



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

TEMA:

Estrategias de promoción para la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, año
2024.

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA:

Mónica Melissa Salinas Vélez

TUTORA:

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea. MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

Mayo – 2025

APROBACIÓN DEL DOCENTE GUÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación **Estrategias de promoción para la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, 2024**. Elaborado por la Srta. **Mónica Melissa Salinas Vélez**, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, 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 Nataly Naranjo Larrea, Msc.
PROFESOR GUÍA

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado **Estrategias de promoción para la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, 2024**. Elaborado por la Srta. **Mónica Melissa Salinas Vélez**, declara que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad educativa, científica, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente



Mónica Melissa Salinas Vélez

C.C. No.: 2450240243

AGRADECIMIENTO

Agradezco a:

Dios por guiar mi camino, agradezco su infinita bondad y oportunidades que me ha brindado. Por darme un propósito y dirección a seguir mi eterno agradecimiento.

A mis padres, a mi hermana, agradezco el esfuerzo, perseverancia y dedicación. Desde pequeños gestos hasta grandes sacrificios, me han brindado las herramientas necesarias para llegar hasta aquí. Su cariño y sus valores han sido mi pilar fundamental.

A mi tutora Ing. Stephany Naranjo, por su tiempo y dedicación por impartirme sus conocimientos y experiencias en el transcurso de este proyecto.

Y desde luego a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de estudiar una carrera profesional y brindarme sus conocimientos.

Mónica Melissa Salinas Vélez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a:

Una vez más expreso mi gratitud a Dios, por ser mi guía en cada paso que doy, quien me da la fortaleza, sabiduría y la perseverancia.

A mis padres Manuel Salinas y Silvia Vélez, por el amor incondicional, por sostenerme en los momentos de incertidumbre por darme el apoyo para continuar mi camino. Este trabajo es una muestra de la perseverancia y constancia que me he propuesto por ellos.

A mis profesores que, a lo largo de estos años, me han brindado sus conocimientos y experiencias como profesionales en la rama.

Mónica Melissa Salinas Vélez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.

DECANA DE LA FACULTAD DE

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. José X. Tómalá Uribe, Msc

DIRECTOR (E) DE LA CARRERA DE

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO



**Stephany Nataly
Naranjo Larrea**



Silvia Paola Peralta Mendoza
**SILVIA PAOLA
PERALTA MENDOZA**
Validar únicamente con Firma@C

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea. MSc.

PROFESOR GUÍA

Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza.

DOCENTE ESPECIALISTA

Lcda. Julissa Gonzáles González.

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL DOCENTE GUÍA.....	I
AUTORÍA DE TRABAJO.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	V
INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivos	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO I.....	6
1. MARCO REFERENCIAL	6
1.1 Revisión de literatura.....	6
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	9
1.2.1 Turismo.....	9
1.2.2 Clasificación de turismo	9
1.2.3 Destino turístico.....	9
1.2.4 Análisis de la demanda	10
1.2.5 Definición de Promoción	10
1.2.6 Metas de la Promoción	11

1.2.7 Promoción Turística.....	12
1.2.8 Técnicas de promoción turística	12
1.2.9 Estrategias promocionales	13
1.2.2.1 Promoción de destinos turístico.....	14
1.2.2.2 Publicidad	14
1.2.2.3 Provincia de Santa Elena	14
1.2.2.4 Comuna Salanguillo.....	15
1.2.2.5 Recurso Turístico.....	15
1.2.2.6 Servicios Turísticos.....	17
1.2.2.7 Actividad Turística	17
1.3 Fundamentos Legales	18
CAPÍTULO II.....	22
Metodología.....	22
2.1 Diseño de investigación.....	22
2.2.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.2.1.1 Método Deductivo – Inductivo	24
2.2.3 Población y muestra	24
CAPÍTULO III. RESULTADOS	27
3.1 Procesamiento de la información.....	27
3.2 Análisis e interpretación de datos	27

3.2.1 Análisis cuantitativo: encuesta.....	27
Gráfico 1 Motivo por el cuál visita la comuna Salanguillo	28
Gráfico 2 En compañía de quien realiza su viaje	29
Gráfico 3 ¿Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?	30
Gráfico 4 Seleccione el recurso turístico de la comuna Salanguillo que usted conoce.....	31
Gráfico 5 Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena.....	32
Gráfico 6 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?.....	33
Gráfico 7 ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta?.....	34
Gráfico 8 ¿Qué actividad le gustaría realizar cuando visita la comuna Salanguillo?	35
Gráfico 10 ¿Considera usted importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?	37
3.2.3 Entrevista	38
3.3 Discusión de resultados	43
CAPITULO IV. PROPUESTA	45
4.1 Presentación de la propuesta.....	45
4.2 Justificación	45

4.3 Análisis situacional	46
4.4 Planificación de estrategias.....	47
4.5 Formulación de estrategias en beneficio a la comunidad	50
4.6 Formulación de estrategias en beneficio a los turistas.....	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
Bibliografía.....	67
Anexos.....	77

Índice de tablas

Tabla 1 Motivo por el cuál visita la comuna Salanguillo	28
Tabla 2 En compañía de quien realiza su viaje.....	29
Tabla 3¿ Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?	30
Tabla 4 Seleccione el recurso turístico de la comuna Salanguillo que usted conoce	31
Tabla 5 Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena.	32
Tabla 6 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?	33
Tabla 7 ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta?	34
Tabla 8 ¿Qué actividad le gustaría realizar cuando visita la comuna Salanguillo?	35
Tabla 9 ¿Cuál de las siguientes acciones deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico?.....	36
Tabla 10 ¿Considera importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?	37

Índice de gráficos

Gráfico 1 Motivo por el cuál visita la comuna Salanguillo	28
Gráfico 2 En compañía de quien realiza su viaje	29
Gráfico 3 ¿Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?.....	30
Gráfico 4 Seleccione el recurso turístico de la comuna Salanguillo que usted conoce... 31	
Gráfico 5 Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena.....	32
Gráfico 6 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?	33
Gráfico 7 ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta?.....	34
Gráfico 8 ¿Qué actividad le gustaría realizar cuando visita la comuna Salanguillo?	35
Gráfico 9 ¿Cuál de las siguientes acciones deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico?.....	36
Gráfico 10 ¿Considera importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?.....	37



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO
“ESTRETEGIAS DE PROMOCIÒN PARA LA COMUNA
SALANGUILLO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024.”

Autora:

Mónica Melissa Salinas Vélez

Tutora:

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea. MSc.

RESUMEN

El presente trabajo sustenta el tema “Estrategias de promoción para la comuna Salanguillo, provincia de Santa Elena, 2024“. El objetivo de esta investigación es difundir los recursos turísticos que posee la Comuna a los turistas que llegan durante el año , para determinar cuáles son los meses que menos visita tiene, y de esta manera establecer estrategias de promoción para dar paso a la difusión de la misma y convertir a la comuna Salanguillo en un destino de paso para los turistas que visitan la provincia de Santa Elena, dando oportunidad a que la Comuna busque una fuente de desarrollo en el sector turístico y así poder generar ingresos de la misma. En la investigación se ha empleado el enfoque cuantitativo - cualitativo ya que se recolecta y describe a los recursos turísticos existentes de la Comuna. Para el diseño de la investigación se ha considerado una índole transversal, descriptiva, bibliográfica, de campo y la investigación estratégica que aportará a formular e identificar estrategias que ayuden a la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos. Para obtener la muestra se usó la formula infinita que proporcionó un total de 260 turistas encuestados, monto que se fijó del último feriado de carnaval.

Palabras claves: Estrategias turísticas, promoción y publicidad, comuna Salanguillo.



SANTA ELENA PENINSULA STATE UNIVERSITY
FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES
TOURISM MANAGEMENT AND DEVELOPMENT DEGREE
“PROMOTION STRATEGIES FOR THE SALANGUILLO
MUNICIPALITY, SANTA ELENA PROVINCE, YEAR 2024.”

Author:

Mónica Melissa Salinas Vélez

Tutor:

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea. MSc.

ABSTRACT

The present work supports the topic “Promotion strategies for the Salanguillo commune, province of Santa Elena, 2024”. The objective of this research is to disseminate the tourist resources that the Commune has to the tourists who arrive during the year, to determine which are the months that less visit has, and thus establish promotional strategies to give the dissemination of the same and turn the Salanguillo Commune in a destination of passage for tourists visiting the province of Santa Elena, giving opportunity to the Commune to seek a source of development in the tourism sector and thus be able to generate income from it. The research has used a quantitative-qualitative approach since it collects and describes the existing tourist resources of the Comuna. For the design of the research, a transversal, descriptive, bibliographic, bibliographic, field and strategic research has been considered, which will contribute to formulate and identify strategies that will help in the decision making process and the fulfillment of objectives. To obtain the sample, the infinite formula was used, which provided a total of 260 tourists surveyed, an amount that was set for the last carnival holiday.

Key words: Tourism strategies, promotion and publicity, Salanguillo commune.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación detalla la determinación de estrategias de promoción que permita la difusión necesaria de los recursos turísticos existentes en la comuna Salanguillo. Por tal motivo el propósito de este proyecto es dar oportunidad a la reactivación turística, para obtener un crecimiento significativo de turistas que aumente y mejore la situación económica de la comunidad en general.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo promover la comuna Salanguillo por medio de estrategias de promoción basado en un diagnóstico de la oferta y demanda turística durante la temporada baja. La importancia de este trabajo se efectúa a través de que el turismo a nivel mundial es el principal motor para el desarrollo económico de un destino, debido al valor agregado en sus diferentes ámbitos turísticos.

La comuna Salanguillo se encuentra ubicada en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, se estima más de 15.000 hectáreas de propiedad y más de 7.000 hectáreas de bosque, que forman parte del Bosque protector Chongón, posee un clima húmedo-tropical y cuenta con varios recursos turísticos, llenos de encanto y belleza natural, que permite a propios y extraños disfruten de sus encantos, aquellos amantes a la naturaleza y aventura este destino es perfecto para visitar.

En contexto a nivel país, se toma como referencia el aporte de Manzaneda, C., & Morales, S, (2019) . Ecuador posee atractivos turísticos potenciales a nivel nacional e internacional dichas acciones presentan déficit en cuanto a estrategias que permitan promocionar de forma óptima los productos turísticos debido a una mala planificación.

La cabecera cantonal de Santa Elena se ha distinguido por la presencia de sitios predilectos para el desarrollo turístico. Entre los bienes naturales que ofrecen los recursos y atractivos turísticos, se destacan sus playas, destinadas para el disfrute de los visitantes. Además de los diversos lugares históricos, culturales y naturales con los que cuenta Santa Elena. Aunque posee un gran potencial turístico, no se ha desarrollado adecuadamente, debido a la falta de promoción y publicidad.

En la provincia de Santa Elena, en la ruta del Spondylus encontramos la comuna Salanguillo, un destino que lastimosamente no se le ha dado mayor interés en cuanto a su promoción, al no tener una difusión de información necesaria para su respectivo reconocimiento a nivel local y nacional, lo que ocasiona la limitada visita de turistas, dado que la comunidad, posee varias falencias como; falta de infraestructura, dificultad de transportación y por el hecho que esta se encuentra un tanto escondida, tal razón da motivo para que los turistas desconozcan de esta maravilla natural. Además, la comunidad no cuenta con plazas de empleo e ingresos económicos estables, destacando como en la mayoría de las comunas, el turismo es su principal eje de fuente de economía, la comunidad también quiere ser partícipe de quienes aprovechan el turismo y lo ven como una oportunidad para generar ingresos.

Por lo tanto, el planteamiento del **problema** se centra en; indicar las causas que provoca esta falta de promoción, una de estas es; el poco conocimiento de la actividad y los recursos turísticos que cuenta la comunidad, lo que involucra que este destino se centre en el turismo, como uno de los pilares de ingresos económicos de los habitantes. Se toma en cuenta que a la comuna si llegan turistas, durante todo el año, pero como en todo destino existen diferentes temporadas (altas y bajas). El objetivo es que durante la temporada baja exista el mismo interés de visitantes que llegan a la Comuna, cuando hay feriados o cuando está en periodos altos.

El alcance de la Investigación es poder solucionar la problemática sobre la baja afluencia de turistas en la comuna Salanguillo, durante la temporada baja. Además, que este permitirá promocionar y desarrollar a la comuna dándole el posicionamiento que merece. La propuesta será relevante a nivel social puesto que se busca el bienestar e incentivar a las personas que visiten la comuna, todas las actividades y recursos que tiene por mostrar, así mismo, beneficiará a los turistas que optarán conocer y visitar la Comuna.

El trabajo de investigación pretende identificar estrategias para la difusión que permita posicionar y promocionar a la comuna Salanguillo como uno de los principales sitios turísticos de la provincia de Santa Elena, generando una imagen positiva para poder desarrollarse turísticamente. Atrayendo a todo segmento de mercado, interesados en conocer, adquirir y aprovechar los recursos, riquezas que la Comuna ofrece.

En cuanto a la sistematización de la investigación se menciona lo siguiente: **¿En qué situación actual se encuentra la Comuna Salanguillo? ¿Cuáles son las falencias que presenta la comuna Salanguillo? ¿La misma cantidad de turistas que llega en feriados, es la misma que llega en los meses considerados bajos ?** En relación con la formulación del problema se genera la siguiente pregunta de investigación. **¿De qué manera ayudará la identificación de estrategias de promoción y difusión durante la temporada baja para atraer turistas a la Comuna Salanguillo?**

Es así como se da paso a la creación de los objetivos, a continuación:

Objetivos

Objetivo General

Determinar estrategias de promoción turística para la difusión de la comuna Salanguillo y sus recursos turísticos durante la temporada baja y de esta manera convertirse en un destino de paso para los turistas.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación turística de la comuna Salanguillo
- Identificar los recursos turísticos a promocionar en la comuna Salanguillo
- Establecer estrategias de promoción para la comuna Salanguillo

Este trabajo de investigación **justifica** la importancia de promocionar a la comuna Salanguillo, para convertirse en un destino de paso, para aquellos turistas interesados en la naturaleza y aventura. Además de darse a conocer como un destino turístico. Una vez identificadas las causas y efectos que ocasionan el problema de investigación, será importante la implementación de estrategias para la promoción que aporte a su difusión y la valorización de la comuna. El poco conocimiento de los recursos y actividades turísticas que la comuna posee ha ocasionado la baja visita de turistas e inclusive cuando estos llegan, mencionan que no tenían idea los recursos que posee, además en ellos se ve el interés que tienen, por saber más de lo que se pueden encontrar, temas relacionados como; costumbres, cultura, su historia, etc.

Tal como el autor aclara “La promoción compone acciones que ayuden al desarrollo y posicionamiento de un destino turístico su principal objetivo es que estos lugares generen ingresos económicos, en la promoción turística destaca la difusión de diferentes lugares como puntos de atracción turística“ (Ministerio de turismo , 2018) .

Es decir , si en el destino se promociona tiene oportunidad de crecer , ya que se da a conocer de una manera mas extensa, incluso llegando a lugares y personas fuera de los limites establecidos .

Con el diseño de las estrategias de promoción turístico, se procura dar a conocer, los recursos turísticos de la comuna Salanguillo, la que permitirá el aumento de turistas y probará un desarrollo económico favorable. Cabe recalcar que este proyecto de investigación dará a poner en práctica los conocimientos adquiridos dentro de las aulas de clases, la información recopilada en fuentes secundarias y expertos en el tema.

Es necesario evaluar la difusión que se le está dando a la comuna, la investigación dará como iniciativa buscar estrategias de promoción para el desarrollo local de la comuna Salanguillo, siendo uno de los destinos que frecuentemente se realizan actividades turísticas que pueden ser de interés para los turistas que deseen visitarla. Por otro lado, permitirá que la comuna se establezca como prioridad de los turistas al ser promocionada.

El presente trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera, primero se presenta la introducción donde se expone la problemática, en la cual se aborda la situación actual de la Comuna y sus principales inconvenientes a abordar. Además, se da a conocer la sistematización, que da paso a formular preguntas específicas a las que se busca responder a la pregunta principal de la formulación del problema. En este apartado también se detallan tanto el objetivo general como los específicos, finalizando la justificación del problema.

En el capítulo I, da a conocer el marco referencial en donde se aportan trabajos de investigación mediante la revisión literaria de diversos autores con relación al tema a tratar. Además, está compuesto de temas y conceptos basados en experiencias y aportes bibliográficos de enriqueciendo aún más la investigación.

En el capítulo II, hace referencia a la metodología en donde se detalla el diseño de investigación, el tipo de investigación, los instrumentos utilizados. Además, la descripción del método utilizado para posterior analizar la información proporcionada.

En el capítulo III, se diagnostica resultados y discusión, en este apartado se colocan los resultados, el cual se realiza mediante gráficos obtenidos mediante la aplicación de encuestas y entrevistas que se realizaron.

En el capítulo IV, se presenta la propuesta de implementar estrategias de promoción turística para la comuna Salanguillo, la mismas que son presentadas y detalladas como se efectuarán y darán paso a su diagnóstico; finalizando se detalla las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

Por último, para culminar este trabajo de investigación se encuentran las referencias bibliográficas. Así mismo se encuentra el apéndice en donde se plasma la evidencia de haber realizado el trabajo de campo, estructura de encuestas y entrevistas que se utilizaron.

CAPÍTULO I.

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de literatura

Para la elaboración del trabajo investigativo se acudió a la revisión de otras indagaciones y estudios que tienen relación en otros contextos con el objetivo de lograr un mejor resultado científico.

Internacional

Según estudios de Carrio, D (2019). La presente investigación titulada **“Análisis de las estrategias de promoción turística de los prestadores de servicios turísticos de distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, región Lima, en el año 2019”**, obtuvo como objetivo determinar de qué manera emplean estrategias de promoción turística los prestadores de servicios turísticos de este distrito (pág. 24). La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de diseño no experimental y transeccional. Las técnicas empleadas fueron la observación y la encuesta; y para obtener información de campo se utilizaron fichas de observación, una guía de encuesta y una rúbrica de categorización. El autor concluye que, fue posible determinar estrategias de promoción turística, que permitió al distrito de Callahuanca para ver la participación en actividades a las relaciones públicas de los prestadores de servicios turísticos.

Mediante la interpretación de Diaz , K (2018). Y su tema titulado **“Estrategias promocionales para la mejora de la actividad turística en el distrito de Eten Puerto”**. Tiene como objetivo proponer estrategias promocionales que mejoren la actividad turística en el distrito de Eten Puerto. El tipo de investigación es mixta, no experimental. La población contó con la participación de los funcionarios de la Municipalidad del Distrito de Eten Puerto y el Gerente General de la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo, a quienes se les hizo una entrevista personal como técnica de recolección de datos. También se tomó como población objeto de estudio a los 177,049 turistas, a quienes como técnica de recolección de datos se aplicó una encuesta online. Se finalizó con el

diseño y propuesta de estrategias promocionales para el distrito de Eten Puerto, varias de las ya mencionadas propuestas fueron; promoción de eventos, generación de cultura y mejoramiento urbano.

Nacional

Según estudios de Limachi , E (2019) . Titulado **“Estrategias de promoción de la imagen turística de Bolivia”**, empleado por el viceministro de turismo, en el turismo interno, Se determinó cómo orienta sus estrategias de promoción de la Imagen Turística de Bolivia el Viceministerio de Turismo en el Turismo Interno, el tipo de investigación empleada en la presente tesis es la Investigación Descriptiva. La cadena histórica de llegadas de turistas a establecimientos turísticos, según datos estadísticos del Viceministerio de Turismo nos da a conocer que: El flujo de turistas extranjeros pasó de 413.267 a 523.403 visitantes entre el 2005 al 2007. El autor concluyó que la imagen turística de Bolivia aún no está posicionada claramente en el turismo interno, ya que un porcentaje de turistas nacionales no conocen del destino como tal.

De acuerdo con la investigación realizada por el autor Arbolea, P (2015) con el tema; **“La promoción turística y la revalorización del pensamiento Montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua”**. El objetivo de esta investigación consiste en el Diseño del Plan de Estrategias de Promoción Turística para evitar la revalorización del Pensamiento Montalvino (pág. 47), La modalidad básica de la investigación es bibliográfica documental apoyado en una investigación de campo, y el nivel o tipo de investigación es descriptiva exploratoria, correlacional, complementada con una asociación de variables. Gracias a la aportación investigativa del autor se determinó que es necesario la promoción del patrimonio del pensamiento Montalvino en la juventud ambateña, ya que se da a conocer el conocimiento cultural, y gracias a este, se incrementa el interés por parte de los turistas en dicho establecimiento.

Pibaque, M (2022). Presenta la investigación titulada **“Estrategias de promoción turística para la parroquia Puerto Cayo del cantón Jipijapa”**. Este trabajo de investigación desarrolló una evaluación directa de las potencialidades turísticas que tiene la parroquia Puerto Cayo para la aplicación de estrategias de promoción turística eficaz y de esta manera mejorar la afluencia turística para promover y fortalecer el sector a nivel provincial. (Pág.14) Como objetivo general de la investigación se determina las estrategias de promoción turística, mediante la identificación de los atractivos turísticos y la determinación de las estrategias para la promoción turística. Su metodología se sustenta en la revisión bibliográfica, método descriptivo y de campo, así como técnicas de encuestas y fichas de inventario turístico. Se determinó que las estrategias promocionales identificadas en la Parroquia Puerto Cayo fueron de gran apoyo para la identificación y reconocimiento de los recursos que existen en los mismo.

Tomando en cuenta el trabajo realizado por Manzanela, C & Morales, B (2019) titulado: **“Estrategias de promoción turística para el Municipio Jesús de Machaca”**, tuvo como objetivo implementar las 4p's del marketing junto con las estrategias promocionales para el desarrollo turístico, mejoramiento e impulso del destino turístico. Para ello emplearon el método documental, cuantitativo, cualitativo, y técnicas e instrumentos de recolección para establecer la caracterización del viajero por medio de encuestas y entrevistas. En donde obtuvieron como resultado la total difusión del potencial turístico que tiene el Municipio mediante la aplicación de las estrategias promocionales, así como también el surgimiento de nuevos planes para mejorar las actividades turísticas. Los autores concluyeron que las estrategias de promoción turística una vez puestas en prácticas se evaluaron a la gestión turística del municipio, la misma que ha quedado en el olvido, siendo así que los atractivos carecen de los aspectos primordiales para su aprovechamiento.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Turismo

Según estudios de Requena & Muñoz (2006). El turismo es una de las pocas actividades humanas que ha sido discutida desde diversas disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas). Además, indica que:

El turismo resulta muy interesante desde el punto de vista social, cultural y económico, pues gracias al turismo aumenta en cuanto, a la inversión en infraestructura y edificaciones, esté genera un alto nivel de desarrollo en las áreas implicadas (pág.28), sin dejar a un lado los beneficios que trae consigo, como el empleo, el reconocimiento del destino y de sus habitantes, la participación de los mismo, conlleva a que se creen más establecimientos que satisfagan las necesidades de los turistas.

1.2.2 Clasificación de turismo

Según Roberto Bullón (1999) propone clasificar los destinos turísticos según algunos tipos:

- **Turismo interno:** Son viajes dentro de un país realizados por individuos que residen permanentemente en él y que deciden realizar turismo en su mismo territorio.
- **Turismo de aventura:** El propósito del viaje de experimentar aventuras o actividades de alto riesgo que los mismos turistas solicitan.
- **Turismo comunitario:** Es una actividad que se da el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción del turista.

1.2.3 Destino turístico

Destino es un lugar seleccionado por un individuo para visitar y pasar un rato ameno, con el objetivo de tener una vivencia de alguna faceta o característica que se percibe como satisfactoria para una experiencia del tiempo de ocio LEIPER, N (1995).

Consecuente a la aportación del autor indica que el destino es aquel sitio en donde las personas tienen curiosidad en visitar ya sea por diferentes motivos que lo lleven al mismo.

1.2.4 Análisis de la demanda

Santesmases , Sanchez & Valderrey (2023). Nos manifiestan que el análisis de la demanda puede conducir tres tareas fundamentales: Medir la demanda, explicar la demanda y pronosticar la demanda. Esto previamente definido si queremos medir una demanda de mercado o de empresa.

El análisis de la demanda en la comuna Salanguillo, dependerá de la situación en la que se encuentra la misma, teniendo en cuenta el tipo de personas que llegan a la comuna, y esto se logra con un análisis de Bayer persona, que consiste en determinar las características del individuo, además de gustos y diferencias del mismo, una vez analizado se identifica que tipo de turismo le llama la atención.

En esta ocasión nuestros clientes serían los turistas interesados en la naturaleza y aventura que llegan a la comuna Salanguillo a conocer sus recursos turísticos. Además de creencias, tradiciones que por lo general poseen los pueblos, conocer las culturas ancestrales que hoy en día se convierten en temas interesantes para las nuevas generaciones.

1.2.5 Definición de Promoción

En su artículo "*El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística*", Sánchez Amboage destaca que la promoción turística en la era digital implica una interacción activa entre los destinos y los turistas, quienes no solo consumen información, sino que también la generan y comparten. Este enfoque reconoce al turista como un "adprosumer", es decir, alguien que anuncia, produce y consume contenido relacionado con destinos turísticos Sánchez Amboage , E. (2020)

Gracias a la aportación de la autora , se puede deducir que la promoción que se de en la comuna Salanguillo en el periodo de temporada baja será de suma importancia ya que, dará oportunidad a obtener mayor visita en estos meses y atraer aquellas personas que estén interesados en el turismo de naturaleza y aventura.

1.2.6 Metas de la Promoción

Como señala Lam (2011). Una promoción efectiva lograra una o más de tres metas: comunicara a la audiencia meta, persuadirá a la audiencia meta, o le recordara a la audiencia meta. Con frecuencia una empresa intentara lograr una o más de estas metas al mismo tiempo.

Dentro de las metas de la promoción existen dos, que son muy importantes de mencionar;

1. Promoción Informativa.

Teniendo en cuenta a Kotler& Lane (2006). Mencionan que, la publicidad informativa pretende crear conciencia de marca y dar a conocer nuevos productos o nuevas características de productos existentes como;

- Dar a conocer cómo funciona el producto-servicio que se vaya a incorporar
- Proponer nuevos usos para el producto-servicio que se vayan a efectuar
- Crear la imagen de una entidad
- Desarrollar el conocimiento de una nueva marca, clave del producto o atributo del producto.

2. Promoción Persuasiva.

En opinión de Camasca (2019). Explica que la publicidad persuasiva es un proceso que incluye un conjunto de estímulos que modifican la conducta, el contenido del mensaje, la forma en que se integra y el efecto que genera en el consumidor como, por ejemplo;

- ✓ Dar mejores opciones de los clientes acerca de los atributos del destino
- ✓ Cambiar las perfecciones de los clientes acerca de los atributos del destino
- ✓ Influir en los clientes para consumir ahora
- ✓ Persuadir a los clientes a visitar la comuna Salanguillo.

La promoción que se dentro de la comuna Salanguillo se le permita conocer al turista, los recursos turísticos que existen en la misma, sin dejar aún lado la participación de la comunidad; dando a conocer costumbres locales, ancestrales, la labor que hacen como habitantes y su aportación que dan al cuidado de los recursos y la comuna como tal, entre otros aspectos.

1.2.7 Promoción Turística

Citando a Rey M . (2024) En su libro *"Marketing de destinos ante los límites del crecimiento turístico"*, Rey critica las estrategias promocionales que se enfocan únicamente en aumentar el número de visitantes. Aboga por una promoción turística que priorice la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades locales, evitando la masificación y considerando los impactos sociales y ambientales del turismo.

El autor, manifiesta que la promoción turística se puede manejar en ámbitos locales como; marcas de productos turísticos brindados dentro de un determinado territorio. De esta manera; se incorporan medios de comunicación masiva, participación en eventos internacionales, y reconstrucción de una imagen conocida potencialmente en el mundo turístico.

1.2.8 Técnicas de promoción turística.

Empleando las palabras de Castillo, M (2015). Las técnicas de promoción turística se obtienen de dos formas; Las técnicas tradicionales que siempre se incorporan como: la publicidad, los folletos, la multimedia, la información visual y las nuevas técnicas, entre estas destacan; el cine y el empleo de juegos recreativos, a través de la publicidad, en cuanto, a los sectores consumidores bien incorporadas en el sector empresarial.

Se debe tomar en cuenta, que en la actividad turística se necesita de la participación constante de diversos agentes; como, los prestadores de servicios turísticos. Estos ofrecen diversos productos y servicios turísticos que son requeridos por los visitantes, deben utilizar diversas técnicas de promoción turística, para captar la atención, ya sabiendo sus gustos y preferencias, se pueden incorporar servicios o productos que les interesaran, buscando su satisfacción inmediata.

1.2.9 Estrategias promocionales

Las estrategias pueden ser conocidas como las actividades que determinan situaciones para lograr los objetivos específicos predeterminados en la planificación Potter H (2008). Hoy en día la actividad turística de un destino no es tan fácil de examinar de manera aislada, es decir es un enfoque más explícito para crear una estrategia y las formas importantes (pág. 87).

Se puede establecer que las estrategias de promoción turística nos llevan al progreso de nuevas actividades, basados en la satisfacción de potenciales clientes, con nuevas ideas que desean explorar.

(Wayman, 2017) Da a conocer de 10 estrategias de promoción, las cuales se mencionará las más relevantes para la determinar las estrategias de promoción para el incremento de visitas en la comuna Salanguillo

- **Concursos.** Los concursos son utilizados como estrategia de promoción. A la gente le gusta ganar premios sin tener hacer una compra. La idea del concurso es poner tu marca frente al público para que la gente la recuerde con mayor facilidad.
- **Las redes sociales** conectan con un mundo de potenciales clientes. Es por eso por lo que hoy en día las empresas utilizan este recurso para promocionarse ante los clientes y alcanzar las ventas deseadas
- **Marketing directo.** Son clientes decidieron comprar ya el producto, y se tiene la oportunidad de obtener más información personal de ellos. A cambio de esa información se puede ofrecer un producto o servicio

gratis. Son clientes frecuentes que ya han comprado con anterioridad. Una forma de marketing directo es el email marketing.

- **Regalo o sorteo de productos.** Regalar muestras y productos son métodos promocionales utilizados por las marcas para introducir nuevos productos, especialmente alimentos y productos para el hogar. Muchas de las empresas que realizan esta estrategia patrocinan promociones en tiendas, para que el cliente lo pruebe y pueda ya comprarlo

1.2.2.1 Promoción de destinos turístico

Desde la posición de Ejarque, E (2005) . Define que la promoción de un destino es más bien “Informa a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es idóneo al momento de satisfacer sus necesidades; en decisiva, es convencer al turista de que merece la pena visitar el destino seleccionado”. (pág. 15) .

Deduciendo la opinión del autor, la promoción turística hace énfasis a la difusión de un lugar como destino para los visitantes. Cabe recalcar la importancia de la llegada de visitantes a un destino, ya que de esta manera se puede generar ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

1.2.2.2 Publicidad

Según Ballina, F (2018) La publicidad se emplea en dos fases: “El desarrollo del mensaje publicitario [...] y la planificación de los medios y soportes donde será insertado para llegar al mercado potencial” (p. 271).

La creación del mensaje publicitario se debe determinar un análisis de mercado. Para establecer gustos, preferencias y características de los futuros compradores, gracias a esta información es posible visualizar qué productos y servicios deben incorporarse.

1.2.2.3 Provincia de Santa Elena

Santa Elena cuenta con un clima muy agradable que puede ser disfrutado tanto en invierno como en verano, posee un clima cálido seco con una temperatura media de 24.5°C. Se encuentra ubicado a 136 kilómetros de Guayaquil y su

superficie es de 3.880 Km². Según el último censo, posee una población cercana a los 144.076 habitantes, de los cuales el 74 % pertenece a la población rural y el 26% a la población urbana, y además el cantón tiene una superficie de 3.880 km², en la cual encontramos a su cabecera cantonal que se llama Santa Elena. Tomalá, M (2016).

1.2.2.4 Comuna Salanguillo

Salanguillo es zona rural de la provincia de Santa Elena se encuentra situada en la “la ruta del Spondylus” en la parroquia Colonche, vía principal Manantial de Guangala. En comunidad contiene una variedad de recursos naturales como cascadas, cuevas entre otros y atractivos culturales, los cuales son visitadas por los turistas tanto locales y extranjeros. La superficie se extiende aproximadamente en 15.520 hectáreas, esto se debe a que hay un control del espacio territorial que pertenece a cada población y el incremento de la localidad. Sin embargo, sigue todos los lineamientos que corresponde para que no afecte la zona protegida dando una buena impresión en, donde se puede visualizar un espacio encantador Suarez , C (2012) .

1.2.2.5 Recurso Turístico

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) un recurso turístico es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística *OMT (2022)*.

El recurso turístico es primordial para dar a conocer un destino, ya que por su naturaleza son fenómenos que son piezas únicas de su lugar natal, se les puede sacar provecho sin deteriorar su forma, dentro de estas pueden surgir oportunidades para el ámbito turístico, ya que las personas querrán ir a dicho lugar para conocerlos, en este caso la comuna Salanguillo posee los siguientes recursos turísticos; Cueva ‘Las Campanas’ , Estero agua blanca , Cascada Salto Chico , Burbulladoras, Salto Grande, Salto de la Tambora y manifestaciones culturales; Monolito Hombre del Rio , Iglesia Virgen Dolorosa, entre otras.

Tabla de Recursos turísticos de la comuna Salanguillo

Categoría	Tipo	Sub -Tipo	Recurso turístico
Sitios Naturales	Río	Cascadas	Salto Chico
			Cascada "Las Campanas" Agua petrificada
	Fenómenos Arqueológicos	Cuevas	Dos bocas (Unión de los dos ríos Unko -)
			Cueva "Las Campanas"
Ambiente lacustre	Laguna	Socavón	Poza Salto 1 – Salto 2
			Poza Azul
	Poza	Poza Del amor	
		Poza Las piedrotas	
		Poza Los clementes	
		Poza Pajarito	
		Poza Agua blancas o barbulladora	
		Poza Honda	
		Poza Demivinco	
		Salto de la Tambora	
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	Monolito "Hombre del río"
		Histórica	Iglesia Virgen Dolorosa

Fuente: Repositorio Upse

1.2.2.6 Servicios Turísticos

Según Ramirez, C (2017). “El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística”.

El centro turístico y ecológico San Juan está ubicado a unos 50 metros de la población de Salanguillo, no tiene horario fijo depende de la solicitud de la gente de un día para otro porque se necesita llenar la piscina y eso demora entre 8 a 10 horas. La entrada se cobra 2 \$ los adultos y 1 \$ los niños, con tiempo ilimitado, tienen lugar donde puede hacer parrillada

Dentro del mismo se pueden encontrar árboles frutales como el mango, el aguacate, la mata de tagua. Además, árboles maderables como el laurel, el cedro, etc. La piscina está hecha de piedra de este río con base de inclinación 20 metros de largo por 10 de ancho y profundidad de 1 metro 20 centímetros y por el entra una capacidad entre 80 persona. El agua para llenar la piscina se extrae de 2 pozos de aproximadamente 20 metros, el agua utilizada se reutiliza para regar las plantas y se utilizan bombas para llenar y vaciar la piscina. Triviño, J (2023).

1.2.2.7 Actividad Turística

La Comuna Salanguillo recibe 200 turistas los fines de semana, en las vacaciones llegan aproximadamente 2000 personas diarios en tiempo de invierno. Los visitantes son locales de la provincia de Santa Elena, ya sea de las comunas aledañas como; Monteverde, Libertad.etc. Triviño, J (2023).

- ✓ Temporada baja (Mayo a Octubre) 20 a 30 personas - Domingo especialmente
- ✓ Temporada media (Noviembre): Día de feriado de los Fieles difuntos
- ✓ Temporada Alta (Diciembre hasta Abril): Febrero en feriado de carnaval: visita de 2000 personas diarias durante ese feriado.
- ✓ Fines de semana: 500 a 800 personas aproximadamente durante temporada alta.

1.3 Fundamentos Legales

El marco jurídico normativo o legal que permite y ampara el desarrollo de la idea que se plantea estructurar a partir de este proyecto. Presento “Estrategias de Promoción para la Comuna Salanguillo, año 2023”. Y amparo en la constitución del Ecuador, Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas, *Ley* de turismo y Ley Orgánica de Comunicación.

1.3.1 La Constitución de la República del Ecuador 2008

Artículo 248.- “Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La Ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación.

TITULO I - CONSTITUCION

Artículo 1. Establecimiento y nominación de las comunas. Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare.

Artículo 7. Uso y goce de bienes colectivos. Los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se adecuarán, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante la reglamentación que se dicte, libremente, para su administración.

Con respecto al artículo 7 nos manifiesta que los bienes que posee o adquiere una Comuna serán responsabilidad y protegidos por todos los habitantes de la misma, bajo la reglamentación adecuada se seguirán las reglas respectivas para su cuidado y conservación.

1.3.2 Reglamento de la Ley de Turismo

En el Art. 3. La actividad turística permite dar a conocer los posibles proyectos en el sector de estudio, verificando si son factibles para su desarrollo.

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

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

En el literal b.- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

En el literal c.- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística

En el literal g.-Fomentar e incentivar el turismo interno.

Describiendo los artículos 3 y 4 manifiestan que la actividad turística en una fuente de oportunidades ya que, como futuros profesionales tenemos la oportunidad de dar a conocer algún proyecto con relación al sector turístico y plantearlo a las autoridades correspondientes para su posible ejecución.

Título Segundo de las actividades turísticas

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de

modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

La ley antes mencionada determinará, regulará y controlará los beneficios que el turista, la comunidad y demás personas que visiten la Comuna Salanguillo y sus atractivos, o cualquiera que fuera su objetivo de visita, los turistas se sentirán seguros, ya que existe leyes que los amparen en todos los ámbitos.

El título IV - El Fondo de Promoción Turística

Artículo 76.-De la promoción - Determina que el Estado ecuatoriano deberá consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

Teniendo en cuenta que las leyes impulsan el control absoluto en base a ordenanzas que están en vigencia, es importante recalcar que en el presente artículo de ley del Ministerio de Turismo señala que las personas motivadas por cualquier razón de su visita a un destino terminado siempre estarán controladas, y vigiladas todas estas acciones en el ámbito turístico que lleguen a efectuarse.

1.3.4 Ley Orgánica de Comunicación

TITULO VI. Publicidad, Producción Nacional y Espectáculos Públicos

SECCION I - Propaganda y Publicidad

Art. 91.6.- Publicidad. Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones.

El artículo 91.6 de la ley Orgánica de la Comunicación da a conocer que la publicidad da oportunidad a la difusión de un lugar como destino turístico, toma mayor importancia ya que incentiva a la llegada de turistas , en este caso la oportunidad de implementar las estrategias de promoción en la Comuna de Salanguillo en la temporada baja y que esta incrementara la visita de los turistas.

CAPÍTULO II.

Metodología

Para llevar a cabo el objetivo de la propuesta de la investigación, fue necesario el análisis de datos cuantitativos y cualitativos que dieron oportunidad a descubrir y ratificar los recursos turísticos que cuenta la comuna Salanguillo, y cómo se los promocionaría, mediante un análisis de resultados de campo para establecer estrategias promocionales acorde a las necesidades de los turistas y de la comunidad.

El alcance del estudio es descriptivo porque permitió registrar y describir los antecedentes y evidencias de lo que sucedió en la comuna Salanguillo para el aporte a la presente investigación y a la evidencia del problema.

2.1 Diseño de investigación

Este trabajo investigativo maneja al tipo de investigación transversal, de esta se amplió la información ya proporcionada por varios autores, la investigación estratégica, mediante a esta, se implementó las debidas estrategias de promoción para la Comuna como tal y además de la investigación cuantitativa, en el aspecto que se obtiene información del número de turistas que visito el destino, quienes fueron considerados como población de este estudio de investigación. Además, se verifico el cálculo de la muestra y la tabulación de los datos obtenidos, en la que se recolectó información en base a opiniones de los directivos y turistas con respecto a la incorporación de **Estrategias de promoción para la Comuna Salanguillo**, y por medio de esta, obtener un resultado positivo y, además, de dar solución al problema planteado.

2.1.2 Investigación Transversal

Se determina la investigación transversal ya que, este método no experimental aportó a la recolección y análisis de datos en un momento determinado. Debido a que los resultados que se obtuvieron mediante la encuesta fueron factibles y precisos al momento de extraer el grupo seleccionado para despejar dudas y obtener la información necesaria de la investigación

2.1.3 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se utilizó como método de recopilación de información de datos de los principales actores involucrados en la actividad turística; los turistas quienes visitan y las autoridades de la comuna Salanguillo, así se obtuvo más información y poder establecer los resultados que conllevarán al establecimiento de estrategias promocionales en la misma.

2.1.4 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica dio oportunidad de comparar el pensamiento de otros autores, que, por su experiencia, conocen del tema, se logró obtener información de fuentes confiables y aportaciones al tema de investigación.

2.1.5 Investigación estratégica

Este tipo de investigación aportó a formular estrategias de promoción que ayuden a la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos. Además de la difusión y conocimiento de la misma, con el objetivo que los turistas prefieran a la comuna como uno de los destinos favoritos al visitar la provincia de Santa Elena.

2.1.6 Investigación de Campo

Con la investigación de campo se permitió observar la situación de la comuna Salanguillo, ya que se presentó la problemática. Además, se dio paso a conocer los recursos turísticos y si estos están actos para recibir a los turistas, también ayudó a implementar los respectivos instrumentos (entrevistas – encuestas) a las turistas y autoridades que se encuentren en la Comuna, de esta manera se obtuvo la información necesaria.

2.1.7 Investigación Cuantitativa

Se aplicó el método cuantitativo para la variable dependiente ya que por medio de técnicas e instrumentos de investigación se pudo medir en base a la recolección de datos se obtuvo resultados cuantificables mediante la tabulación de datos estadísticos que se realizaron en la comuna Salanguillo.

2.2.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1.1 Método Deductivo – Inductivo

Para el desarrollo del presente trabajo se destinó el método deductivo el mismo que permitió desarrollar un estudio general del tema y llegar a las causas de la problemática. Por ello, las estrategias que se desean establecer en la comuna Salanguillo ayudaran a promover los recursos turísticos que la conforman

Para establecer estrategias de promoción para la comuna Salanguillo se aplicó el método inductivo, puesto que el mismo consiente en realizar un análisis de cuáles son las causas y efectos que ocasionan el problema, seccionando la información de hechos de particulares a generales y de esta manera se estableció relación directa con el problema, usando técnicas que permitieron tener conocimiento de la realidad actual en el ámbito turístico de la Comuna.

2.2.3 Población y muestra

La muestra es comprendida como una pequeña parte del total de la población de la comuna, mediante esta manera se recolectó información, tomando como referencia un subconjunto de personas a las que se encuestó, los mismos que son seleccionados.

La población a la que se orientó el presente estudio correspondió a la comuna Salanguillo con las diferentes autoridades de la Comuna. Además, se consideró un porcentaje de turistas locales y extranjeros que llegaron al destino, estas personas son claves para el trabajo de investigación a efectuarse.

Tabla de Población

Población	Cantidad	Fuente
Autoridades y funcionarios	5	Presidente de la Comuna
Turistas	800	Presidente de la Comuna
Total	805	

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez.

Fecha: 2024

2.2.3.1 Muestra

Es el proceso por el cual se seleccionó una pequeña población extraída de una masa, en este caso los turistas de la comuna de Salanguillo, autoridades, con el fin de obtener resultados en la investigación propuesta. Hay procedimientos para conseguir la cantidad de las unidades de la muestra como fórmulas, raciocinio y otros que se dieron a conocer, mediante esta investigación.

2.2.3.1.2 Muestreo aleatorio simple

El muestreo aleatorio simple es un tipo de muestreo que consiste en seleccionar un pequeño conjunto aleatorio de individuos de una definida población, en este caso los turistas de la comuna Salanguillo.

El muestreo aleatorio simple es una forma de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser elegido.

Fórmula aplicada a la población investigada.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

K = Constante que depende del nivel de confianza (95% = 1.96)

E = Error muestral deseado 5% (0.05)

P = Posibilidad que se cumpla (0.50)

Q = Posibilidad que no se cumpla (0.50)

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{800 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (2.100-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 260$$

Tabla de Muestra

Muestra	Encuestas
Turistas	260
Autoridades	5
Total	265

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez.

Fecha: 2024

2.2.5 Recolección y Procesamiento de datos

Para realizar el análisis e interpretación de resultados se tomó la información en base a los instrumentos utilizados que en este caso fueron la entrevista y la encuesta que se les realizó a los turistas y autoridades locales.

2.2.6 La encuesta

Mediante el instrumento de la encuesta se permitió conocer la opinión de los turistas, a través de preguntas que fueron establecidas, para conocer la afirmación o negación de la misma, dando paso a obtener mejores resultados.

2.2.7 La entrevista

La entrevista sirvió para establecer diálogos con las autoridades de la comuna, quienes están más familiarizados con la situación del destino, como se lleva a cabo y cuales serias su aportación como autoridades.

2.2.8 Observación

La implantación de esta técnica se llevó conforme a un trabajo de campo que se efectuó en la comuna Salanguillo donde se constató y verifico parte de la investigación.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1 Procesamiento de la información

El dato recopilado se realizó por medio de encuestas de campo, posteriormente siendo partícipes 260 turistas de la comuna Salanguillo, los datos fueron procesados mediante Microsoft Excel, empleando cuadros de doble entrada y aplicando la estadística descriptiva, almacenando y ordenando la información para adquirir tablas y gráficos. Se usó el diseño gráfico en forma de pastel para tener una presentación porcentual a los resultados. Por último, se analizó e interpretó los datos obtenidos.

3.2 Análisis e interpretación de datos

3.2.1 Análisis cuantitativo: encuesta

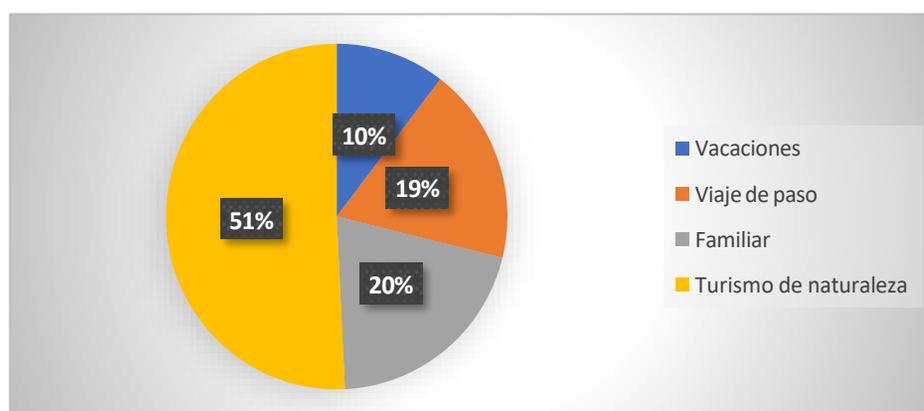
A continuación, se detallan los resultados realizada a 260 turistas que visitaron la comuna Salanguillo, mediante respuestas de elección múltiple y escala de Likert, los mismos que serán cuantificados y analizados por el investigador.

Tabla 1 Motivo por el cuál visita la comuna Salanguillo

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	27	10%
Viaje de paso	48	18,46%
Familiar	53	20%
Turismo de naturaleza	132	51%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 1 Motivo por el cuál visita la comuna Salanguillo

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Análisis

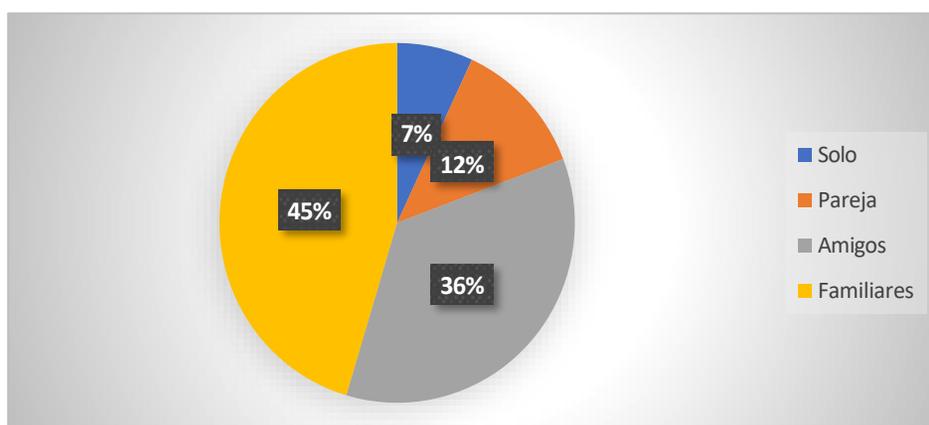
En relación con la primera pregunta los turistas que visitan la comuna Salanguillo, respondieron de la siguiente manera ; Turismo de naturaleza (132) que corresponden al 51% ; Familiar (53) que equivale al 20%; Viaje de paso (48) con un 19%; Vacaciones (27) de un 10%. Con estos datos se concluye que el 51% Turismo de naturaleza y el 20% Familiar, consideran que es el motivo por el cual visitan a la comuna Salanguillo. Por el contrario, un bajo porcentaje afirma lo contrario a lo expuesto.

Tabla 2 En compañía de quien realiza su viaje

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Solo	18	7%
Pareja	32	12,31%
Amigos	92	36%
Familiar	118	45%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Gráfico 2 En compañía de quien realiza su viaje

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Análisis

Con respecto a la segunda pregunta, los turistas de la comuna Salanguillo indicaron lo siguiente; Familiar (118) que corresponde al 45%; Amigos (92) equivalente al 36%; Pareja (32) con un 12,31% ; mientras que Solo (18) conlleva el 7%. Concluyendo que el 45% Familiar y el 36% Amigos, concuerdan que, en compañía de quien realiza su viaje. Por otra parte, el 7% Solo no coinciden con lo establecido.

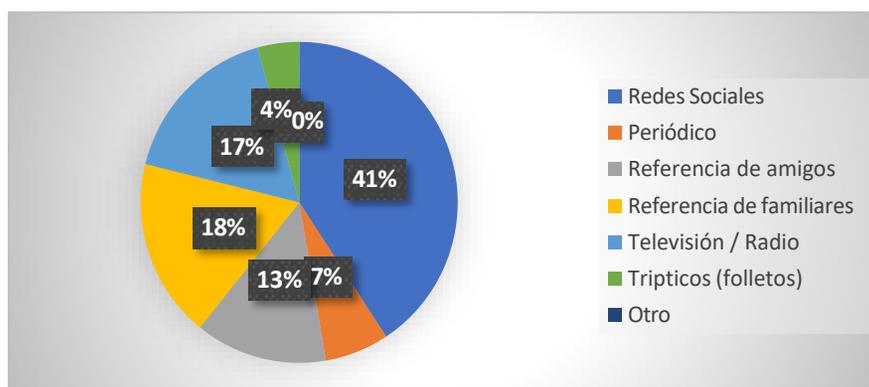
Tabla 3: Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	106	41%
Periódico	17	6,54%
Referencia de amigos	35	13%
Referencia de familiares	47	18%
Televisión – radio	44	17%
Trípticos (folletos)	11	4%
Otro	0	0
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 3 ¿Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

En base a la tercera pregunta, los turistas que visitaron la comuna Salanguillo manifestaron lo siguiente; Redes sociales (106) con un 41%; Referencias familiares (47); Televisión-radio (44), equivalente a un 18% y 17% ; Referencia de amigos (35) con un 13% ; Trípticos-folletos (11) con un 4%. Definiendo así que el 41% Redes sociales y 47% Referencia de familiares, concluyen que por estos medios se enteraron de los recursos turísticos que existen en la comuna Salanguillo. Por consiguiente, existe un porcentaje considerable que se mantiene neutro ante lo expuesto, finalmente un bajo porcentaje que coincide.

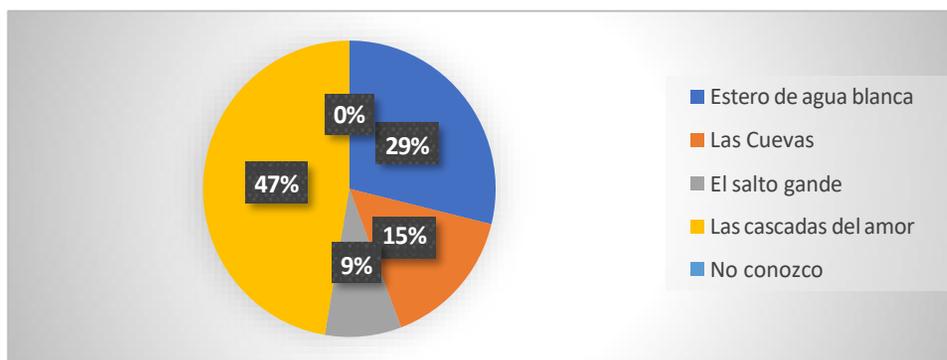
Tabla 4 Seleccione el recurso turístico de la comuna Salanguillo que usted conoce.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Estero de agua blanca	75	29%
Las cuevas	40	15,38%
El salto grande	22	8%
La cascada del amor	123	47%
No conozco	0	0%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 4 Seleccione el recurso turístico de la comuna Salanguillo que usted conoce.



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

De acuerdo con la cuarta pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo indicaron lo siguiente; La cascada del amor (123) equivalente a un 47%; Estero de agua blanca (75) con un 29%; Las cuevas (40) correspondiente a un 15%; El salto grande (22) conlleva un 9%. Concluyendo que el 47% La cascada del amor y el 29% Estero de agua blanca, concuerdan que estos son los recursos turísticos que conocen de la comuna Salanguillo. Por otra parte; 0% No conozco no coinciden con lo establecido.

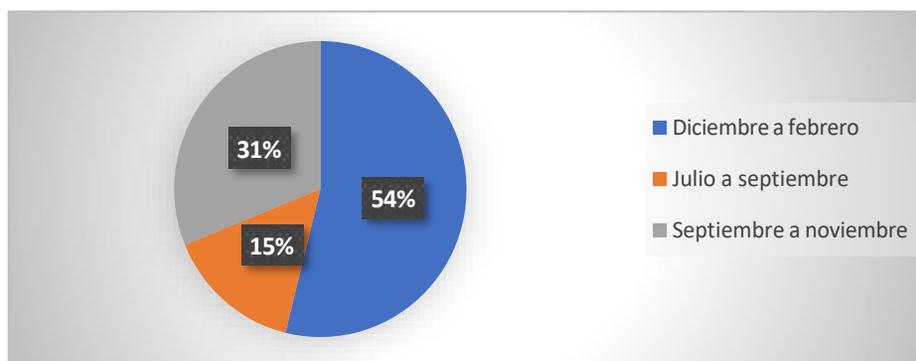
Tabla 5 Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena.

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Diciembre a febrero	140	54%
Julio a septiembre	39	15%
Septiembre a noviembre	81	31%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 5 Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena.



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por : Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

Con respecto a la quinta pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo indicaron lo siguiente; Diciembre a febrero (140) equivalente a un 54%; Septiembre a noviembre (81) con un 31%; Julio a septiembre (39) correspondiente a un 15%. Concluyendo que el 54%; Diciembre a febrero y el 31% Septiembre a noviembre, concuerdan que estos son las temporadas en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena. Por otra parte, el 15% Julio a septiembre no coincide con lo establecido.

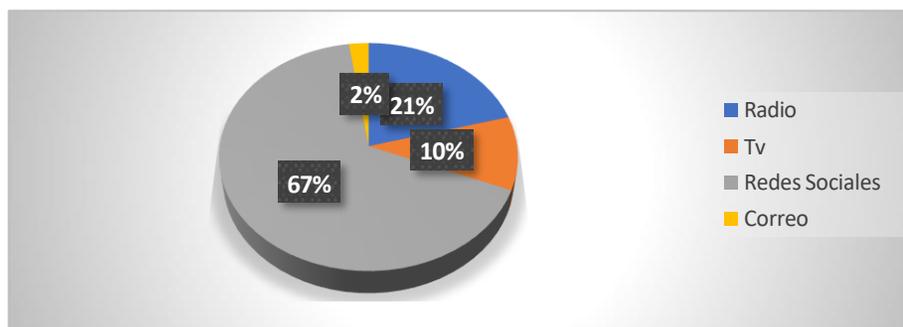
Tabla 6 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Radio	54	21%
Tv	27	10%
Redes sociales	173	67%
Correo	6	2%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 6 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

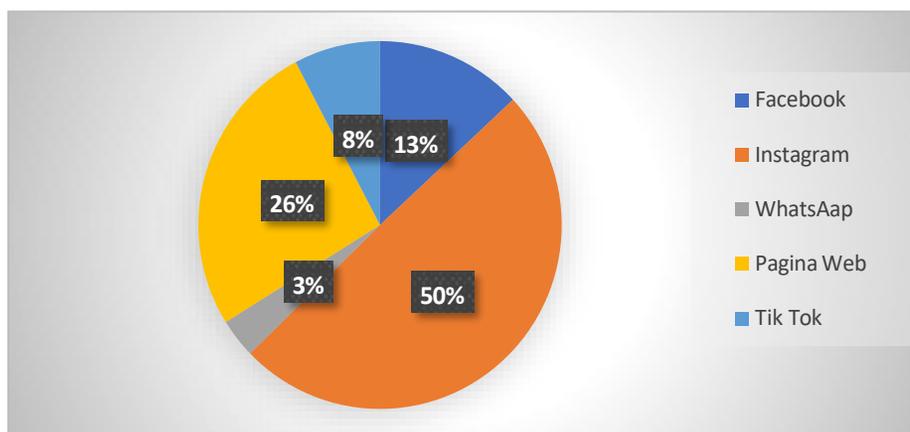
En base a la sexta pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo manifestaron lo siguiente: Redes sociales (173) conlleva un 67%; Radio (54) correspondiente a un 21%; Tv (27) con un 10%; Correo (6) equivalente a un 2%. Definiendo así que el 67% Redes sociales y el 21% Radio, concluyen que por estos medios les gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la comuna Salanguillo.

Tabla 7 ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	34	13%
Instagram	129	50%
Página web	68	26%
TikTok	20	8%
WhatsApp	9	3%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 7 ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta?

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

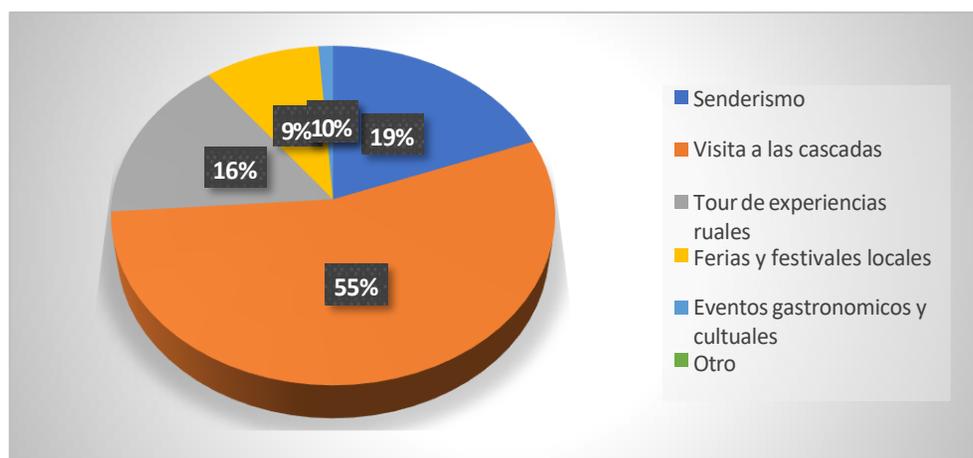
Con respecto a la séptima pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo señalaron que; Instagram (129) correspondiente a un 50%; Pagina web (68) con un 26%; Facebook (34) conlleva un 13%; TikTok (20) correspondiente a un 8%; WhatsApp (9) con un 3%. Con estos datos se concluye que el 50% Instagram y el 26% Pagina Web, indican que este es el tipo de red social que mas frecuenta, por consiguiente, un porcentaje inferior coincide con lo mencionado.

Tabla 8 ¿Qué actividad le gustaría realizar cuando visita la comuna Salanguillo?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	50	19%
Visita a las cascadas	142	54,62%
Tour experiencias rurales	41	16%
Ferias y festivales locales	24	9%
Eventos gastronómicos	3	1%
Otro	0	0%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Gráfico 8 ¿Qué actividad le gustaría realizar cuando visita la comuna Salanguillo?

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Análisis

En base a la octava pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo indicaron que; Visita a las cascadas (142) equivalentes a un 55%; Senderismo (50) con un 19%; Tour de experiencias rurales (41) correspondientes a un 16%; Ferias y festivales locales (24) con un 9%; Eventos gastronómicos y culturales (3) con un 1%. Definiendo que el 55% Visita a las cascadas y el 19% Senderismo, coinciden que estas son las actividades que les gustaría realizar al visitar la comuna Salanguillo. Por consiguiente, existe un porcentaje considerable que se mantiene neutro ante lo expuesto, finalmente un bajo porcentaje que no coinciden con lo expuesto.

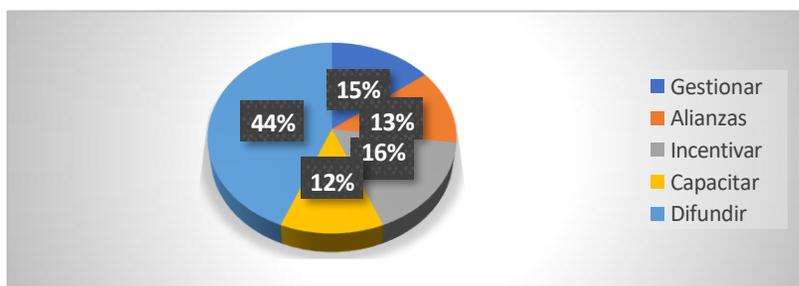
Tabla 9 ¿Cuál de las siguientes acciones deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Gestionar con las autoridades competentes las vías de accesibilidad a los recursos turístico	38	15%
Alianzas entre GAD'S para potenciar los recursos turísticos	33	12,69%
Incentiva a la comunidad a crear emprendimientos Turístico	43	17%
Capacitar a los guías nativos e incentivar a otros a realizar esta actividad	32	12%
Difundir las estrategias de promoción turístico	114	44%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Gráfico 9 ¿Cuál de las siguientes acciones deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico?



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024).

Análisis

Con respecto a la novena pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo indicaron lo siguiente; Difundir las estrategias (114) correspondientes a un 44%; Incentiva a la comunidad a crear emprendimientos (43) con un 16%; Gestionar con las autoridades las vías de accesibilidad (38) con un 15%; Alianzas entre GAD'S (32) con un 12%. Concluyendo que el 44% Difundir estrategias de promoción y el 16% Incentivar a la comunidad a crear emprendimientos, concuerdan que son las acciones que deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico. Por otra parte, existe un porcentaje considerable que se mantiene neutro ante lo expuesto.

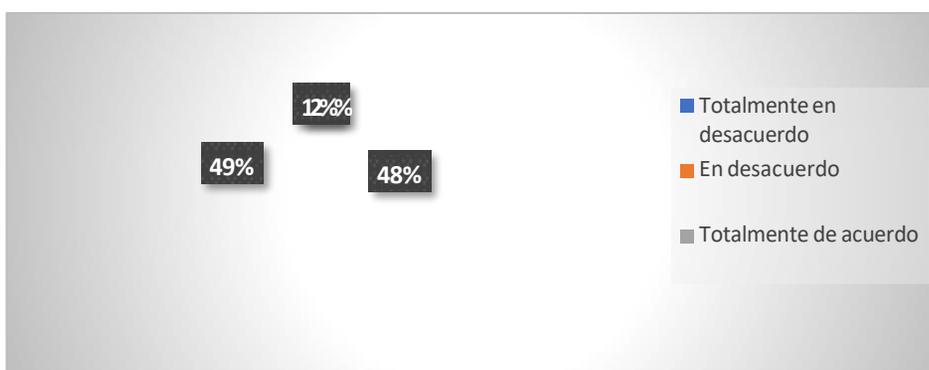
Tabla 10 ¿Considera usted importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente desacuerdo	3	1%
En desacuerdo	4	1.54%
Totalmente de acuerdo	125	48 %
De acuerdo	128	49%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Gráfico 10 ¿Considera usted importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?



Fuente: Encuesta a turistas de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

Análisis

Finalmente, en la décima pregunta, los visitantes de la comuna Salanguillo señalaron lo siguiente: De acuerdo (128) correspondiente a un 49%; Totalmente de acuerdo (125) con un 48%; En desacuerdo (4) con un 2%; Totalmente desacuerdo (3) equivalente a un 1% . Con estos datos concluye que el 49% De acuerdo y el 48% Totalmente de acuerdo, indican que son importante las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo, un porcentaje inferior no coincide con lo mencionado.

3.2.3 Entrevista

A continuación, se presenta un análisis por pregunta de las entrevistas realizadas por las autoridades de la comuna Salanguillo, entre los cuáles se cuenta con la colaboración de la directiva de misma; con el Sr. Johnny Constante (presidente de la Comuna), el Sr. Leonel Malavé (vicepresidente de la Comuna), el Sr. Sergio Catuto (síndico de la comuna), el Sr. Juan Constante (secretario de la Comuna

Entrevistadora: Mónica Salinas Vélez

Entrevistados: Sr. Johnny Constante Malavé- Sr. Leonel Malavé - Sr. Sergio Vidal Catuto- Sr. Juan Constante.

Preguntas	Análisis Cualitativo	Análisis General
1. ¿Cómo define actualmente el turismo en la comuna Salanguillo?	<p>El turismo hoy en día en la comuna Salanguillo se ha convertido en una actividad clave para el desarrollo y crecimiento de la misma. Somos una comuna que se caracteriza por la rica naturaleza que poseen los recursos naturales, que le llaman mucho la atención a los visitantes.</p> <p>La Comuna Salanguillo brinda una experiencia autentica y sostenible donde nuestros visitantes pueden disfrutar de las riquezas naturales que brinda, además de ver el avistamiento de aves y vida silvestre que existe.</p>	<p>La actividad turística se identifica por ser una de las principales fuentes de ingresos en un destino. La comuna Salanguillo es participe de esta actividad, ya que llegan muchos visitantes a ver los recursos turísticos que existen en la misma, la comunidad ha visto en esto una oportunidad, siendo los mismos habitantes quienes brindan el servicio de guías nativos.</p>
2. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presentan en la comuna Salanguillo, que impide su desarrollo turístico?	<p>Como autoridades de la comuna Salanguillo, los principales inconvenientes que presentamos y dificultan el desarrollo turístico, son las vías de acceso, ya que son pocas las cooperativas que ingresan a</p>	<p>El principal inconveniente que presenta la Comuna, como ya lo mencionaron sus autoridades es el mal estado de sus carreteras que impiden</p>

la comuna, la mayor parte de turistas ingresan por carro propio, y los que llegan en buses, les toca fletar motos que se encuentran en la entrada de Manantial de Guangala.

el ingreso de sus turistas. Para superar este inconveniente es necesario trabajar conjunto con los GAD's y autoridades, para dar solución a este inconveniente.

3. ¿Qué proyectos turísticos han sido ejecutados para reactivar el turismo en la comuna Salanguillo tras la pandemia?

En época de pandemia la pasamos mal, casi no llegaban turistas, entre la misma comunidad nos reuníamos para realizar diferentes actividades y así solventar un poco la mala época que estábamos pasando. Sin embargo, aprovechamos el tiempo para realizar talleres, capacitaciones por parte de la prefectura, además de incorporar señaléticas en los distintos senderos, pero como comunidad decidimos hacer señaléticas con otro tipo de material (madera de guayacán), que no se deteriore rápido.

En la época de pandemia fue un momento muy difícil para todos hubo muchas pérdidas, muchos aspectos dificultaban el diario vivir de las personas y todos tuvimos que adaptarnos a esta nueva realidad, así como el turismo también tuvo que hacerlo. Los habitantes de la comuna Salanguillo buscaron la manera de poder solventar ciertos gastos que comuna pasaban en ese momento. Sin embargo, el único proyecto que se ejecutó por parte de las autoridades fue la implementación de señaléticas.

4. ¿Considera Usted, que ocasionan la poca llegada de turistas en la temporada baja en la Comuna Salanguillo?

La problemática principal son las vías que no están en las mejores condiciones, además por la sequía, los ríos no están llenos como lo suelen estarlo. Otra problemática es la falta de promoción turística, lastimosamente en la comuna no hay profesionales expertos en el

La temporada baja en la comuna Salanguillo coincide con la temporada de lluvias, debido al cambio climático tan brusco se ha venido dando en las ultima épocas provoca la sequía, estas afectan a las actividades que se realizan en el aire

tema que no puedan ayudar en eso, tampoco recibimos ayuda por parte de las autoridades, la mayoría de los visitantes llegan por referencias de amigos y familiares, otros que van de paso se enteran de que existe la comuna y lo recursos que posee y quedan asombrados por su belleza.

libre, las cascadas, la vegetación se encuentran en estado seco. Además de la falta de promoción, Salanguillo tiene potencial, pero le falta difusión de los recursos turístico que tiene.

5. ¿La comuna cuenta con un plan estratégico de promoción que ayude a la difusión y reconocimiento de sus recursos turísticos?

Por medio de la prefectura se está ejecutando un proyecto donde se quiere promocionar a la Comuna y sus recursos turísticos. Sin embargo, cabe recalcar que nosotros como comunidad debemos estar capacitados para poder hacer una buena promoción. El recurso más conocido y que ha sido más promocionado es la "Poza del amor", pero la idea es promocionar a todos los recursos naturales que posee la Comuna.

En la Comuna si se están ejecutando un proyecto de promoción turística, pero no le están tomando mucha importancia, ellos como comunidad buscan ser partícipes de este proyecto que se los involucren más, que se den capacitaciones de promoción, de atención al cliente y así ofrece un mejor servicio a sus visitantes.

6. ¿Qué estrategias de promoción conoce Usted, que se están llevando a cabo para atraer turistas durante la temporada baja?

Si, por parte de la prefectura se está dando una campaña de promoción turística con el objetivo de difundir y promociona la Comuna y sus recursos de manera efectiva. Sin embargo, este es un proceso que requiere de compromiso y profesionalismo. A pesar de nuestras limitaciones, hemos participado en diversas ferias y eventos turísticos.

Como Comuna Salanguillo si se han implementado estrategias de promoción, por parte de prefectura. Sin embargo, como habitantes buscan intensificar su presencia en eventos en el ámbito turísticos, que sean considerados como un destino turístico natural.

7. **¿Cuáles son los principales beneficios de tener alianzas con los GAD`S para mejorar el desarrollo turístico en la comunidad?** Estamos trabajando con las autoridades con prefectura, con el turismo comunitario en el área de la montañas, senderos, flora y fauna, esteros cascados, pero son procesos que llevan tiempo . Tener alianzas con las autoridades ayudan mucho a una comunidad, además de ser escuchado sus peticiones, tienen mejor oportunidad de desarrollo y crecimiento.
8. **¿Qué programas o incentivos se han implementado en la comuna Salanguillo para motivar a los habitantes locales a crear emprendimientos turísticos?** Por parte de prefectura se están realizando talleres en donde los compañeros asistieron y recibieron su certificación correspondiente. En la comuna hay personas designadas que van a lo talleres turísticos. Además de talleres partidos por la prefectura, existe un programa para la preservación de bosques y vida silvestre llamado "Socio Bosque", con fondos internacionales que ayudan al desarrollo de la comunidad y la actividad turística.
9. **¿Considera Usted que, se debe realizar capacitaciones a los guías nativos y que ellos a su vez, incentiven a los moradores a participar en las mismas?** Por supuesto es una de las mayores peticiones por parte de la comunidad hacia las autoridades, existen capacitaciones y por suerte a los habitantes les gusta la guianza y la actividad turística y hacen que los demás se motiven a seguir con esta actividad, pero los habitantes piden que se certifique su participación. Es importante que las autoridades tomen las peticiones de los habitantes y puedan ayudar en la certificación de los talleres que toman para brindar un mejor servicio a los visitantes.

10. ¿Considera Usted, que la implementación de estrategias de promoción ayudará a mejorar la calidad de vida de la comunidad, y así Salanguillo tenga un reconocimiento al implementar dichas estrategias?

Si, como autoridades de la comuna Salanguillo creemos que es de suma importancia la incorporación de estrategia de promoción turística, para mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad, ya que a través de la actividad turística podemos dar plaza de empleos y hacer de la actividad turística una forma de vida.

La comuna Salanguillo al igual que el resto de las comunas desea que la actividad turística incremente, porque ven en esta una oportunidad para generar ingresos y ayudar a sus familias.

Fuente: Entrevista autoridades de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

3.3 Discusión de resultados

En relación con los datos encontrados a través de la encuesta se obtuvo la percepción de los turistas que visitan la comuna Salanguillo sobre la implementación de estrategias de promoción turística para la Comuna, abordando temas fundamentales como; el motivo por el cual visitan la Comuna, en compañía de quienes lo hacen, las actividades que les gustaría realizar cuando visiten la misma, entre otros temas que son esenciales para poder llegar a resultados satisfactorios en este trabajo de investigación.

Se establece la evaluación de validez de los resultados a través de los instrumentos y técnicas utilizadas, mediante a estos se logro conocer la realidad del tema tratado, en este caso como los turistas ven a la comuna Salanguillo desde sus percepciones, respondiendo de manera infalible a la investigación y creando una relación conductora con la investigación, las variables, objetos, fundamentación, los conceptos y teorías, y por ultimo los resultados y discusión.

Durante la recopilación de información en la comuna Salanguillo el principal inconveniente que se presento por parte de los turistas que llegaban, era que no todos estaban dispuestos a brindar información y ser partícipes de esta actividad de ser encuestados. Otro incidente fue que durante la semana no había muchos visitantes, aparte los meses de julio y septiembre, se encontraban pocos turistas, la mayor parte llegaban fines de semana, durante los feriados, se obtuvo buenos resultados, ya que se encontraban familias grandes, quienes ayudaron a recopilar más información-

Para visitar los recursos turísticos, la dificultad principal fue el recorrido, ya que se tomaban unas 2 horas, para llegar a cada recurso, aparte no siempre se contaba con los guías . Sin embargo, se contó con la ayuda de los habitantes de la Comuna, quienes hacían de guías, incluso conocían mejor los senderos y los recorridos se tornaban menos tediosos, aparte contaban con mucha información de cada uno de los recursos, esto apporto aún más a la investigación.

Estas y otras limitaciones presentaron dificultades para poder realizar el estudio de investigación, pero no obstante se logro el objetivo de recolectar la mayor

información posible, y sacarle provecho a cada una de las salidas de campo que se realizaron durante este largo periodo.

De acuerdo a la necesidad de la investigación se incorporaron herramientas de trabajo para la debida recopilación de datos, la misma que fueron esenciales para dar partida a los resultados de esta indagación, por consiguiente las entrevistas fueron realizadas con autoridades de la comuna, con la participación del Presidente y Vicepresidente de la Comuna, mismos que ayudaron y aportaron con información como; cuáles fueron las dificultades que pasaron tras la pandemia, si existían proyectos turísticos que ayuden a la comunidad a tener una promoción adecuada para la llegada de sus visitantes.

El presidente mencionó que cuentan con el apoyo de las autoridades, pero que ellos como comunidad desean estar aun mas involucrados en temas de promoción, y atención al cliente, ya que ellos piensan, que un existen muchas falencias en brindar un buen servicio a sus visitantes. Además de que desean ser reconocidos como las otras comunas, y así tener mayor oportunidad de desarrollo turístico, de esta manera tendrán la iniciativa de poder mejorar su estilo de vida, dedicándose a la actividad turística. Uno de sus mayores inconvenientes es; el mal estado en que se encuentran sus vías, ya que se tornan dificultosas para los visitantes.

Por otro lado, se debe hacer mención, que la comunidad en sí, están dispuestos a recibir ayuda por parte de las autoridades, una de sus mayores peticiones es recibir talleres de capacitación para tener certificación de guías nativos. Además, de recibir ayuda de profesionales en el tema de turismo, ellos mencionaban que varios estudiantes que están realizando sus estudios, los han ayudado con ser reconocidos, por lo que realizan sus trabajos de tesis en la Comuna, y la información que recopilan ayudan a llevar una base de datos confiables.

Con respecto a que, si estuviesen dispuesto a que se implementen estrategias de promoción para mejorar la difusión, mencionaron que, si es fundamental para poder posicionar la Comuna como un destino atractivo y sostenible tanto para sus habitantes y sus visitantes, esto ayudara a fortalecer la identidad local. Además de impulsar el desarrollo económico, cultural y social.

CAPITULO IV. PROPUESTA

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA LA COMUNA SALANGUILLO AÑO 2024.

4.1 Presentación de la propuesta

El diseño de un plan de Promoción para la difusión de la comuna Salanguillo y sus recursos turísticos durante la temporada baja, se presenta como un documento que establece estrategias que dan respuesta del problema inicial, en este caso a la falta de promoción turística durante el periodo de temporada baja, en donde los turistas bajan su visita al destino, las estrategias planteadas serán de suma ayuda para potenciar la difusión de la existencia de estos recursos y actividades turísticas que se pueden encontrar en la misma.

Las estrategias de promoción dan oportunidad a crear una marca, en donde la Comuna pueda identificarse como un destino turístico apto para realizar diferentes actividades que se estima implementar, también tendrá protagonismo en las redes sociales, ya que hoy en día es fundamental contar con estas herramientas tecnológicas, nos ayuda a tener una mejor conexión con los demás, y por su puesto pueden ver las maravillas que cuenta la Comuna a través de fotografías o videos colgados en las mismas.

4.2 Justificación

Identificar estrategias de promoción dará oportunidad de que la Comuna se dé a conocer por propios y extraños, aquí lo más importantes es captar la atención de los turistas, al momento de visitar la Provincia de Santa Elena, la comuna Salanguillo sea una de sus preferencias. Las actividades turísticas que se desean incorporar formarán parte de las estrategias a promocionar mediante la herramienta de redes sociales.

El trabajo de investigación se enfoca en diseñar estrategias de promoción turística para incrementar el número de turistas en la comuna Salanguillo, y por supuesto dar oportunidad al desarrollo turístico local, promocionando los recursos que oferta a través de estrategias que incentiven a los turistas visitar la Comuna durante temporada baja.

4.3 Análisis situacional

En este apartado, se conocerá como se encuentra la comuna Salanguillo actualmente, en qué condiciones esta, para poder recibir turistas y si las estrategias planteadas serán de ayuda para su promoción. La comuna Salanguillo cuenta con largo historial desde su creación, pero fue en el año de 1982 donde recibió el nombre de “Salanguillo “debido a una pareja de esposos donde se apodaban, la señora “Salan“y el señor “Guillo.

El turismo en la actualidad es uno de los principales generadores económicos en todo el mundo, si un destino lo sabe aprovechar, puede llegar a tener varias oportunidades y sacar provecho para su comunidad. En el ámbito turístico la comuna Salanguillo recibe un aproximado de 200 turistas los fines de semana, en las vacaciones aumentan y son 2000 personas que llegan a disfrutar de las maravillas que posee la misma. Sin embargo, el objetivo del trabajo de investigación es que este número de personas aumenten en los meses que son considerados bajos (julio a septiembre), para aquello se busca identificar estrategias que ayuden a la promoción y difusión de la comuna Salanguillo.

En este capítulo se darán a conocer los resultados obtenidos mediante el trabajo investigativo, se destacarán los principales recursos turísticos con los que cuenta la comuna Salanguillo. Además, mediante el análisis DAFO, se evidenciarán las falencias y oportunidades que tiene la Comuna para poder ser promocionado, también se conocerá los resultados obtenidos gracias a las encuestas y entrevistas proporcionadas por los habitantes y autoridades que se encontraron en la Comuna, posteriormente la elaboración de las estrategias de promoción para la misma.

Objetivo General

Fomentar el turismo en la comuna Salanguillo mediante de estrategias de promoción turística para la difusión de sus recursos turísticos durante la temporada baja.

Objetivos Específicos

- Reconocer la situación turística de la comuna Salanguillo a través de un análisis DAFO.

- Identificar y valorar los recursos turísticos a promocionar en la Comuna Salanguillo
- Capacitar a la comunidad para fortalecer sus conocimientos y ofrecer una buena atención a sus visitantes.

4.4 Planificación de estrategias

a) *Análisis DAFO*

En el siguiente apartado se establece el análisis FODA para la Comuna Salanguillo, en el cual se incluirán los aspectos que permitan reflejar las fortalezas, las oportunidades. Así mismo, se estarán analizando las posibles debilidades y amenazas que pueda darse en el transcurso del tiempo

El presente análisis permitirá detallar los aspectos internos y externos de la Comuna Salanguillo.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de recursos turísticos • Área natural protegida. • Guías nativos – Guardabosques. • Respaldo de los habitantes para fortalecer la actividad turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Afluencia de turistas nacionales – extranjeros. • Se pueden realizar una variedad de actividades turísticas. • Respaldo de gobiernos gubernamentales interesados en la actividad turística. • Destino apto para realizar turismo de naturaleza, aventura, entre otros.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca promoción turística. • Red de comunicación. • Calles no pavimentadas. • Marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de oferta turística de las Comunas aledañas. • Invasión en espacios naturales protegidos. • Desastres naturales (próximos a fenómeno del niño). • Nuevos segmentos de mercado con potencial turístico.

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

b) Recursos turísticos – Servicios y Actividades turísticas

Principales recursos turísticos de la Comuna Salanguillo.

- Salto chico
- Cascada “Las campanas”
- Agua Petrificada
- Dos bocas (Unión del río Unko)
- Cueva “Las campanas”
- Laguna “Socavón”
- Poza Salto 1 y 2
- Poza Azul
- Poza del Amor
- Poza Las piedrotas
- Poza Los clementes
- Poza Pajarito
- Poza Agua blancas o barbulladora
- Poza Honda
- Poza Demivinco
- Salto de la Tambora

Servicios turísticos

- Campo ecológico turístico “San Juan”

Posibles actividades turísticas

- Senderismo
- Escalada de montaña
- Aventurismo
- Ciclismo
- Camping

c) *Buyer persona*

El Buyer persona es una construcción ficticia del cliente ideal de la empresa o proyecto ideal, su objetivo es ayudar a entender el cliente potencial, reconociendo sus necesidades y preocupaciones, para de esta manera poder brindarles un producto o un servicio acorde a sus preferencias.

Buyer persona

Amelia Santos



Bibliografía

Amelia es una empresaria dedicada a su negocio de bienes raíces, le gusta ir a vacacionar a lugares rodeados de vegetación, en donde pueda conectar con la naturaleza. Anda en busca de nuevas aventuras, descubriendo lugares hermosos y amigables con el entorno natural.

Motivaciones

Familia- Amigos- Trabajo – Empresa- Cuidado con el medio ambiente

Gustos y aficiones

Senderismo- Ciclismo- Cabalgata- Gusto por los animales – Turismo de naturaleza - Amante a la naturaleza- Gusto por los libros.

Habilidades

Autoconocimiento – Comunicación asertiva – Toma de decisiones – Negociación – Empatía.

Actividades

Meditación – Senderismo – Deportista – Viajar – Descubrir nuevos destinos.

Datos personales

Edad	30 años
Sexo	Femenino
Nacionalidad	Ecuatoriana
Educación	Tercer nivel
Ocupación	Empresaria
Estado civil	Soltera

Personalidad

Creativa
Divertida
Amigable
Extrovertida
Empática

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

4.5 Formulación de estrategias en beneficio a la comunidad

En este punto se proponen las diferentes alternativas estratégicas que se desean establecer para cubrir la petición de los habitantes de la comuna Salanguillo y así poder brindar un mejor servicio a los visitantes.

Estrategia N ° 1. Posicionar al destino en el mercado turístico por medio de una marca identificativa.

La propuesta de logotipo de la comuna Salanguillo representa la identidad natural de la comunidad, resaltando el respeto por el medio ambiente, los recursos naturales (ríos, boques, vida silvestre, etc.). Los colores verde y azul simbolizan la conexión con la naturaleza y el compromiso con la sostenibilidad.

La propuesta enfatiza un mensaje de respeto y cuidado por el medio ambiente promoviendo practica sostenibles, destacando los recursos naturales que hacen única a la Comuna, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y orgullo comunitario

Elementos y colores

Circulo exterior

- El logo tiene un diseño circular, membretado "Comuna Salanguillo" en color verde, que se asocia a la naturaleza, continuidad y conexión con el medio ambiente.
- La imagen de la cascada es representativa de la Comuna ya que, existen varios recursos naturales la gran parte cascadas, alude a un paisaje geográfico característicos de Salanguillo. El cual simboliza la pureza, la vida silvestre y la sustentabilidad de la misma.
- Los detalles decorativos de las ramas en las esquinas resaltan la conexión de la Comuna con la agricultura, la vegetación, los valores ecológicos y el compromiso de los habitantes con el cuidado y conservación del medio ambiente.



Estrategia N ° 2. Crear una base de datos para llevar el registro de los recursos turísticos que visitan los turistas, y por medio de las redes sociales hacerles llegar promociones y actividades de la Comuna.

Las redes sociales hoy en día, son una puerta llena de oportunidades, ya que las personas pasan la mayor parte de su tiempo en ellas, esto los lleva a descubrir nuevos lugares que antes desconocían, los medios digitales captan la atención de sus usuarios a través de atractivas fotografías y videos inusuales que hacen que los individuos quieran visitar dicho destino.

Para promocionar un destino turístico, se debe tomar en cuenta que las personas buscan la popularidad o principales atracciones del sitio. En este caso la comuna Salanguillo posee diversos recursos naturales y manifestación culturales, además actividades que se desean incorporar ya que el lugar, es apto para las mismas.

La promoción turística destaca ciertos puntos importantes para su ejecución;

- Dar a conocer la oferta turística del destino (recursos turísticos – actividades turísticas).
- Promover la comuna Salanguillo y los recursos turísticos que posee.
- Desarrollar eventos representativos para dar a conocer el destino.
- Impulsar la actividad turística implementando estrategias de promoción que capte la atención de los turistas.

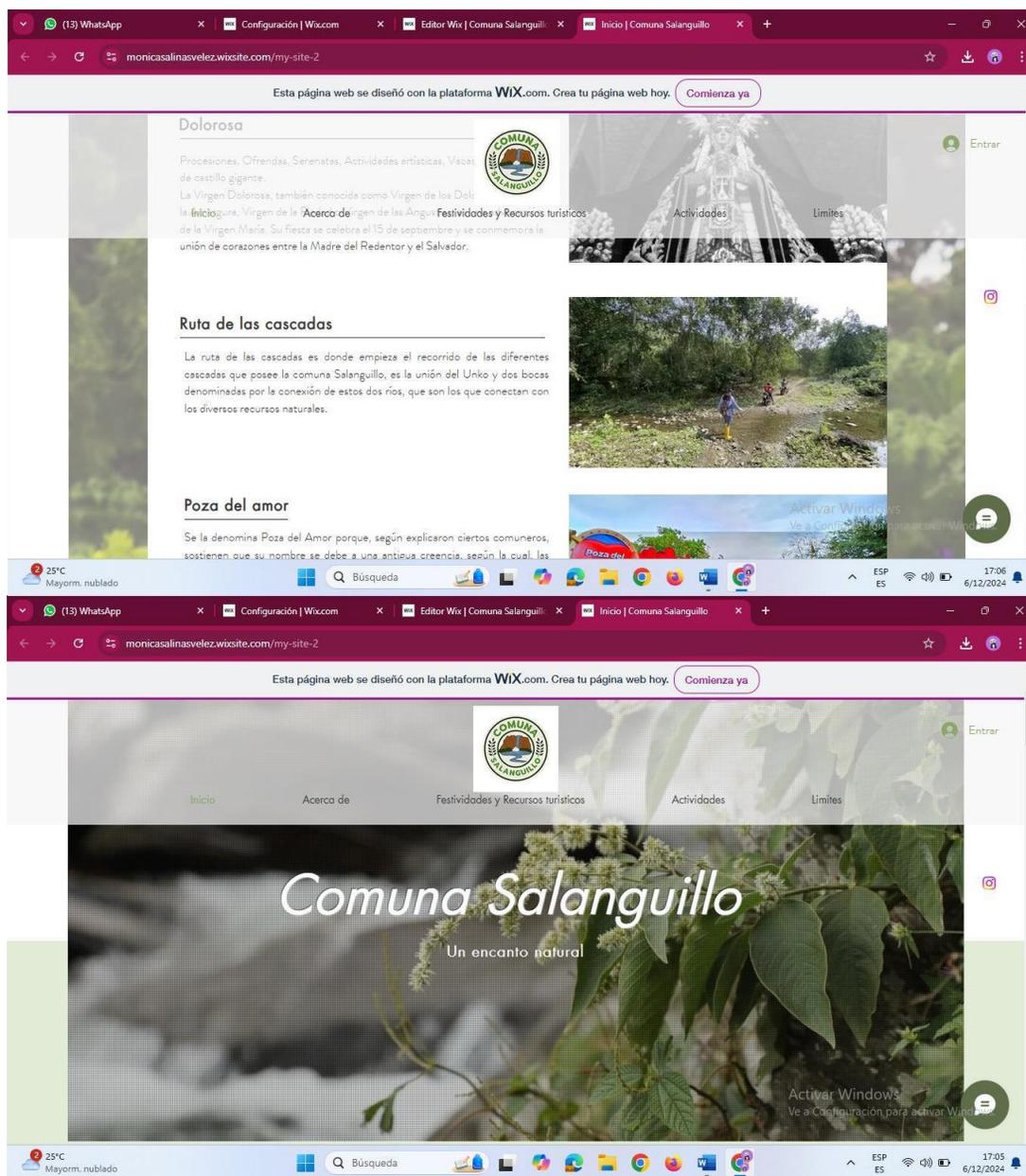
Página Web

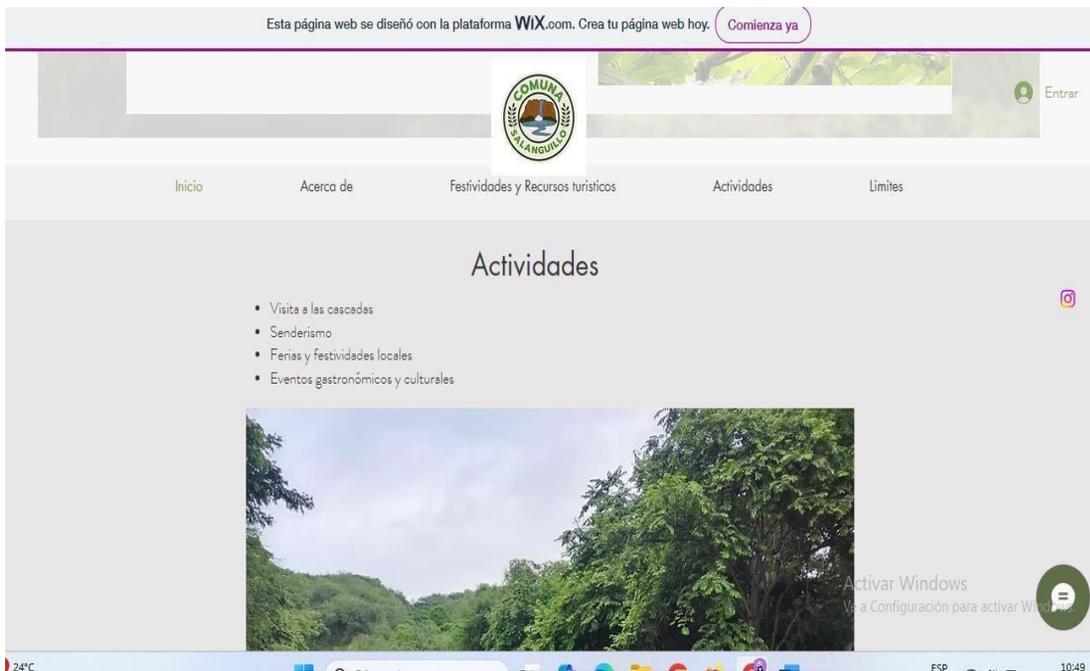
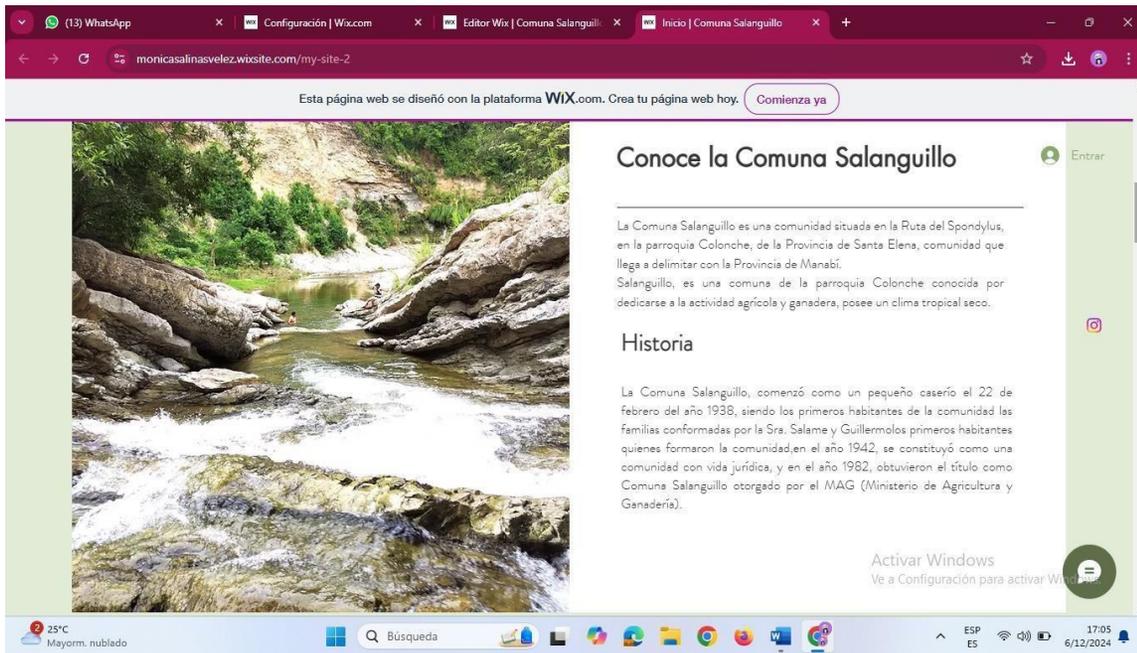
La página web es un documento digital, accesible desde cualquier navegador de internet, en donde se pueden visualizar fotografías, videos, post que tengan relación con un tema, lugar o cosa específica. En este caso se promociona un destino turístico, en donde se desea dar a conocer la oferta turística que posee la misma.

Se utiliza la página dinámica en donde no solo el usuario podrá poner contenido a cerca de las novedades de la Comuna, sino que también, los turistas tengan la oportunidad de compartir sus fotografías y experiencias, así mismo se colocara un buzón de sugerencia

en donde se tomarán en cuenta las mismas para mejorar esos aspectos. De esta manera se busca la interacción con el cliente y obtener un mejor resultado al momento de manejar la página web.

<https://monicasalinasvelez.wixsite.com/my-site-2>





Instagram

La red social Instagram es una aplicación que permite a sus usuarios editar y subir fotografías y post que los mismos quieren compartir con sus seguidores, también suelen utilizar hashtags para elevar sus likes, ya que de esta manera la fotografía o video llega a más personas, fuera de su círculo de seguidores. Teniendo en cuenta las posibilidades que posee la App, muchas empresas grandes, medianas e incluso pequeños emprendimientos se han dado a conocer mediante esta red social, han incrementado sus ventas, gracias al post de las mismas.

La idea de promocionar la comuna Salanguillo es clara, el segmento que se quiere alcanzar son amantes a la naturaleza y la aventura, ya que cumple con todos los requisitos de ser promocionada en estos nichos de mercado.

Campaña de promoción para la Comuna Salanguillo mediante la red social Instagram

- **Impacto visual:** La observación de las imágenes y videos serán esenciales para la aceptación de los usuarios, estas deben de ser de alta calidad, efectiva y atractiva, quienes la vean estén convencidos de querer visitar el destino para presenciar lo que han podido visualizar a través de fotografías, post.
- **Branding:** Mediante la identificación de la marca Salanguillo, se requiere el posicionamiento de la misma, el usuario al momento de buscar información de la comuna se encontrará con una marca identificativa.
- **Crecimiento de la comunidad:** La constancia de la interacción con los usuarios lograra incrementar esta comunidad, teniendo en cuenta los segmentos seleccionados para la misma, no se descarta en un futuro incorporar otros nichos de mercado relacionados.

comuna_salanguillo



10 publicaciones 12 seguidores 0 seguidos

Se encuentra ubicada en la parroquia Cholonche, vía principal Manantial de Guangala
monicasalinasvelez.wixsite.com/my-site-2

Editar perfil Compartir perfil

Sugerencias para ti Ver todo

- 

Conectar contactos
Encuentra a personas que conoces

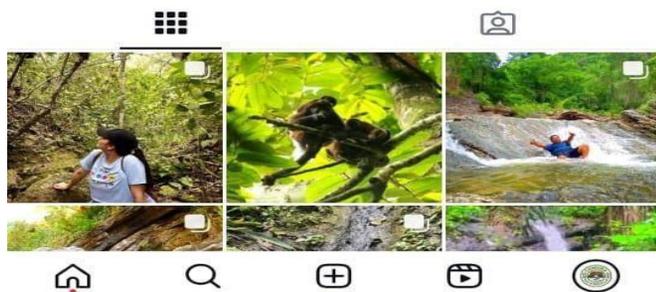
Conectar
- 

Darwin Villao Parra
melyy_reyes09 y 3 más siguen esta cuenta

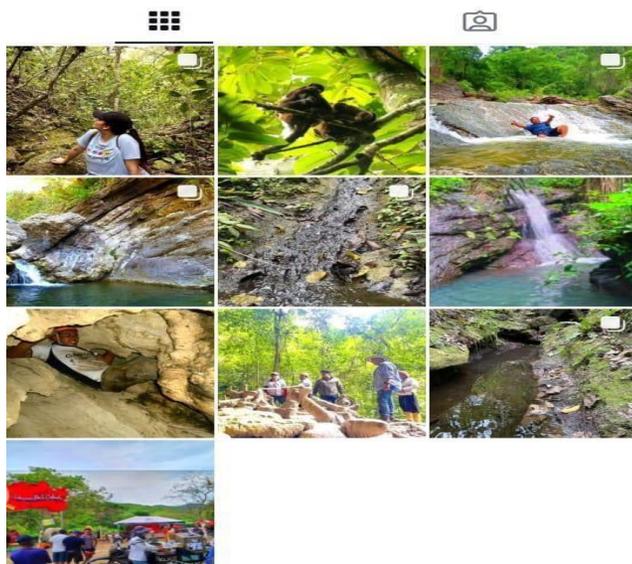
Seguir
- 

Ricky C diegopoz
siguen esta cuenta

Seguir



16:59 comuna_salanguillo 81%



Estrategia N ° 3 Capacitar a los habitantes de la comuna Salanguillo por medio de talleres y actividades que promuevan el desarrollo turístico, emprendimiento y sostenibilidad, fomentando el bienestar comunitario y la actividad turística.

Capacitar a los habitantes de la comuna Salanguillo, presentando temas como el turismo comunitario, de naturaleza, aventura y la actividad turística, para que de esta manera adquieran destrezas y obtengan información, permitiéndoles desempeñar correctamente el ámbito turístico.

- Capacitar a los habitantes de la comuna Salanguillo sobre el turismo comunitario, de naturaleza para el desarrollo sostenible y preservación de sus áreas protegidas.
- Incentivar a los habitantes a crear emprendimientos turísticos, para brindar una buena atención al cliente.
- Involucrar a la comunidad y así, lograr el reconocimiento de sus habilidades en la actividad turística.

Programa	Objetivo	Nº de horas- Periodo de realización	Dirigido a :
Capacitación de turismo comunitario	Desarrollar habilidades que permitan a los habitantes convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes.	16 horas (4 horas a la semana) 1 mes	Habitantes de la comuna Salanguillo Autoridades de la comuna Salanguillo
Capacitación turismo de naturaleza	Identificar los aspectos claves para el desarrollo del turismo de naturaleza sostenible, transmitir el compromiso de responsabilidad ambiental.	16 horas (4 horas a la semana) 1 mes	Habitantes de la comuna Salanguillo Autoridades de la comuna Salanguillo
Capacitación de atención al cliente	Proporcionar experiencias para mejorar la satisfacción del cliente. Además de proyectar una imagen de profesionalismo en el ámbito turístico.	20 horas (5 horas a la semana) 1 mes	Habitantes de la comuna Salanguillo Autoridades de la comuna Salanguillo
Capacitación de emprendimientos turísticos	Satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros. Además de ayudar a los habitantes a desarrollar sus capacidades y habilidades en el ámbito empresarial.	20 horas (5 horas a la semana) 1 mes	Habitantes de la comuna Salanguillo Autoridades de la comuna Salanguillo

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

4.6 Formulación de estrategias en beneficio a los turistas

En este punto se proponen las diferentes alternativas estratégicas que se desean establecer para cubrir la demanda baja que existe en la comuna durante el periodo bajo ya antes mencionado, y dar paso a la promoción y difusión de los recursos y actividades turísticas que ofrece la comuna Salanguillo.

Estrategia N^a 1 Campaña para fidelizar a los turistas que concurren constantemente a la comuna Salanguillo.

La identidad de un destino varia de muchos aspectos; entre estos esta la experiencia positiva que obtuvieron los turistas en sus visitas brindadas en el destino. En este caso el logo se convierte en un hilo conductor en toda la estadía del visitante, ya que lo asocia con los recursos turísticos que encontró en el mismo.

Un logo bien diseñado puede convertirse en una herramienta estratégica poderosa, al crear un vinculo emocional con el destino, el logo fomenta la percepción que tiene el turista con el destino, por medio de este símbolo las personas lo pueden reconocer y de esta manera ser identificado un destino.

Programas de fidelización

- Recompensas visuales, utilizar el logo como elemento principal de fidelización, ofreciendo descuentos, experiencias exclusivas a turistas que concurren mucho a la comuna.
- Merchandising, ofrecer productos con el logo como; camisetas, gorras, llaveros. Para que de esta manera los turistas puedan llevarse un recuerdo.
- Eventos temáticos, crear actividades que giren entorno al logo como concursos de fotografías, diseño o dibujo, haciendo participes a los turistas, como principales anfitriones en esta actividad.

Estrategia 2. Crear alianzas con agencias de viaje para promocionar a la comuna Salanguillo como “Family Friendly” a través de plataformas digitales

En la provincia de Santa Elena existen agencias de viaje que brindan servicios turísticos, haciendo partícipes en su mayoría a familias, quienes estén interesados en conocer algún destino turístico, fuera de su entorno naturales, en esta ocasión se presenta a la comuna Salanguillo como un destino de paso, ofreciendo un turismo de naturaleza y aventura apropiado para las familias, ya que llegan muchas a visitar los recursos turísticos que ofrece la misma.

Identificar agencias de viajes clave

Buscar agencias locales, que estén involucrados en trabajar con destinos turísticos, con la segmentación de familias, a continuación, se presenta a las posibles agencias participantes para esta alianza;

- MULTIVACIONES DECAMERON (Agencia de viaje dual)
- SPONDYLUS TRAVEL (Agencia de viajes internacional)
- SALINAS TRAVEL S.A (Agencia de viaje internacional)
- SOERMA TOUR S.A (Agencia de viaje dual)
- CARIDI TRAVEL S.A (Agencia de viaje dual)
- SUMPA TRAVEL S.A (Agencia de viaje internacional)
- OPENINGFRONTIERS (Agencia de viaje dual)

Propuesta de valor para las agencias

Ofrecerle videos y fotos que identifiquen a la comuna Salanguillo como un destino que acoge este tipo de segmento ideal para familias; en donde las actividades ecológicas, zonas seguras y experiencias culturales sean prioridades para ofrecer a sus visitantes

- Proporcionar itinerarios en donde se dan a conocer los diferentes senderos, promocionando los recursos turísticos, facilitando así la venta de paquetes familiares.
- Facilidades logísticas, garantizando el apoyo local para gestionar la transportación, la alimentación y las actividades familiares.

Estrategia digital conjunta

El contenido digital que se proporcione a la agencia turística que esta aliada con la comuna tiene que presentar videos cortos mostrando a las familias disfrutando de las distintas actividades que ofrece la comuna Salanguillo.

- A través de sorteos o concurso con las agencias aliadas para ganar una visita a la comuna Salanguillo.
- Hashtags colaborativos como, por ejemplo; #SalanguilloEnFamilia, #SalanguilloFamiliar, etc.,
- Crear un video 360^a mostrando a Salanguillo como un destino de naturaleza y agradable apto para las familias, que se puedan mostrar en sus plataformas.
- Participar en ferias de turismo para promocionar los paquetes familiares en la comuna Salanguillo.



Estrategias N° 3. Diseñar actividades especiales durante las vacaciones escolares para fomentar el turismo familiar en la comuna Salanguillo.

Para promover el turismo familiar en un destino turístico, se pueden organizar eventos que estimulen la curiosidad y el aprendizaje en las personas. En esta ocasión la interacción de las familias en conexión con la naturaleza será una gran oportunidad para obtener nuevas anécdotas. La comuna Salanguillo cuenta con un ambiente agradable para este tipo de actividades.

Las actividades se presentan a continuación;

En busca del tesoro.

La búsqueda del tesoro en medio de la naturaleza, con la planificación adecuada, será un gran éxito para la interacción de jóvenes y mayores. La comuna Salanguillo que ofrece aire fresco, un bello entorno y una experiencia de aventura que puede aportar conocimientos, además de diversión y emoción.

La dinámica consiste en hacer partícipes a las familias que se encuentren en ese momento en la comuna Salanguillo, haciendo pequeños grupos, en los cuales cada miembro tendrá diferentes tareas que realizar en el trascurso de encontrar el tesoro.

- Elegir un espacio cómodo, en donde el camino no sea dificultoso para los más pequeños y los adultos mayores.
- Delegar actividades a cada uno de los participantes para que la búsqueda sea más interactiva y obtengan mejores resultados encontrando las pistas.
- Cuando se estén acercando al objetivo encontrar pequeñas distracciones para confundir a los participantes
- Al final el grupo que haya tenido mejor interacción con sus demás miembros ganará.

Actividades ecológicas como caminatas, plantación de árboles o visitas a los diferentes recursos turísticos .

Proporcionar la integridad biológica es uno de los principales objetivos de la comunidad, ya que conservan mucho el entorno que los rodea, por esto, el transmitir la importancia del cuidado con el medio ambiente, siempre ha sido característico de sus habitantes.

Caminatas familiares

- Hacer partícipes a las familias en las caminatas es una actividad interactiva y dinámica que, además de pasar un momento ameno, ayudara a fortalecer el aprendizaje de pequeños y adultos.
- La caminata hacia los diferentes senderos con baja dificultad acompañados de guías, donde se incluyan señaléticas claras y paradas de descanso.
- Contar con guías que expliquen de manera atractiva la flora y fauna. Además de aspectos relevantes culturales de la Comuna.
- Actividades recreativas como la identificación de aves, huellas de animales o plantas.

Plantación de arboles

- Explicar la importancia del cuidado de los árboles para el ecosistema y como su conservación ayudara a tener más años en el planeta.
- Organizar a las familias para darles una pequeña charla del cuidado del medio ambiente, posterior darles pequeñas semillas, para que puedan plantarlas en áreas seleccionadas.
- Entregar certificados personalizados de la participación a los miembros de las familias que se hicieron partícipes en esta actividad.

Visita a los recursos turísticos

- Con la ayuda de los guías, preparar recorridos hacia los diferentes recursos turísticos, que tengan un enfoque educativo sobre la conservación y preservación del medio ambiente.
- Crear estaciones temáticas a lo largo del recorrido para poder observar la naturaleza, identificar los tipos de árboles, animales o experimentar sonidos de la naturaleza.
- Organizar picnis ecológicos en zonas designadas, incentivando el uso de los envases reutilizables



Cuadro comparativo de las estrategias de promoción para para comuna Salanguillo

<i>Estrategias de promoción en beneficio a los habitantes de la Comuna</i>	<i>Estrategias de promoción en beneficio a los turistas</i>	<i>Similitudes</i>
Posicionar al destino en el mercado turístico por medio de una marca identificativa.	Campaña para fidelizar a los turistas que concurren constantemente a la comuna Salanguillo.	Un logo utilizado estratégicamente, puede convertirse en una herramienta poderosa para fidelizar turistas. Al crear un vínculo emocional con el destino, el logo fomenta la repetición de visitas y la recomendación a otros
Crear una base de datos para llevar el registro de los recursos turísticos que visitan los turistas, y por medio de las redes sociales hacerles llegar promociones y actividades de la Comuna.	Crear alianzas con agencias de viaje para promocionar a la comuna Salanguillo como ‘‘Family Friendly’’ a través de plataformas digitales	Diagnosticar el uso de redes sociales a través de una base de datos de los turistas permitirá promocionar paquetes turísticos, actividades, mediante alianzas con agencias de viaje, que deseen ser partícipes de este vínculo.
Capacitar a los habitantes de la comuna Salanguillo por medio de talleres y actividades que promuevan el desarrollo turístico.	Diseñar actividades especiales durante las vacaciones de verano para fomentar el turismo familiar en la comuna Salanguillo.	Mediante las capacitaciones brindadas a los habitantes de la Comuna, se brindará una mejor atención al cliente y dará paso a la creación de emprendimientos y actividades turísticas para fomentar el turismo.

Elaborado por: Mónica Salinas Vélez (2024)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Una vez obtenida la información y analizada la información referente a la problemática de estudio, se presentan a continuación las conclusiones:

De acuerdo con los resultados se concluyó que es necesario implementar estrategias de promoción en la comuna Salanguillo para poder brindar una mejor experiencia turística a los turistas que desean conocer el destino, y brindarles la información que ellos desean indagar, y así satisfacer sus necesidades. Debido que aportan a la promoción turística de un destino, y es necesario para un crecimiento proporcional para generar una apropiada imagen del destino.

Mediante el desarrollo de la propuesta, está enfocada en la promoción de la comuna Salanguillo, el principal objetivo es dar a conocer a la comunidad como un destino preferido por los turistas que visiten la provincia de Santa Elena, y no solo en sus feriados, sino también en su temporada baja, dando paso a que sus recursos turísticos sean reconocidos por propios y extraños. Además de tener el reconocimiento necesario para poder conservar estas áreas naturales sin saturar el destino.

Gracias a la información recopilada por los instrumentos implementados, se pudo deducir que existe un apoyo por parte de las autoridades, pero en cuanto a promoción a la Comuna le falta aún más profundizar el tema, los pobladores piden especialista en el tema, quienes les ayuden a fortalecer el tema de redes sociales y cómo manejarlas y así obtener más visitas de turistas a la Comuna.

Recomendaciones

Teniendo clara la estructura de las conclusiones y analizando los resultados obtenidos, se recomienda;

Todas las estrategias expuestas en este trabajo de investigación pueden ser utilizadas en destinos pequeños o una gran industria turística, hoy en día sí, no existe promoción en un lugar, no puede llegar ser descubierto por quienes les interesa este tipo de turismo. Cabe señalar que la promoción de un destino turístico, su principal enfoque es buscar la comprensión del turista con los factores socioambientales, porque está bien querer disfrutar de un destino, pero también es importante no dañar el entorno y poder conservarlo por muchos años más.

Estas acciones posicionarán a la comuna Salanguillo como destino preferido por los turistas, incrementando su visita, fomentando la economía local, dándoles oportunidades de emprendimiento a sus habitantes y así mejorando sus condiciones de vida, por aquello es necesario implementar estrategias de promoción para fortalecer la identidad y el compromiso con la sostenibilidad de la misma.

No obstante, se debe tomar en cuenta la opinión de los habitantes de la comuna Salanguillo, ya que ellos son quienes habitan en este destino, y han sido partícipes de como la Comuna de poco a poco ha llegado a crecer como un destino turístico, recibiendo a turistas, interesados en conocer los recursos turísticos que la misma les brinda. Además de tener en cuenta que ellos también quieren formar parte de esta actividad turística, de hecho, se esfuerzan por ser parte, tomando cursos, talleres que la prefectura les brinda, pero manifiestan que no son suficiente, que necesitan más apoyo por parte de las autoridades.

Bibliografía

ACERENZA, M. (2008). *Gestión municipal del turismo*. México: Trillas.

Acerenza M. (2004). *Fundamentos de comercialización turística. Las características de los productos y servicios turísticos*. Obtenido de Acerenza, Miguel Angel. (2004). Fundamentos de Comercialización Turística. Obtenido de Fundamentosmultimedia.uned.ac.cr/pem/comercializacion_turistica/pag

Alvarez , D et al.,. (2022). *ECUADOR INTENSIFICA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL MUNDO*. Obtenido de “ALL YOU NEED IS ECUADOR” PARA LA INDUSTRIA TURÍSTICA: <https://ecuador.travel/trade/es/noticias/129-ecuador-intensifica-su-promocion-turistica-en-el-mundo>

Arbolea ,P. (2015). *“LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA REVALORIZACIÓN DEL PENSAMIENTO MONTALVINO EN LA CASA Y MAUSOLEO DE JUAN MONTALVO”*. “Universidad Técnica de Ambato”. Ambato-Ecuador: Repositorio Institucional .

Ballina ,F. (2018). *Marketing turístico aplicado*. 271: ESIC.

Cruz R. (2017). Obtenido de Servicios Turísticos : <https://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>

Camara de Turismo. (27 de Noviembre de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/se-posesiono-la-nueva-camara-de-turismo-de-santa-elena/>

Camasca, A. (2019). *Publicidad persuasiva: La efectividad de los mensajes subliminales en la decisión de compra de los consumidores*. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/6840/Caracterizaci%C3%B3n%20de%20los%20tipos%20de%20publicidad%20persuasiva%20presentados%20en%20comerciales%20de%20alimentos%20y%20bebidas%20emitidos%20en%20canales%20nacionales%20de%20la%20televisi%C3%B3n>

Carbache C & Bazarro J. (9 de Febrero de 2021). Estrategia de marketing para la comercialización del destino turístico Jama, Manabí - Manabí (Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí). 43, 2. Económicas CUC. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/3475>

Cárdenas Tabares, A. (2007). *“Mercadotecnia y productividades turísticas*. Mexico : Trillas.

Carrio, D. (2019). *Análisis de las estrategias de promoción turística de los prestadores de servicios turísticos del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochiri región Lima*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Enrique Guzmán y Valle, Facultad de Ciencias Empresariales . Lima Perú: Repositorio Institucional.

Castillo, M. (2015). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Lima. Obtenido de . Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>

Ejarque , J. (2005). *"Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing"*. Madrid: Piramide. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-

<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/4238/BC-3054%20CARHUATANTA%20MENESES-DIAZ%20RODAS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Kotler, P. (2012). *Dirección de marketing: Conceptos esenciales*. México: Pearson. Obtenido de <https://www.espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/234/303>

Kotler, P. &. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Kotler, P., & Lane, K. (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Mercadotecnia* (Vol. 14). Mexico: PEARSON.

Lam, C. H. (2011). *Metas de la promoción*. (C. L. Latinoamérica., Ed.) Obtenido de Marketing: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/2057/UPSE-TMA-2015-0033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LEIPER, N . (1995). *Tourism Managment* . RMIT Press.

Limachi E, &. Q. (2019). *ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA DE BOLIVIA, EMPLEADO POR ELVICEMINISTERIO DE TURISMO, EN EL TURISMO INTERNO - Bolivia (UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS)*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/15670/TG-2415.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- M, B. (2019). *“Plan de Marketing Turístico para Incrementar la demanda de turistas en la provincia de Chepén , 2016 ”- Peru (Universidad Cesar Vallejo)*. Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31883/becerra_am.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- M, M. (2005). *“Determinación de las Principales Estrategias de Marketing para la potencialización del Posicionamiento de la Ciudad de La Plata - Argentina”*. (Universidad Nacional de La Plata). Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/139911/Documento_completo.%20Determinaci%C3%B3n%20de%20las%20principales.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Manzaneda, C., & Morales, S. (2019). *Estrategia de Promoción Turística para El Municipio Jesús de Machaca*. Universidad Mayor de San Andrés. Machala: Repositorio Institucional.
- MINCETUR. (2008). *Manual del Emprendedor en Turismo Rural Comunitario*. Obtenido de SINAC (Áreas silvestres protegidas): <https://www.sinac.go.cr/ES/atc/Paginas/definiciones.aspx>
- Ministerio de turismo . (2018). *Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos*. Quito , Ecuador : MINTUR.
- Ministerio de Turismo . (25 de Enero de 2022). *La Agencia de viaje Ecuador* . Obtenido de Ecuador y el dilema de la promoción turística internacional :

<https://ecuador.ladevi.info/promocion-turistica/ecuador-y-el-dilema-la-promocion-turistica-internacional-n37371>

Ministerio de Turismo. (28 de Enero de 1997). *Ley de Turismo Ley N 94* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). *Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos*. Quito: MINTUR.

Mirasso, M. (21 de Noviembre de 2005). “*Determinación de las Principales Estrategias de Marketing para la potencializacion del Posicionamiento de la ciudad de La Plata - Argentina (Tesis Final de grado . Universidad Nacional de La Plata)*”. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/139911>

Montesdeoca, M. (2017). *Diseño de un plan comercial para la prommoción del complejo turistico platanas*. Repositorio Institucional, Ecuador - Bolivar. Obtenido de *Diseño de un plan comercial para la prommoción del complejo turistico platanas*: <https://repositorio.esпам.edu.ec/handle/42000/115>

OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT. (12 de abril de 2022). *OSTELEA (Tourism Management School)* . Obtenido de *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?:* <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-son-los-recursos-turisticos-y-como-se->

Rey M. (2 de 11 de 2024). *Marketing de destinos ante los límites del crecimiento turístico, un libro de Manuel Rey : "Los equilibrios naturales entre ciudad y turismo han desaparecido"*. Obtenido de

<https://cadenaser.com/andalucia/2024/11/20/marketing-de-destinos-ante-los-limites-del-crecimiento-turistico-un-libro-de-manuel-rey-los-equilibrios-naturales-entre-ciudad-y-turismo-han-desaparecido-radio-sevilla/>

Roberto Boullón. (1999). *Planificación del Espacio Turístico*. Universidad Politécnica SALESIANA . Mexico : Trillas.

Rodriguez, J. (26 de diciembre de 2022). *Qué es la segmentación de clientes y cómo usarla para vender más*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/segmentacion-clientes#que-es>

Sacotilli , M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios -Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a distancia de Costa Rica , Consultores de Turismo . Costa Rica: Intermak.

Sainz, J. (2005). *Gerencia y planificación estratégica de distribución de mercadeo*. Colombia: Norma.

Sánchez Amboage E. (29 de 07 de 2020). *EL TURISMO 2.0. UN NUEVO MODELO DE PROMOCIÓN*. Obtenido de file:///D:/Downloads/El_turismo_20_Un_nuevo_modelo_de_promocion_turisti.pdf

Santesmases, M., & Sanchez, A. &. (2023). *Marketing : conceptos y estrategias*. Obtenido de Anàlisis de la demanda: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941257008.pdf>

- Suárez , C. (2012). “*LA COMUNA SALANGUILLO: Y SU POTENCIAL PARA ELDESARROLLO DEL TURISMO DE NATURALEZA* ”. Repositorio : Univesidad Estatal Peninsula de Santa Elena , Santa Elena .
- Thompson, I. (2009). *Definición de cliente*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Tomalá M. (2016). “*PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA CABECERA CANTONAL DE SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA*. Santa Elena .
- Tomas ,D . (22 de Octubre de 2020). *Cyberclick*. Obtenido de Estrategias de marketing : <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>
- Triviño J . (22 de Octubre de 2023). *Información de los servicios de la Comuna Salanguillo*.
- Turismo, M. d. (15 de octubre de 2020). *Ministeio de turismo / Gobierno del Ecuador*. Obtenido de ECUADOR PRESENTA SU CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL: BE WELL IN ECUADOR: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-presenta-su-campana-de-promocion-turistica-internacional-be-well-in-ecuador/>
- W., C., & Hill, J. &. (2005). *Administración Estratégica un Enfoque Integrado*. Mc Graw Hill.
doi:http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentaciondelmercado_1563557817.pdf

Wayman, M. (1 de enero de 2017). *Viachannel*. Obtenido de <https://www.viachannel.com/blog/las-10-mejores-estrategias-marketing-promocional/>

Yagual , Y. (2015). “*PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE TURISMO DE AVENTURA EN LA COMUNA SALANGUILLO, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015*”. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena , Ecuador - Santa Elena.

Anexos

Anexo 1. Matriz auxiliar de operación en el diseño del trabajo de investigación

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA	OBJETIVO	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE			
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿La implementación de promoción turística ayudara al crecimiento de la comuna de Salanguillo?	Determinar estrategias de promoción turística para la difusión de la Comuna Salanguillo y sus recursos turísticos durante la temporada baja y de esta manera convertirse en un destino de paso para los turistas.	Estrategias de promoción (VI)	Conceptos Definiciones Indicadores Estrategias Importancia	-Definición de turismo - Clasificación de turismo -Destinos turísticos	Enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) Alcance exploratorio-descriptivo
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	ESPECÍFICOS				
¿En qué situación actual se encuentra la Comuna Salanguillo?	Diagnosticar la situación turística de la comuna Salanguillo	El impacto en la comuna Salanguillo (VD)	Comuna Salanguillo	-Recursos turísticos. -Actividades turísticas - Provincia de Santa Elena - Comuna Salanguillo	Métodos; Deductivo-inductivo
¿Los turistas que visitan la comuna Salanguillo, es la misma que llega todo el año	Identificar los recursos turísticos a promocionar en la Comuna Salanguillo		Promoción turística	- Promoción turística -Promoción de destinos turísticos - Metas de la promoción	Técnicas: Encuesta Entrevista Observación
¿De qué manera ayudará la identificación de estrategias de promoción y difusión durante la temporada baja para atraer turistas a la Comuna Salanguillo?	Establecer estrategias de promoción para la comuna Salanguillo				

Anexo 2. Cuestionario utilizado para la obtención de información cuantitativa



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



Tema: “Estrategias de Promoción para la Comuna Salanguillo.”

Objetivo: Identificar los principales factores que inciden en el turismo de temporada baja, para establecer estrategias de promoción para la Comuna Salanguillo en la provincia de Santa Elena.

**ENCUESTA PARA TURISTAS QUE VISITAN LA
COMUNA SALANGUILLO**

1. DATOS GENERALES

Género: Masculino Femenino Otro

Edad: 18 - 25 25 - 30 30 - 40 De 40 en adelante

Lugar de origen: Nacional Extranjero

Nivel educativo: Bachiller Licenciatura o Ingeniería

Masterado PHD

Rango de ingresos: 460\$ -500\$ 600\$-800\$ Más de 1000\$

2. ¿Motivo por el cual visita la comuna Salanguillo?

Vacaciones más de 1 día

Viaje de paso

Familiar

Turismo de naturaleza

3. ¿En compañía de quien realiza su viaje?

Solo

Pareja

Amigos

Familiares

4. ¿Cómo se enteró de los recursos turísticos que existen en la Comuna Salanguillo?

Redes Sociales

Periódico

Referencias de amigos

Referencias de familiares

Televisión – radio

Trípticos (Folletos)

Otro _____

5. Seleccione los recursos turístico-de la Comuna que conoce usted?

Estero de agua blanca

6. ¿Temporada en la que más realiza visitas turísticas a la provincia de Santa Elena?

Diciembre a febrero

Julio a septiembre

Septiembre a noviembre

Las cuevas

El salto grande

La cascada del amor (entre otras)

No conozco

7. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre las actividades turísticas que ofrece la Comuna Salanguillo?

Radio Tv Redes sociales

Correo

8. ¿Cuál es el tipo de red social que usted más frecuenta ?

Facebook Instagram

WhatsApp TikTok

9. ¿Qué actividad turística le gustaría realizar cuando visita la Comuna Salanguillo?

Senderismo

Visita a las cascadas

Tour de Experiencias Rurales

Ferias y festivales locales

Eventos Gastronómicos y Culturales

Otro _____

10. ¿Cuál de las siguientes acciones deberían tomar en cuenta las autoridades de la comuna para que se potencialice el desarrollo turístico?

Gestionar con las autoridades competentes las vías de accesibilidad a los recursos turísticos

Alianzas entre GAD`S para potenciar los recursos turísticos

Incentivar a la comunidad a crear emprendimientos turísticos

Capacitar a los guías nativos e incentivar a otros a realizar esta actividad

Difundir las estrategias de promoción turística

11. ¿Considera usted importantes las estrategias promocionales para la comuna Salanguillo?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Anexo 3. Guion de entrevista para obtención de información cualitativa



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



Tema: “Estrategias de Promoción para la comuna Salanguillo. “

Objetivo: Identificar los principales factores que inciden en el turismo de temporada baja, para establecer estrategias de promoción para la comuna Salanguillo en la provincia de Santa Elena.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES
CORRESPONDIENTES DE LA COMUNA SALANGUILLO**

Datos personales

Nombre del entrevistado: _____ N° de entrevista _____

Institución: _____ Fecha: _____

Cargo que ocupa como autoridad: _____

1. ¿Cómo define actualmente el turismo en la comuna Salanguillo?

2. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presentan en la comuna Salanguillo, que impide su desarrollo turístico?

3. ¿Qué proyectos turísticos han sido ejecutados para reactivar el turismo en la comuna Salanguillo tras la pandemia?

4. ¿Considera Usted, que ocasionan la poca llegada de turistas en temporada baja en la Comuna Salanguillo?

5. ¿La comuna cuenta con un plan estratégico de promoción que ayude a la difusión y reconocimiento de sus recursos turísticos?

6. ¿Qué estrategias de promoción conoce Usted, que se están llevando a cabo para atraer turistas durante la temporada baja?

7. ¿Cuáles son los principales beneficios de tener alianzas con los GAD`S para mejorar el desarrollo turístico en la comunidad?

8. ¿Qué programas o incentivos se han implementado en la comuna Salanguillo para motivar a los habitantes locales a crear emprendimientos turísticos?

9. ¿Considera Usted que, se debe realizar capacitaciones a los guías nativos y que ellos a su vez, incentiven a los moradores a participar en las mismas?

10. ¿Considera Usted, que la implementación de estrategias de promoción ayudará a mejorar la calidad de vida de la comunidad, y así Salanguillo tenga un reconocimiento al implementar dichas estrategias?



Anexo 4. Entrevista a turistas



Anexo 5. Entrevista a autoridades de la Comuna



Anexo 6. Visita a la comuna Salanguillo



Anexo 8. Visita a los recursos turísticos



Anexo 9 . Recursos turísticos