ESPOCH*, 9(9), 125 - 133. <https://doi.org/1390>

WWF. (2015, ABRIL 30). *WWF ECUADOR*. WWF ECUADOR: <https://www.wwf.org.ec/?245795/De-la-teora-a-la-accin-el-modelo-de-ecoturismo-en-Galapagos-y-otros-ejemplos-de-turismo-y-conservacin>

Zambrano Muñoz, C. (2017). *Repositorio de la Universidad estatal península de Santa Elena*. Repositorio de la Universidad estatal península de Santa Elena: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3884>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología		
Estrategias de promoción turística para la Comuna Loma Alta, Provincia de Santa Elena	Pregunta general	Objetivo General	Variable Independiente	Infraestructura y Accesibilidad	Nivel de satisfacción con las vías	Enfoque mixto y exploratorio. Recolección de datos mediante encuestas dirigidas a turistas, habitantes y actores locales (emprendedores y autoridades). Análisis cuantitativo y cualitativo con base en datos de censos y registros del GAD Provincial de Santa Elena. Se utilizan entrevistas semiestructuradas para un entendimiento profundo de los actores clave en la comunidad.		
	¿Se pueden implementar estrategias de promoción que puedan ayudar a la comuna?	Diseñar estrategias de promoción turística que contribuyan al desarrollo integral y sostenible de la Comuna Loma Alta.	Estrategias de Promoción Turística		Atractivos Naturales y Culturales		Preferencia por actividades	
				Capacitación y Competitividad	lugares de interés			
				Marketing y Promoción Digital	Participación en capacitaciones de marketing			
	Preguntas Especificas	Objetivos Específicos	Variable Dependiente	Marketing y Promoción Digital	Frecuencia de interacción en redes sociales y campañas			
	¿Se han empleado las estrategias correctas en la comuna Loma Alta? ¿Existen mejoras dentro de la comunidad? ¿Existe ayuda de las organizaciones gubernamentales?	Diseñar estrategias de promoción turística que integren aspectos culturales, ambientales y sociales, garantizando su sostenibilidad a largo plazo.	Desarrollo Turístico en la Comuna Loma Alta				Participación y Satisfacción de los Visitantes	Probabilidad de recomendación
		Implementar enseñanzas sobre marketing que puedan ser empleados por le gente de la comunidad.						satisfacción general del visitante

Anexo 2 Entrevista a autoridades y actores importantes



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE TURISMO

ENTREVISTA A ACTORES IMPORTANTES Y AUTORIDADES

Instrucciones: La información que se proporcione será de manera personal y con un uso netamente académico. El Objetivo de esta entrevista es analizar e implementar las estrategias de promoción turística para la comuna Loma Alta.

Preguntas:

1. ¿Qué características y atractivos de la Comuna Loma Alta consideran que deben ser resaltados en las campañas de promoción turística?

2. ¿Qué medios y canales de comunicación creen que serían más efectivos para promocionar la Comuna Loma Alta a nivel nacional e internacional?

3. ¿Qué papel pueden desempeñar los habitantes locales en la promoción turística de la comuna y cómo pueden ser capacitados para ello?

4. ¿Cuáles son las principales dificultades o desafíos que enfrenta la Comuna Loma Alta en el desarrollo y promoción de su turismo?

5. ¿Qué estrategias de colaboración entre la comunidad y el gobierno local podrían implementarse para fortalecer la promoción turística de la Comuna Loma Alta?

6. ¿Qué tipo de infraestructura o servicios adicionales creen que son necesarios para mejorar la experiencia turística en la Comuna Loma Alta?



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

7. ¿Qué iniciativas actuales de promoción turística existen en la Comuna Loma Alta y cómo han impactado en la afluencia de visitantes?

8. ¿Cómo perciben la participación y el apoyo del gobierno local y regional en la promoción del turismo en la comuna?

9. ¿Qué tipo de colaboración o alianzas con otras comunidades o entidades turísticas consideran que podrían beneficiar la promoción de Loma Alta?

10. ¿Qué medidas de sostenibilidad y conservación consideran cruciales para asegurar un turismo responsable y duradero en la Comuna Loma Alta?

Anexo 3 Encuesta dirigida a turistas, emprendedores y habitantes de la comuna Loma Alta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS, EMPRENDEDORES Y HABITANTES DE LA COMUNA

Instrucciones: La información que se porporciones sera de manera personal y con un uso netamente academico. El Objetivo de esta encuesta es analizar e implementar las estrategias de promocion turistica para la comuna Loma Alta.

A. DATOS DEMOGRAFICOS			
Genero: M: <input type="checkbox"/> F: <input type="checkbox"/> Otro: _____	Edad: 18-25: <input type="checkbox"/> 26-35: <input type="checkbox"/> 36-45: <input type="checkbox"/> Mas de 46: <input type="checkbox"/>	Estado Civil: Soltero: <input type="checkbox"/> Casado: <input type="checkbox"/> Divorciado: <input type="checkbox"/> Viudo: <input type="checkbox"/> Unión Libre: <input type="checkbox"/>	Nivel de Estudio: Primaria: <input type="checkbox"/> Secundaria: <input type="checkbox"/> Universidad: <input type="checkbox"/> Posgrado: <input type="checkbox"/>
Nivel de Ingresos: Menos 460 usd <input type="checkbox"/> 460 a 600 usd <input type="checkbox"/> 601 a 800 usd <input type="checkbox"/> 801 a 1000 usd <input type="checkbox"/> + 1000 usd <input type="checkbox"/>	Vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Prestada <input type="checkbox"/>	Ciudad de donde nos visita: _____	
Preguntas:			
1. ¿Ha visitado alguna vez la Comuna Loma Alta? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
2. ¿Cómo se enteró de la Comuna Loma Alta y qué medio de comunicación fue más influyente en su decisión de visitarla y por qué? Redes sociales <input type="checkbox"/> Recomendaciones de amigos o familiares <input type="checkbox"/> Sitios web de turismo <input type="checkbox"/> Agencias de viajes <input type="checkbox"/> Otro (especificar): _____			
3. ¿Qué tipo de actividades turísticas le interesan más en la Comuna Loma Alta? Turismo de aventura (senderismo, ciclismo, etc.) <input type="checkbox"/> Turismo cultural (visitas a museos, festividades locales, etc.) <input type="checkbox"/> Turismo ecológico (observación de flora y fauna, reservas naturales, etc.) <input type="checkbox"/> Turismo gastronómico (degustación de comidas locales) <input type="checkbox"/> Otro (especificar): _____			
4. ¿Qué tan satisfecho está con la información turística disponible sobre la Comuna Loma Alta antes de su visita? Muy satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Muy insatisfecho <input type="checkbox"/>			
5. ¿Qué tipo de mejoras en la promoción turística cree que podrían atraer a más visitantes a la Comuna Loma Alta? Mayor presencia en redes sociales y campañas digitales <input type="checkbox"/> Colaboraciones con influencers o bloggers de viajes <input type="checkbox"/>			



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Publicidad en medios tradicionales (televisión, radio, prensa)
Participación en ferias y exposiciones de turismo
Creación de paquetes turísticos atractivos y accesibles

6. ¿Qué aspectos de su experiencia en la Comuna Loma Alta recomendaría mejorar para futuros turistas?

Infraestructura y servicios (alojamiento, transporte, señalización)
Actividades y atracciones turísticas
Información y guías turísticas
Seguridad y limpieza
Atención al cliente y hospitalidad

7. ¿Qué tan importante es para usted la disponibilidad de información en línea actualizada y detallada sobre la Comuna Loma Alta al planificar su visita?

Muy importante
Importante
Moderadamente importante
Poco importante
Nada importante

8. ¿Qué tipo de contenido multimedia (fotos, videos, blogs, etc.) le resulta más atractivo e influyente al decidir visitar un destino turístico como la Comuna Loma Alta?

Videos promocionales
Fotografías profesionales
Relatos y reseñas de blogs de viajes
Testimonios de otros turistas
Otro (especificar) _____

9. ¿Qué tan probable es que recomiende la Comuna Loma Alta a sus amigos y familiares después de su visita?

Muy probable
Probable
Indeciso
Poco probable
Muy poco probable

10. ¿Qué aspectos considera más importantes para mejorar la experiencia turística en la Comuna Loma Alta?

Calidad y variedad de alojamientos
Servicios de guía y tours organizados
Facilidad de acceso y transporte
Actividades recreativas y culturales
Información y señalización clara y accesible

11. ¿Cómo calificaría la relación calidad-precio de su experiencia turística en la Comuna Loma Alta?

Excelente
Buena
Regular
Mala
Muy mala



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

12. ¿Cuál es la naturaleza de su negocio en la Comuna Loma Alta?

Alojamiento

Restaurante/Gastronomía

Artesanía

Tours y actividades

Otros (especificar): _____

13. ¿Cómo evalúa el impacto del turismo en su negocio y qué aspectos considera que podrían mejorar para atraer a más turistas? (Emprendedores)

Muy positivo

Positivo

Neutro

Negativo

Muy negativo

14. ¿Qué tipo de apoyo o capacitación considera necesario para mejorar la promoción de su negocio en el ámbito turístico? (Emprendedores)

Formación en marketing digital

Asesoramiento en diseño de productos turísticos

Acceso a financiamiento o créditos

Participación en ferias y eventos de turismo

Otros (especificar): _____

15. ¿Qué mejoras en la infraestructura y servicios de la comuna considera prioritarias para aumentar la competitividad turística de su negocio? (Emprendedores)

Mejora en las vías de acceso y transporte

Desarrollo de señalización turística adecuada

Incremento en la oferta de alojamientos

Ampliación de servicios de restaurantes y cafeterías

Otros (especificar): _____

16. ¿Cómo calificaría el impacto del turismo en las ventas y rentabilidad de su negocio?

Muy positivo

Positivo

Neutro

Negativo

Muy negativo

Anexo 5 Entrevista a autoridades - Ítalo Cacao, presidente de la Parroquia Colonche



Anexo 4 Encuesta autoridades - MSc. Paulina León, jefa de turismo, patrimonio y cultura, Prefectura Santa Elena



Anexo 6 Encuesta a Sr. Florencio Paltán - Propietario hostería El Carmelo y al Sr. Víctor De La A, vicepresidente de la comuna Loma Alta



Anexo 7 Encuesta al Sr. Alejandro Ramírez - Ex Guardabosque de la Comuna Loma Alta



Anexo 8 Encuesta a emprendedores de la comuna Loma Alta



Anexo 9 Solicitud para encuestar en buses de la Cooperativa 2 de noviembre



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE TURISMO

Sinchal, miércoles 18 de septiembre del 2024

Señor
Sifredo Baldomar
PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA "2 DE NOVIEMBRE"
En su despacho. –

De mi consideración.

Yo, Jesús Sebastian Aquino Cobeña, con cédula de identidad 2450107749, estudiante de la carrera de Turismo por medio de la presente me dirijo a Usted para que seme permita realizar una encuesta a los pasajeros de la Cooperativa "2 DE NOVIEMBRE", para así obtener información para el desarrollo de mi **Trabajo de Integración Curricular** denominado "Estrategias de promoción turística para la comuna de Loma Alta, Provincia de Santa Elena".

Esperando que mi solicitud tenga una respuesta favorable me despido de Usted deseándole éxitos en sus funciones.

Atentamente:

Jesús Sebastian Aquino Cobeña
CI: 2450107749



Anexo 10 Solicitud para encuestar en el Terminal Terrestre de Santa Elena

Santa Elena, 27 de septiembre del 2024

ING.ANDREA GONZALEZ

ADMINISTRADORA DEL TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ

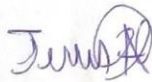
De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo de parte **JESUS SEBASTIAN AQUINO COBEÑA** con cedula de identidad **2450107749**, el motivo de la presente es para solicitarle que me conceda el permiso para realizar encuestas para tesis Universitarias dentro del terminal terrestre los días viernes, sábados y domingos.

Seguro de que mi petición va a tener una respuesta favorable, me despido de usted, no sin antes desearle éxitos en sus funciones.

Agradezco de antemano su atención.

Atentamente



JESUS SEBASTIAN AQUINO COBEÑA

C.I. 2450107749

CRVER KAUF S.A

RESIBIDO
FECHA 27.09.2024
11:35

Anexo 11 Propuesta para las estrategias de promoción Turística para la comuna “Loma Alta”

N°	Estratégica	Objetivo	Tipo
1	Capacitación en marketing digital para comuneros	Brindar a los habitantes herramientas para gestionar y promocionar los atractivos turísticos en redes sociales.	Capacitación y fortalecimiento
2	Diseño de señalética turística inclusiva	Crear señalización atractiva y accesible que facilite el recorrido de los visitantes por los atractivos de la comuna.	Infraestructura ligera
3	Creación de paquetes turísticos sostenibles	Crear experiencias económicas y sostenibles para grupos de personas interesados en turismo comunitario.	Innovación en oferta turística
4	Promoción en plataformas digitales	Incrementar la visibilidad de la comuna a través de campañas en redes sociales y páginas especializadas en turismo.	Promoción y marketing digital
5	Propuesta de un festival cultural anual	Presentar un evento para promocionar la cultura, gastronomía y naturaleza de la comuna, atrayendo nuevos visitantes.	Promoción cultural
6	Campañas de sensibilización turística local	Fomentar el sentido de pertenencia entre los habitantes y promover buenas prácticas hacia los turistas.	Concienciación comunitaria

Estrategia 1: Capacitación en marketing digital para comuneros

Anexo 12 Capacitación en marketing digital para comuneros

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Capacitar a los habitantes en el uso de redes sociales y herramientas básicas para promocionar el turismo local.	Organización de talleres presenciales.	1 mes	Docente	Proyector, laptops, folletería, conexión a internet, Aula o sala	\$300	Universidad Estatal Península de Santa Elena	GAD Comunal	
	Invitación a expertos en marketing digital							
	Desarrollo de prácticas en redes sociales.							
TOTAL					\$300			
Control de estrategia 1								

Gestión de la capacitación

Instrumento

El administración de la Comunidad y la Universidad serán los encargados de llevar a cabo las capacitaciones,

Proyector, laptops, folletería, conexión a internet, Aula o Sala

Estrategia 2: Diseño de señalética turística inclusiva

Anexo 13 Diseño de señalética turística inclusiva

Objetivo	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Crear señalización atractiva y accesible que facilite el recorrido de los visitantes por los atractivos de la comuna.	Diseño gráfico de la señalética.	2 meses.	Diseñador gráfico	Letreros resistentes al clima, postes de madera o metal,	500	Estudiantes y maestros soldados	GAD Comunal y Estudiantes	
	Identificación de ubicaciones clave.		técnico instalador asistentes	herramientas de instalación				
	Identificación de ubicaciones clave.							
TOTAL					\$500			
Control estrategia 2								
<i>Gestión de señalización Turística</i>	El Gad Comunal y los estudiantes serán los encargados de crear y colocar estas señaléticas.							
<i>Instrumento</i>	Letreros resistentes al clima, postes de madera o metal, herramientas de instalación.							
<i>Periodicidad</i>	Mensual							

Estrategia 3: Creación de paquetes turísticos sostenibles

Anexo 14 Creación de paquetes turísticos sostenibles

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Crear experiencias económicas y sostenibles para grupos de personas interesados en turismo comunitario	Recolección de información sobre atractivos.	1 mes	encargado de turismo	Folletos promocionales	500	Estudiantes y emprendedores locales	GAD Comunal.	
			guías locales	Equipo fotográfico				
	Creación de itinerarios y precios		Diseñador gráfico	Transporte				
	Promoción de los paquetes							
TOTAL					\$500			
Control estrategia 3								
<i>Gestión de creación de paquetes turísticos</i>	La universidad se encargará de la creación en conjunto con el GAD comunal para ejecución.							
<i>Instrumento</i>	Folletos promocionales, equipo fotográfico, transporte							
<i>Periodicidad</i>	1 mes							

Estrategia 4: Promoción en plataformas digitales

Anexo 15 Promoción en plataformas digitales

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Incrementar la visibilidad de la comuna a través de campañas en redes sociales y páginas especializadas en turismo.	Creación de perfiles oficiales en redes sociales	2 meses	gestor de comunidades	Software de edición	400	Estudiantes y expertos en creación de contenido	GAD Comunal	
	Publicación de contenido multimedia		Fotógrafo	cámara				
	Gestión de campañas publicitarias		redactor de contenido	fotográfica	computadora y acceso a internet			
TOTAL					\$400			
Control de estrategia 4								
<i>Evaluación de la creación de contenido</i>	El GAD comunal será el cargado de evaluar el contenido que se crea y se publica							
<i>Instrumento</i>	Software de edición, cámara fotográfica, computadora, acceso a internet							
<i>Periodicidad</i>	Mensual							

Estrategia 5: Propuesta de un Festival Cultural Anual

Anexo 16 Propuesta de un Festival Cultural Anual

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	ursos		Presupuesto	Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales				
Promocionar la cultura, gastronomía y naturaleza de la comuna mediante un evento atractivo.	Organización de presentaciones artísticas.	3 meses	Talleres actividades culturales	Escenario, equipos de sonido, carpas, mesas, material publicitario	1.000	GAD Comunal y estudiantes	Gad comunal	
	Feria gastronómica		Cocineros					
	Talleres y actividades culturales		Coordinadores del evento					
TOTAL					\$1.000			
Control de estrategia 5								
Gestión de organización del festival		Coordinar las tareas y asegurar la organización y buen desarrollo del evento						
Instrumento		Escenario, equipos de sonido, carpas, mesas, material publicitario.						
Periodicidad		Mensual						

Estrategia 6: Campañas de Sensibilización Turística Local

Anexo 17 Campañas de Sensibilización Turística Local

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
	Charlas comunitarias.	2 meses	Facilitador Asistentes locales	Folletos, posters, equipo multimedia.	250	Estudiantes y Gad provincial de Santa Elena	Gad Comunal y Gad Provincial Upse	
Fomentar el sentido de pertenencia entre los habitantes y promover buenas prácticas hacia los turistas.	Distribución de material informativo Uso de redes sociales para sensibilización							
TOTAL					\$250			
Control de estrategia 6								
Gestión de la campaña	Esto lo llevara a cabo las gobiernos locales en conjunto con estudiantes de la universidad a los habitantes y turistas							
Instrumento	Folletos, posters, equipo multimedia							
Periodicidad	Mensual							

Anexo 18 Planning propuesta para la aplicación de las estrategias de promoción Turística Para Loma Alta

Mes	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				PRESUPUESTO
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
Estrategia N°1																					\$ 300,00
Estrategia N°2																					\$ 500,00
Estrategia N°3																					\$ 500,00
Estrategia N°4																					\$ 400,00
Estrategia N°5																					\$ 1.000,00
Estrategia N°6																					\$ 250,00
TOTAL																				\$ 2950,00	