



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE
CANTÓN SANTA ELENA”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR:

GABRIELA SOLEDAD BASTIDAS REYES

TUTOR: LCDO.EFRÉN MENDOZA TARABÓ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2011

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE
CANTÓN SANTA ELENA”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR:

GABRIELA SOLEDAD BASTIDAS REYES

TUTOR: LCDO.EFRÉN MENDOZA TARABÓ

LA LIBERTAD – ECUADOR
2011

La Libertad, 22 de marzo del 2011

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA” elaborado por la Srta. Gabriela Soledad Bastidas Reyes egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabò
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho amor y aprecio a mis padres: **SEGUNDO BASTIDAS Y PIEDAD PERERO**; por su dedicación y constante apoyo durante mi etapa estudiantil, a mi Dios por darme unos padres generosos y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado en los momentos más difíciles de esta larga etapa de mi vida y que supieron brindarme su ayuda y apoyo desinteresado.

Con Amor

GABRIELA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios todopoderoso por haberme dado la vida, sabiduría e inteligencia para así seguir adelante y poder culminar este trabajo, como de igual manera alcanzar una meta más en mi vida profesional y no decaer por los tropiezos que nos da la vida.

A mis padres, ya que ellos me han brindado todo su amor, cariño, comprensión, y sobre todo valores que me dan las condiciones necesarias para ser personas de bien.

Con todo respeto que se merece quiero agradecer al Lcdo. Efrén Mendoza Tarabò y al Arq. Erick López Reyes quienes han sabido asesorarme durante todo este tiempo para realizar mi tema de tesis, ya que me han brindado todo su apoyo y conocimientos para así seguir adelante.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que desde el primer instante me abrió sus puertas con el afán de nutrirme de conocimientos y formación profesional que me llevó al camino del conocimiento científico y técnico para formarme como una profesional dentro del área turístico a mis profesores que con sus sabios

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón Msc
DECANA DE LA FACULTAD
C.C. ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Erick López Reyes
DIRECTOR DE ESCUELA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabò.
TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez
PROFESORA DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, Msc
SECRETARIO - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
“PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN
SANTA ELENA”**

RESUMEN

Autor: Gabriela Soledad Bastidas Reyes

Tutor: Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó

La turistificación es una herramienta importante en la rama del turismo y aun más para el desarrollo de nuevos destinos turísticos ya que permite que tantos pueblos, regiones o ciudades se desarrollen y sufran un cambio para bien en el que este es reconocido y posicionado a nivel local, nacional, e internacional, este instrumento se ha desarrollado en varias localidades del país de México, como San José del Valle, Jalisco, Vallé de banderas, entre otros, cada uno de ellos con un cambio turístico y su comunidad con un mayor ingreso económico. Es por tal motivo que la presente tesis tiene como principal objetivo “posicionar a la comunidad de Chulluype como el primer destino turístico a través del proceso de turistificación y reconociendo su principal atractivo y en este caso es la práctica del surf, a nivel de toda la costa ecuatoriana” a fin de mejorar el nivel de vida de sus pobladores. Para alcanzar este objetivo se diseñó un modelo de Propuesta de Turistificación en Chulluype, Cantón Santa Elena, mediante un estudio técnico científico, sirviendo como una herramienta fundamental para la Península de Santa Elena como toda la provincia para su futuro desarrollo turístico, a través de la turistificación que es aquella que se encarga de transformar un hecho histórico, social, o cultural en un producto valioso del turismo. Como proceso metodológico se aplicaron diversos tipos de investigación de carácter cuali-cuantitativo con soporte bibliográfico y documental. El estudio se inicia con el marco de referencia de definiciones conceptuales acerca del desarrollo de productos turísticos y, por supuesto de la turistificación. Seguidamente se realiza la metodología de turistificación y el inventario de atractivos turísticos de Chulluype, con el objetivo de definir el ámbito geográfico donde se va a implementar la propuesta, determinando los aspectos históricos, demográficos, socioeconómicos, culturales y ambientales, aplicándose encuestas, entrevistas, además del establecimiento de la capacidad de carga turística. En base a la información procesada y sistematizada finalmente se diseña la propuesta de turistificación en Chulluype estableciéndose la misión, visión, objetivo general, objetivos estratégicos, análisis FODA y las líneas de herramientas de turistificación (T.O.S, T.A.S, T.A.I, T.P.I.) que son interdependientes entre sí. En conclusión la propuesta planteada se direcciona a que la población de Chulluype tenga un proceso de turistificación de una manera planificada, coordinada e integral a fin de que se constituya en una actividad clave para su desarrollo socioeconómico y el de la provincia.

ÍNDICE GENERAL

vii

| | Pág. |
|----------------------|-------------|
| PORTADA | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN | v |
| ÍNDICE DE CUADROS | vi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | viii |
| ÍNDICE DE ANEXOS | ix |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I

Pág.

| 1.- | CHULLUYPE DESTINO TURÍSTICO | |
|------------|---|----|
| 1.1 | El sector de Chulluype. | 3 |
| 1.1.1. | Localización geográfica. | 4 |
| 1.1.2. | Aspectos históricos. | 5 |
| 1.1.3 | Aspectos demográficos. | 6 |
| 1.1.3.1 | Población y vivienda. | 6 |
| 1.1.3.2 | Escolaridad. | 6 |
| 1.1.3.3 | Salud y salubridad. | 6 |
| 1.1.3.4 | Servicios básicos. | 7 |
| 1.1.3.5. | Actividades económicas y productivas. | 7 |
| 1.2 | El turismo como fuente de desarrollo económico. | 8 |
| 1.2.1 | El turismo ventajas y desventajas. | 11 |
| 1.2.2. | La localidad como destino turístico. | 12 |

| | | |
|-------|--|----|
| 1.2.3 | Desarrollo turístico: definición e importancia. | 15 |
| 1.2.4 | El proceso de turistificación. | 17 |
| 1.3 | Metodología de turistificación: inventario, definición y diseño de productos turísticos. | 18 |
| 1.3.1 | Componentes tangibles e intangibles del producto turístico. | 21 |
| 1.3.2 | Clustering: Las herramientas metodológicas de turistificación | 22 |
| 1.3.3 | Modelo metodológico de investigación propuesto para la presente tesis | 27 |

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

| | | |
|----------|---|----|
| 2.1 | Validación de la metodología aplicada. | 29 |
| 2.2.1 | Encuestas a turistas. | 36 |
| 2.2.1.1 | Género | 36 |
| 2.2.1.2 | Edad. | 37 |
| 2.2.1.3 | Procedencia. | 38 |
| 2.2.1.4 | Lugares más visitados. | 39 |
| 2.2.1.5 | Los turistas viajan. | 40 |
| 2.2.1.6 | Motivación. | 41 |
| 2.2.1.7 | Tiempo en que viajan los turistas. | 42 |
| 2.2.1.8 | Alternativas de lugares más visitados. | 43 |
| 2.2.1.9 | Pernoctación del turista. | 44 |
| 2.2.2.10 | Chullupe. | 45 |
| 2.2.1.11 | Servicio. | 46 |
| 2.2.1.12 | Publicidad. | 47 |
| 2.2.1.13 | Chullupe como destino turístico. | 48 |
| 2.2.1.14 | Plan de desarrollo turístico en Chullupe. | 49 |

| | | Pág. |
|-----------|--|-------------|
| 2.2.2 | Encuesta a Moradores. | 50 |
| 2.2.2.1 | Genero de los encuestados. | 50 |
| 2.2.2.2 | Rango de edad. | 51 |
| 2.2.2.3 | Actividades en Chulluype. | 52 |
| 2.2.2.4 | Estudios. | 53 |
| 2.2.2.5 | Chulluype como lugar turístico. | 54 |
| 2.2.2.6 | Plan de desarrollo turístico. | 55 |
| 2.2.2.7 | Servicios en Chulluype. | 56 |
| 2.2.2.8 | Trabajo de las Organizaciones gubernamentales. | 57 |
| 2.2.2.9 | Visitas de turistas. | 58 |
| 2.2.2.10 | Promoción turística. | 59 |
| 2.2.2.1.1 | Chulluype destino turístico. | 60 |
| 2.2.3 | Entrevista a servidores turísticos. | 61 |
| 2.2.3.1 | Datos generales de los encuestados. | 61 |
| 2.2.3.2 | Opinión de los servidores turísticos a cuantos a desarrollarse Turísticamente. | 61 |
| 2.2.3.3 | Importancia del desarrollo de Chulluype como destino turístico en la provincia de Santa Elena. | 62 |
| 2.2.3.4 | Opinión acerca de la propuesta de Chulluype en el Cantón Santa Elena. | 62 |
| 2.2.3.5 | Servicio turísticos que deben incorporarse en Chulluype para llevar a cabo su desarrollo. | 62 |
| 2.3 | Resultados de la entrevista a autoridades locales | 63 |
| 2.3.1 | Opinión acerca de Chulluype en cuanto a desarrollarse Turísticamente. | 63 |
| 2.3.2 | Importancia del desarrollo de Chulluype como destino turístico en la provincia de Santa Elena. | 64 |
| 2.3.2.3 | Opinión de la iniciativa de la propuesta de turistificación en Chulluype cantón Santa Elena. | 64 |
| 2.3.2.4 | Sugerencias de los diferentes servicios turísticos que deben | |

| | Pág. |
|---------|-------------|
| | 65 |
| 2.3.2.5 | 65 |
| 2.4 | 65 |
| 2.4.1 | 65 |
| 2.4.2 | 71 |

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN PARA CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

| | | |
|---------|--|----|
| 3.1 | Presentación. | 73 |
| 3.2 | Visión. | 74 |
| 3.3 | Misión. | 75 |
| 3.4 | Políticas y valores. | 75 |
| 3.4.1 | Objetivos. | 76 |
| 3.4.2 | Objetivo general | 76 |
| 3.4.3 | Objetivos específicos. | 76 |
| 3.4.4 | Diagnóstico y análisis estratégico. | 76 |
| 3.4.5 | Definición y Clustering territorial. | 80 |
| 3.4.5.1 | Clúster Naturaleza: Playa. | 80 |
| 3.4.5.2 | Clúster Cultural: Fiestas populares de Chulluype. | 81 |
| 3.4.5.3 | Clúster por Marco Geográfico (Rutas). | 82 |
| 3.4.5.4 | Clúster por servicios. | 83 |
| 3.5 | Desarrollo de la herramienta metodológico T.O.S. | 84 |
| 3.5.1 | T.A.I (Índice de Atracción Turística). | 86 |
| 3.5.2 | T.A.S (Espacio de la Actividad Turística). | 88 |
| 3.5.3 | T.P.I. (Índice de Potencial Turístico). | 89 |
| 3.6 | Potenciación y desarrollo de productos turísticos. | 90 |

| | Pág. |
|-----------------|---|
| 3.6.1 | Equipamiento turístico. 91 |
| 3.6.1.1 | Acción: Promover un turismo deportivo. 91 |
| 3.6.1.2 | Turismo de sol y playa. 92 |
| 3.7 | Capacidad de carga. 93 |
| 3.7.1 | Capacidad de carga física 93 |
| 3.7.2 | Capacidad de carga real. 94 |
| 3.7.3 | Colocación de torres salvavidas. 94 |
| 3.7.4 | Capacidad para parasoles. 94 |
| 3.7.5 | Área de las canchas deportivas. 95 |
| 3.7.6 | Capacidad del servicio de alimentación. 95 |
| 3.7.7 | Capacidad de baterías sanitarias. 96 |
| 3.7.8 | Capacidad de parqueo. 96 |
| 3.7.9 | Capacidad en el servicio de hospedaje. 97 |
| 3.7.10 | Capacidad de servicio de seguridad. 97 |
| 3.7.11 | Turismo cultural. 103 |
| 3.7.12 | Turismo científico. 106 |
| 3.8 | Capacitación turística. 106 |
| 3.8.1 | Taller de manejo ambiental. 107 |
| 3.8.2 | Taller para administración de negocios turísticos. 108 |
| 3.8.3 | Taller para relaciones humanas. 110 |
| 3.8.4 | Taller de atención al cliente. 111 |
| 3.8.5 | Taller de decoración y garnish de platos. 112 |
| 3.8.6 | Taller de conocimientos de historia y patrimonio cultural 113 |
| 3.8.7 | Infraestructura complementaria. 114 |
| 3.8.8 | Desarrollo, lanzamiento y promoción de productos. 115 |
| 3.8.9 | Presupuesto y financiación. 121 |
| 3.8.10 | Seguimiento y control 131 |
| | |
| CONCLUSIONES | 135 |
| RECOMENDACIONES | 137 |

| | Pág. |
|----------------|-------------|
| BIBLIOGRAFIA | 139 |
| LINKS INTERNET | 141 |
| ANEXOS | 143 |
| GLOSARIO | 179 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | Pág. |
|-------------|---|-------------|
| Gráfico 1 | Género del encuestado. | 36 |
| Gráfico 2. | Rango de edad de los encuestados | 37 |
| Gráfico 3. | Procedencia de los turistas | 38 |
| Gráfico 4. | Lugares turísticos más visitados | 39 |
| Gráfico 5. | Muestra general de los turistas con quienes viajan. | 40 |
| Gráfico 6. | Motivo de visita. | 41 |
| Gráfico 7. | Época del año que en que viajan. | 42 |
| Gráfico 8. | Lugares más visitados. | 43 |
| Gráfico 9. | Tiempo de estadía del turista. | 44 |
| Gráfico10. | Conoce Chulluype | 45 |
| Gráfico11. | Servicios que hacen falta en Chulluype. | 46 |
| Gráfico12. | Mejor manera de promocionar el sector de Chulluype | 47 |
| Gráfico13. | Como considera Ud. al sector de Chulluype | 48 |
| Gráfico14. | Plan de mejoramiento y desarrollo turístico para Chulluype. | 49 |
| Gráfico 15. | Personas encuestadas | 50 |
| Gráfico 16. | Edad de los turistas | 51 |
| Gráfico 17. | Principales actividades productivas | 52 |
| Gráfico18. | Nivel de estudio de los pobladores. | 53 |
| Gráfico 19. | Opinión de la comunidad de Chulluype como lugar turístico. | 54 |
| Gráfico 20. | Estaría dispuesto a participar en algún plan de desarrollo Turístico. | 55 |
| Gráfico 21. | Qué servicio cree que debería tener Chulluype. | 56 |
| Gráfico 22. | Trabajo del municipio en el sector de Chulluype | 57 |
| Gráfico 23. | El sector de Chulluype a recibido visita de turistas | 58 |
| Gráfico 24. | Alternativa de promoción turística para Chulluype. | 59 |
| Gráfico 25 | Desarrollo de Chulluype como destino turístico | 60 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | | Pág. |
|------------|---|-------------|
| Cuadro 1. | Universo a investigar. | 29 |
| Cuadro 2. | Resultado de la muestra a investigar. | 31 |
| Cuadro 3. | Total de turistas encuestados. | 36 |
| Cuadro 4. | Edad de los turistas encuestados. | 37 |
| Cuadro 5. | Procedencia de los turistas. | 38 |
| Cuadro 6. | Lugares turísticos más visitados por los turistas. | 39 |
| Cuadro 7. | Generalmente los turistas viajan. | 40 |
| Cuadro 8. | Motivaciones de los turistas. | 41 |
| Cuadro 9. | Época del año en que viajan. | 42 |
| Cuadro 10. | Lo que más le agrada al turista del lugar visitado. | 43 |
| Cuadro 11. | Cuál es el tiempo de estadía del turista en el lugar que visita. | 44 |
| Cuadro 12. | Conocimientos sobre Chulluype. | 45 |
| Cuadro 13. | Servicios requeridos por los turistas. | 46 |
| Cuadro 14. | Promoción de Chulluype. | 47 |
| Cuadro 15. | Consideración de Chulluype como destino turístico. | 48 |
| Cuadro 16. | Pertinencia de un plan de mejoramiento y desarrollo turístico en Chulluype. | 49 |
| Cuadro 17. | Género de los encuestados. | 50 |
| Cuadro 18. | Edad de los moradores encuestados. | 51 |
| Cuadro 19. | Principales actividades productivas. | 52 |
| Cuadro 20. | Nivel de estudios. | 53 |
| Cuadro 21. | Consideración de Chulluype como destino turístico. | 54 |
| Cuadro 22. | Participación en un plan de desarrollo turístico. | 55 |
| Cuadro 23. | Servicios necesarios en el sector de Chulluype. | 56 |
| Cuadro 24. | Gestión del municipio en su localidad. | 57 |
| Cuadro 25. | Visita de turistas al sector de Chulluype. | 58 |

| | | |
|------------|---|-----|
| Cuadro 26. | Usted como procedente de esta zona cual es la mejor manera de Promocionar el sector de Chulluype. | 59 |
| Cuadro 27. | Considera usted que un plan de mejoramiento y desarrollo. Turístico para el sector de Chulluype lo potenciaría como destino | 60 |
| Cuadro 28. | Establecimiento turístico de Chulluype. | 61 |
| Cuadro 29. | Cuadro de autoridades locales. | 63 |
| Cuadro 30. | Inventario y jerarquización de atractivos turísticos. | 67 |
| Cuadro 31. | Inventario y jerarquización de planta turística. | 68 |
| Cuadro 32. | Inventario y jerarquización de infraestructura. | 69 |
| Cuadro 33. | Inventario y jerarquización de flora y fauna. | 70 |
| Cuadro 34. | Análisis Foda. | 78 |
| Cuadro 35. | Análisis de correlación foda. | 79 |
| Cuadro 36. | Capacidad de servicios higiénicos de Chulluype. | 96 |
| Cuadro 37. | Resultado de la capacidad de carga turística de Chulluype. | 98 |
| Cuadro 38. | Elementos existentes y faltantes de la capacidad de carga del Sector de Chulluype. | 98 |
| Cuadro 39. | Presupuesto estimado para la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena. | 122 |
| Cuadro 40. | Presupuesto del recurso humano del proyecto. | 126 |
| Cuadro 41. | Presupuesto estimado para la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena. | 126 |
| Cuadro 42. | Presupuesto para la cabaña comedor con sus respectivos asientos Y mejoramiento de la fachada de las cabañas comedores de Chulluype. | 127 |
| Cuadro43. | Presupuesto para las capacitaciones durante los tres meses. | 128 |

| | Pág. |
|--|-------------|
| Cuadro 44. Presupuesto de capacitación a servidores turísticos por tres meses . | 129 |
| Cuadro 45. Presupuesto de publicidad impresa. | 130 |
| Cuadro 46. Presupuesto de publicidad radial por tres meses. | 130 |
| Cuadro 47. Presupuesto de publicidad televisiva por tres meses. | 130 |
| Cuadro 48. Seguimiento y control. | 123 |

ÍNDICE DE ANEXOS

Pág.

| | | |
|-----------|--|-----|
| Anexo 1. | Hoja volante de promoción turística de Chulluype | 143 |
| Anexo 2. | Parte principal del tríptico de Chulluype | 144 |
| Anexo 3. | Parte posterior del tríptico de Chulluype | 145 |
| Anexo 4. | Banners de Chulluype Promocional | 146 |
| Anexo 5. | Publicidad de radio canela | 147 |
| Anexo 6. | Publicidad de radio cristal | 149 |
| Anexo 7. | Encuesta a turistas | 152 |
| Anexo 8. | Encuesta a moradores locales | 154 |
| Anexo 9. | Entrevista a autoridades turísticas | 155 |
| Anexo 10. | Encuesta a servidores turísticos | 156 |
| Anexo 11. | Fichas inventario de atractivos turísticos | 157 |

INTRODUCCIÓN

Santa Elena tierra conocida por sus maravillosos paisajes, y hermosas playas en el que cada turista que las visita queda encantada por lo que observa. En este paisaje costanero se encuentra un inmenso paraíso Chullupe, un barrio de la parroquia de Ballenita, lugar poco conocido pero con un gran potencial turístico que ha empezado a ser visitada por turistas nacionales y extranjeros aficionados a la tabla hawaiana o surf, considerando que es un lugar para aprender y practicar este deporte.

Actualmente es un lugar con mucho potencial turístico, no existe sin embargo el suficiente equipamiento hotelero y restaurantes, ni el desarrollo de otras actividades que sustenten el aprovechamiento de otros atractivos en pro del desarrollo turístico local.

Es precisamente en este sentido que Chullupe sea una alternativa más de destino turístico para la Provincia de Santa Elena en que ya no solamente los turistas puedan visitar los mismos lugares como son los de la Ruta del Spondylus. Si no de conocer un nuevo lugar un destino diferente en que pueda disfrutar de la amabilidad de su gente y a la vez la comunidad tener ingresos para un mejor nivel de vida, y un desarrollo para la comunidad.

La playa de esta localidad, es una de las mejores con que cuenta la Provincia de Santa Elena para el deporte del surf, esto considerando que está registrada en el manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo dentro del macroproducto Ruta del Spondylus.

Es por tal razón que se promueve el diseño de una propuesta de turistificación para Chulluype, la cual resulta importante debido a que permitirá convertir a este sector en un lugar turístico bien posicionado a nivel local, nacional e internacional, partiendo de la actividad básica que es el surf e integrando los demás atractivos potenciales existentes, así como los requerimientos a nivel de servicios y actividades complementarias.

El primer capítulo hace referencia al marco teórico, en el cual se fundamenta el turismo como fuente de desarrollo económico, sus ventajas y desventajas, el proceso de turistificación, la localidad como destino turístico y los aspectos geográficos, históricos y demográficos de la comunidad de Chulluype, por supuesto se incluye la planificación estratégica como base esencial para insertarse en la actividad turística.

En el segundo capítulo se hace referencia a la metodología de la turistificación y el diseño de la investigación que permitió estructurar los instrumentos de recolección de datos como: el inventario de atractivos turísticos de Chulluype, la aplicación de encuestas a moradores, turistas, entrevistas a servidores turísticos, como a representantes de organizaciones gubernamentales, que de una u otra manera ayudarán al proceso de este proyecto.

En el tercer capítulo se da a conocer sobre la misión, visión, políticas, y valores de la propuesta de Turistificación en Chulluype, Cantón Santa Elena, como cada una de sus herramientas metodológicas de la turistificación T.O.S, T.A.S, T.A.I, T.P.I. con sus respectivos gráficos, en el que ayudarán a la comunidad al desarrollo turístico y aprovechar el deporte del surf como eje principal.

CAPÍTULO I

CHULLUYPE COMO DESTINO TURÍSTICO

1.1 El Sector de Chullupe

En el Cantón Santa Elena se encuentra Chullupe, un barrio de la Parroquia Ballenita, que se caracteriza por poseer una pequeña playa de ensenada, con una pendiente pronunciada, circundada por acantilados bajos y zonas rocosas intermareales. Posee una extensión de 10 metros de largo y 80 m. de ancho con marea baja y tiende a desaparecer relativamente en marea alta, donde alcanza a medir casi un metro de ancho. El oleaje alcanza hasta los 3 metros de alto en épocas de aguaje.

Chullupe es un lugar poco conocido a nivel del turista promedio, pero muy familiar para los surfistas nacionales y extranjeros, profesionales y/o aficionados al surf, ya que es un excelente lugar para aprender y practicar este deporte. Los surfistas que la frecuentan manifiestan que el recorrido de una ola promedio en época de aguaje dura tres minutos.

Para llegar a este lugar hay tres opciones, la primera tomando un bus de la Cooperativa Transcisa en el parque central de la Cabecera Cantonal de Santa Elena, siendo su frecuencia cada cinco minutos e iniciando sus actividades a partir de la seis de la mañana hasta las siete de la noche, el valor del pasaje es de \$0.25 centavos de dólar.

La segunda alternativa es tomar un taxi que se encuentran en el mismo lugar, o desde La Libertad a un costo de \$2.00. La tercera opción es caminando desde Ballenita durante la marea baja o desde Cautivo por la playa, en recorridos aproximados de 15 minutos.

1.1.1. Localización geográfica

Chullupe se localiza en la franja costera que delimita la Bahía de Santa Elena, al este de la Punta del mismo nombre (Figura 1), en las coordenadas generales: 2°12'26.51" S de latitud y 80°52'37.56" O de longitud. Al noroeste de la cabecera cantonal de Santa Elena, y al noreste de La Libertad. Limita al Norte con el Océano Pacífico, al Este con Ballenita, al Sur con Brisas de Ballenita, y al Oeste con Cautivo.

Figura 1.- Mapa de localización de Chullupe en el contexto de la Punta de Santa Elena



Fuente : Mapa Turístico-ITUR

Elaborado: Por el departamento de Turismo de Santa Elena

1.1.2. Aspectos históricos

Años atrás Chulluype era conocido como “La Boca de la Albarrada” ya que en este lugar se encontraban dos esteros que hasta en la actualidad se mantienen y desembocan directamente al mar, estos sirven de conductos de descarga a la gran albarrada de Santa Elena (actualmente destruida) (Sr. José Dolores Roca, comunicación personal, enero 2010).

Las primeras personas en habitar estas tierras fueron los padres del Sr. José Dolores Roca que llegaron por el año de 1970, con el afán de trabajar y hacer su vida en este lugar, tal fue así que ellos empezaron a construir una cabaña a la orilla del mar, su principal trabajo era la pesca de langosta, que era vendida en La Libertad. Con el paso de los años este lugar fue visitado paulatinamente por la gente joven de los alrededores, muy en especial de Ballenita y Cautivo, quienes empezaron a practicar el surf.

Por comentarios de boca a boca, estas primeras visitas de jóvenes locales se fueron incrementando y atrayendo a surfistas de otras localidades del país y del extranjero. Ya para 1980 el nombre de la “La Boca de la Albarrada” fue cambiado por el nombre de Chulluype por los mismos turistas, quienes hacían acogida al toponímico (Punta Chulluype) que aparecía en los mapas y cartas topográficas del Instituto Geográfico Militar, utilizados para llegar al lugar. Esta población se autodenomina como “Comuna”, organizándose y manejándose como tales, no obstante no poseen ningún tipo de reconocimiento o declaración oficial en tal sentido. Es así como, entre 1999 al 2000 fue construida la Casa Comunal, gracias a la iniciativa de sus habitantes, entre los que destacan: Sr. José Dolores Roca, Sr. Alberto Yagual, Sr. Jorge Balón, Eugenio Balón, Sr. Miguel Balón, Sr. César Vivero, Sr. Santiago Balón, Sra. Paula Roca, Sr. Moisés Matías, Sr. Edison Catuto, Sr. Santiago Figueroa y el Sr. Luis Catuto.

1.1.3 Aspectos demográficos

1.1.3.1 Población y vivienda.

La población actual de Chullupe bordea aproximadamente las 242 personas, distribuidas de la siguiente manera 61 hombres, 71 mujeres, 70 niños y 40 niñas, que habitan en 45 viviendas cuyas estructuras son de cemento en su totalidad.

Un aspecto llamativo de esta población es el hecho de que casi todas estas familias son descendientes del Sr. José Dolores Roca.

1.1.3.2 Escolaridad

Cabe recalcar que las primeras personas que habitaron en Chullupe solo llegaron a tener un estudio básico debido a problemas económicos y falta de empleo en años anteriores, pero en la actualidad son ellos que hacen todo el esfuerzo como padres para que sus hijos vayan a la escuela, colegio y universidad de los alrededores como es el caso de los establecimientos de Ballenita, Santa Elena y La Libertad, esto debido a que en la población no hay centros de estudios para su formación profesional aspecto muy indispensable hoy en día para superarse y adquirir conocimientos científicos.

Los niños y jóvenes del sector de Chullupe desean y tienen el derecho de estudiar cada día para poder desarrollar su comunidad, su provincia y luchar por la patria.

1.1.3.3 Salud y salubridad

Chullupe contaba con un pequeño dispensario semi equipado, el cual era atendido por un doctor de Guayaquil que venía los sábados a dar sus servicios; en la actualidad no presta los servicios debido a que no cuenta con doctores especializados pero cabe recalcar que el presidente de este barrio ha tenido reuniones con el director del hospital de la Provincia de Santa Elena en las que ha

manifestado la designación de uno o dos doctores para que este dispensario pueda funcionar normalmente y las personas puedan optar por este servicio.

La recolección de basura se efectúa de lunes a viernes desde las ocho de la mañana hasta las nueve en punto dando facilidad para que la población saque la basura con toda normalidad, luego estos desechos son depositados al recolector de basura.

Un foco preocupante de insalubridad lo constituye el estero ya que no existe un canal donde estas aguas se deslicen hacia otro lado, aun más cuando estas son visibles para los turistas que llegan al lugar dando una mala imagen, de igual manera la población está al percance de las enfermedades como el dengue o el paludismo por la acumulación de las aguas estancadas y los mosquitos.

1.1.3.4 Servicios básicos

La localidad no cuenta con todos los servicios básicos, tal es el caso del alcantarillado y alumbrado público; el agua potable y la telefonía pública convencional existe pero no en todo el sector, las únicas que se encuentran en muy buen estado son las vías de acceso como consecuencia de los trabajos efectuados por la Municipalidad de Santa Elena durante la gestión del Lcdo. Dionicio Gonzabay, sin embargo los habitantes y dirigentes de esta comunidad están constantemente luchando para que se les dote y mejore los servicios básicos.

1.1.3.5. Actividades económicas y productivas

Entre las principales actividades económicas y productivas con que cuenta la población del sector de Chullupe está la pesca, a la cual los habitantes se dedican durante todo el año, igualmente complementan su economía doméstica con ciertas actividades de agricultura, horticultura que ayudan a su alimentación, en lo que respecta con la actividad económica del turismo los pobladores han hecho todo su

esfuerzo para poner 5 kioscos que sirven de alimentos y bebidas para los turistas que visitan el lugar durante las diferentes épocas de afluencia.

Algo interesante de las actividades económicas es que las mujeres recibieron años atrás una capacitación por medio de la fundación proyecto Ballenita que consistía en aprender y elaborar, aretes, pulseras, cadenas, entre otros, para posteriormente venderlas a los visitantes de la playa. Actualmente algunas mujeres siguen desarrollando esta función.

A pesar de estas limitaciones socioeconómicas con que cuenta el sector de Chullupe el mayor deseo de sus habitantes es desarrollar la actividad turística porque piensan y tienen fe en que les permitirá tener una fuente alternativa de ingresos, y un mejor nivel de vida.

1.2 . El Turismo como fuente de desarrollo económico.

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Es el motor de desarrollo económico y social de numerosos países en todos los continentes. (<http://es.wikipedia.org/wikiturismo>) Considerando todos estos puntos es importante recordar que el turismo es un eje principal y primordial para todos los países del mundo, en el que se generan grandes ingresos económicos para el bienestar de su familia y el país.

Consideró importante definir el término turismo, para lo cual se indican los criterios de dos autores:

Cárdenas F. Tabares (2007) señala que “turismo son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos conformados por un conjunto de actividades bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad con fines de consumo en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios deportes y cultura”... “el turismo es un actividad económica que consiste en un conjunto de bienes y servicios que se venden al turista, dichos bienes y servicios están necesariamente interrelacionados de manera que la ausencia de uno de ellos obstaculiza y hasta impide la venta o prestación de todos, tiene además la muy peculiar característica que solo es posible producirlos en la localizaciones geográficas rígidamente predeterminadas a las cuales se traslada el turista aunque su venta pueda realizarse en el lugar de producción o fuera de él es decir en el punto de origen de la demanda; a diferencia de lo habitual en turismo no se realiza una distribución física”. Pág. # 84-85

Padilla De la Torre (2004) “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura, o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”

Pág. # 30

En síntesis y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, podría señalarse que el turismo se convierte en el eje principal para el desarrollo del país, considerando que el turista se desplaza de un lugar a otro, realizando infinidad de actividades como diversión, placer, entretenimiento, entre otras, dejando un alto nivel de ingresos económicos en la región de visita.

De igual manera cabe recalcar que gracias al turismo se dio inicio a la hotelería, permitiendo así la incorporación de servicios enfocados directamente a los visitantes a través de la buena administración de estos negocios. Según Miguel Ángel Acerenza (en Vásquez: 2007:pág28) “el turismo se consolida definitivamente como un derecho adquisitivo por la sociedad, evolucionando

paulatinamente por todos los países del mundo siendo este hasta la actualidad la fuente de trabajo primordial y de ingresos económicos para naciones sumamente desarrolladas a nivel turístico como son República Dominicana, Miami, París, Londres, Praga, Estados Unidos, Francia, España, que son lugares que poseen atractivos llamativos, con una estructura turística única e inigualable, y que hacen que los turistas queden alagados o complacidos por el lugar o el servicio de la amabilidad de su gente”.

Sin lugar a dudas Ecuador es también un país turístico por gozar de una variedad de fauna y flora, además de una irrepetible riqueza cultural que hace que los turistas que llegan al país queden maravillados, dando hincapié a un turismo nacional e internacional que permite la generación de ingresos económicos.

En razón de esto, en base a las estadísticas reportadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2003 el país tuvo un ingreso de 408 millones de dólares y en el 2008 los ingresos se reportaron en 745,2 millones de dólares generando divisas importantes para el país.

El turismo es una fuente de riqueza a nivel mundial para los países desarrollados y para aquellos en vías de desarrollo y esto hace que profesionales de la materia, estudiantes y trabajadores del turismo sigan aplicando el turismo de una manera sustentable y equitativa.

La actividad turística, al igual que varios sectores productivos, a medida que se desarrolla en un determinado lugar o área presenta impactos que pueden ser positivos y negativos. Considerando esta premisa se hace necesario revisar de manera breve aquellos aspectos que el turismo trae como consecuencia en los

ámbitos social, económico, cultural y ambiental, entre los que se presentan los siguientes.

Ventajas

- Ingresos económicos
- Contribuye al intercambio de actitudes sociales y culturales entre los pueblos.
- Desarrollo de los lugares turísticos
- Aprovechamiento de los recursos naturales
- La conservación de lugares históricos y turísticos
- Creación de nuevas infraestructuras
- Generación de empleos
- Desarrollo de nuevas tecnologías
- Genera grandes cambios sociales, religiosos y culturales
- Creación de nuevos destinos turísticos para todos los gustos y exigencias
- Rescata muchos pueblos que estaban completamente abandonados
- Da a conocer la riqueza natural, gastronomía y costumbres de muchas zonas de nuestra geografía.

Desventajas

- La estacionalidad turística
- Sobreexplotación de lugares turísticos
- Pérdida de identidad cultural
- La mala planificación de los lugares de temporada
- Presencia del turismo sexual
- La falta de concienciación de la comunidad
- Contaminación acústica y visual.
- Contaminación del suelo y de las aguas por las basuras que muchas veces dejan los excursionistas

- Alzas de tasas de interés

1.2.2 La localidad como destino turístico:

Desde el año de 1980 hasta en la actualidad Chulluype es visitada por turistas tanto nacionales y extranjeros que van en busca de olas adecuadas para la práctica de surf y pasar un momento agradable ya sea este con amigos o familia.

De esta manera la playa de la localidad es una de las mejores con que cuenta la Provincia de Santa Elena para el deporte del surf, esto considerando que está registrada en el manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo (s.f.) dentro del macro producto Ruta del Spondylus, en el que indica información sumamente importante como:

Tipo de olas: Swell (NW/N) (olas – oleadas) Manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo dentro del macro producto Ruta del Spondylus.

Categoría: reef break (olas que rompen sobre la roca. Se distinguen dos subgrupos más: en roca volcánica y roca no volcánica. Estos fondos rocosos también pueden ser; planos con algas, de cantos rodados o afilados o emergentes. En la calidad de las olas de reef se incluyen otros factores, como la orientación del spot (lugar ideal para la práctica del windsurf, surf y kitesurf, tanto por sus condiciones de viento, olas y temperatura como por los accesos al mismo y las infraestructuras disponibles.), la posición de las rocas, los canales donde fluyen las corrientes, entre otros.

Los reef breaks son más peligrosos, porque tienen mucha más fuerza y su tubo fácilmente te empuja hacia el fondo al mínimo error.

- Dirección de la ola: izquierda y derecha
- Recomendación : marea media, sin viento

- Mejores meses : Diciembre, Enero, Febrero, Marzo
- Observaciones: Mucho cuidado al ingresar, presencia de mantarrayas, cuidado con las rocas al salir.

Chullupe posee algunos atractivos turísticos como la playa, que es su principal producto, siendo visitada por turistas nacionales como extranjeros que gustan del surf, situación que ha motivado a que habitantes de la localidad, especialmente los jóvenes practiquen esta actividad, llegando a desarrollar inclusive varios campeonatos. Un estero en el cual se podría desarrollar paseos en bote y otras actividades, posee una estructura habitacional abandonada a manera de torre que sirve de mirador escénico de la Bahía de Santa Elena, misma que debidamente restaurada podría servir como lugar de alojamiento o restauración en manos de la comunidad.

En lo cultural, posee algunas celebraciones populares tal como la fiesta patronal, dedicada al Sagrado Corazón de Jesús, nombre que lleva su capilla, y que comienzan desde el (29, 30, 31, de Julio), mismas que inician el primer día (Sr. José Dolores Roca, comunicación personal, enero 2010).

Esta festividad empieza la noche de la víspera con la celebración de la Santa Misa, la procesión por las calles de la localidad, y la elección de la reina; continua en la mañana siguiente con la tradicional regata o procesión náutica, que inicia muy temprano, donde llevan en sus embarcaciones la imagen del Sagrado Corazón de Jesús custodiada por la reina y sus familiares. Recorren así la costa de Chullupe, Ballenita y La Libertad, encontrándose con una procesión similar de la localidad de Santa Rosa, quienes celebran en cambio las fiestas de San Pedro pescador.

Al regreso de este recorrido se premia a la mejor lancha engalanada, otorgándosele el trofeo del Sagrado Corazón de Jesús. Tras la premiación arrancan los juegos deportivos (indor masculino y femenino). A las nueve de la noche da inicio el baile público donde se proclama a la reina de la localidad.

Finalmente, al tercer día, se dan juegos recreativos como “El baile del huevo en la cuchara”, “el baile de la naranja”, “el juego de las ollas encantadas” entre otros juegos tradicionales, propios de la cultura y folklore de esta localidad, los cuales se aspira que se mantengan y que no se lleguen a perder en un futuro.

A nivel de planta de servicios se tiene la cabaña “Hakuna-Matata” propiedad del joven Iban Malavé, quien brinda servicios de alimentos y bebidas, hospedaje, recreación y la instrucción del surf, junto con la señorita, Fanny Henao lo que hace que los turistas que visitan este lugar, se sientan contentos, alagados, como en su casa. Por la noche se pueden disfrutar de fogatas junto a la playa y baile para la diversión de grandes y chicos.

Ahora si bien, es verdad que Chulluype es un lugar con gran potencial turístico no existe sin embargo el suficiente equipamiento hotelero y restaurantes, ni el desarrollo de otras actividades que sustenten el aprovechamiento de otros atractivos en pro del desarrollo turístico local.

Esto se debe principalmente a que no ha existido la gestión pertinente ni tampoco se ha tenido el interés por parte de las autoridades seccionales y locales, en tal sentido, así como por la falta de un documento de planificación técnica que oriente el desarrollo sustentable y participativo de la localidad. (Sr. José Dolores Roca, comunicación personal, enero del 2010).

Cabe recalcar que el 29 de Junio del 2009, por medio de la página web de la ESPOL, se publicó la propuesta de “Equipamiento en el Sector de Chulluype: Cabaña Comedor Turístico” elaborada por estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar (<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/5730>)

Es con estos antecedentes que me propuse elaborar una propuesta de turistificación para Chullupe, que permitirá convertir a este sector en un lugar turístico, mucho más allá de la actual actividad existente. Integrando a la actividad básica que es el surf, los demás atractivos no aprovechados y potencialmente existentes en el sector, así como los requerimientos a nivel de servicios y actividades complementarias requeridas.

1.2.3 Desarrollo turístico: definición e importancia.

Si el turismo es una determinada manera de mirar el territorio, de estar en él, estudiar el desarrollo turístico desde una perspectiva urbanístico- geográfica es estudiar qué lugares se van configurando en distintas épocas como espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas, qué características tienen estos espacios y, sobre todo, cuáles son las distintas maneras en que la actividad turística se implanta en el territorio y qué transformaciones ocasiona en ellos. La evolución de los distintos lugares que han acogido el fenómeno turístico ha sido ampliamente tratada, por ejemplo, por (Fuster Fernández, 1991).

“El desarrollo turístico se refiere a los resultados sociales, económicos, culturales y ambientales de la relación entre la actividad económica turística y la sociedad”. (Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, CMDS, Sudáfrica ,2002). Considerando que tal desarrollo modifica necesariamente el ambiente, tanto natural como sociocultural, al emplear recursos humanos, naturales, culturales, financieros y administrativos. Cuando se habla de este desarrollo, su alcance tiene relación con diferentes tipos y tamaños de espacios turísticos, a diferencia de un desarrollo puntual, como es el caso de un proyecto específico como un hotel o un restaurante, entre otros (Op.cit.).

El desarrollo turístico debe tener como objetivo general, apoyar el mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la generación de ingresos económicos directos como prestadores de servicios, e ingresos económicos indirectos como agentes de la producción que participan en la elaboración y desarrollo del producto turístico. Del objetivo del desarrollo turístico se puede establecer dos elementos: La sociedad o comunidad involucrada y la actividad turística (Ibíd.). Una vez establecido el objetivo y los elementos del desarrollo turístico es posible proponer la siguiente definición:

“Es el resultado de un proceso socioeconómico planificado en espacios turísticos en (naturales, rurales o urbanos), que posibilita apoyar la satisfacción de las necesidades sentidas de la población involucrada y el desarrollo de la imagen turística en el mercado”. (Guía Metodológica para el desarrollo de proyectos de Ecoturismo-CCD, 2004)

Ahora luego de analizar los anteriores de turismo sostenible y desarrollo turístico se establece que para lograr un desarrollo turístico sustentable este tiene que sujetarse a los siguientes lineamientos:

- Debe ser participativo (involucrar a la comunidad en todo el proceso de su desarrollo).
- Debe ser progresivo (manejar el producto turístico en la medida en que las experiencias van fortaleciendo el conocimiento de la sociedad.)
- Debe ser planificado (no puede ser espontáneo ya que se consideran el uso de varios recursos y participan diferentes actores)
- Debe ser integral (debe considerar la vocación y aptitud de los recursos humanos, culturales, naturales y financieros.)
- El desarrollo turístico “es una estrategia de acción, económica, social, ambiental e institucional, que asegura a futuro el mercado turístico de un desarrollo”.

Por tanto, una vez explicado lo que es el desarrollo turístico y el turismo sustentable, es fácil llegar a la conclusión de que si hay un sector turístico que deba ser sostenible, ese es el turismo de naturaleza, pues ya que sin recursos naturales no habría turismo.

1.2.4 El proceso de turistificación

La turistificación es el proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un producto valioso en el mercado turístico (Kanitz: 2008).

Knafou (1999:70) identifica tres fuentes principales de turistificación de los lugares y los espacios, a saber: los turistas, el mercado y los planificadores y promotores territoriales. En la primera, el turismo surge en un territorio por medio de las prácticas de desplazamiento de los turistas. Los turistas son el origen del turismo, son ellos quienes promueven la turistificación del espacio. Pág. # 69

En la segunda, el origen de la turistificación de los espacios es accionado por el mercado y no por las prácticas turísticas en sí. El mercado, en su ansia de explotar la faceta económica del turismo, crea nuevos destinos y productos turísticos y los pone a la venta. En ambas fuentes se observa que el proceso de turistificación no surge del lugar en sí, sino de los desplazamientos de personas y los intereses económicos del mercado, es decir, de agentes externos al lugar.

Knafou, (1999) La tercera fuente es representada por los agentes internos sobre el desarrollo de iniciativas locales, regionales y nacionales, fundamentalmente ligadas a un lugar. Los territorios turísticos, en general sufren [re]significaciones espaciales debido a los cambios en las relaciones de poder. También son los territorios inventados y producidos por los turistas más o menos retomados por los operadores turísticos y por los planificadores .Pág. # 71.

Así, el autor destaca que no existe turismo sin turistas, o sea que no es el lugar por sí mismo el que se transforma aunque sí es transformado por quien lo circula.

Este proceso ha permitido el desarrollo de algunos países del mundo como España que ha tenido un gran cambio gracias a este proceso y ahora en la actualidad es

uno de los países con mayor ingreso de turistas y un nivel económico gracias a esta actividad. Esta es una gran enseñanza que da el país ibérico y que los demás países tomen de ejemplo y opten por un proceso de turistificación, que está dando beneficios, ahora en la actualidad y en un futuro no muy lejano será como un boom, en que el turismo se desarrollará de una manera sustentable.

1.3 Metodología de turistificación: inventario, definición y diseño de productos turísticos.

Como ya se indicó arriba, el proceso de otorgar o asignar el carácter o función turística a algo, sea este un bien, un lugar o un servicio, se conoce como turistificación (Verbeke: 2001). Esto se refiere a la selección y agrupación de una serie de bienes y servicios (tangibles e intangibles) de un lugar específico (destino) que a través de una estrategia de conjunto (planificación) dada su afinidad son susceptibles de ser transformados en oferta turística y que tras ser debidamente promocionados y comercializados alcanzan el estatus de producto turístico para un lugar determinado.

Para dar paso al proceso de turistificación necesariamente debe saberse algunas de las características o pasos a seguirse para definir un producto turístico, para lo cual lo primero que debe hacerse es reconocer el principal atractivo con que cuenta el lugar, cuán lejos o cerca está de otros sitios, qué infraestructura tiene, cuánto tiempo tomaría su visita, ya sea este en horas o días, luego de haber hechos estos análisis se empezará con el proceso de turistificación que permitirá implementar diferentes atractivos ya sean estos de entretenimiento, diversión, cultural, científico, deportivo, entre otros.

Realizado este análisis también se tendrá que saber que personas tanto de organismos gubernamentales como seccionales apoyarán a este proyecto.

Jiménez (1986) manifiesta que el producto turístico se compone de una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que a efectos

de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT: 1998) define al producto turístico como “el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”.

Cárdenas Tabares (1991:15) indica que “el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos, o deseos de un consumidor al que llamamos turista”.

Boullón (2004: 38) manifiesta que “Si bien es cierto que desde el punto de vista económico la oferta turística no puede ser otra cosa que un bien o un servicio, traducir textualmente ese concepto, conduce a deducir que el producto turístico está conformado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta”.

Colaiàcovo J. (en Tabares: 1991) “expresa al producto turístico en forma de una sencilla ecuación que relaciona tres aspectos: atractivos más facilidades, mas accesibilidad. Cárdenas F. Tabares (2007) establece que atractivo “es todo lo que atrae la atención y motiva la visita del o los turistas, en una forma más clara el producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y los humanos. Pág # 13

Estos últimos configuran las denominadas hospitalidades quizá más importantes que los dos anteriores”. Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas, al entretenimiento y

diversión, a las agencias de viajes, a las arrendadoras de automóviles y, en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.

La accesibilidad involucra a los medios de circulación y transporte necesarios para llegar al lugar donde se encuentran los elementos anteriores, así como aquellos que permiten circular dentro de él. Considerando lo expuesto el producto turístico es un conjunto de elementos importantes para el turista que se encarga de satisfacer sus necesidades y llevarlas a cabo permitiendo de esta manera que el lugar se desarrolle paulatinamente conservando siempre el atractivo ya que sin este elemento no hay producto, no hay turistas y aun no se desarrolla lo más precioso y hermoso como es el turismo.

1.3.1 Componentes tangibles e intangibles del producto turístico

Tabares (1996) plantea algunos elementos tangibles e intangibles que hay que considerar al momento de estructurar un producto turístico. La ausencia de algunos de ellos incidirá notablemente el grado de complacencia y gusto del consumidor y son por citar algunos:

- Fisiológicos (gastronomía, deportes, relajamiento)
- Seguridad (ambientes seguros, seguridad para los niños, riesgos seguro)
- Bienestar (salud, relajamiento, balnearios, recuperación)
- Socialización (encontrar amigos, conocer gente)
- Diversión (disfrutar, discoteca, parques)
- Estima (ser libre, no tener jefe, ser dueño de su tiempo)
- Descubrimiento (satisfacer la curiosidad, descubrir la región excursiones)
- Trascendencia (crecimiento espiritual, intelectual, afectivo)
- Auto realización (hacer algo para sí mismo, pintar, esquiar, superarse en aventuras)

- Educación (viajes culturales, museos, leer)
- Estética (hacer deportes, adelgazar, broncearse)

Cárdenas (1991). El producto turístico debe estar cuando menos compuesto por todos estos elementos sea de manera directa o vinculada de alguna manera a todos y cada uno de sus componentes. Tal situación se logra a través del diseño y ejecución de un plan macro que oriente y modele el proceso de producción considerando parámetros de calidad, sostenibilidad, sustentabilidad y conservación ambiental; sin aquello no se podría hablar de competitividad, ni mucho menos aspirar a un crecimiento económico sostenible. La segmentación y diversificación de la oferta de un destino se convierte en una gran necesidad si es que se quiere lograr un posicionamiento efectivo en el mercado, este puede zozobrar ante la falta de coordinación entre los diferentes actores del proceso de turistificación, conduciendo a una serie de acciones contradictorias que provocará, en todo caso, una falta de definición del producto. Pág # 89.

1.3.2 Clustering: Las herramientas metodológicas de turistificación

En inglés, clúster significa ramo, racimo o conglomerado; en general, conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un producto común. Los Clusters turísticos se podrían definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, entre otros), por marco geográfico (comarcas, rutas) o por temas (turismo cultural, de naturaleza y gastronómico).

Un clúster empieza con la proliferación de productos especializados (de turismo activo, de salud y belleza, entre otros), por parte de un buen número de empresas de un mismo destino.

Ello se debe a la generación o disponibilidad de un recurso turístico más o menos exclusivo (la playa, una determinada ortografía del territorio, unas fuentes, termales, entre otros). Proceso social que tiene como fin instalar una nueva imagen de un determinado lugar o territorio, a través de políticas turísticas, marketing de productos, entre otros. (<http://www.bue.gov.ar/glosario/?tipo=t>)

Es decir, el concepto de clúster significa sencillamente aglomeración de servicios destinados hacia el turista para su bienestar y confort dentro del lugar de visita, por lo tanto, los Clúster van de la mano con el producto turístico. Entre las principales herramientas de turistificación para un lugar como producto turístico constan (Verbeque, 1994)

- Rango de oportunidad turística (TOS)
- Índice de atracción turística (TAI)
- Espacio de la actividad turística (TAS)
- Índice de potencial turístico (TPI)

Rango de oportunidad turística (TOS).- Se orienta a la definición jerárquica del núcleo de elementos (portadores del atractivo funcional) que conforman el producto turístico (Chulluype), el cual estará constituido por los principales y más influyentes factores que hacen que los turistas vayan a determinado lugar, se trata de establecer el rango (cantidad, variedad, calidad, posibilidades de uso) de los atractivos facilidades y actividades, existentes y potenciales para el destino estimado (Cultural Tourism in Historical Sites : Local Challenges in a Global Market: 2001)

Hay que considerar además los numerosos elementos secundarios del producto (soporte y facilidades de una ciudad) que pueden añadir valor a la experiencia del visitante, como la imagen de viveza y diversidad. Estas actividades y facilidades urbanas no constituyen factores principales de influencia pero son, no obstante, altamente importantes para crear un ambiente atractivo donde quedarse.

La concentración espacial y funcional del núcleo de elementos (portadores del atractivo funcional) y los elementos secundarios forman un Rango de Oportunidad. Oportunidades Turísticas (TOS). La aplicación de este concepto deberá partir de un inventario y jerarquización del patrimonio turístico de Chullupe siguiendo los criterios metodológicos proporcionados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Índice de atracción turística (TAI).- conformada por una agrupación espacial de estas oportunidades, en particular cuando y donde los diversos elementos pueden conducir a una combinación interesante de actividades, dentro de un prisma limitado de espacio tiempo. La combinación de elementos primarios (atractivo principal), secundarios (servicios básicos y otros atractivos de menor jerarquía), actividades más rutas (senderos) tienden a aumentar la atracción de los turistas (Erick López, cp., Año 2000). En todo caso el Índice de Atracción Turística es visto como la consecuencia de factores tales como la originalidad del núcleo del producto, la capacidad de crear sensaciones, experiencias en un lugar y no en disminuir la diversidad del espacio de oportunidades (Verbeque, 1994).Pág. #98

En primer lugar el índice de atracción turística de una ciudad histórica o un distrito urbano específico (Chullupe) depende de sus características morfológicas. Las características del ambiente de construcción, la arquitectura, las formas urbanas y artefactos, todos necesitan ser accesibles. Puede asumirse que la atracción de un lugar se incrementa con la complejidad y el atractivo que posea. La zonificación espacial de estas áreas de “interés natural” puede ser estudiada aplicando las nuevas técnicas del análisis espacial.

En segundo lugar, el uso y funciones presentes son indicativos para la atracción de lugares y distritos urbanos .Un análisis del nivel del proceso de turistificación

implica un detallado análisis del uso presente de edificios y espacios públicos en las “áreas naturales”. Se debe hacer una distinción entre ambas:

- Casi mono-funcionales Clusters turísticos (iglesias, castillos, monumentos, museos, parques) que sean los más excepcionales (únicos) en toda la ciudad.
- Áreas donde las actividades turísticas están mezcladas con otras funciones urbanas y posibilitan marcar el tipo de funciones y actividades (Ej. Comercial, restaurantes, hoteles)
- Áreas urbanas donde no se ha desarrollado una función turística específica aún. Las últimas áreas pueden ser importantes para el total de atracción turística del lugar al ofrecer un atractivo escenario natural (caminatas de observación).
- En cada uno de estos tres tipos de áreas urbanas el proceso de turistificación puede ser utilizado siendo consciente de que la intensidad y visibilidad del impacto podrían ser diferentes.

En esta opinión sobre agrupaciones turísticas en los lugares naturales, la función turística no es vista como una implantación en el sistema urbano, por el contrario esta aproximación tiende a ilustrar la manera en que la actividad turística está siendo parte conveniente al sistema urbano.

Esta aproximación también permite entender mejor la dinámica del proceso de turistificación; la manera como las actividades turísticas marcan a un lugar o distrito urbano, en forma y función, también el alcance en que el turismo gradualmente toma y cambia las formas originales y mezcla modificando la tradicional funcionalidad de una ciudad.

Espacio de la actividad turística (TAS).- Implica una proyección analítica adicional al comportamiento del turista en tiempo y espacio, tendiente a mapear el

Espacio de la Actividad Turística (TAS). Esta línea de investigación es muy prometedora en términos de marketing (el mejor lugar apropiado /combinación de productos). De hecho la investigación de tiempo espacio en senderos ha recibido recientemente un nuevo impulso a través de las diferentes aplicaciones del Sistema de Información Global (GIS), pero hasta aquí solo han sido experimentales.

En la primera tesis se ha combinado a este concepto los criterios metodológicos de planificación de espacios turísticos propuestos por Roberto Boullón (1999) para áreas naturales y urbana pero no ha sido posible aplicar el GIS.

Índice de potencial turístico (TPI).- Entender los diferentes componentes de la atracción urbana para el turista no es el objetivo final o un ejercicio puramente académico, pero si una medida para desarrollar estrategias de manejo. Estas pueden ser un mecanismo de trasmisión que incremente el potencial turístico de los lugares a desarrollarse. El Índice de Potencial Turístico (TPI) es una manera analítica y critica de evaluar tal situación, proporciona un marco de desarrollo sustentable basado en un plan de marketing realista y un modelo de planeamiento espacial (Verbeke, 1998).
Pág # 94.

En este nivel conceptual se distingue una jerarquía de tres niveles:

- Una localidad con un fuerte aspecto de oportunidad turística, basado en la presencia de un núcleo único de elementos y un interesante agrupamiento de facilidades de soporte.
- Una localidad o específico distrito urbano con intereses turísticos y elementos interesantes, que atraen en particular a “turistas motivados”. pero donde el espectro de la oportunidad turística es limitada y (no todavía) explotada completamente.

El TPI suele ser engañoso particularmente en el mercado de los excursionistas, turismo doméstico, más que en destinos turísticos de una noche.

Finalmente vale hacer hincapié en que los conceptos de planificación tales como agrupamientos (Clustering) del espectro de la oportunidad turística y red de instalaciones (networking), encadenamientos físicos entre sitios de atracción turística, alianzas funcionales y de negocios entre proveedores y compañías organizacionales, públicas y privadas) están empezando a desarrollarse e implementarse en diferentes lugares.

Este análisis espacial del proceso de turistificación necesita complementarse y apuntalarse con un mapa empírico del espacio de la acción turística. (TAS) (Jansen: 2001). Pág. # 64.

1.3.3 Modelo metodológico de investigación propuesto para la presente tesis.

El tipo de investigación que se propuso realizar desde un principio fue de carácter cuali- cuantitativo, de campo con soporte documental bibliográfico orientado a la aplicación y solución práctica de un problema, en nuestro caso particular la turistización de Chullupe, razón por la se considero enfocarlo desde la perspectiva de los estudios de caso.

A nivel del método particular se decidió aplicar el enfoque hipotético deductivo sustentado en la comprobación y contrastación de variables e indicadores que conforman la siguiente hipótesis de trabajo:

“Pese a que Chullupe es un lugar con potencial turístico sin embargo no ha sido tomado en cuenta para su crecimiento y posibilidades de crecimiento de desarrollo que le otorgan en la actualidad turística debido a la poca visión e interés de planes de desarrollo de las pertinentes Autoridades Municipales.”

A nivel de métodos específicos se aplicaron criterios metodológicos de la investigación de marketing, sustentando todo el proceso en técnicas de recolección de la información empírica de campo, tales como la encuesta, entrevistas y la observación. Soportadas en formatos previamente elaborados, validados y aprobados por las instancias pertinentes.

La aplicación de estos instrumentos se sustentaría en aspectos teóricos metodológicos de la investigación acción, de la investigación etnografía y aquellos propios de los procesos de turistización, anteriormente señalados.

El procesamiento y análisis de los datos recuperados del campo se analizarán estadísticamente a través de tablas y cuadros de tabulación de frecuencia, de contingencia, gráficos de barra de pastel, histograma.etc, a fin de articular los datos a nivel cuantitativo y cualitativo en el proceso de análisis. Recurriendo al test de Chí cuadrado a la hora de comprobar o no la hipótesis planteada.

En el siguiente capítulo se analizara la metodología aquí reseñada, así como la información recogida a través de ella, analizándola y procesándola a efectos de tener los insumos necesarios que requiere el diseño del modelo de turistización que se espera obtener para Chullupe.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Validación de la metodología aplicada

La población considerada para la investigación de tesis propuesta, se conformó de la siguiente manera:

Cuadro N° 1
Universo a investigar

| SEGMENTO | CANTIDAD UNIVERSO | FUENTE |
|-----------------------|-------------------|-------------------------------|
| Habitantes | 132 | Presidente de la comunidad |
| Visitantes y Turistas | 1'500.000 | Ministerio de Turismo |
| Servidores turísticos | 5 | Presidente de la comunidad |
| Autoridades locales | 5 | Director Escuela Turismo-UPSE |
| TOTAL | 1'500.010 | |

Fuente: Tesis de Kléber Loor Zambrano

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

El dato poblacional, en el caso del segmento Habitantes, fue obtenido gracias al presidente del cabildo, mismo que reposa también en la Municipalidad de Santa Elena, en el cual hace referencia a los 61 hombres y 71 mujeres adultos dentro la población.

Para el segmento de Visitantes y Turistas, el dato fue obtenido a través de Internet (www.expreso.ec/), donde se consigna la cantidad de turistas que visitaron la provincia de Santa Elena durante el último feriado del 2009, información proporcionada por el Ministerio de Turismo (28–29 de Septiembre).

En el caso de los Servidores Turísticos se tomó encuesta a los 5 kioscos que se encuentran en el lugar de Chulluype trabajando en temporada alta.

En cuanto a las autoridades locales se han considerado específicamente al Director Provincial de Turismo (Ministerio de Turismo), al Director de Turismo de la Prefectura , a los Directores Cantonales de Turismo (3), al presidentes de la Cámara Cantonal de Turismo, y de existir, al presidente de la Cámara provincial del ramo.

A cada uno de estos segmentos, a excepción de las autoridades y servidores turísticos por ser pocos, se le aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple, a través de la siguiente fórmula.

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

Dónde:

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza 2

P = Posibilidad que se cumpla 95% => 0.95

q = Posibilidad que no se cumpla 5% => 0.05

e = Margen de error 5% => 0.05

Con lo cual la muestra para el presente estudio queda estructurada de la siguiente manera:

Cuadro N ° 2
Resultado de la muestra a investigar

| SEGMENTO | TAMAÑO MUESTRA | INSTRUMENTO |
|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Población | 98 | Encuesta |
| Visitantes y Turistas | 384 | Encuesta |
| Servidores turísticos | 5 | Entrevista |
| Autoridades locales | 5 | Entrevista |
| TOTAL | 492 | |

Fuente: Encuesta a la población de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Los instrumentos a ser aplicados fueron diseñados a partir de las respectivas matrices de operacionalización de la hipótesis de trabajo (Ver anexo 6,7 8,9,10), una vez que fueron elaborados se pusieron a consideración de tres expertos (Economista Carlos Sáenz Ozaetta, Director de la Carrera de Organización y Desarrollo Comunitario, Licenciada Tannia Aguirre Suárez, Mario Costales Borbor, Docentes de la Escuela de Hotelería y Turismo, respectivamente) a efectos de su validación y así evitar pérdida de tiempo y gastos económicos innecesarios a la hora de aplicar la prueba piloto.

La prueba piloto se corrió, tanto de encuestas a turistas, habitantes, servidores turísticos y entrevista a autoridades, locales permitiendo efectuar correcciones puntuales a sus diseños estructurales. En general, la encuesta a turistas constaba inicialmente de 25 preguntas, fue modificada y reestructurada en 12 preguntas (Anexo 7). La pregunta uno y dos fueron unificadas, la pregunta tres eliminada ya que no concordaba con el objetivo correspondiente , la pregunta siete fue cambiada su contenido ya que se deducía algo confuso para la encuesta a los

mismos, la once eliminada por no tener concordancia con la pregunta, para poder obtener los resultados coherentes para la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena, la pregunta doce eliminada ya que se interpreta algo confusa, la opción catorce eliminada por qué no era necesario para el cuestionario ,la opción quince fue modificada su contenido al expresar algo confuso y no poseer ni una concordancia con la pregunta que se desea plantear, la pregunta dieciséis fue eliminada por que se observa algo repetitiva en los ítems anteriores, la pregunta dieciocho fue eliminada por que no iba al caso con el objetivo, así mismo las preguntas desde la diecinueve hasta la veinte y cinco fueron eliminadas por qué no se considera necesaria para la propuesta de tesis, y no llega a un fin en común.

En las encuestas dirigidas a los moradores locales, también existieron cambios ya que este cuestionario contaba con dieciocho preguntas, tal es así que fue modificada quedando con nueve preguntas preguntas (Anexo 8), dando que la pregunta tres y cuatro fueron eliminadas ya que no era necesario realizarla porque no ayudaba al objetivo de la encuesta, la pregunta seis eliminada puesto que se indicaba en la pregunta uno, la pregunta ocho por falta de conocimiento hacia los moradores locales, la nueve se adjuntaba a la pregunta anterior, las preguntas once, doce y trece fueron eliminadas ya que no establecían una información importante para la propuesta de tesis, la quince no era necesario colocarla, y la diecisiete porque respectivamente se adjuntaba con la pregunta dieciocho.

Respectivamente con las encuestas a servidores turísticos los cambios no fueron muchos pero de igual manera hubo cambios que hacer ya que estas interrogantes contaban con dieciséis preguntas que modificándolas estas solo quedó en diez (Anexo 10).

Tal es así que la pregunta uno fue eliminada, y cambiada su estructura mientras que la pregunta dos fue cambiada y reubicada al ítems cinco, la pregunta ocho,

nueve y diez fue eliminada por qué no era necesario establecerla ya que no ayudaba a la propuesta de tesis, la pregunta once por qué no tenía concordancia y estaba mal redactada, quince por confusión a los servidores turísticos al momento de contestar la misma, la dieciséis por qué estaba mal elaborada y no justificaba con la respectiva propuesta de tesis.

En las entrevistas se formularon 8 preguntas (Anexo 11) a efectos de obtener la opinión y criterio ejecutivo de las principales autoridades turísticas y públicas referente a la importancia del desarrollo turístico del sector como la implementación de nuevos servicios para dar una nueva imagen a la comunidad de manera turística así como de la predisposición y compromiso institucional para avalar y apoyar la iniciativa.

En todos los instrumentos se utilizaron preguntas abiertas y cerradas, para facilitar el procesamiento y ordenamiento de la información recopilada mediante estas fuentes primarias, con la finalidad de obtener la información para el diseño del modelo de turistización más adecuado para Chulluype.

Una vez efectuadas estas correcciones y validaciones, los instrumentos fueron presentados al tutor de tesis, quien tras conocer el proceso arriba reseñado dio su autorización para que se apliquen en el campo en función de la muestra indicada.

La encuesta se aplicó durante el feriado de Semana-Santa, (Jueves 01, Viernes 02 Sábado 03, Domingo 04 de Abril del 2010), para aprovechar el flujo de personas que visitan la Provincia, debido al gran número de Encuestas, así como al número de personas que participaríamos en la recolección de la información (5), se estableció realizar 384 encuestas a los turistas que se encontraron en esos días en el cantón La libertad, Salinas, Ballenita. En su efecto se realizaron 140

encuestas en La Libertad, 130 en Salinas y en Ballenita 1114 que dan el total de 384 siendo el 100% de la muestra.

Se tuvo que explicar de manera general la iniciativa de la propuesta de tesis y explicar donde quedaba exactamente Chulluype ya que para muchos encuestados como los turistas no tenían idea de lo que se estaba preguntado como de igual manera donde que daba el lugar es por tal razón que estas tomaron un tiempo de de 15 – 20 minutos y en otros casos se extendiera a 30 minutos o más tiempo debido a la información.

Esto llego a una conclusión de que se debe realizar una promoción turística organizada y planificada ya que ni personas de la misma provincia saben dónde queda Chulluype. Como de igual manera cabe indicar que el nivel de colaboración recibido de parte de los turistas, habitantes, servidores turísticos encuestados fue muy bueno, ya que pocas fueron las personas que no accedieron a ser encuestadas (dos de cada diez personas aproximadamente).

Uno de los procedimientos que aplique en las encuestas es de entrevistado y entrevistador ya que resulto más fácil por lo que podía tener información más concreta y precisa como tener a la persona de frente y observando su reacción de cada una de las preguntas esta información fue proporcionada por los Turistas, Habitantes, Servidores Turísticos y Autoridades vinculadas al sector turístico y además recurriré como sustento a las diferentes fuentes bibliográficas para garantizar la investigación.

Respecto a las entrevistas, estas se realizaron entre el día 10, 11, 12,13 de Mayo del 2010.En términos generales el método planteado en el capítulo anterior dio muy buenos resultados, ya que no hubo la necesidad de efectuar cambios en su

estructura, solamente a nivel de los instrumentos de recolección de la información de campo.

Para la investigación se hizo uso de métodos como: computadora, cámara fotográfica, encuestas, entrevistas e internet que ayuda a tener certeza en la información para la investigación.

Para el proceso de observación se utilizaron fichas y matrices prediseñadas en función de los diferentes criterios de la metodología de turistización planteada en el capítulo anterior.

A continuación se procederá a exponer los datos obtenidos por todos estos instrumentos, para lo cual se trabajó con la aplicación Excel del programa Microsoft 2007, que permitió procesar y presentar los gráficos, tablas de la información, la tabulación, presentación y análisis de los datos obtenidos del campo. En función de una de estas tablas, se efectuó el cálculo del chí cuadrado a efectos de corroborar o no la hipótesis.

2.2.1 Encuesta a turista

2.2.1.1. Género

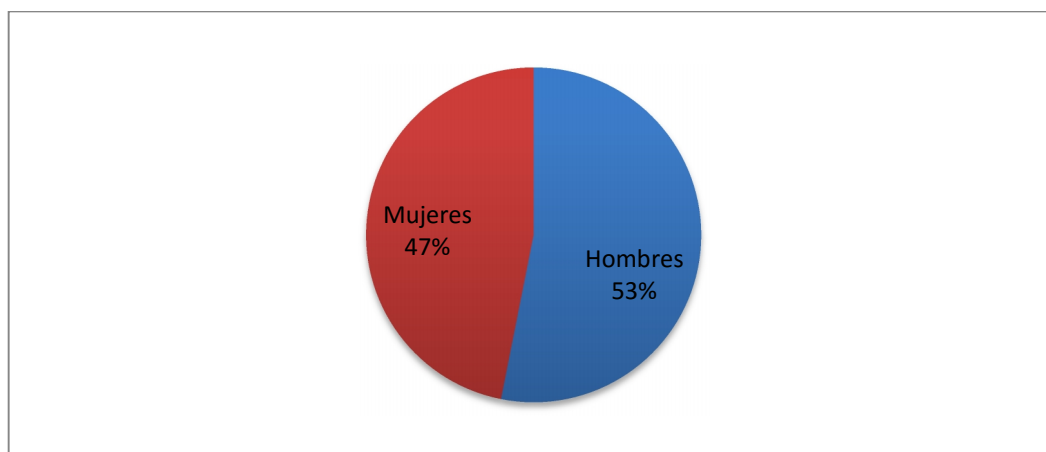
Cuadro N ° 3
Total de turistas encuestados

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------------|--------------|-------------------|
| Hombres | 204 | 53.13 |
| Mujeres | 180 | 46.87 |
| TOTAL | 384 | 100 % |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N ° 1
Género de los Encuestados



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Del total de turistas encuestados el 53% son hombres, mientras que el 47% restante son mujeres, lo cual no constituye una diferencia significativa a la hora de analizar de manera general las respuestas proporcionadas por ellos, lo cual se corroboró al analizar las respuestas dadas en los demás ítems.

2.2.1.2. Edad

Cuadro N ° 4
Edad de los turistas encuestados

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------------|--------------|-------------------|
|--------------------|--------------|-------------------|

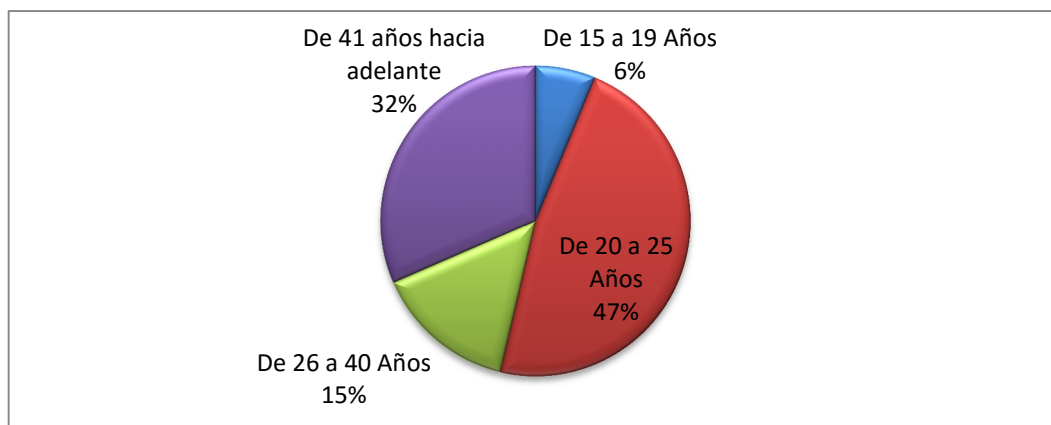
| | | |
|---------------------------|------------|--------------|
| De 15 a 19 Años | 24 | 6.31 |
| De 20 a 25 Años | 182 | 47.37 |
| De 26 a 40 Años | 57 | 14.74 |
| De 41 años hacia adelante | 121 | 31.58 |
| Total | 384 | 100 % |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 2

Rango de edad de los encuestados



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Se establecieron 4 grupos de edad, distribuyéndose tal como se indica en el gráfico 2 . Es importante destacar que el segmento de edad más representativo de turistas encuestados, en general es el de 20 a 25 años (47,4%), seguidas de las de 40 a 60 años (31%), constituyendo ambos segmentos los grupos poblacionales claves a ser considerados a la hora de diseñar el plan de turistización de Chullupe.

2.2.1.3. Procedenci

Cuadro N° 5

Procedencia de los turistas

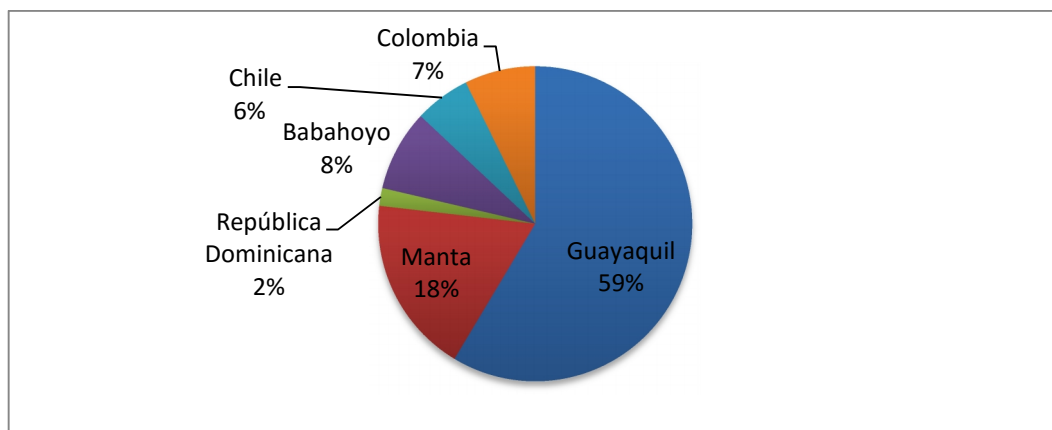
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|-------------|-------|------------|
|-------------|-------|------------|

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Guayaquil | 225 | 58.72 |
| Manta | 70 | 18.35 |
| República Dominicana | 7 | 1.83 |
| Babahoyo | 32 | 8.26 |
| Chile | 22 | 5.50 |
| Colombia | 28 | 7.34 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 3
Procedencia de los turistas



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El mayor porcentaje de los turistas que visitaron la provincia de Santa Elena en este feriado de semana santa fueron de la ciudad de Guayaquil con un porcentaje del 59%, seguido de un 18% que corresponde a turistas de la provincia de Manabi.

2.2.1.4. Lugares más visitados

Cuadro N°6
Lugares turísticos más visitados por los turistas

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|-------------|-------|------------|
| La Libertad | 60 | 15.53 |
| Montañita | 75 | 19.42 |

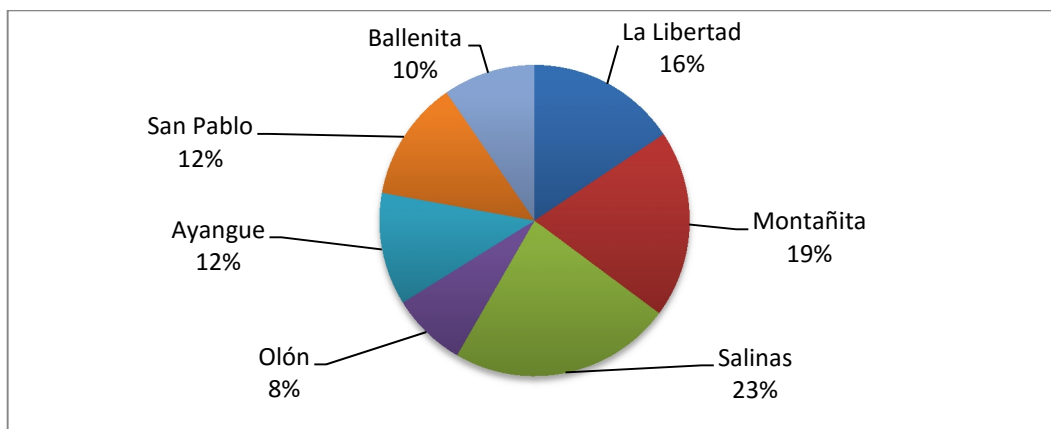
| | | |
|--------------|------------|--------------|
| Salinas | 89 | 23.30 |
| Olón | 30 | 7.77 |
| Ayangue | 45 | 11.65 |
| San Pablo | 48 | 12.62 |
| Ballenita | 37 | 9.71 |
| Total | 384 | 100 % |

Elaborado por: Gabriela Bastidas Rey

Fuente: Datos de la encuesta

Gráfico N° 4

Lugares turísticos más visitados



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Salinas fue el lugar con mayor cantidad de visitantes en este feriado, con un 23.3%, de igual manera cabe recalcar que Montañita sigue siendo uno de las zonas más visitadas por los turistas, ya que estos lugares poseen un posicionamiento en el mercado, por los turistas sin embargo La Libertad, Ayangue, y Ballenita son lugares que también tienen su encanto y son llamativas por los mismos.

2.2.1.5 Los turistas viajan

Cuadro N° 7

Generalmente los turistas viajan

| Alternativas | Datos | Porcentaje |
|--------------|-------|------------|
| Familia | 197 | 51.28 |
| Pareja | 98 | 25.64 |

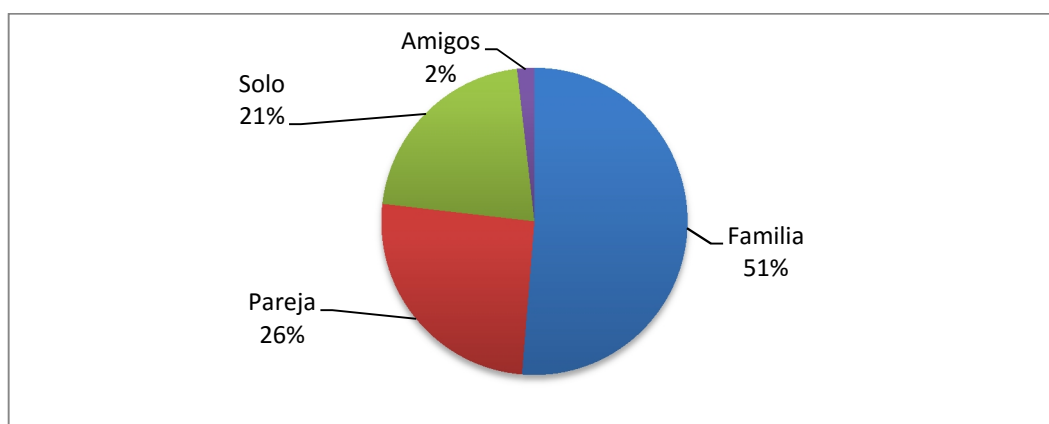
| | | |
|--------|------------|--------------|
| Solo | 82 | 21.37 |
| Amigos | 7 | 1.71 |
| Total | 384 | 100 % |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 5

Muestra general de los turistas con quienes viajan



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El 51.28 % de los turistas generalmente deciden viajar con su familia como se observa en el gráfico, esto demuestra que no solo llega una persona de un destino si no que son 4 a 5 o más personas que llegan del mismo destino de partida. Con un 26% las personas desean viajar en pareja ya que les resulta mejor y un 21% manifestó que desea viajar solo

2.2.1.6 Motivación

Cuadro N°8

Motivaciones de los turistas

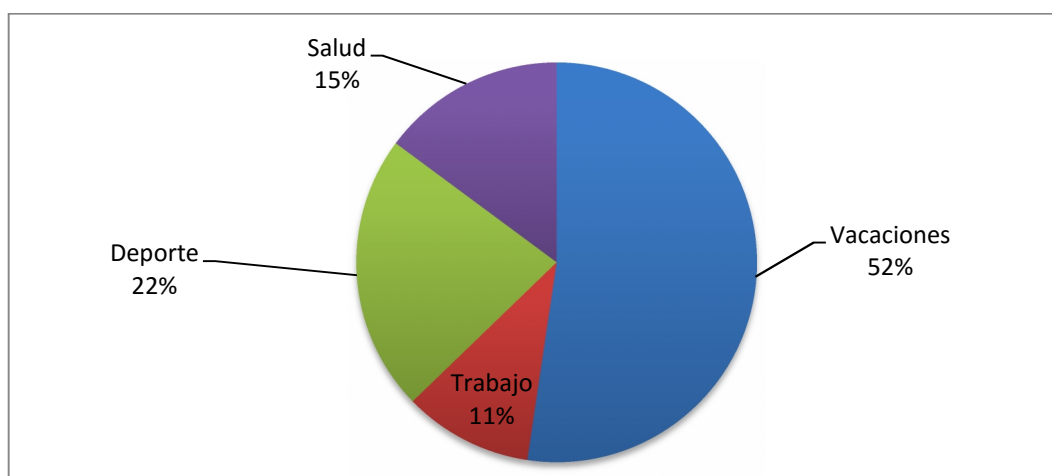
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|-------------|-------|------------|
| Vacaciones | 201 | 52.23 |
| Trabajo | 40 | 10.45 |
| Deporte | 86 | 22.39 |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Salud | 57 | 14.93 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 6
Motivos de la visita



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Lo que más le motiva a los turistas en el momento de decir por que desean viajar un 52.23% de los turistas manifestaron que es por vacaciones , mientras que un 22% en cambio se decidió por los deportes.

2.2.1.7 Tiempo en que viajan los turistas

Cuadro N° 9
Época del año en que viajan

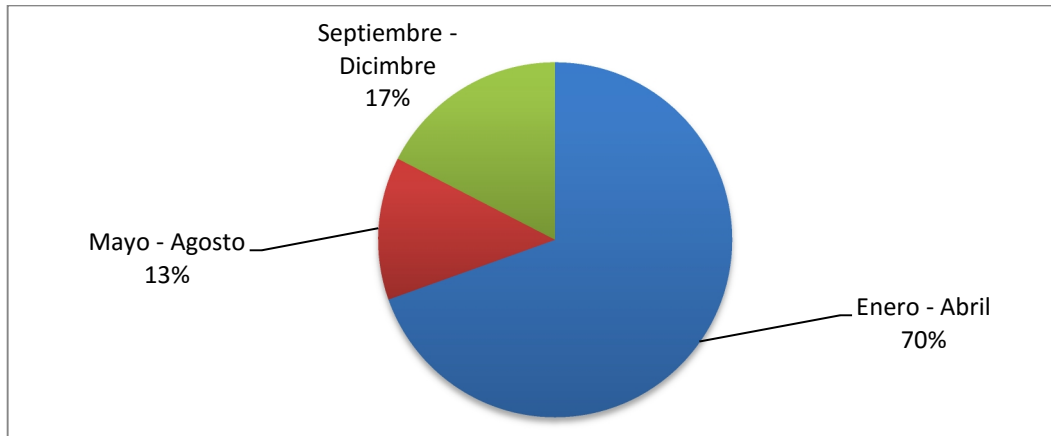
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|------------------------|-------|------------|
| Enero - Abril | 267 | 69.57 |
| Mayo - Agosto | 50 | 13.04 |
| Septiembre - Diciembre | 67 | 17.39 |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 384 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 7
Época del año en que viajan



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 69% de los turistas desean viajar en los meses de enero abril, es decir que en estos meses los turistas que más visitan las playas de la península son gente de Guayaquil, Y un 17% decide viajar en los meses de Septiembre a Diciembre, debido a que las playas no se encuentran tan conglomeradas.

2.2.1.8 Alternativas de lugares más visitados

Cuadro N° 10

Lo que más le agrada al turista del lugar visitado

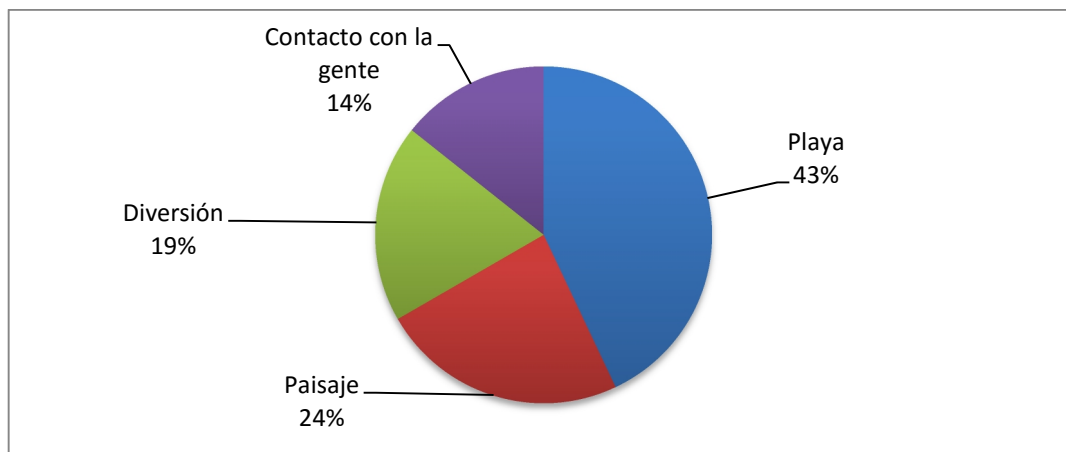
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|-----------------------|-------|------------|
| Playa | 165 | 42.85 |
| Paisaje | 91 | 23.81 |
| Diversión | 73 | 19.05 |
| Contacto con la gente | 55 | 14.29 |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 384 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 8
Lugares más visitados



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Como se observa en la grafica 8 la playa es uno de los primeros atractivos que desean visitar los turistas porque consideran que es muy llamativo y les ayuda a relajarse, de igual manera un 24% considera que el paisaje es lo más llamativo del lugar.

2.2.1.9 Pernoctación del turista

Cuadro N°11

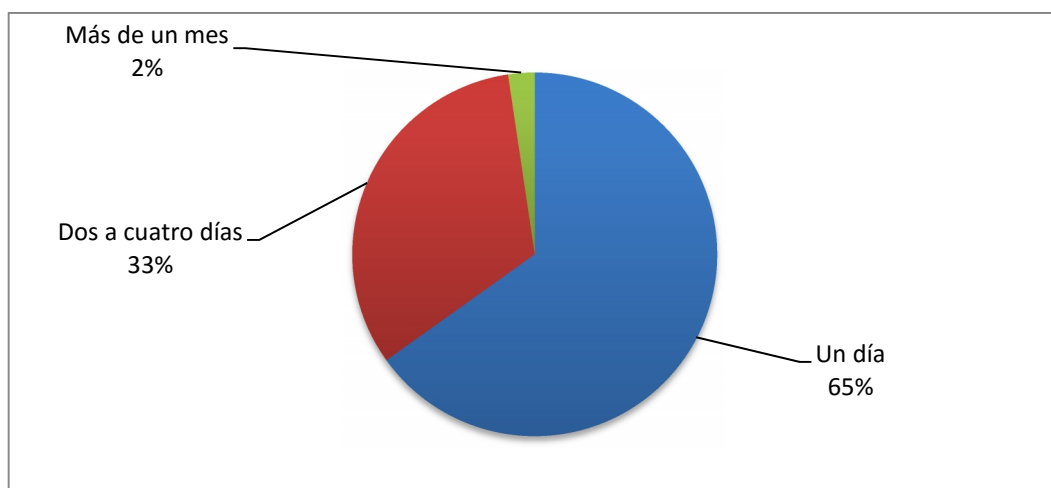
Cuál es el tiempo de estadía del turista en el lugar que visita

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Un día | 250 | 65.04 |
| Dos a cuatro días | 125 | 32.52 |
| Más de un mes | 9 | 2.44 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 9
Tiempo de estadía del turista



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

En la grafica número 9 se observa que un 65% de los turistas deciden pernoctar solo un día mientras, que un 33 % deciden estar 2 a 4 días en el lugar de visita, un 2% manifestó pernoctar más de un mes.

2.2.1.10 Chulluype

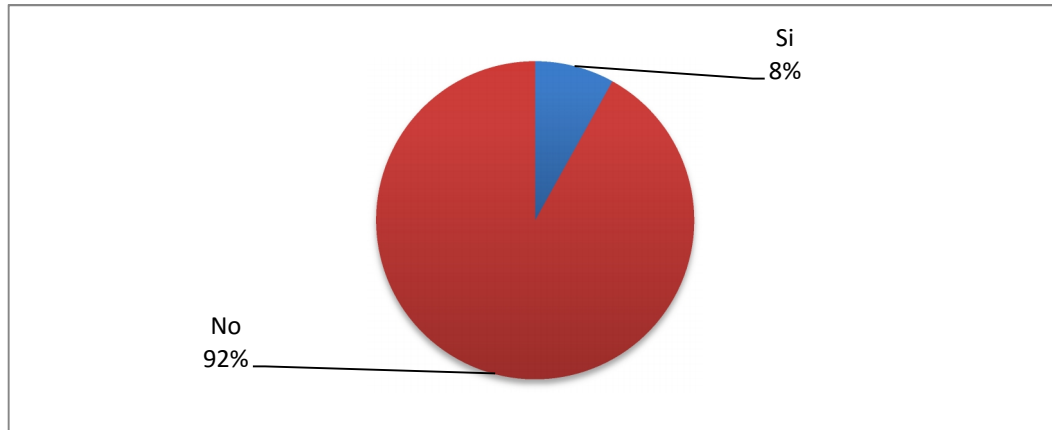
Cuadro N° 12
Conocimiento sobre Chulluype

| Alternativas | Datos | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 31 | 8.16 |
| No | 353 | 91.84 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 10
Conoce Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Del total de la encuesta realizada y como se observa en el gráfico 10 un total del 92% de los encuestados manifestaron no conocer Chulluype y no han oído hablar de él, por lo que esta interrogante da una solución en que este lugar debería darse una promoción turística planificada y organizada para que de esta manera los turistas puedan llegar y conocer el lugar, mientras que un 8% considera conocer el lugar pero cabe recalcar que estas son más gente joven que adulta.

2.2.1.11 Servicio

Cuadro N°13
Servicios requeridos por los turistas

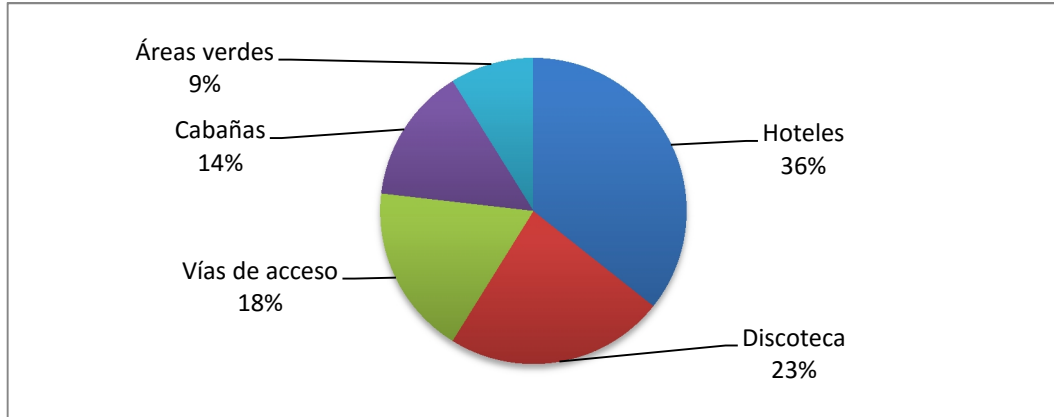
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Hoteles | 137 | 35.71 |
| Discoteca | 89 | 23.21 |
| Vías de acceso | 69 | 17.86 |
| Cabañas | 55 | 14.29 |
| Áreas verdes | 34 | 8.93 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 11

Servicios que hacen falta en el sector de Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Rey

Un 14% de los encuestados consideran que son importantes las cabañas comedores como lo indica el siguiente gráfico, de igual manera los lugares de diversión son los más llamativos, por los turistas para su relajación, diversión como para pasarla bien en familia o amigos. Las áreas verdes son también una de las opciones que llaman la atención a los turistas de cómo dar una buena imagen al lugar.

2.2.1.12 Publicidad

Cuadro N°14

Promoción de Chulluype

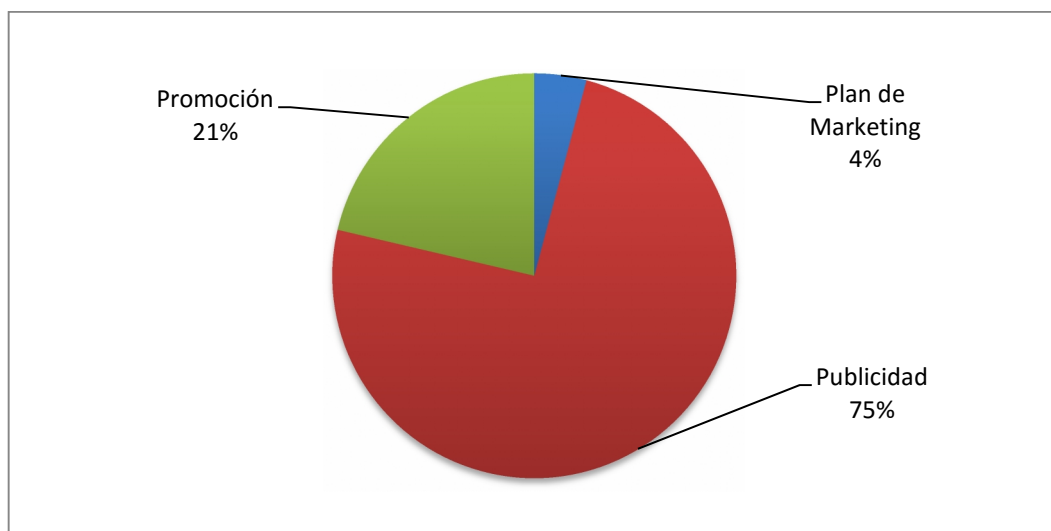
| Alternativa | Cantidad | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Plan de Marketing | 16 | 4.26 |
| Publicidad | 286 | 74.47 |
| Promoción | 82 | 21.27 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 12

Mejor manera de promocionar el sector de Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 75% de los turistas encuestados confirmaron que la mejor manera de promocionar Chulluype es por medio de una publicidad impresa, radial, y televisiva ya que esto lograría que Chulluype sea reconocido a nivel local nacional e internacional claro está que de igual manera se debería realizar un plan de Marketing.

2.2.1.13 Chulluype como destino turístico

Cuadro N°15

Consideración de Chulluype como destino turístico

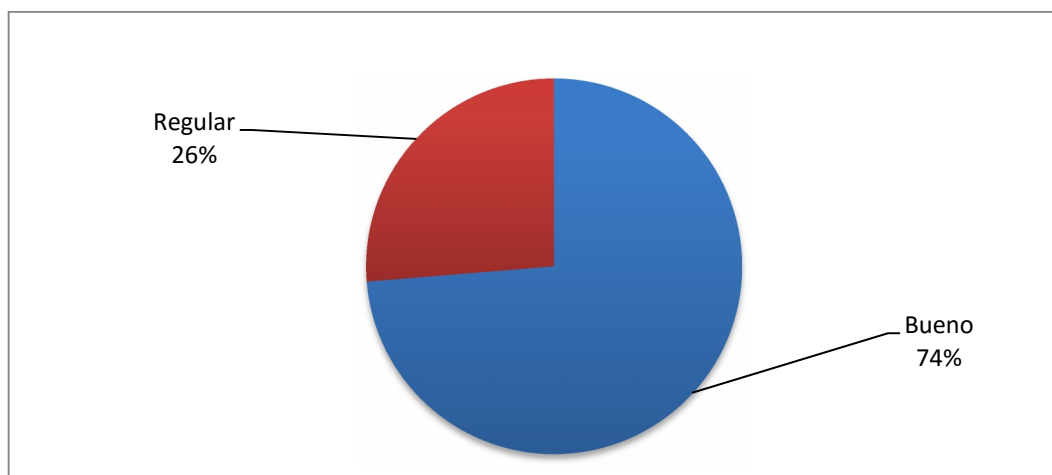
| Alternativa | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Bueno | 283 | 73.68 |
| Regular | 1101 | 26.32 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 13

Como considera usted al sector de Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El 74 % de los turistas consideran que Chulluype es un lugar bueno porque posee un ambiente agradable en el que ellos pueden disfrutar de él en cambio un 26 % manifiesta que deben incorporarse diferentes actividades para que ellos puedan pernotar más tiempo en el lugar es por tal motivo que esta pregunta justifica la elaboración de la propuesta.

2.2.1.14 Plan de desarrollo turístico en Chulluype

Cuadro N°16

Pertinencia de un plan de mejoramiento y desarrollo turístico en Chulluype

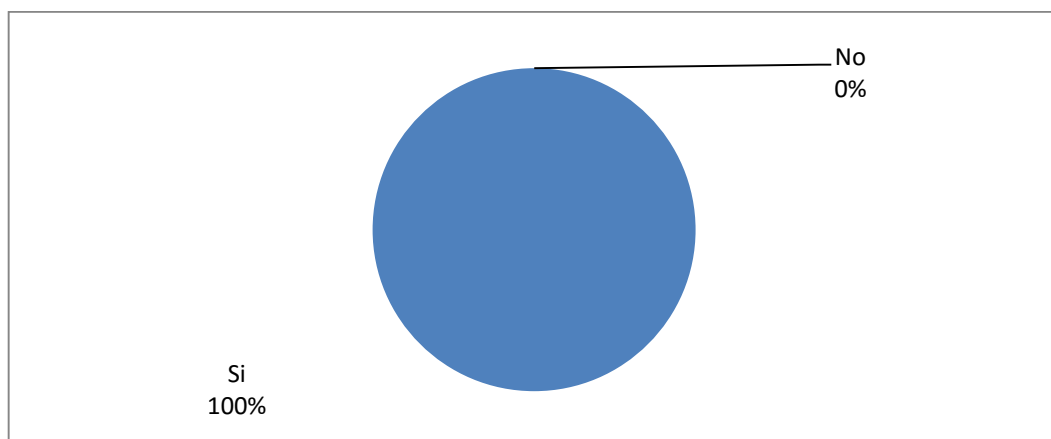
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------------|--------------|-------------------|
| Si | 384 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 384 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 14

Plan de mejoramiento y desarrollo turístico para Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Del total de la población encuestada un 100% de los turistas contestó que sí es factible realizar un plan de mejoramiento y desarrollo turístico para Chulluype ya que lo mejoraría como destino turístico. Y de esta manera los turistas puedan disfrutar del lugar y pasarla juntos con su familia.

2.2.2 Encuesta a Moradores

2.2.2.1 Genero de los encuestados

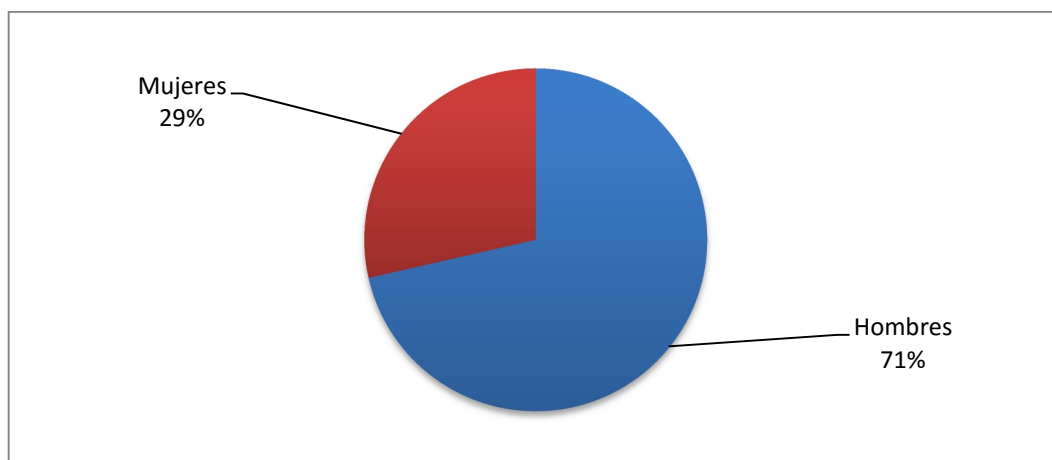
Cuadro N° 17
Género de los encuestados

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Hombres | 70 | 71.43 |
| Mujeres | 28 | 28.57 |
| TOTAL | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 15
Personas encuestadas



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Del total de turistas encuestados el 71% son hombres, mientras que el 29% restante son mujeres, lo cual esto constituye una diferencia bastante significativa a la hora de analizar de manera general las respuestas proporcionadas por ellos.

2.2.2.2 Rango de edad

Cuadro N°18

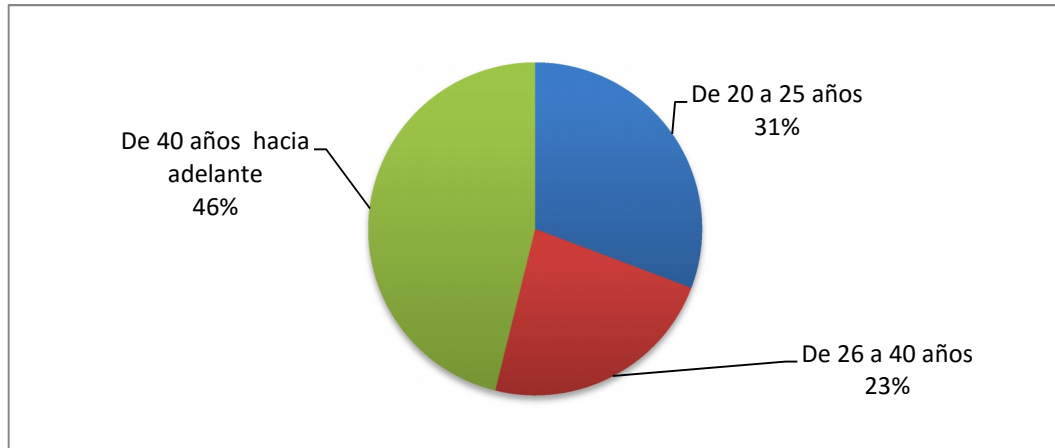
Edad de los moradores encuestados

| Alternativa | Resultados | Porcentaje |
|---------------------------|------------|-------------|
| De 20 a 25 años | 30 | 30,61 |
| De 26 a 40 años | 23 | 23,47 |
| De 40 años hacia adelante | 45 | 45,92 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 16
Edad de los turistas



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Un total del 46 % de los encuestados fueron personas mayores de 40 años ya que son ellas las que tienen más tiempo viviendo en el lugar y conocen de él, por lo que pueden aportar con muchos criterios de cómo desean ver a Chulluype en un futuro. Un 31% de los encuestados fueron personas de 20 a 25 años profesionales con un criterio formado y una mejor manera de cómo desea ver a Chulluype en un tiempo no muy lejano.

2.2.2.3 Actividades en Chulluype

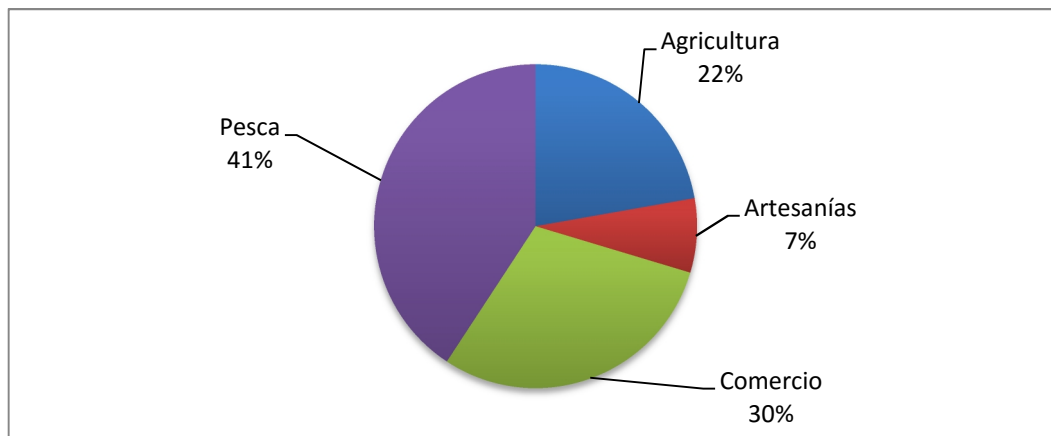
Cuadro N°19
Principales actividades productivas

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Agricultura | 22 | 22,45 |
| Artesanías | 7 | 7,14 |
| Comercio | 29 | 29,59 |
| Pesca | 40 | 40,82 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 17
Principales actividades productivas



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 41% del total de los encuestados manifestaron que la actividad de la pesca es su mayor ingreso económico, por lo que ellos se dedican todo el año, mientras que un 30% desea dedicarse al comercio y el restante desea dedicarse a la agricultura, como también existe un porcentaje de la población que se dedica a la elaboración de artesanías para la llegada de los turistas a la comunidad.

2.2.2.4 Estudios

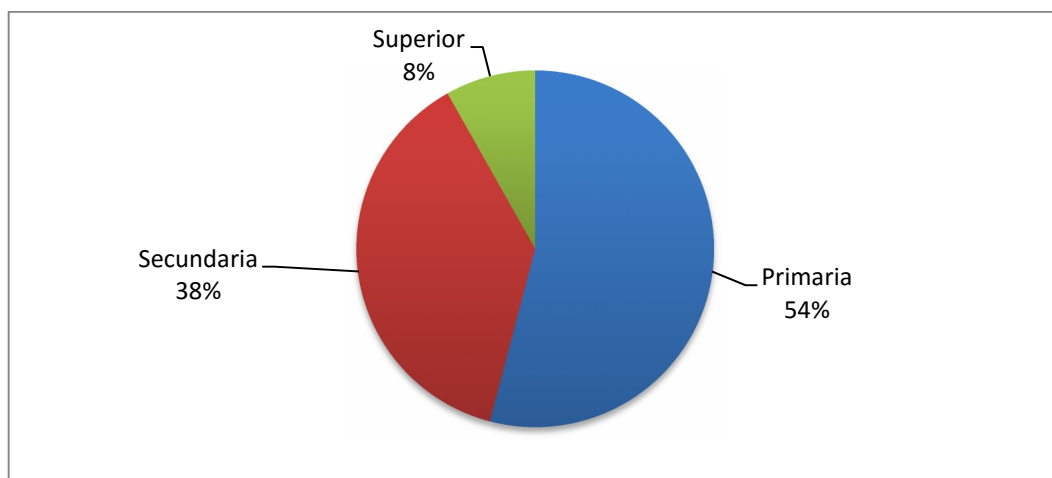
Cuadro N° 20
Nivel de estudios

| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Primaria | 53 | 53.85 |
| Secundaria | 37 | 38.46 |
| Superior | 8 | 7.69 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 18
Nivel de estudio de los pobladores



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El 53% de la población encuestadas solo tienen un nivel primario mientras que solo un 7% tiene estudio superior que son los hijos de la localidad, y el 8% se considera que ya tienen una profesión, como de igual manera se encuentran estudiando .

2.2.2.5 Chullupe como lugar turístico

Cuadro N° 21

Consideración de Chullupe como destino turístico

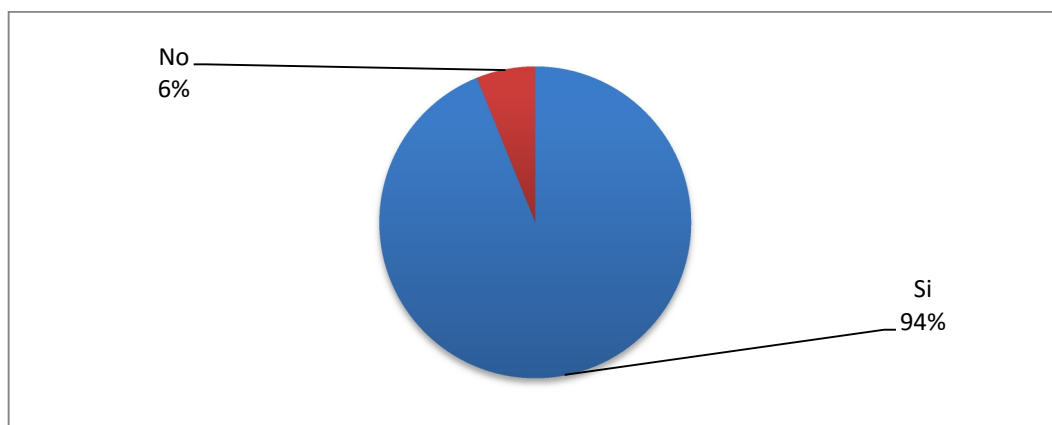
| ¿Considera que Chullupe puede ser un lugar turístico? | Datos | Porcentaje |
|---|-----------|-------------|
| Si | 92 | 93.75 |
| No | 6 | 6.25 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 19

Opinión de la comunidad de Chullupe como lugar turístico



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 94% de los moradores consideran en su mayoría que Chulluype si puede ser un lugar netamente turístico porque existe el deporte del surf y otras actividades que se pueden desarrollar dentro de ella, esto fortalece la Propuesta de Turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena, que es muy llamativo en esta comunidad es por tal razón que existirá más afluencia de turistas, y con una buena planificación el sector llegara a ser un lugar netamente turístico.

2.2.2.6 Plan de desarrollo turístico

Cuadro N° 22

Participación en un plan de desarrollo turístico

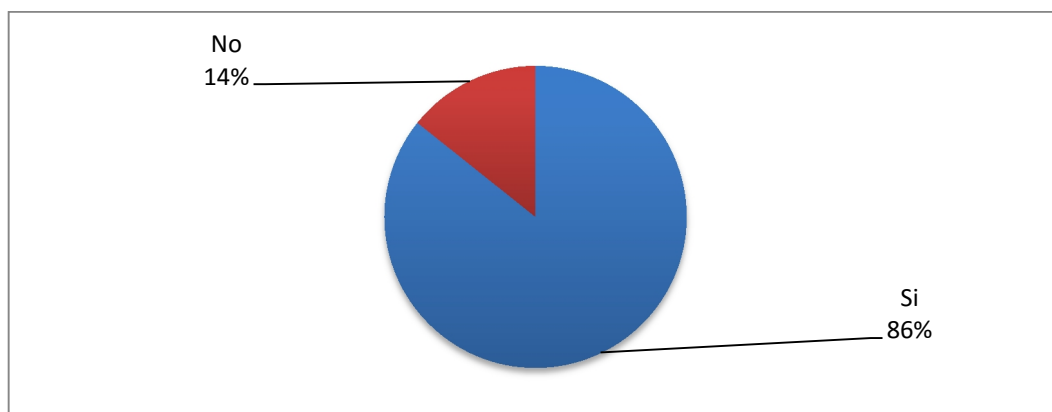
| Alternativas | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Si | 84 | 85.71 |
| No | 14 | 14.29 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 20

Estaría dispuesto Ud. A participar en algún plan de desarrollo turístico



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 86% de la población encuestada manifestó estar dispuesto a participar en algún plan de desarrollo turístico, mientras que el restante de la población encuestada manifestó no estar de acuerdo a participar en este plan por motivo de tiempo y trabajo. Pero cabe recalcar que este plan de desarrollo turístico fortalece a la propuesta de Turistificación.

2.2.2.7 Servicios en Chullupe

Cuadro N°23

Servicios necesarios en el sector de Chullupe

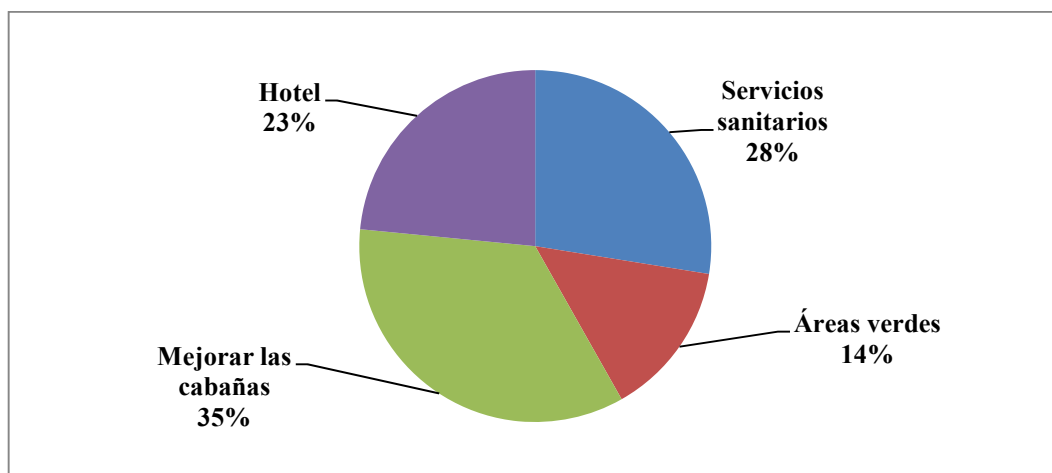
| Alternativas | Datos | Porcentaje |
|----------------------|-----------|-------------|
| Servicios sanitarios | 27 | 27.91 |
| Áreas verdes | 14 | 13.95 |
| Mejorar las cabañas | 34 | 34.88 |
| Hotel | 23 | 23.26 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 21

Qué servicio cree que debería tener Chullupe



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 34% de los encuestados consideran que deberían mejorar las cabañas comedores, para brindar un mejor servicio turístico, como también un 30% manifiesta en especial que los servicios sanitarios son primordiales para la higiene de los turistas.

2.2.2.8 Trabajo de las Organizaciones gubernamentales

Cuadro N° 24

Gestión del municipio en su localidad

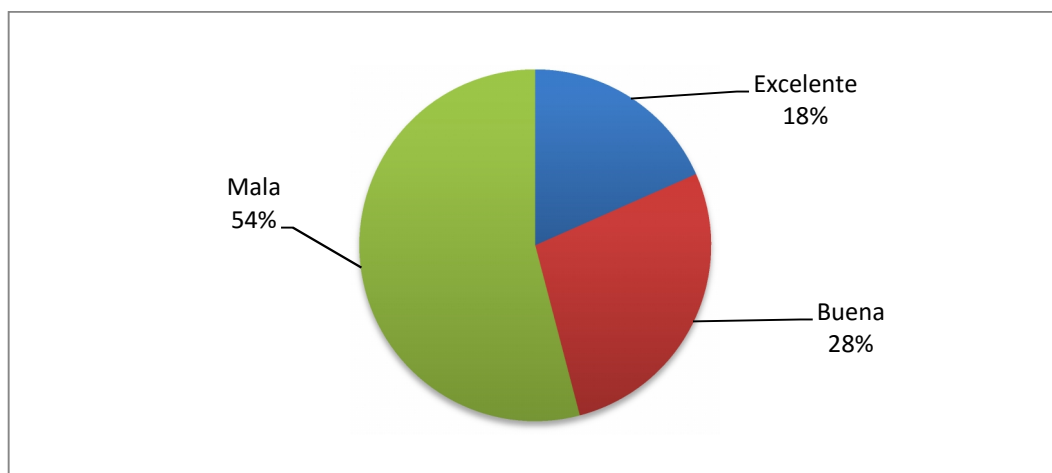
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|--------------|
| Excelente | 18 | 18,37 |
| Buena | 27 | 27,55 |
| Mala | 53 | 54,08 |
| Total | 98 | 100 % |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 22

Trabajo del municipio en el sector de Chulluype



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un total del 55% de los encuestados considera que el trabajo del municipio es muy pésimo ya que no han hecho muchas obras por esta comunidad mientras que un 46% de la misma considera que es muy excelente el trabajo del municipio, por ciertas obras que se han hecho durante el año siguiente.

2.2.2.9 Visitas de turistas

Cuadro N° 25

Visita de turistas al Sector de Chulluype

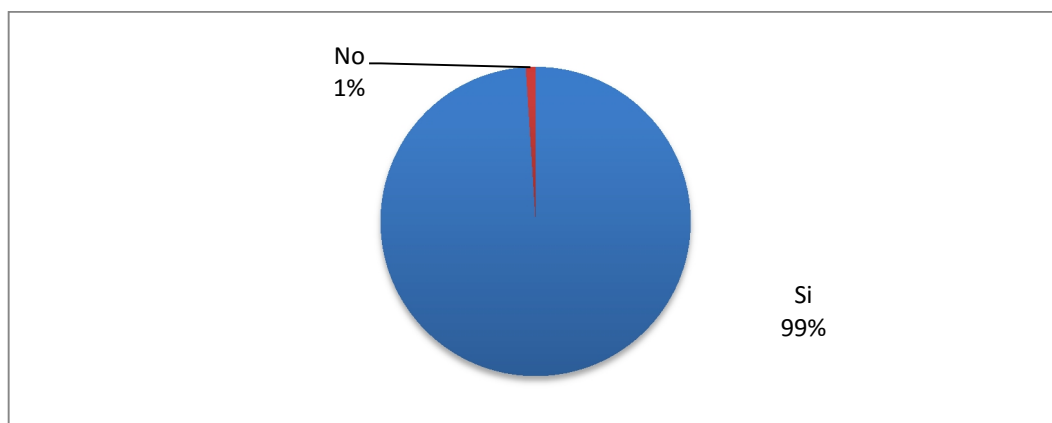
| Alternativas | Datos | Frecuencia |
|--------------|-----------|------------|
| Si | 97 | 98.59 |
| No | 1 | 1.41 |
| Total | 98 | 100 |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 23

El sector de Chulluype ha recibido visita de turista



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El 99% considera que Chullupe si ha recibido visitas de turistas durante todo el año y aun más en temporada de playa por lo que ellos consideran que se debe trabajar más en esta comunidad, de igual manera esto fortalece al proyecto de turistificación en el que se pueden implementar varias alternativas de turismo y de esta manera los turistas visitaran con más frecuencia el lugar.

2.2.2.10 Promoción turística

Cuadro N° 26

Usted como procedente de esta zona cuál es la mejor manera de promocionar el sector de Chullupe

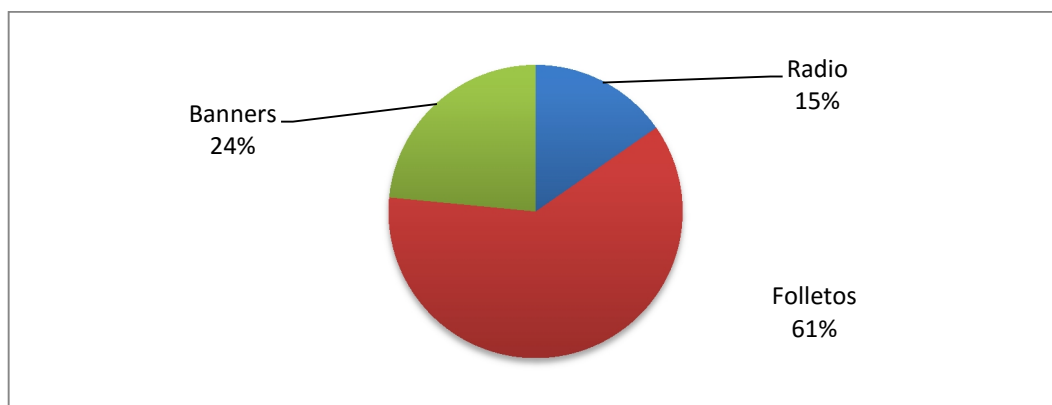
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Radio | 15 | 15,31 |
| Folletos | 60 | 61,22 |
| Banners | 23 | 23,47 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 24

Alternativa de promoción turística para Chullupe



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

El 61% de los encuestados manifestó que la mejor manera de promocionar Chulluype es por medio de folletos; seguido de banners publicitarios que serán colocados en la vía principal Guayaquil Salinas y Ballenita Cautivo para que de esta manera los turistas que pasen por estas vías puedan observar y visitar el lugar.

2.2.2.11 Chulluype destino turístico

Cuadro N° 27

Considera usted que un Plan de Mejoramiento y desarrollo turístico para el sector de Chulluype lo potenciaría como destino

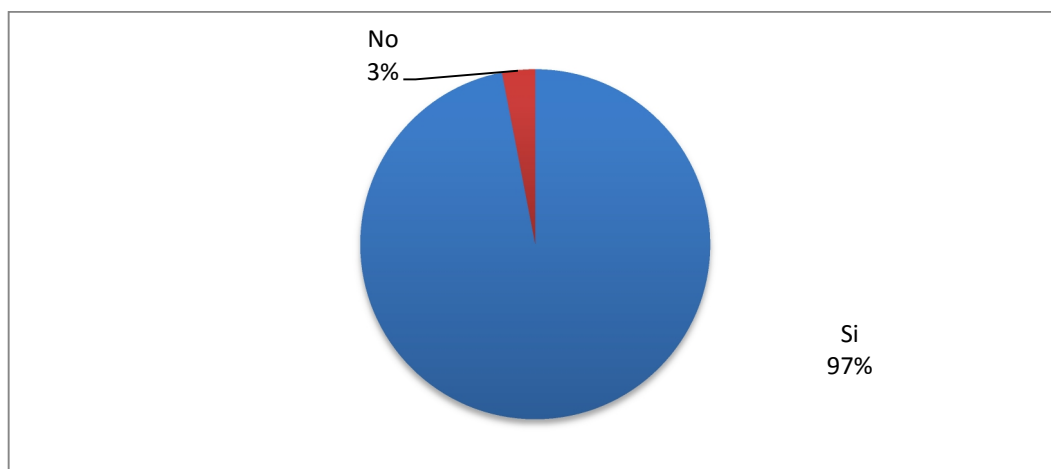
| Alternativa | Datos | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| Si | 95 | 96.97 |
| No | 3 | 3.03 |
| Total | 98 | 100% |

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Gráfico N° 25

Desarrollo de Chulluype como destino turístico



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Un 99% de la población de Chulluype manifestó que un plan de mejoramiento y desarrollo turístico para este lugar lo potenciaría como destino y mejoraría el lugar por tal motivo esta pregunta fortalece la propuesta de turistificación en el Sector de Chulluype, Cantón Santa Elena.

2.2.3 Entrevista a servidores turísticos

2.2.3.1 Datos generales de los encuestados

Se entrevistó a un total de 5 servidores turísticos que existen en Chulluype, entre el 10, 11, 12, y 13 de Mayo del 2010, siendo 3 % de hombres y 2 % de mujeres. En el cuadro 3 se especifican los cargos y nombres de los dueños y establecimientos considerados.

Cuadro N° 28

Establecimientos turísticos de Chulluype

| N° | Establecimiento | Dirección del Establecimiento | Propietario | Años de Trabajo | Servicios que brinda |
|----|-----------------|-------------------------------|-------------|-----------------|----------------------|
| 1 | Restaurante | Frente a la playa | Laura Quimi | 5 | Alimentación |
| 2 | Restaurante | Frente a la playa | María Pozo | 5 | Alimentación |
| 3 | Restaurante | Frente a la playa | Santiago | 3 | Alimentación |

| | | | | | |
|---|-------------|-------------------|-----------------|---|--------------|
| | | | Balón | | |
| 4 | Restaurante | Frente a la playa | Enrique Reyes | 3 | Alimentación |
| 5 | Restaurante | Frente a la playa | Carlos Zambrano | 2 | Alimentación |

Fuente: Tesis de plan estratégico para el desarrollo sostenible del aviturismo en la comuna loma alta” (Tnlg.

Alexandra Cacao Tómalá, Tnlg. Klever Looor Zambrano)

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

2.2.3.2 Opinión de los servidores turísticos a cuanto a desarrollarse turísticamente.

En cuanto al desarrollo turístico del sector de Chulluype, el 5 % consideran que es muy factible e importante para ellos debido a que les genera más empleo y un mejor nivel de vida. Como también incrementaría la visita de muchos turistas hacia el lugar.

2.2.3.3 Importancia del desarrollo de Chulluype como destino turístico en la Provincia de Santa Elena.

Respecto a Chulluype como destino turístico el 5% de los entrevistados manifestaron que no solo es relevante para la provincia de Santa Elena, si no para el país en general porque ayuda al desarrollo de su comunidad y al turismo a nivel nacional.

2.2.3.4 Opinión acerca de la propuesta de Chulluype en el Cantón Santa Elena.

En lo que se refiere a la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena el total del 5% manifiesta que se sienten satisfechos porque consideran que de esta manera las autoridades seccionales invertirían en el lugar y así serían considerados en el ámbito turístico y el progreso de la misma.

2.2.3.5 Servicios turísticos que deben incorporarse en Chulluype para llevar a cabo su desarrollo.

En cuanto a los servicios turísticos que deben ser incorporados en la comuna de Chulluye un 1% señala que en primer lugar el alojamiento es primordial e indispensable para los turistas que visitan esta comuna ya que ellos desean descansar así sea solo por un día; Un 3% manifiesta que las áreas de recreación también son importantes para que niños, jóvenes y adultos puedan relajarse como los servicios de alimentación ya que el lugar cuenta con 5 kioscos, solo piden que se les ayude a mejorar la estructura del establecimiento

De igual manera el 1% de los encuestados manifestaron que es indispensable tener los servicios de higiene, mientras tanto un 5% de los encuestados están de acuerdo con el proyecto y trabajar en él, colaborando en lo que más se pueda, de este modo todo puede llegar a tener éxito y hacer que Chulluye sea reconocido a nivel local nacional e internacional, y visitado por distintos turistas.

2.3 Resultados de la entrevista a autoridades locales.

Entre las entrevistas que se realizaron a las autoridades locales de la provincia de Santa Elena los días comprendidos entre 25, 26, 27,28 del año 2010 se consideran los siguientes resultados.

Cuadro N°29
Cuadro de Autoridades Locales

| Nombre de la Institución | Nombre de la Persona a Cargo | Tiempo que está en la Institución |
|---|---|--|
| Dirección Provincial de Turismo | Biólogo Santiago Torres Báz | 10 meses en sus funciones |
| Dirección de Turismo del Municipio del Cantón Salinas | Ing. Alex Berg | 10 meses en sus funciones |
| Dirección de Turismo del Municipio de Santa Elena | Francisco Tómalala ,Jefe de Promoción Turística | 10 meses en sus funciones |
| Departamento de | Técnico Ricardo | 10 mese en sus funciones |

| | | |
|--|----------------------|-------------|
| Desarrollo Sustentable de la Prefectura de Santa Elena | Camacho | |
| Cámara de turismo de Santa Elena | Lcdo. Douglas Dillón | Año y medio |

Fuente: Datos de entrevista de las autoridades provinciales del Cantón Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

2.3.1 Opinión acerca de Chulluype, en cuanto a desarrollarse turísticamente.

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto al desarrollo turístico de Chulluype el 4% manifiestan que es muy factible ya que la Provincia de Santa Elena sigue creciendo turísticamente y que la comunidad de Chulluype posee una playa excepcional que tiene mucho potencial, y fortalece la zona urbana así mismo esta playa posee las mejores olas en que los surfistas pueden practicar del surf de igual manera el 1% considero (FTJPT-3) que se está trabajando en esta comunidad para ser promocionada.

2.3.2 Importancia del desarrollo de Chulluype, como destino turístico en la Provincia de Santa Elena.

En cuanto a la importancia del desarrollo de Chulluype como destino turístico el 4% de ellos consideran que esta comunidad puede promocionarse como un destino de sol y playa, dentro de la provincia de santa elena, que se puede trabajar más en los campeonatos de surf a nivel local, nacional, y si es posible internacional, de igual manera este desarrollo turístico de Chulluype le daría un valor agregado a la península. En cambio el 1% manifestó (T R C D S P S E) que Chulluype como destino turístico le falta mucho, y que es algo muy difícil ya que la comunidad tiene diferentes modos de vida y que mejor podría ser como una alternativa y complemento del sector de Ballenita

2.3.2.3 Opinión de la iniciativa de la Propuesta de Turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena.

En cuanto a la iniciativa de este proyecto el 4% opina que esta iniciativa es muy importante y estupenda para la comuna de Chullupe ya que puede desarrollarse turísticamente y aportar al desarrollo con la misma siendo unos de los puntos más cercanos e interés de visita para los turistas en el cual Chullupe llega a ser un lugar de paso.

Mientras que el 2% (F T J P T D T S) considero que para la elaboración de este proyecto y de ser posible se necesita otra persona que pueda apoyar al proyecto con la redacción, ya que es un tema bastante amplio; como también existen otras playas para trabajar en el área turística, en las cuales se podría tener mucho potencial para mejorar en cuanto a servicios y como producto de sol y playa.

2.3.2.4 Sugerencias de los diferentes servicios turísticos que deben incorporarse en Chullupe para desarrollarse turísticamente.

En cuanto a los servicios que deben incorporarse en la comunidad de Chullupe el 3% considera que el de alojamiento es primordial, seguido de las vías de acceso y los servicios de restauración; Mientras que el 2% consideran que es sumamente importante la seguridad dentro de la comunidad de igual manera la pesca vivencial es una actividad que ellos consideran implementar en este sector ya que la mayoría de la población se dedica a la pesca como también realizar paseos por el estero entre otros, las áreas verdes son aquellas que dan una mejor imagen al sector.

2.3.2.5 Colaboración de las autoridades para el desarrollo de Chullupe y ejecución del proyecto.

El 3% de los entrevistados manifestaron (DPT-4) que pueden ayudar con la ejecución del proyecto, la promoción del lugar, y con parte del financiamiento para las obras turísticas que se vayan ejecutar. El 2 % (FTPSE -3) aclaro que puede colaborar con la capacitación al personal, realizar capacitaciones con el

medio ambiente, como también llevarlo a cabo con la ayuda del alcalde, y hacer realidad este proyecto,

2.4 Resultado de la observación directa.

El proceso de observación se sustentó en las matrices correspondientes a cada uno de los criterios de turistización, los cuales presentamos a continuación.

2.4.1. Espectro de la oportunidad turística.

Siendo necesario determinar el abanico de posibilidades o de oportunidades turísticas, se realizó un inventario turístico, estructurado en 4 partes: atractivos turísticos, facilidades turísticas, infraestructura y actividades complementarias (ver cuadros 5-8).

Es en base a este inventario, así como a la determinación de aquello que se requerirá, a trabajar en el capítulo tres en el momento de establecer el diseño, modelo y plan de turistización.

Del proceso de inventario ver (cuadros 5, 6, 7 y 8), así como de los datos proporcionados por los informantes a nivel de encuesta y entrevistas, se ha podido determinar la existencia de 16 atractivos de los cuales 9 corresponden a la categoría “Sitios Naturales”. Dos atractivos de la categoría “Manifestaciones culturales” 3 atractivos para la categoría “Acontecimientos programados” 1 del tipo, “Fiestas religiosas y profanas” (1 del tipo de campeonatos y juegos populares). Además de los que se mencionan anteriormente, cabe recalcar que se realizarán diferentes actividades que los turistas podrán disfrutar del lugar como también los servicios que se deberían implementar a través de la estrategia de turistificación.

En síntesis se ha podido determinar que esta comunidad tiene un gran potencial turístico, siendo su principal atractivo turístico la playa, que presenta un oleaje

óptimo para los surfistas que visitan el lugar, favoreciendo la práctica y ejecución de algunos campeonatos. A esto aportaran los atractivos secundarios y complementarios detectados por el presente estudio.

Los demás criterios de turistización se presentan y desarrollan en el capítulo tres.

Cuadro N° 30

INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

| Nº | NOMBRE | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO | LOCALIZACIÓN | P | J |
|----|--|----------------------------|---------------------|-------------------------------|-----------------------------------|----|---|
| 1 | Playa de Chulluype | Sitio Natural | Costa | Playa | Frente de la población | 80 | 3 |
| 2 | Estero de Chulluype | Sitio Natural | Costa | Estero | Alado de la cabaña de Iván Malavé | 60 | 3 |
| 3 | Deporte del surf | Sitio Natural | Costa | Deporte extremo | Frente de la población | 80 | 3 |
| 4 | Visita panorámica de Chulluype(rompeolas) | Sitio Natural | Costa | Acantilado | Alado de la playa de Chulluype | 80 | 2 |
| 5 | Caminata hacia el castillo(Ballenita) | Sitio Cultural | Obras de arte y téc | Arquitectura | Alado de la playa de Ballenita | 60 | 2 |
| 6 | Turismo de pesca | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 80 | 3 |
| 7 | Recorrido por el Barrio Roca | Sitio Cultural | Obras de arte y téc | Arquitectura | Frente de la cancha de Chulluype | 60 | 2 |
| 8 | Fiestas patronales | Manifestaciones Culturales | Otros | Fiestas religiosas y profanas | Centro de la población | 80 | 2 |
| 9 | Juegos populares | Aconte. Programados | Otros | Ensacado y juegos populares | Centro de la población | 80 | 2 |
| 10 | Visita al megaterio | Sitio Natural | Histórico | Cultural | Quebrada del Cantón la Libertad | 80 | 3 |
| 11 | Playa de Cautivo | Sitio Natural | Costa | Playa | Alado de la playa de Chulluype | 60 | 3 |
| 12 | Playa de Ballenita | Sitio Natural | Costa | Playa | Alado de la playa de Chulluype | 80 | 3 |
| 13 | Caminata desde la playa de Chulluype a Ballenita | Sitio Natural | Costa | Playa | Alado de la playa de Chulluype | 60 | 3 |
| 14 | Campeonatos de Surf | Aconte. Programados | Otros | Juegos recreacionales | Playa de Chulluype | 80 | 3 |
| 15 | Paseos en lancha por el estero para niños | Aconte. Programados | Otros | Paseos recreacionales | Alado de la cabaña de Iván Malavé | 60 | 2 |
| 16 | Juegos de bolley playero | Aconte. Programados | Otros | Playa | Frente de la playa de Chulluype | 80 | 2 |

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 31**INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE PLANTA TURÍSTICA**

| Nº | Nombre | Categoría | Tipo | Subtipo | Localización | Punt. | J |
|----|-------------------|---------------|-------------|---------------------|--------------------------------|-------|---|
| 1 | Fondo de Bikini 1 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 2 | Fondo de Bikini 2 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 3 | Fondo de Bikini 3 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 4 | Fondo de Bikini 4 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 5 | Fondo de Bikini 5 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 6 | Fondo de Bikini 6 | Alimentación | Restaurante | Cabaña Comedor | Frente de la Playa | 60 | 2 |
| 7 | Discoteca | Esparcimiento | Bar | Diversión | Frente de la Playa | 60 | 3 |
| 8 | Artesanías Lupita | Esparcimiento | Recreación | Recreación | Frente del paradero de autobús | 60 | 2 |
| 9 | Bikini sport | Esparcimiento | Recreación | Recreación | Lado izquierdo de la playa | 80 | 3 |
| 10 | Sunmar | Esparcimiento | Mirador | Mirador | Punta de Chulluype | 80 | 3 |
| 11 | Cocteles Chuy | Bar | Bar | Bebidas Alcohólicas | Lado izquierdo de la playa | 60 | 3 |
| 12 | Hakuna -Matata | Alojamiento | Hostal | Hostal | Frente de la Playa | 80 | 3 |

Fuente: Inventario de Planta Turística de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Rey

Cuadro N° 32
INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

| Nº | NOMBRE | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO | LOCALIZACIÓN | EVALUACIÓN |
|-----------|-----------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|------------------------------------|-------------------|
| 1 | Coop. Trancisa | Transporte | Terrestre | Transporte Público | Centro de Santa Elena | Buena |
| 2 | Camionetas y autos | Transporte | Terrestre | Transporte Particular | Centro de Santa Elena | Buena |
| 3 | Cabinas celulares | Comunicaciones | Telefónicas | Convencionales | Frente de las canchas de Chulluype | Regular |
| 4 | Agua Potable | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Barrio Central de Chulluype | Buena |
| 5 | Energía Eléctrica | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Barrio Central de Chulluype | Buena |
| 6 | Alcantarillado: | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Servicios Básicos | Barrio Central de Chulluype | Buena |
| 7 | Centro de Salud | Salud | Centro de Salud | Salud | Barrio Central de Chulluype | Buena |
| 8 | Destacamento Policial | Seguridad | Seguridad Social | Seguridad | Barrio Central de Chulluype | Buena |
| 9 | Cyber | Comunicaciones | Telefónicas | Internet | Alado de la Familia Yagual | Buena |

Fuente: Inventario de Infraestructura de Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 33

INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE FLORA Y FAUNA

| Nº | NOMBRE | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO | LOCALIZACIÓN | P | J |
|----|--|---------------|-------|------------|------------------------|----|---|
| 1 | Fragatas (<i>Fragata magnificens</i>) | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 80 | 2 |
| 2 | Gaviotas (<i>Larus sp</i>), | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 80 | 2 |
| 3 | Pulpo(<i>Octopus vulgaris</i>), | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 80 | 3 |
| 4 | Ostra (<i>Anadara tuberculosa</i>), | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 80 | 3 |
| 5 | Lisa (<i>Mugil curema</i> o <i>Múgil cephalus</i>) | Sitio Natural | Costa | Playa | Playa de Chulluype | 60 | 2 |
| 6 | Algarrobo (<i>Prosopis ulmiflora</i>) | Sitio Natural | Costa | Vegetación | Población de Chulluype | 80 | 3 |
| 7 | Muyuyo | Sitio Natural | Costa | Vegetación | Población de Chulluype | 80 | 3 |

Fuente: Inventario de Flora y Fauna de Chulluype

Elaborado por :Gabriela Bastidas Reyes

2.4.2 Análisis general de los resultados obtenidos

En base a los resultados de las encuestas a turistas, moradores locales, entrevistas a servidores turísticos y autoridades del ramo, se puede determinar que el nivel de conocimientos, predisposición y efectividad para la propuesta de Turistificación en Chulluype, Cantón Santa Elena, es óptima y viable, esto tomando como referencia los resultados que a continuación se detallan:

- Lo que más les gusta o agrada de Chulluype es la playa por su dimensión, limpieza y olas;
- No conocen Chulluype y no han escuchado hablar de la comunidad, necesitando que Chulluype cuente con una promoción turística pertinente.
- La comunidad de Chulluype requiere el servicio de alojamiento para la acogida del turista; diversión y entretenimiento para pasarla bien junto a amigos y familiares; vías de acceso para llegar al lugar sin problemas y con comodidad; y, cabañas comedores para disfrutar de su gastronomía.
- La mejor manera de promocionar Chulluype es por medio de un plan de marketing. Los turistas consideran por una parte a Chulluype como un lugar bueno, por su ambiente agradable; por otro lado como un lugar regular por la falta de equipamiento turístico y otros factores.
- Los pobladores consideran que Chulluype puede ser un lugar netamente turístico con la ayuda y colaboración de las autoridades locales y seccionales.
- La población manifiesta estar dispuesta a participar en un plan de desarrollo turístico para el sector.
- Los moradores señalan que Chulluype debe mejorar las cabañas comedores, crear un hotel, áreas verdes y contar con servicios sanitarios.
- Especifican también que la mejor manera de promocionar Chulluype es por medio de folletos, banners, radio, y la televisión..
- Las autoridades turísticas manifiestan que Chulluype, es un lugar con mucho potencial, y que se está enfocando para ser promocionado turísticamente.

- Ellos consideran importante el desarrollo de Chulluype como destino turístico por que representa un valor agregado a la Provincia de Santa Elena, y porque se pueden realizar campeonatos de surf.
- Consideran que esta iniciativa del proyecto de turistificación es maravillosa, y que ayuda al desarrollo de la comunidad por que en años anteriores no ha sido tomada en cuenta.
- Manifiestan que en Chulluype deben incorporarse servicios de alojamiento, alimentación, pesca vivencial, de igual manera la seguridad es importante para la población y turistas.
- De acuerdo a la institución que representan y al cargo que desempeñan, según el señor Francisco Tómalá, Jefe de Promoción Turística del Departamento de Turismo, ostentan llevar a cabo el proyecto por medio del alcalde, en lo que concierne las demás autoridades colaborarían, con asesoría, promoción turística, capacitación al personal, apoyo ambiental.

En resumen las respuestas de turistas, moradores, servidores turísticos y fortalecen la propuesta de turistificación en Chulluype, la misma que se especifica en el capítulo tres del presente documentó.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN PARA CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

3.1 Presentación.

La propuesta de turistificación, para el sector de Chulluype Cantón Santa Elena, es una herramienta muy importante de trabajo para el desarrollo de destinos turísticos ya que permiten que una comunidad, región o país se desarrolle a nivel turístico por medio de cambios y transformaciones que se hagan en el sector, generando de esta manera un bienestar común entre personas.

De igual manera esta propuesta va a ayudar a los demás sectores de la provincia para el desarrollo y creación de nuevos productos turísticos considerando que en la provincia existen muchos lugares que han sido subutilizados y esperan ser incluidos dentro del progreso del turismo, mejorando el nivel de vida de la población, así como también incrementando los ingresos a la provincia.

Turistificar no solo es desarrollar nuevos productos si no crear algo de la nada para así, fomentar el turismo y conllevar a la gente de diferentes lugares a visitar nuevos atractivos ya sean estos naturales y culturales.

Está claro que Chulluype es un lugar de atractivo turístico que, para ser un producto turístico netamente necesita de otros productos, tal es así que se deberá integrar nuevos lugares y desarrollar actividades para que la gente que visita o llegaría a visitar desarrolle más acciones dentro del lugar o las cercanías del mismo, esto con la finalidad de que el turista pernocte más tiempo en el lugar y disfrute de él.

Figura 2.-Playa de Chulluye



Fuente: Playa de Chulluye tomada el 25 de Marzo del 2010

Elaborado por: Gabriela Bastidas

3.2 Visión

Posicionar a la comunidad de Chulluye como destino turístico alternativo sostenible para la visita de turistas nacionales y extranjeros, que cuenta con un equipamiento adecuado para la práctica del surf en la costa ecuatoriana, ofertando un producto competitivo y de alta calidad, con la participación de la comunidad capacitada, así como también de los actores públicos y privados del sector.

3.3 Misión

Satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que visitan el sector de Chulluye como un producto turístico diferente en la Provincia de Santa Elena, para beneficio y agrado de los visitantes locales, nacionales e internacionales, mediante acciones participativas y consensuadas que integre a la comunidad y autoridades del ramo, comprometidos con el desarrollo social, económico y ambiental de la comunidad.

3.4 Políticas y valores

Es el conjunto de principios, creencias, reglas, que regulan la gestión de la organización. Contribuyen a la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.

Políticas

- Satisfacer las necesidades, de calidad, servicio, y precios, de los turistas.
- Responder a las expectativas de los turistas, nacionales e internacionales, ofertando productos y servicios de su completa satisfacción.
- Impulsar el turismo alternativo en Chulluype, desde lo deportivo a lo cultural.
- Promover el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente.
- Capacitar a la comunidad en los proyectos turísticos.
- Desarrollar actividades de recorridos en lugares cercanos de Chulluype.

Valores

- Vocación de servicio
- Integridad
- Liderar con ejemplo
- Orientación al turista
- Sostenibilidad
- Compromiso con la comunidad
- Comunicación abierta y honesta
- Trabajo en equipo

3.4.1 Objetivos

3.4.2 Objetivo General

Posicionar a la comunidad de Chulluype, Cantón Santa Elena, como un destino de primer orden en el turismo alternativo, considerando una oferta sostenible a partir de sus atractivos, equipamiento turístico, fortaleciendo su cadena de valor, derivando paulatinamente al incremento del turismo receptivo y del nivel de satisfacción de la demanda nacional e internacional.

3.4.3 Objetivos específicos

- ❖ Implementar señalización turística dentro de la comunidad de Chulluype para las diferentes actividades turísticas.
- ❖ Acondicionar espacios turísticos para entretenimiento y estadía del turista en la comunidad.
- ❖ Promover y comercializar el producto turístico.
- ❖ Mejorar la imagen interna de la comuna
- ❖ Orientar la complementación de la planta turística
- ❖ Controlar los impactos negativos que se den dentro de Chulluype.
- ❖ Estimular la participación de los actores involucrados en la actividad turística
- ❖ Mantener un proceso continuo de dialogo y participación con la comunidad y demás actores involucrados.

3.4.4 Diagnóstico y análisis estratégico

Considerando el diagnóstico y la interpretación de los resultados obtenidos a través de las distintas técnicas de recolección de datos, primarios y secundarios, que se aplicaron con la finalidad de desarrollar los diversos procesos metodológicos, se han establecido líneas estrategias que se aplican bajo los

principios de sostenibilidad que implica la conservación cultural y natural de Chulluype. Cabe recalcar que en el capítulo dos de acuerdo al inventario y jerarquización de los atractivos turísticos, se obtuvo 16 atractivos (Ver Cuadro 28). La propuesta de convertir al sector de Chulluype por medio del procesos de Turistificación en un destino turístico se basa en su atractivo potencial que es el deporte del surf como producto estrella, considerando que posee un ambiente natural, cultural, hospitalario que fortalece las acciones de atención para el turista.

Estos aspectos permiten diferenciar al sector de Chulluype de otras comunidades en la provincia de Santa Elena, excepto Montañita, que es competencia directa en ofertar el deporte del surf, sin embargo, cabe recalcar que el sector de Chulluype se presenta como una alternativa para los turistas que desean visitar nuevos destinos y practicar este deporte, partiendo del hecho que ya se han ejecutado algunas competencias a nivel local, es reconocido en algunos sectores del ámbito nacional y goza de una cercanía en relación a otros balnearios de Santa Elena, con lo cual esto fortalece la realización de diferentes actividades turísticas dentro y fuera del lugar.

Cada instrumento metodológico de las líneas de turistificación serán identificados de manera clara, precisa, y concisa, siguiendo los pasos que se explican en el capítulo uno; de igual manera esta permitirá identificar y establecer el detalle de las actividades necesarias, que se desarrollarán en la comuna de Chulluype así como la identificación de recursos fundamentales para alcanzarla, por lo tanto esto ayudará a aprovechar las potencialidades, al mismo tiempo que se mitigan las debilidades que se establecerán previamente a través del análisis de la situación actual de la comunidad (FODA). Basados en estos aspectos se define lo siguiente

Cuadro N° 34
ANÁLISIS FODA

| | Fortalezas | | Debilidades |
|----|--|-----------|--|
| F1 | Paisaje costanero | D1 | Caos vehicular en temporada |
| F2 | Clima agradable | D2 | Inexistencia de torres de salvavidas |
| F3 | Zona de playa para bañista | D3 | No existe punto de interés y señáletica |
| F4 | Zona de playa para practica de surf | D4 | Ineficiencia en la infraestructura de alcantarillado |
| F5 | Sitio para la pesca deportiva | D5 | Falta de médicos en temporada |
| F6 | Fácil acceso por carretera Guayaquil-Salinas | D6 | Falta de equipamiento turístico |
| F7 | Transporte intercantonal aceptable | F7 | Falta de conciencia respeto a la limpieza de playa |
| | Oportunidades | | Amenazas |
| O1 | Líneas de crédito para la inversión comunitaria | A1 | Fenómenos naturales |
| O2 | Crecimiento como destino para surfista | A2 | Epidemias |
| O3 | Campeonatos nacionales e internacionales de surf | A3 | Conflictos jurídicos entre cabeceras cantonales |
| O4 | Cercanía de Salinas | A4 | Competencia de atractivos turísticos cercanos |
| O5 | Plan de Marketing Integral del Turismo 2009-2013 | A5 | Inestabilidad política |
| O6 | Desarrollo de nuevos destino turístico de sol y playa | A6 | Presencia de delincuencia externa |
| O7 | Interés de empresas que financian proyectos turísticos | A7 | Invasiones de gente de afuera |

Fuente: Análisis de necesidades de la Comuna Chulluype
Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 35
Análisis de correlación Foda

| | | Fortalezas | | Debilidades | |
|----|--|----------------------|---|--------------------|--|
| | | F1 | Paisaje costanero | D1 | Caos vehicular en temporada |
| | | F2 | Clima agradable | D2 | Ineficiencia en la infraestructura de alcantarillado |
| | | F3 | Zona de playa para bañista | D3 | Inexistencia de torres de salvavidas |
| | | F4 | Zona de playa para practica de surf | D4 | Falta de médicos en temporada |
| | | F5 | Sitio para la pesca deportiva | D5 | No existe punto de interés y señalética |
| | | F6 | Transporte intercantonal aceptable | D6 | Falta de equipamiento turístico |
| | | F7 | Fácil acceso por carretera Guayaquil-Salinas | D7 | Falta de conciencia respecto a la limpieza de playa |
| | | Oportunidades | | | |
| O1 | Programación de eventos y campeonatos de surf | | Promover un turismo, deportivo, de sol y playa, cultural, familiar para los turistas.. F1-O1- | | Mejorar la imagen interna de la comuna O1-D1 |
| O2 | Crecimiento como destino para surfista | | Aprovechar los espacios físicos para creación de nuevas oportunidades turísticas F2-O2 | | Solicitar la colocación de alumbrado público ante la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad O2-D2 |
| O3 | Campeonatos nacionales e internacionales de surf | | Asesoramiento y clases de surf para niños, jóvenes y adultos F3-O3 | | Crear comisión de gestión y elaborar un croquis de las luminarias a colocar y reemplazar O3-D3 |
| O4 | Cercanía de Salinas | | Recorridos por lugares cercanos de Chulluype como visita al proyecto megaterio entre otros A4-O4 | | Elaborar un programa por medio de la carrera de enfermería de UPSE, para brindar asistencia médica O4-D4 |
| O5 | Plan de Marketing Integral del Turismo 2009-2013 | | Promoción de nuevas actividades turísticas y senderos A5-O5 | | Implementar señalización turística dentro de la comunidad de Chulluype O5-D5 |
| O6 | Desarrollo de nuevos destino turístico de sol y playa | | Facilidad para llegar los turistas al lugar de destino e incrementación de visitantes F7-O6 | | Orientar la complementación de la planta turística O6-D6 |
| O7 | Interés de empresas que financian proyectos turísticos | | Impulsar las fiestas culturales y tradiciones de Chulluype q son autenticas del lugar F6-O7 | | Mejorar la parte interna de la comuna O7-D7 |
| | | Amenazas | | | |
| A1 | Fenómenos naturales | | Crear programas de capacitación para servidores turísticos con temáticas de manejo ambiental A1-F1 | | Exigir la dotación y el mejoramiento de la Infraestructura sanitaria. A1-D1 |
| A2 | Epidemias | | Disposición de trabajar los comuneros en el área turística A2-F2 | | Apoyo de organizaciones del ramo A2-D2 |
| A3 | Conflictos jurídicos entre cabeceras cantonales | | Mantener un proceso continuo de dialogo y participación con la comunidad y demás actores involucrados A3-F3 | | Predisposición a la autogestión A3-D3 |
| A4 | Competencia de atractivos turísticos cercanos | | Estimular la participación de actores involucrados en la actividad turística A3-F3 | | Desarrollo del parque paleontologico A4-D4 |
| A5 | Inestabilidad política | | Gestionar recursos económicos y materiales para financiar el proyecto A5-F5 | | Crecimiento de turismo interno A5-D5 |
| A6 | Presencia de delincuencia externa | | Mayor control de las autoridades de la PJ A6-F7 | | Apoyo de la comunidad contra la inseguridad A6-D6 |
| A7 | Invasiones de gente de afuera | | Líneas de crédito para la inversión comunitaria A2-F2 | | Visitantes provienen de un mercado grande A7-D7 |

Fuente: Análisis de pro necesidades y soluciones para la Comuna Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas

3.4.5 Definición y Clustering territorial

Considerando que un clúster implica el agrupamiento de atractivos y servicios en función de una línea temática que le da identidad y sentido, en base al inventario y el análisis espacial, en Chullupe se han establecido los siguientes micros Clusters turísticos:

3.4.5.1 Clúster Naturaleza: Playa

En el clúster playa como su principal atractivo en Chullupe y en el que una gran cantidad de turistas visitan este lugar, se podrán desarrollar las siguientes actividades.

- 1.- Deporte surf
- 2.- Pesca deportiva

Figura3: Localización geográfica de pesca deportiva para niños de 8-10 años



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

3.- Recorrido en bote por los lugares más cercanos como Ballenita, Cautivo, La Libertad, observando sus paisajes y los barcos con capacidad de exportación de petróleo.

4.- Recorrido en lancha por el estero para niños con la facilidad de practicar la pesca doméstica y vivencial de la comunidad

Figura4: Localización geográfica de los recorridos en bote por los lugares más cercanos como Ballenita, Cautivo, La Libertad.



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

3.4.5.2 Clúster Cultural: Fiestas Populares de Chulluype

1.- Misa y Peregrinación con la imagen del Sagrado Corazón de Jesús por toda la comunidad.

2.- Presentación de Cantantes de la provincia de Santa Elena en la Comunidad de Chulluype

3.- Elección de la Reina

4.- Regata con la imagen del Sagrado Corazón de Jesús por las playas de Ballenita, Cautivo, La Libertad,

5.- Juegos populares (palo encebado, los mamones, juego del tomate, la moneda en el sartén, etc.)

Figura5: Localización geográfica del recorrido con la imagen del sagrado corazón de Jesús en sus fiestas.



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

3.4.5.3 Clúster por Marco Geográfico (Rutas)

1. Caminata hacia el castillo (Ballenita)
2. Recorrido por el Barrio Roca (Chulluype)
3. Visita al proyecto Megaterio
4. Visita panorámica de Chulluype

5. **Figura6: Localización geográfica de los lugares turísticos cercanos de Chullupe.**



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

3.4.5.4 Clúster por Servicios

- 1.- Bikini sport (Alquiler de ropa para surfear)
- 2.- Cocteles surf
- 3.- Restaurantes
- 4.- Discoteca
- 5.- Artesanías

Figura7: Localización geográfica de los servicios complementarios de Chullupe 1.- Bikini sport (Alquiler de ropa para surfear)2.- Cocteles surf 3.- Restaurantes 4.- Discoteca5.- Artesanías



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

3.5 Desarrollo de la herramienta metodológico T.O. S

En relación a este análisis se obtuvo un total de 16 atractivos (cuadro N° 28) de los cuales 9 corresponden a la categoría “**Sitios Naturales**” tipo costa del subtipo playa y 1 del subtipo estero. Dos atractivos de la categoría “**Manifestaciones culturales**” de los cuales 1 corresponde al tipo de “arquitectura” y uno al tipo de “lugares históricos” subtipo (Historia de Chullupe).

Finalmente se consignaron para efectos de inventario 3 atractivos para la categoría “Acontecimientos programados”: 1 del tipo “**Fiestas religiosas y profanas**” y 2 del tipo de campeonatos y juegos populares. Éstos procesos de jerarquización permiten clasificarlos en su conjunto dentro de las siguientes categorías:

Jerarquía Tres (calidad buena).- En este ítem se puede manifestar que existen 8 atractivos con algún rango llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea este tanto turistas del mercado interno como externo, que llegue a la zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar actividades turísticas locales (actuales y potenciales).

Jerarquía Dos (calidad pobre).- En este ítem tenemos a 6 atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el externo. (Ver cuadro, 30,31)A cada uno de estos atractivos se les aplicó el sistema de evaluación de la calidad de ubicación propuesto por Cárdenas (1996), mismo que establece un sistema de puntos a partir de la determinación de factores importantes, decisivos y deseables.

Los atractivos de Chullupe se sitúan en el rango de 60 a 80 puntos considerados como buenos y excelentes.

Figura 8.-Localización geográfica de Chullupe



Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas

3.5.1 T.A.I (Índice de Atracción Turística)

Luego de haber realizado los diferentes cuadros de jerarquización de los productos turísticos, tantos existentes como faltantes, se ha procedido al establecimiento del T.A.I. (Índice de Atracción Turística) el cual se encarga de planificar los productos primarios y secundarios del lugar, motivo por el que se ha designado la siguiente clasificación de los productos de Chulluype.

Atractivos Primarios de Chulluype:

- Playa de Chulluype
- Deporte del surf
- Fiestas Patronales
- Juegos Populares

Atractivos Creados:

- Estero de Chulluype
- Caminata hacia el Castillo
- Turismo de pesca
- Visita al Proyecto Megaterio
- Visita panorámica de Chulluype
- Playa de Cautivo
- Playa de Ballenita

Servicios básicos y turísticos:

- Agua Potable
- Energía Eléctrica
- Coop. Transcisa
- Camionetas y autos
- Cabinas celulares

- Pacifictel
- Restaurantes
- Discoteca
- Artesanías

Servicios complementarios:

- Bikini sport (Alquiler de ropa para surfear)
- Cocteles surf
- Centro de salud
- Destacamento policial
- Cyber



Figura 9: Representación grafica de los principales atractivos creados para Chulluype como destino turístico

Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

En este grafico se puede observar que en Chulluype se desarrollaran tres recorridos (rutas).

1.-Recorrido en bote por los lugares más cercanos como Ballenita, Cautivo, La Libertad, observando sus paisajes y los barcos con capacidad de exportación de petróleo.

2.-Caminata hacia el castillo (Ballenita)

3.- Visita al parque paleontológico (Megaterio)

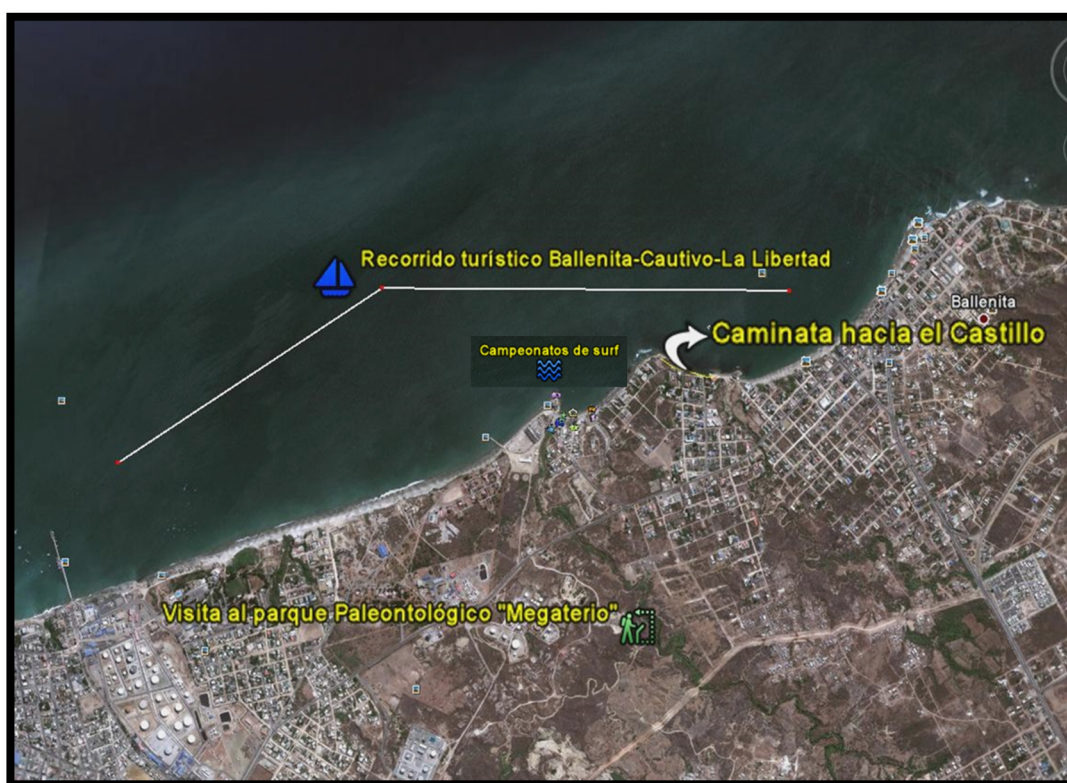


Figura 10: Representación grafica de los principales atractivos creados para Chulluype como destino turístico

Fuente: Google earth

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes.

3.5.2 T.A.S. (Espacio de la Actividad Turística)

Una vez efectuado el análisis de las estrategias de la metodología de turistificación, tanto del T.O.S. como del T.A.I., queda mencionar que el T.A.S. (Espacio de Actividad Turística) es importante en el desarrollo de nuevos productos y en este caso Chulluype.

Es por tal razón que el turista que visita Chulluype puede disfrutar de varias actividades y conocer los sitios cercanos a él cómo recrearse de su cultura, gastronomía, la playa, juegos populares, entre otros.

Pero para poder realizar estos recorridos se ha establecido técnicas y oportunidades del recorrido del producto para movilizarse de un lugar a otro.

- 1.- Centro de Santa Elena hacia Chulluype en bus (30 minutos) en cooperativa de transporte.
- 2.- Desde la playa de Chulluype caminando hacia el castillo de Ballenita (1 hora)
- 3.- Práctica o deporte del surf (2 horas)
- 4.- Paseo en lancha en el estero (40 minutos)
- 5.- Práctica de pesca deportiva (1-2 horas)
6. - Recorridos por las playas de Ballenita, Cautivo y La Libertad
- 7.- Mirador turístico (20 minutos)
- 8.- Recorrido por el pueblo y visita a la familia Roca (Leyenda) (40 minutos)
- 9.- Interacción de los jugos populares (1 hora)
- 10.- Chulluype – Visita al Proyecto Megaterio (2 horas)

Luego de realizar las diferentes actividades mencionadas anteriormente puede observarse que el turista, aunque no pernocte en Chulluype, puede disfrutar de todo un día, tarde o noche junto a su familia o amigos, con fogata frente a la playa y conversaciones de leyendas e historia de la comunidad.

3.5.3 T.P.I. (Índice de Potencial Turístico)

El índice de atracción turística es el que ayudará a la respectiva promoción de Chulluype, es decir que en primer lugar se presentará la Propuesta de Turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena a través de la elaboración de una

marca y un logotipo del lugar, elaboración de un folleto publicitario, promoción de banners, radio, televisión

De igual manera por medio de las estrategias del Clustering Chulluype quedará como núcleo principal, situación que permitirá el desplazamiento los turistas hacia otros lugares como; Ballenita, Cautivo, Visita al Megaterio, Estero de Chulluype, caminata hacia el Castillo, Turismo de pesca, visita al Proyecto Megaterio, vista panorámica de Chulluype, Playa de Cautivo, Playa de Ballenita, además de otros lugares cercanos de Chulluype en los que podrán disfrutar de su estadía y los servicios que ofrece para pasar momentos agradables.

3.6 Potenciación y desarrollo de productos turísticos.

Luego del análisis de la metodología de turistificación se ha podido observar que Chulluype tiene todo el potencial turístico para ser un producto tal es así que posee ámbito tanto natural y cultural. Pero de igual manera reconociendo como producto estrella el surf.

A través de este análisis se pretende:

- Desarrollar un turismo sustentable en la comunidad del sector de Chulluype, considerando el potencial que existe en relación a los recursos que posee, para beneficio de sus habitantes, así como de los visitantes del sector.
- De esta manera se define un desarrollo turístico dentro de la comunidad, en el que la potenciación y desarrollo de productos turísticos es sumamente importante ya que permite crear nuevos productos autóctonos de la zona, en la que el turista pueda disfrutar de la cultura, tradiciones, costumbres locales, entre otros, todas ellas vinculadas directamente con el turismo.

Entre los principales productos turísticos a ofertarse en el sector de Chulluype se pueden mencionar:

- a) Turismo deportivo
- b) Turismo de Sol y Playa
- c) Turismo Cultural
- d) Turismo Científico

3.6.1 Equipamiento turístico

Para el accionar del equipamiento turístico para el sector de Chulluype, se ha tomado en cuenta los resultados de la investigación de campo en que los turistas manifiestan que en este lugar se deben incorporar, establecimientos de acogida, diversión, áreas verdes, entre otras, sin perder la sustentabilidad, llevando a la transformación del sector en un destino turístico con una mayor oferta para su desarrollo dentro de la Provincia de Santa Elena.

A través de esto se pretende:

- Proponer la implementación de planta turística (equipamientos e instalaciones) apropiada a la comunidad bajo los principios de sostenibilidad de la actividad turística, impulsando de esta manera el desarrollo social y económico de la comuna.

3.6.1.1 Acción: Promover un turismo deportivo

El turismo deportivo es una de las actividades que toman mayor riesgo y aventura por parte de quienes lo practican, por tal motivo ha tomado bastante interés en determinados países considerando al surf como uno de los preferidos debido a que es una modalidad turística que inició en las Islas del Pacífico en los años 50 o 60

alcanzando una evolución tanto en la implementación de los materiales como en la destreza de los movimientos acrobáticos que realizan los surfistas.

Es de tal manera que las primeras olas surfeadas fue en el año de 1700 Hawái, por el Duke Kahanamoku en el que gana la medalla de oro por surfear las mejores olas.

En Chulluype la principal acción se centra en promover este deporte como producto estrella.

3.6.1.2 Turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa en los países del mundo ha dejado grandes ingresos y prácticamente fue una de las primeras modalidades en desarrollarse, encontrándose evidencia desde la época de los romanos, hasta la actualidad en balnearios como San Andrés, Acapulco, Hawái, lugares con una historia diferente que contar.

En Ecuador al contrario los lugares más visitados para el deporte del surf son; Montañita, Olón, Punta Carnero, Cautivo entre otros, cabe recalcar que Chulluype es un lugar en el que se puede marcar la diferencia dentro de la Provincia de Santa Elena tomando en cuenta como un lugar alternativo de distracción, ambiente familiar, para ello deben realizarse diferentes actividades para que pueda ser un destino turístico y generador de empleo para los habitantes de Chulluype, otro de sus atractivos turísticos es su playa, con una extensión de 100 mts. de largo desde las rocas del faro hasta el rompe olas, y 80 metros de ancho con marea baja y tiende a desaparecer relativamente en marea alta, donde alcanza a medir casi un metro de ancho, este atractivo funciona como uno secundario a utilizar, en el cual es necesario aplicar acciones de cambio que se plantean ejecutar.

Actividades

- Adecuación de las cabañas comedores
- Mejoramiento de baterías sanitarias
- Colocación de torres salvavidas
- Adecuación del parqueadero

Para el desarrollo adecuado de las actividades planteadas se estableció la capacidad de carga de la playa de Chulluype:

3.7 Capacidad de Carga

3.7.1. Capacidad de Carga Física

Considerada como el límite máximo de visitas que puede hacerse a un sitio con espacio definido durante un tiempo determinado. El resultado de la capacidad de carga física se obtiene prácticamente de la división del área física de la playa (en m²) con el área de ocupación por persona.

Para establecer el área de ocupación de playa por persona se considera el valor especificado por el PMRC (1999) y la UPSE (2010), en los cuales se señala que el área mínima de ocupación por persona (incluida el área de circulación de bañistas) es de 7,30 m², considerando la altura promedio de una persona de 1,75m con los brazos extendidos.

- $CCF = \text{Área Total (largo x ancho)} / \text{Área de ocupación por persona}$
- $CCF = 100 \text{ m (largo)} \times 80 \text{ m (ancho)} / 7,30 \text{ m}^2 = 1096 \text{ personas.}$

3.7.2 Capacidad de Carga Real (CCR)

Luego de determinar la Capacidad Física es importante calcular la capacidad de carga real, en base a cada una de las instalaciones a implementarse dentro del área establecida del atractivo con la finalidad de brindar comodidad y servicio a los bañistas de Chullupe, siendo necesario considerar:

3.7.3 Colocación de torres salvavidas.

Un área de 4 m² ocupa físicamente una torre salvavidas, en relación a ese espacio y el disponible en el balneario se plantea la colocación de 2 torres salvavidas en una medida de 44 metros de distancia ya que la playa de Chullupe no es tan amplia, pero sirve para poder brindar una mejor seguridad a los bañistas.

Es importante señalar que cuando la marea está alta, el acceso a la playa en el área que corresponde a la protección de la vivienda del Sr. Bolívar Roca se obstruye por la presencia del mar, situación que permite plantear la disposición de las torres en ambos lados de la playa. Los turistas para llegar al área bloqueada, optan por seguir un camino adicional que los conduce al otro lado del balneario. Área total de ocupación de las torres salvavidas 8 m².

Alianzas.

Para poder acceder a la colocación de las torres de salvavidas en la comuna de Chullupe se deberá contar con el Municipio de Santa Elena, la Secretaría de Gestión de Riesgos y el Ministerio de Turismo

3.7.4 Capacidad para parasoles.

El área de parasoles comprende 100 m de largo, y 80 de ancho, dando un total de superficie de 360 m², superficie que se ha destinado para la misma dejando unos

3 m de distancia. En este espacio entraran aproximadamente 120 parasoles para el mejor servicio a los turistas.

- Área para parasoles: 360 m².

3.7.5 Área de las canchas deportivas

El área de las canchas deportivas en la comuna de Chullupe será ubicada al frente de la casa Comunal ya que en estos momentos es donde se localiza.

En relación a los datos establecidos la capacidad de carga real de Chullupe se la obtiene restando el espacio físico establecido menos los valores que corresponden a la ocupación por torres salvavidas y área de parasoles:

- $CCR = (\text{largo} \times \text{ancho de playa}) - (\text{área de torres salvavidas} + \text{parasoles}) / \text{área de ocupación por persona}$.
- $CCR = 8.000 \text{ m}^2 - 368 \text{ m}^2 / 7,30 \text{ m}^2$
- $CCR = 1.045 \text{ personas}$

3.7.6 Capacidad del servicio de alimentación:

Se lo establece a partir del número de plazas (sillas) disponibles para la atención de los visitantes, considerando que cada persona ocupará una plaza en un tiempo promedio de una hora y media (1H30), esto basado en los períodos que corresponden al pedido de platos, salida de los mismos, degustación del comensal y su posterior partida.

Si consideramos los siete (7) establecimientos de comida con un total de 28 sillas disponibles para el servicio de alimentación, la capacidad de carga de este servicio en el horario de atención de 08H00 – 16H00 (8 horas disponibles para

alimentarse) permitirá la acogida de un total de 128 personas que serán atendidas de acuerdo a los parámetros establecidos en este ítem.

3.7.7 Capacidad de baterías sanitarias.

Las baterías sanitarias están colocadas detrás de las cabañas comedores, tiene un espacio de 1.21 mts. de largo y de ancho 1.50 mts; posee 1 baño para hombres y 1 para mujeres, además de una ducha para el enjuague.

Las baterías sanitarias tienen una capacidad para 240 personas, considerando que cada una ocupará como promedio general el servicio por 5 minutos para realizar sus necesidades, esto quiere decir que cada baño podrá ser empleado por 120 personas, a esto debe sumarse el horario de atención de 08H00 a 18H00 (600 minutos), por esta razón dos baños disponibles permiten una capacidad total de 240 personas:

Cuadro N° 36
Capacidad de servicios higiénicos de Chulluype

| N° SS.HH. x 120 personas | Capacidad SS.HH. |
|---------------------------------|-------------------------|
| 2 | 240 |

Fuente: Solución de la capacidad de carga para los baños higiénicos de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

3.7.8 Capacidad de parqueo

El área del parqueo que se ha establecido en Chulluype se ubica desde la casa del Sr. Ramírez hasta la casa esquinera del Sr. Balón Roca, con una distancia de 20 metros de largo y tres metros de ancho. En base a la observación directa efectuada en el mes de marzo y semana santa 2010, se pudo apreciar un máximo de 25 autos estacionados en el área señalada, que representaría un total aproximado de 125 personas (5 turistas por vehículo).

3.7.9 Capacidad en el servicio de hospedaje

En Chulluype los turistas se podrán hospedar en la Cabaña del joven Iván Malavé, que se encuentra frente de la playa, llamada Hakuna – Matata (que significa, lugar tranquilo, relajante, acogedor), este establecimiento tiene capacidad para 2 personas ya que más bien es como un departamento para que el turista pueda realizar todas sus necesidades.

3.7.10 Capacidad de servicio de seguridad

Chulluype cuenta con 3 salvavidas que son jóvenes surfistas de la comunidad que prestan este servicio, sin embargo no reporta personal de seguridad, policías y marinos, ni los fines de semana ni los feriados de la temporada vacacional de la costa ecuatoriana, siendo importante recomendar lo siguiente:

- Chulluype cuenta con 3 salvavidas cada uno velará por 30 personas (de acuerdo a lo establecido por Capitanía del Puerto de Salinas), es decir un total de 90 personas.
- Marinos: mediante Oficio No. CAPSAL-CAP-00431-O del 16 de noviembre/2009, suscrito por el Teniente de Navío-SU Rafael MATA Zumárraga, Capitán del Puerto de Salinas se establece que se necesita la presencia de 30 marinos por playa para el control de los bañistas, en relación a esto el número de marinos a reportarse en Chulluype sería de 30 para brindar la seguridad respectiva.
- Policías: a través del Oficio No. 2009-193-P3-CP-24 del 19 de noviembre/2009, suscrito por el TEC. SUP. Marco Cevallos, Mayor de Policía Jefe de Operaciones del CP 24 se establece que según la regla internacional para cada 1000 habitantes se debe tener 3 policías, considerando que la capacidad física de la playa de Chulluype reporta 1.096 personas sin disminuir los valores correspondientes a capacidad real, se asume que 3 policías serán suficientes para velar por la seguridad de los bañistas.

En relación a los resultados expuestos se obtiene

Cuadro N° 37

Resultado de la capacidad de carga turística de Chulluype

| Orden | Criterio evaluado | Capacidad diaria usuarios |
|-------|---------------------|---------------------------|
| 1 | CCR | 1.045 |
| 2 | Baterías higiénicas | 240 |
| 3 | Parqueo | 125 |
| 4 | Alimentación | 128 |
| 5 | Alojamiento | 2 |
| 6 | Seguridad | 90 |

Fuente: Investigación de campo en el sector de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Con la finalidad de establecer los requerimientos adecuados en el balneario de Chulluype para la recepción de los visitantes, se detallan los elementos existentes y se especifican los faltantes.

Cuadro N° 38

Elementos existentes y faltantes de la capacidad de Carga del sector de Chulluype

| Orden | Criterio evaluado | Requerimiento óptimo | Existente | Faltante |
|-------|---------------------|----------------------|--------------------|----------|
| 1 | Baterías higiénicas | 9 | 2 | 7 |
| 2 | Áreas de parqueo | 0 buses / 25 autos | 0 buses / 25 autos | No / No |
| 3 | Alimentación | 1.045 | 128 | 917 |
| 4 | Marinos | 30 | 0 | 30 |
| 5 | Salvavidas | 35 | 3 | 32 |
| 6 | Policía Nacional | 3 | 0 | 3 |

Fuente: Datos de encuesta en el sector de Chulluype

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Considerando los resultados del estudio de capacidad de carga, en la actualidad, partiendo del personal de salvavidas con que cuenta el balneario, se estaría especificando un total de 90 bañistas que pueden disfrutar de la playa, así también presenta limitaciones para alcanzar el tope máximo de bañistas en lo referente a alimentación y baterías higiénicas.

a.- Adecuación de las cabañas comedores

Siendo las cabañas comedores uno de los servicios más solicitados por los turistas, además de ser complemento para el desarrollo turístico de sol y playa, es importante alcanzar la satisfacción de los clientes; por tal razón en Chulluype se prevé la creación de una cabaña en el que constara de tres comparticiones una para el servicio de alimentación, dos para bebidas de coctelería, y la tercera para el alquiler de vestimenta para surfear, y tablas de surf, esta será ubicada en el lado izquierdo de la playa con una extensión de 35 metros de largo y 30 metros de ancho, con 15 asientos que permita ofertar una gastronomía típica y variada de la zona con un excelente precio, digno del visitante.

Para esto la cabaña constará con los siguientes detalles:

- La cabaña mantendrá una arquitectura tradicional basada en caña guadúa y cade; los asientos serán de forma individual de un metro por 0,40 cm. de ancho y estarán hechos de madera.
- La cabaña contará con una pequeña refrigeradora para conservar los alimentos, además de poseer los utensilios respectivos como ollas, vajillas, servilletas, cubiertos, menaje de mesas, materiales plásticos como lavacara, baldes, recipientes para la basura, entre otros.

- Cada cabaña deberá contar con tachos para depositar la basura, evitando así arrojar los desechos en la playa. (Ver anexo # 6) de la cabaña comedor

El cuidado de la cabaña se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Cuidar la fachada de la cabaña constantemente, siempre arreglando los desperfectos que se presenten.
- Los desperdicios serán depositados en fundas plásticas, y llevadas al tacho de basura, para que el carro recolector de desperdicios se los lleve, evitando la contaminación del entorno natural.
- La cabaña será vigilada por los mismos dueños desde la siete de la noche hasta las doce; cabe recalcar que la Policía Nacional realiza sus recorridos cada 4 horas durante la noche:
- Se procurará que los alimentos a prepararse estén en buen estado para evitar intoxicaciones o cualquier malestar, se debe tener especial cuidado con los mariscos ya que mucho tiempo expuesto al sol ocasiona que el proceso de descomposición se acelere.

Alianzas

- Se establecerán alianzas con el Ministerio de Turismo Programa de Negocios Turísticos Productivos, la Universidad Península de Santa Elena – UPSE y los Departamentos de Turismo y Medio Ambiente de la Municipalidad de Santa Elena para las capacitaciones.

- Quienes trabajen en las cabañas comedores usarán uniforme para la correcta presentación del servicio; éstos serán proporcionados mediante una concesión con el Municipio de Santa Elena u otra entidad interesada.

b.- Mejoramiento de baterías sanitarias.

Las baterías sanitarias con que cuenta Chullupe deberán ser mejoradas en su fachada, por tal motivo se trabajará con la corte de honor de las reinas de Chullupe para adquirir de cuatro a seis tarros de pintura para darle una mejor imagen (autogestión).

Además se tendrá que colocar siete (7) baterías sanitarias para poder brindar un mejor servicio a los turistas que visiten el sector. Estas baterías serán colocadas dos a lado de las cabañas comedores, dos al frente de la playa de cautivo y tres al otro lado posterior de la playa para de esta manera brindar un mejor servicio a los turistas.

Alianzas

- La Dirección de Turismo del Gobierno Municipal del Cantón Santa Elena junto al Departamento de Turismo del Honorable Consejo Provincial de Santa Elena son las instituciones que gestionarán la adquisición de baterías en el sector de Chullupe.

c.- Adecuación del parqueadero

Para la adecuación del parqueadero se trabajará en el mismo sector que se ha estado utilizando hasta en estos últimos años pero con la diferencia de que se colocará señalética que oriente a los visitantes y les permita reconocer el área de

parqueadero para un mejor servicio, de igual manera estos vehículos serán vigilados por uno de los comuneros el cual brindará sus servicios dando seguridad a los turistas.

d.- Servicio de hospedaje

En base a la consulta efectuada al Pdte. de la comunidad, no es factible brindar el servicio de hospedería familiar debido a que la población de Chulluype no cuenta con espacio suficiente para hospedar al turista; esto considerando que viven muchas familias en un mismo hogar, es decir padres e hijos con sus esposas y nietos, además son casas sumamente pequeñas.

e.- Servicios de seguridad

Marinos

Para el resguardo de la seguridad en la playa de Chulluype se solicitará treinta (30) marinos para que puedan brindar este servicio y no exista riesgo, siendo importante establecer la conexión con la Capitanía del Puerto del Cantón de Salinas.

Salvavidas

La comunidad del sector de Chulluype por el momento cuenta con tres salvavidas por lo que se capacitará a jóvenes de la comunidad (solicitud a la Capitanía de Salinas) quienes deseen participar de éste servicio.

Policía Nacional

Por su parte, el servicio de seguridad de la policía nacional para la comunidad del sector de Chulluype será solicitado a esta institución con un número de tres policías, principalmente para los respectivos feriados y la temporada alta de playa, de esta manera, brindar más seguridad a los turistas y evitar que se presenten problemas.

3.7.11 Turismo cultural

El Turismo Cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

En los últimos años el turismo cultural ha cobrado relevancia en aquellos pueblos o lugares del país que se han visto limitados en el turismo deportivo, o en el de sol y playa, permitiendo de esta manera que el turismo cultural se fortalezca como alternativo, logrando que los turistas puedan disfrutar de la cultura, la música, la danza, las herencias ancestrales, las artes, entre otros.

Siendo el Ecuador un país multiétnico y pluricultural, atrae a diferentes turistas extranjeros a visitar la nación, siendo primordial, cada día más, el desarrollo del turismo cultural; por tal motivo se establece en el sector de Chullupe una estrategias para implementar y potenciar su cultura, basándose en el posicionamiento de sus fiestas llamativas, auténticas y lo más importante que aún no han perdido su identidad cultural.

Actividades a desarrollar

- Revalorización de las Prácticas Culturales Intangibles (Tradiciones y Costumbres). como sus festividades patronales, juegos populares, su origen .
- Promover el turismo de pesca.

a. Revalorización de las Prácticas Culturales Intangibles (Tradiciones y Costumbres).

Para que la comunidad de Chullupe se identifique más con su fiesta y cultura se desarrollarán charlas de concientización para que de esta manera, puedan valorar más su cultura, recordándole de donde vienen, quiénes son, y que tan importante es tener una identidad cultural.

Así también se pretende fortalecer cuan primordial es celebrar sus fiestas culturales, ya que estas hacen más llamativas su comunidad, de esta manera los turistas pueden visitar el lugar y aprender de ellos sus costumbres y tradiciones; por tal motivo se trabajará con:

- La Universidad Estatal Península de Santa Elena (Carreras de Arqueología y Gestión del Patrimonio; Gestión y Desarrollo Turístico).
- El Ministerio de Cultura, Instituto Nacional del Patrimonio Cultural.

b.- Promover el turismo de pesca.

La Comuna de Chullupe se caracteriza por ser una población pesquera en un 50%. Según las encuestas realizadas a la población, estas personas se dedican a la pesca de crustáceos y moluscos. Generalmente permanecen una semana en Perú para capturar estas especies, llegando así a la distribución en los diferentes mercados de mariscos de la península para su venta.

Las mismas personas desean enseñar a los turistas la pesca deportiva y recorridos por la playa. Cabe recalcar que las personas de 40 a 60 años realizaran este deporte dentro del mar mientras que en el estero los niños de 8 a 10 años podrán desarrollar esta actividad dentro del estero de Chullupe en el que facilitara el acceso al lugar y seguridad de los niños.

Para ello se presentan las siguientes actividades:

- Un total de 10 a 20 personas están dispuestas a enseñar al turista la pesca deportiva, claro está que ellos saben de su trabajo de una manera práctica pero se trabajará en capacitaciones referentes a las temáticas de servicio al cliente para mejorar la atención de lo ofertado. De igual manera se dará la opción al visitante de poder practicar la pesca deportiva.
- Implementación de las embarcaciones participantes con las herramientas necesarias para este deporte como son; cañas, carretes, señuelos, un buen atrapa peces, unas pinzas fórceps, un cortahilos o un afilador son de mucha importancia.
- Cada persona deberá tener su permiso para el trabajo y utilizar un uniforme para que sean fácilmente identificados por los turistas.
- Las embarcaciones estarán debidamente arregladas y disponibles para la pesca deportiva con los turistas.
- A más del trabajo de pesca deportiva, como un servicio extra se realizarán recorridos por la playa de Cautivo y La Libertad, mostrando el muelle, así como también las embarcaciones pesqueras y petroleras de la provincia Santa Elena.
- Los precios de este servicio serán totalmente módicos y deberán ser expuestos para que el turista pueda adquirirlos. En relación a este criterio se considera que el precio tentativo para los recorridos será de 2 a 4 dólares, permitiendo que el turista pueda escoger este servicio y quede complacido con el recorrido.

Alianzas

Con instituciones públicas como el municipio, Ministerio de Turismo con el Programa Productivo Mi Canoa Turística, Asociación de pescadores de la comunidad.

3.7.12 Turismo Científico

Se podrá desarrollar las actividades de conocer el parque paleontológico Megaterio en el que los turistas podrán conocer el lugar exacto donde se encontró estas osamentas de huesos de animales gigantes, como también se podría visitar la Refinería La Libertad y pozos de petróleos.

3.8 Capacitación Turística

Para un adecuado progreso turístico sustentable en Chulluype, las personas dedicadas al desarrollo de la actividad deberán estar en su totalidad capacitadas para recibir a los turistas.

Cabe recalcar que por medio de conversaciones mantenidas con las personas que trabajan en las cabañas, se ha conocido el interés y la necesidad de recibir seminarios o talleres de servicio al cliente; para los demás servicios turísticos se establecerá un taller de información a realizarse en una asamblea general, dirigida a la población, con el fin de escoger a aquellas personas que estarán interesadas en participar en temáticas relevantes tales como: manejo ambiental, administración de negocios turísticos, relaciones humanas, decoración y garnish de platos, mejorar conocimientos de historia del patrimonio cultural creando conciencia turística.

Las capacitaciones serán dadas a todas las personas que quieran participar en los respectivos cursos, de igual manera se establecerá un cupo máximo de 35 a 40 personas para que de esta manera puedan adquirir todos los conocimientos para su

debido desenvolvimiento en el área de trabajo. Para el desarrollo de las capacitaciones se propone un programa en el que se determinarán los días y horarios en que se ejecutarán (previo consenso con los grupos interesados), ya que estos se darán uno en cada mes.

Estas capacitaciones se adaptarán a la realidad de la comuna y del sector, estarán sujetas al apoyo de profesionales que han tenido la experiencia necesaria en el campo turístico cuya finalidad se basa en que la población de Chulluype pueda proporcionar al turista conocimientos técnicos sobre los servicios que prestarán así como la interpretación adecuada de sus atractivos.

Entre las temáticas a ofertarse están:

1. Taller del Manejo Ambiental
2. Administración de negocios turísticos
3. Relaciones Humanas
4. Atención al Cliente
5. Decoración y Garnish
6. Conocimientos de historia y patrimonio cultural

3.8.1 Taller de manejo ambiental

- **Lugar:** Casa Comunal
- **Dirigido a:** Jóvenes / adultos
- **Rango de edades:** 15-50 / no mayores de 50 años debido a que la mayoría de este grupo no han cursado la primaria.

- **Duración del Taller:** 64 horas académicas.

- **Objetivo:**

Valorar los recursos naturales que posee Chulluype, a través de la recolección de los desechos sólidos, para la conservación del medio ambiente y mejoramiento de los lugares.

- **Perfil del Capacitador:**

- ✓ Especialista en Ecoturismo o Biólogo con experiencia en trabajos comunitarios, ecología y de preferencia en ecoturismo.
- ✓ Residente de la Península de Santa Elena y conocer la realidad del sector.

- **Material didáctico a emplear:**

El material que se utilizaran para conseguir el objetivo será mediante Videos, papelógrafos, folletos, proyector, Computador, TV., DVD, pizarrón y marcadores.

Temas a Tratar

- ✓ Integración de la comunidad
- ✓ Determinación de actividades turísticas a realizarse.
- ✓ Determinación de agentes contaminantes.
- ✓ Preservación de los lugares naturales para interés turístico.
- ✓ Costumbres y Tradiciones.
- ✓ Tratamiento de los desperdicios.
- ✓ Atención de la conducta del turista en la zona.
- ✓ Propuesta de problemas para su posterior análisis y resolución.

3.8.2 Taller para administración de negocios turísticos.

- **Lugar:** Casa comunal
- **Dirigido a:** Personas que tienen sus cabañas comedores, comerciantes de la Comuna de Chulluype y personas interesadas en tomar el taller, para ofertar los diferentes servicios turísticos.
- **Rango de edades:** 25 -65 años
- **Duración del Taller:** 34 horas

Objetivo:

Administrar los negocios turísticos que posee Chulluype, conociendo las pérdidas y ganancias del mismo, para un mejor desenvolvimiento en el trabajo y mejor calidad del servicio.

- **Perfil de los Capacitadores:**

Las personas para dictar este seminario deben ser profesionales y con experiencias necesarias, para impartir sus conocimientos, y motivar a los participantes a llevar sus negocios al éxito. Entre ellos constan:

- ✓ Licenciados en Administración Turística.
- ✓ Ingenieros Comerciales
- ✓ Administradores de empresas.
- ✓ Economistas.
- ✓ Mínimo 3 años de experiencia administrando negocios turísticos
- ✓ Residentes en la provincia de Santa Elena

Materiales didácticos:

Se utilizarán el siguiente material tales como; Pizarrones, marcadores, calculadoras, order book, reglas y proyectores.

Temas a tratar

- ✓ Iniciación de un negocio.
- ✓ Obtención de Recursos.
- ✓ Factores que se deben analizar para poner un valor comercial al producto.
- ✓ Principios de la contabilidad.
- ✓ Análisis dafo

3.8.3 Taller para relaciones humanas

- **Lugar:** Casa comunal
- **Dirigido a:** Todas las personas interesadas en el taller.
- **Rango de edades:** 15 años a 40 años
- **Duración del Taller:** 15 horas

- **Objetivo:** Establecer de una mejor manera la comunicación entre ambas partes, a través de técnicas formas y maneras del lenguaje corporal, para la efectividad y trato de las turistas.

Materiales didácticos:

Se utilizarán Pizarrones, marcadores, Videos, folletos, proyector, Computador.

Perfil de los Capacitadores:

- ✓ Licenciados en Administración del Turismo
- ✓ Ingeniero en Recursos Humanos

- ✓ Licenciada en Educación Parvularia

Temas a tratar:

- ✓ Concepto de relaciones humanas
- ✓ Factores que intervienen en las relaciones humanas
- ✓ Mandamiento de las relaciones humanas
- ✓ Las comunicaciones
- ✓ Personalidad del jefe
- ✓ Obstáculos en las relaciones humanas
- ✓ Inteligencia emocional

3.8.4 Taller de atención al cliente

- **Lugar:** Casa comunal
- **Dirigido a:** Todas las personas interesadas en el taller y a servidores turísticos de la comunidad.
- **Rango de edades:** 20 años a 40 años
- **Duración del Taller:** 15 horas académicas

- **Objetivo:** Satisfacer las necesidades de los clientes, con habilidad, calidad y destrezas del servicio, para una mejor servicio y confiabilidad del turista.

- **Perfil de los Capacitadores:**
 - ✓ Licenciados en Administración del Turismo
 - ✓ Licenciado en Publicidad
 - ✓ Ingenieros en Marketing
 - ✓ Ingenieros en Administración de Ventas

Temas a tratar:

- ✓ El cliente
- ✓ Conocer al cliente
- ✓ Porqué se pierdan los clientes
- ✓ El trato con el cliente
- ✓ Beneficios para el personal de una adecuada atención al cliente
- ✓ Los tipos de cliente.
- ✓ Distintas actitudes en los clientes
- ✓ El servicio
- ✓ Característica del servicio
- ✓ Cuando un cliente solicita algo especial
- ✓ Cuando el cliente se queja
- ✓ Que han hecho las empresas exitosas en servicio

3.8.5 Taller de decoración y garnish de platos

- **Lugar:** Casa comunal
- **Dirigido a:** Todas las personas interesadas en el taller y a prestadores de servicios turísticos de restauración.
- **Rango de edades:** 30 años a 40 años
- **Duración del Taller:** 15 horas académicas
- **Objetivo:** Preparar y decorar platos especiales, con técnicas de decoración con frutas y verduras, para el consumo de los turistas y mejor servicio de la restauración.

- **Perfil de los Capacitadores:**
 - ✓ Licenciados en Administración del Turismo.
 - ✓ Chef profesional.
 - ✓ Experiencia mínima de 3 años en preparación y decoración de platos.

- **Temas a tratar:**

- ✓ Origen del garnish
- ✓ Clases de bocaditos
- ✓ Decoración con frutas y vegetales
- ✓ Herramientas básicas, flores de tomate pepinos rábanos
- ✓ Flores de papa nabo, zanahorias
- ✓ Cisne de melón y manzana
- ✓ Flores de cebolla, puerro y col morada
- ✓ Arreglo en sandía y melón
- ✓ Gallina de brochetas

3.8.6 Taller de conocimientos de historia y patrimonio cultural

- **Lugar:** Casa comunal
- **Dirigido a:** Todas las personas interesadas en el taller y a la comunidad en general.
- **Rango de edades:** 15 años a 40 años
- **Duración del Taller:** 15 horas
- **Objetivo:** Valorar las costumbres y cultura de nuestro país, mediante conocimientos científicos y prácticos de desarrollo sostenible, para el desarrollo de la identidad cultura en las comunidades.

- **Perfil de los Capacitadores:**
 - ✓ Licenciados en Arqueología
 - ✓ Experiencia mínima de 3 años en actividad vinculadas con el patrimonio cultural de Santa Elena
 - ✓ Ministerio de la Cultura de la provincia de Santa Elena (autogestión), Historia y Patrimonio Cultural, se coordinará con el director de patrimonio cultural en la provincia.

- **Temas a tratar:**

- ✓ Introducción al patrimonio cultural
- ✓ Definiciones y evolución del concepto de patrimonio
- ✓ El patrimonio hoy
- ✓ Historia e identidad cultural del Ecuador
- ✓ La gestión del patrimonio. Ideas generales
- ✓ Conservación del patrimonio
- ✓ Casos de gestión del patrimonio.
- ✓ Arte popular, tradición, artesanías, persistencia de las raíces
- ✓ Patrimonio cultural y desarrollo local
- ✓ Turismo cultural
- ✓ Patrimonio medioambiental
- ✓ Territorio, urbanismo y patrimonio cultural

3.8.7 Infraestructura Complementaria

Para que Chullupe pueda ser un destino turístico de primer orden, en el deporte del surf se tendrán que realizar cambios, ya que estos permitirán que tanto la comunidad como los turistas puedan gozar de todos los servicios básicos que son importantes para el desarrollo turístico del lugar, y para brindar un mejor servicio al turista.

- Colocación de alumbrado público.
Para la colocación de alumbrado público se mandará un oficio a la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad) quien se encargará de colocar el alumbrado en los sectores aledaños de Chullupe.
- Crear comisión de gestión y elaborar un croquis de las iluminarias a colocar y reemplazar.

Las personas encargadas de elaborar el croquis, para el alumbrado público serán el Comité Barrial de la comuna Chulluype, junto con los moradores del sector donde faltan las iluminarias y las que se encuentran en mal estado para poderlas reemplazar, de esta manera podrá brindarse seguridad y disminuir las actividades delincuenciales dentro del lugar.

- Implementación de servicios telefónicos y de internet para el desarrollo turístico de Chulluype.

Para esta actividad la directiva de la comuna pondrá a disposición de los habitantes de Chulluype el servicio de guía telefónica y de internet, esto a través de una solicitud a la C.N.T (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) para que efectúe la instalación de este servicio que es importante para la comunicación de las personas y de los turistas.

- Elaborar un programa con el apoyo de la carrera de enfermería de la UPSE, para brindar asistencia médica.

La carrera de enfermería junto con sus profesores elaborará un programa de asistencia médica para brindar este servicio a las personas de la comunidad, y en lo que corresponde a los feriados y temporada playera se turnarán para poder dar asistencia a los bañistas en los primeros auxilios.

3.8.8 Desarrollo, lanzamiento y promoción de productos.

Luego de reconocer los productos turísticos con que cuenta la comunidad de Chulluype, (Ver cuadro N° 5) se desarrollará la debida promoción turística para que de esta manera pueda ser posicionada a nivel local e internacional, y los turistas puedan visitar el lugar, y disfrutar de él.

A continuación se detalla las siguientes actividades:

- **Presentación de la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena.**

Luego de haber realizado la propuesta de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena, esta se presentará al Cabildo de la comuna de Chulluype para que puedan validar el trabajo de investigación que se ha ido dando poco a poco, y que tanto la UPSE como la Carrera de Administración en Turismo, han designado que esta comuna surja en el ámbito turístico y se desarrolle cada día más.

- **Elaboración de una marca y un logotipo del lugar.**

La marca turística (logotipo y eslogan), dentro de un lugar, país, o región son sumamente importantes debido a que, permite que los turistas puedan reconocer el lugar donde desean visitar o llegar. Es por tal motivo que en Chulluype la marca turística tendrá como eslogan “Recorriendo las mejores olas en Chulluype”, el cual estará impreso alrededor del logotipo.

El logotipo será de manera circular, alrededor llevará los colores de la provincia, dentro de él estará la caída de sol que es un símbolo inspirador de lo maravilloso que puede sentirse el turista dentro de Chulluype, y la tranquilidad que le ofrece la naturaleza, de igual manera constará la playa que es uno de sus atractivos con que cuenta el lugar, pero lo mejor de esto es que el turista puede disfrutar, no solo de las mejores olas y practicar el surf, sino también estará una cabaña que representará la comida peculiar de la zona y que las personas que visitan el lugar podrán disfrutar de la gastronomía, la iglesia, que corresponde al orden cultural, y a la celebración de la imagen del “Sagrado Corazón de Jesús” que es con cual

empieza las fiestas de la comuna destinada así a celebrar sus tradiciones y costumbres

De esta manera será representada Chulluype, para que los turistas puedan reconocer fácilmente y darse cuenta que es lo que esta comuna le puede ofrecer. También quedara a imaginación del turista otras actividades que se desarrollaran dentro del mar (Ver gráfico N° 26)

Gráfico N° 26



Fuente: Microsoft office Publisher
Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

- **Elaboración de un folleto publicitario.**

Para la elaboración de un tríptico o folleto publicitario para la comuna de Chulluype se destacarán las tradiciones y costumbres que se practican en esta comunidad, basados en su fiesta principal.

En el tríptico se establecerá lo siguiente: La portada del tríptico llevará dos imágenes principales en la parte posterior de arriba el deporte del surf, y debajo de la misma el recorrido de las lanchas engalanadas con la imagen del “Sagrado Corazón de Jesús” la misma que representa la cultura, basado en manifestaciones intangibles que han llevado por tradición esta comunidad, y que aún la mantienen y se espera que no pierdan sus costumbres que hacen de la comunidad un bien turístico;

En la parte interior del tríptico los turistas, podrán apreciar sus atractivos turísticos como el deporte del surf, el turismo de sol y playa, sin faltar las fiestas culturales de esta comunidad.

En lo que respecta a las fiestas culturales se podrán apreciar imágenes como la procesión del “Sagrado Corazón de Jesús”, especificando las actividades que encierra como son la misa, la elección de la reina, la participación de los cantantes peninsulares, juegos tradicionales, y el baile público.

En la contraportada se mostrará el mapa del manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo dentro del macroproducto Ruta del Spondylus, indicando con exactitud la ubicación de la comunidad de Chulluype, además información importante de las facilidades que tiene el lugar para la práctica del surf, se complementará además con el logotipo que identificara a la comuna.

La impresión de este material estará a cargo del cabildo ya que el diseño y el modelo será autogestionado, luego el tríptico será entregado a las entidades del ramo para su respectiva promoción a los turistas y que requieran de información, así mismo será entregado una parte a la comunidad para que entreguen al turista que visita Chullupe. (Ver anexo N° 3, 4,5)

- **Promoción en banners, radio, y televisión.**

La promoción turística de un destino turístico a más de ser importante debe ser concreta y precisa, para que de esta manera los turistas o las personas que escuchan de esta promoción o anuncio, ya sea en hoja volantes, banners, radio o televisión, puedan catalogar el lugar y memorizar el destino turístico de que se habla. Por este motivo para que Chullupe pueda ser reconocido a nivel local, nacional, e internacional, se deberá dar a conocer por medio de los medios de comunicación.

- **Publicidad auditiva**

Para la promoción auditiva de Chullupe se realizó una investigación a las diferentes radios de la provincia de Santa Elena para verificar los segmentos de audiencia y el grado de aceptación, así como la sintonía en las diferentes partes del Ecuador, y entre las más solicitadas y escuchadas por la población constan las siguientes:

- Radio Canela 90.5 A M
- Radio Rumba 107.3 FM
- Radio Cristal 870 KHz

Estas emisoras se escuchan en las principales ciudades de las provincias de Guayas, Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Cañar,

Oriente Ecuatoriano, Frontera norte y sur, Provincia de Santa Elena, de igual manera esta promoción se dará en los espacios, o programas radiales más sintonizados como noticieros, y programas interactivos.

Se espera así que los turistas conozcan y visiten Chulluype y puedan disfrutar de las diferentes actividades que se pueden realizar en la misma, dejando un capital a la provincia de Santa Elena.

- **Publicidad impresa**

Entre los aspectos que corresponde a este ítem se tiene trípticos y hojas volantes; para la elaboración de este material se realizó un recorrido por todas aquellas pequeñas empresas con la finalidad de presupuestar su costo y de esta manera seleccionar la que más conviene, quedando así, la imprenta San Francisco se encargará de la elaboración de 5000 trípticos, en papel cauché, y 5000 hojas volantes, en papel periódico; los trípticos serán distribuidos en los ITUR de los tres cantones, y en el Ministerio de Turismo para que las personas y turistas que visiten este lugar puedan llevar un tríptico y conocer más de Chulluype. En lo referente a las hojas volantes éstas serán distribuidas en las cabañas comedores del mismo lugar, Santa Elena, La Libertad y Salinas, con el objetivo de que la información llegue a más personas.

- **Publicidad visual: letrero luminoso o banners.**

Como en la mayoría de lugares y empresas turísticas tienen sus letreros luminosos, para su promoción, Chulluype contará con un letrero cuyas dimensiones serán de tres metros de largo y uno veinte de alto, este será diseñado por la empresa M.C de Wimper Pita Morales, quien se encargará además de la instalación del mismo.

Este será ubicado en la vía principal Ballenita-Cautivo, y uno a la altura de los semáforos en la refinería de La Libertad para que los visitantes de la provincia puedan visualizar la propaganda y visitar Chulluype.

Luego de todas estrategias se espera que Chulluype tenga una muy buena acogida por los diferentes turistas, y que la comunidad como la provincia se beneficien de la misma, y así puedan disfrutar de nuevos destinos turísticos.

3.8.9 Presupuesto y financiación.

Para el respectivo presupuesto y financiación de la Propuesta de Turistificación de Chulluype Cantón Santa Elena se presenta la siguiente distribución:

Cabe recalcar que la primera línea estratégica “Desarrollo de productos turísticos” no se ha involucrado en el presupuesto de la tesis debido a que ya fue realizado y se explica en el ítem anterior 3.4.3.

Cuadro N°39

PRESUPUESTO ESTIMADO DE LA PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN PARA CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

| Equipamiento Turístico | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---------------------|---|---|---|---|--|
| Gestión | Responsabilidad | Presupuesto estimado | Financiación | Tiempo de ejecución | | | | | |
| | | | | Años | | | | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| A1: Creación de establecimiento de alimentación (cabaña comedor) y arreglo de la fachada de las demás cabañas | Responsable: Cabildo de Chulluype Dirección Provincial de Turismo | 2011: 1017.48 Total 1017.48 | Ministerio de Turismo (100%). Programa de negocios turísticos productivos | x | x | | | | |
| A2:- Implementación de torres salvavidas | Responsable Ministerio de Turismo | 2011:1200,00 2012:1200,00 2013:1200,00 2014:1200,00 2015:1200,00 Total\$6000,00 | Municipalidad de Santa Elena 50% Empresa privada 50% | x | x | x | x | x | |
| Total : Acciones A1 + A2 = | | \$ 7017.48 | | | | | | | |

Fuente: Proformas del presupuesto para la implementación de cabaña comedor en Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LA CAPACITACIÓN TURÍSTICA

| Gestión | Responsabilidad | Presupuesto estimado | Financiación | Tiempo de ejecución | | | | | |
|--|--|--|--|---------------------|---|---|---|---|--|
| | | | | Años | | | | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| A1 : Crear programas de capacitación turística con temáticas de manejo ambiental, administración turística, relaciones humanas, etc. | Responsable Dirección Provincial de Turismo - UPSE | 2011: 900.00 2012 : 900.00 2013 : 900.00 Total :2700.00 | Dirección Provincial de Turismo 50 %. ONG's 50% | x | x | x | | | |
| A2: Mejorar conocimientos de historia y del patrimonio cultural de la población, creando una conciencia turística en los comuneros. | | 2011: 900.00 2012: 900.00 2013 900.00 Total :2700.00 | Dirección Provincial de Turismo 50 %. ONG's. 50% | x | x | x | | | |
| A3 :Materiales a emplear en las capacitaciones | | 2011: 1069,50 2012: 1069,50 2013: 1069,50 Total. 3208.50 | Dirección Provincial de Turismo 50 %. ONG's. 50% | x | x | x | | | |
| Total : Gestión 3 = A1 + A 2 + A 3 | | \$ 8.608.50 | | | | | | | |

Fuente: Proformas del presupuesto para la capacitación turística de Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

| PRESUPUESTO ESTIMADO PARA INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA | | | | | | | | | |
|--|---|---|--|---------------------|---|---|---|---|---|
| Gestión | Responsabilidad | Presupuesto estimado | Financiación | Tiempo de ejecución | | | | | |
| | | | | Años | | | | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| A1: Crear comisión de gestión y elaborar un croquis de las luminarias a colocar y reemplazar | Responsable: Cabildo de Chulluype | 2011: \$ 100.00 2011: \$ 100.00 Total : 200.00 | Cabildo de Chulluype 100% | x | x | | | | |
| A2: Colocación de alumbrado público ante la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad) | Responsable: Cabildo Chulluype | 2011: 1.500 2012: 1.500 Total:\$ 3.000 | Municipalidad de Santa Elena 50% CNEL 50% | x | x | x | x | | |
| A3: Implementar en Chulluype los servicios telefónicos y de Internet, indispensables para el desarrollo turístico. | Responsable: CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) | 2011: 100.00 2012: 100.00 Total : 200.00 | Municipalidad de Santa Elena 50% CNT 50% | x | x | x | x | | |
| A4: Elaborar un programa por medio de la carrera de enfermería de UPSE, para brindar asistencia médica en el caso de que se requiera. Y por consiguiente brindar mayor seguridad al turista | Responsable: Cabildo Chulluype UPSE | 2011: \$50.00 2012: \$ 50.00 Total :\$ 100.00 | Municipalidad de Santa Elena 50% | x | x | x | x | x | x |
| Total : Gestió3 = A1 + A 2 + A 3 | | Total : 3.500.00 | | | | | | | |

Fuente: Proformas del presupuesto para la infraestructura complementaria de Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

| PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LANZAMIENTO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---------------------|---|---|---|---|---|---|
| Gestión | Responsabilidad | Presupuesto estimado | Financiación | Tiempo de ejecución | | | | | | |
| | | | | Años | | | | | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| A1: Elaboración de una marca y un logotipo del lugar | Responsable Ministerio de turismo | 2011: 150.00 2012: 150.00 Total : 300,00 | Ministerio de turismo | x | | x | | x | | |
| A2: Elaboración de un folleto publicitario. Trípticos Hojas volantes Banners o Vallas publicitarias | Responsable Ministerio de turismo | 2011: 2190.00 2012: 2190.00 Total : 4380.00 | Dirección Provincial de Turismo 50 %. Empresa privada 50% | x | x | x | x | | | |
| A3: Promoción radio, y televisión. | Responsable : Ministerio de turismo | 2011: 6600.00 2012: 6600.00 2013: 6600.00 2014: 6600.00 2015: 6600.00 Total: 33000.00 | Ministerio de turismo | x | x | x | x | x | x | x |
| Total : Gestión 3 A1 + A 2 + A 3 | | \$ 8.608.50 | | | | | | | | |

Fuente: Proformas del presupuesto para el lanzamiento y promoción de productos turísticos en Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 40

Presupuesto del recurso humano del proyecto

| Recurso humano | Mensual | Total |
|--|---------|-------|
| Dirección del proyecto 1 año (medio trabajo) | 400 | 4800 |

Fuente: Análisis de pago para el recurso humano del proyecto

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 41

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LA PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

| PROPUESTA DE TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA | |
|--|---------------------|
| Equipamiento Turístico | \$ 7.017. 48 |
| Capacitación Turística | \$ 8.608. 50 |
| Infraestructura complementaria | \$ 3.500. 00 |
| Lanzamiento y promoción de productos turísticos | \$ 42.360.00 |
| Presupuesto del Recurso Humano | \$ 4.800.00 |
| TOTAL EN 5 AÑOS | \$ 66.285.98 |

Fuente: Proformas del presupuesto total para la Propuesta de Turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena

Elaborado por :Gabriela Bastidas Reyes

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

Cuadro N° 42

**PRESUPUESTO PARA LA CABAÑA COMEDOR CON SUS
RESPECTIVOS ASIENTOS Y MEJORAMIENTO DE LA FACHADA DE
LAS CABAÑAS COMEDORES DE CHULLUYPE**

| Cantidad | Descripción | Valor. Unitario | Valor .Total |
|-----------------|--|------------------------|---------------------|
| 125 | Cañas guadua redondo | 1.30 | 237.50 |
| 30 | Paquetes de cade | 13.00 | 390.00 |
| 10 | Libras de clavo 2 ½ | 1.00 | 10.00 |
| 25 | Libras de alambre galvanizado | 1.00 | 25.00 |
| 35 | Tablas duras laurel | 6.00 | 210.05 |
| 32 | Bisagras | 0.65 | 20.80 |
| 2 | Litros de pintura esmalte supremo blanco | 3.45 | 6.90 |
| 1 | Brocha | 5.45 | 5.85 |
| 2 | Litros de diluyente | 1.21 | 2.42 |
| Total | | | \$1017.48 |

Fuente: Proforma del Comercial Jaén

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

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

Cuadro N° 43
PRESUPUESTO PARA LAS CAPACITACIONES DURANTE LOS TRES
MESES

| Cantidad | Descripción | V. unitario | V. total |
|-----------------|--|--------------------|-----------------|
| 4 | Tinta de impresora negra | 25.00 | 100.00 |
| 2 | Tinta de impresora a color | 28.00 | 56.00 |
| 2 | Cinta masking | 60.00 | 0.60 |
| 1 | Caja de CD | 75.00 | 75.00 |
| 2 | Caja de láminas de acetato | 15.00 | 30.00 |
| 40 | Esferos negros bic | 0.25 | 10.00 |
| 4 | Resmas de papel bond A4 | 3.90 | 15.60 |
| 8 | Marcadores negros de pizarra color negro rojo | 0.60 | 4.80 |
| 40 | Papelógrafos | 0.15 | 6.00 |
| 1 | Pizarrón pequeño movable | 95.00 | 95.00 |
| 150 | Copias (por 35 participantes) | 0.05 | 262.50 |
| | Refrigerios (30 participantes por días x 23días) | 0.60 | 414.00 |
| Total | | | 1069.50 |

Fuente: Proformas del Comercial Aguilar

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

El proyector de imágenes será solicitado al Cabildo como parte de la autogestión para la ejecución de los talleres de capacitación.

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

Cuadro N° 44

PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN A SERVIDORES TURÍSTICOS
POR TRES MESES

| Descripción | # HORAS | Total |
|---------------------------------------|---------|--------|
| Administración de negocios turísticos | 111 | 220,00 |
| Relaciones humanas | 10 | 200,00 |
| Atención al cliente | 24 | 480,00 |
| Total : | 45 | 900.00 |

Fuente: Proformas del presupuesto a servidores turísticos

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Se considera un valor por hora de US \$ 20,00 más el IVA 12%

| Descripción | # HORAS | Total |
|---|-----------|---------------|
| Conocimientos de historia y del patrimonio cultural de la población | 15 | 300.00 |
| Decoración y garnish | 30 | 600,00 |
| Total | 35 | 900.00 |

Fuente: Análisis y proformas de las horas de seminario para servidores turísticos

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Se considera un valor por hora de US \$ 20,00 más el IVA 12%

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

Cuadro N° 45

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD IMPRESA

| Detalle | Costo | Cantidad | Total |
|----------------|-----------------------|-----------------|----------------|
| Trípticos | 290.00(1000 unidades) | 5000 | 1450.00 |
| Hojas volantes | 120.00(100 hojas) | 500 | 540.00 |
| Banners | 100.00 | 2 | 200.00 |
| Total | | | 2190.00 |

Fuente: Proforma de la empresa gigantografía

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro N° 46

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD RADIAL POR TRES MESES

| Radio | Costo unitario | Cantidad (3 meses) | Costo Total |
|--|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| Radio Rumba (Contiene 200 cuñas por mes) | \$ 25.00 | 3 | \$ 75.00 |
| Radio Cristal | \$ 11.15 | 3 | \$ 33.45 |
| Radio Canela | \$ 1,584 | 3 | \$ 4752.00 |
| Total | | | \$ 4860.45 |

Fuente: Proformas de las diferentes radios Rumba, Cristal, Canela

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

Cuadro 47

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD TELEVISIVA POR TRES MESES

| CANAL | Costo unitario | Cantidad | Costo total |
|--------------|-----------------------|-----------------|--------------------|
| Teleamazonas | 1200.00 (30 seg.) | 3 | 3600.00 |
| Gamavisión | 1000.00 (30 seg.) | 3 | 3000.00 |
| TOTAL | | | 6600.00 |

Fuente: Proformas de publicidad televisiva Teleamazonas, Gamavisión

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

3.8.10 Seguimiento y control

Para la efectividad de la “Propuesta de Turistificación en Chulluype, Cantón Santa Elena” se detallan acciones relacionadas con el seguimiento y control, debido a que son muy importantes para la ejecución de la misma, entre ellos se plantea algunas actividades, considerando que de acuerdo a algunos actores estas acciones son esenciales para la respectiva ejecución como:

- Henry Fayol: El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el PANM adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente
 - Robert B. Buchele: El proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes, diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias.
1. Todo el proyecto estará a cargo del director del proyecto.
 2. Revisar constantemente los resultados y logros del proyecto por medio de una guía semanal.
 3. Tomar acciones correctivas en relación a las debilidades identificadas
 4. Fijar nuevas metas, en caso de requerirse para el logro de los objetivos Planteados
 5. Establecer junto a los involucrados de la propuesta un plan de contingencia (antes de la ejecución) para determinar las acciones a seguir en caso de que se presenten situaciones externas a lo planificado.
 6. Cumplir los objetivos propuestos, para lo cual se desarrollarán reuniones mensuales en la que se analizarán las fichas de seguimiento en base al siguiente formato:

Cuadro 48
Seguimiento y control

| Gestión 1 | Actividades | % Ejecutado | Irregularidad | Observaciones |
|-----------------------------------|--|------------------------|----------------------|----------------------|
| Equipamiento Turístico | A1 Creación de establecimientos de alimentación (cabaña comedor) y arreglo de la fachada de las demás cabañas | | | |
| | A2 Implementación de torres salvavidas | | | |

Fuente: Análisis de seguimiento y control de la propuesta de Turistificación en Chullupe Cantón Santa Elena

Elaborada por: Gabriela Bastidas Reyes

| Gestión 2 | Actividades | % Ejecutado | Irregularidad | Observaciones |
|-----------------------------------|---|------------------------|----------------------|----------------------|
| Capacitación turística | A1: Crear programas de capacitación turística con temáticas de manejo ambiental, administración turística, relaciones humanas, etc. | | | |
| | A2: Mejorar conocimientos de historia y del patrimonio cultural de la población, creando una conciencia turística en los comuneros. | | | |

Fuente: Análisis de seguimiento y control de la propuesta de Turistificación en Chullupe

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

| Gestión 3 | Actividades | % Ejecutado | Irregularidad | Observacion |
|------------------------|---|--------------------|----------------------|--------------------|
| | A1: Crear comisión de gestión y elaborar un croquis de las luminarias a colocar y reemplazar | | | |
| | A2: Colocación de alumbrado público ante la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad | | | |
| Infraestructura | A3: Implementar en Chullupe los servicios telefónicos y de Internet, indispensables para el desarrollo turístico. | | | |
| | A4: Elaborar un programa por medio de la carrera de enfermería de UPSE, para brindar asistencia médica y apoyar al turista en el caso que ellos lo requieran. | | | |

Fuente. : Análisis de seguimiento y control de la Propuesta de Turistificación en Chullupe

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

Seguimiento y control

| Gestión 4 | Actividades | % Ejecutado | Irregularidad | Observaciones |
|--|---|----------------|---------------|---------------|
| Lanzamiento y promoción de productos turísticos | L1: Elaboración de una marca y un logotipo del lugar | | | |
| | L2: Elaboración de un folleto publicitario. Trípticos Hojas volantes Banners o Vallas publicitarias | | | |
| | L3: Promoción radio, y televisión | | | |

Fuente: Análisis de seguimiento y control de la Propuesta de Turistificación en Chulluype

Elaborado por: Gabriela Bastidas Reyes

CONCLUSIONES

- El diagnóstico general de la comunidad estructurado mediante el proceso metodológico aplicado en el presente trabajo investigativo demuestra que Chullupe no cuenta con una planta turística completa, por lo que se considera que debe de mejorar debido a que los moradores asumen que si puede ser un lugar turístico.
- El nivel de instrucción primaria de la mayoría de los pobladores, que se encuestaron es bajo por lo que se debería capacitar a los moradores.
- Un gran número de turistas nacionales que visitan la Provincia de Santa Elena no tienen conocimiento de la existencia de Chullupe como tampoco no han escuchado hablar de ella.
- En las entrevistas, encuestas, y el inventario de atractivos turísticos que se ha realizado en el capítulo dos se puede manifestar que Chullupe es un lugar con gran potencial turístico por su playa con buen oleaje, de igual manera posee atractivos cercanos muy llamativos en el que el turista puede pernoctar un día visitando estos lugares y recorriéndolos como también se debería trabajar más en los campeonatos de surf, a nivel nacional para así mejorar el nivel de vida de la comunidad y generando nuevos atractivos para el desarrollo de la Provincia de Santa Elena.
- Para desarrollar el producto turístico de Chullupe, se propone implementar una cabaña comedor para el mejor servicio de los turistas que lleguen a visitar la comunidad, así como también torres salvavidas, capacitaciones para los servidores turísticos, además de servicios y facilidades turísticas, promoviendo en el corto y mediano plazo productos que complementen esta actividad.

- El plan también se enfoca en la promoción turística de Chullupe de forma estratégica, efectiva y especializada, mediante la ejecución de varias líneas de acción como es la creación de una marca turística, la elaboración de un folleto publicitario, promoción de banners, radio, y televisión, como el primer destino turístico para el deporte del surf en la costa ecuatoriana.

- El comité de Chullupe como la ejecutora del proyecto es quien se encargará de implementar las acciones delineadas en el plan, contando con la asesoría de instituciones relacionadas con el turismo, las cuales darán el acompañamiento técnico para llevar adelante este proyecto.

RECOMENDACIONES

- La presente propuesta debe ser planteada al Municipio de Santa Elena, Consejo Provincial de Santa Elena y Dirección de Turismo de Santa Elena con la finalidad de que sea incluido en los planes operativos anuales respectivos para su ejecución.

- Antes de iniciar la promoción y publicidad la comunidad se debe asegurar que se desarrolle la planta turística necesaria a través de los mecanismos propuestos en el presente plan para así evitar crear falsas expectativas.

- El deporte del surf, principal fuente de desarrollo turístico en algunos países de Norteamérica como de Latinoamérica, con una perspectiva para generar un mejor nivel de vida en los pobladores de Chulluype, debe ser establecido como una actividad estratégica de la comunidad y por esta razón los pobladores deben de trabajar conjuntamente e involucrarse directamente desde el inicio en todos los aspectos y componentes del presente plan para promocionar la misma como la mejor en la Península de Santa Elena.

- Debido a que muchos turistas visitan la playa de Chulluype ya sea en temporada o no, se recomienda que durante todo el año la playa cuente con las respectiva torres salvavidas, como sus principales salvavidas y autoridades de la misma para evitar incidentes y así poder disfrutar de un turismo de sol y playa.

- Todo el material publicitario de Chulluype elaborado (trípticos, hojas volantes, entre otros) deberá ser exhibidos principalmente en las oficinas de información turística a nivel nacional, además de aquellas que existen en la provincia (ITUR)

- Las acciones a realizarse en base al presente plan se deben contemplar bajo una perspectiva de trabajo y beneficio conjunto ya que solo de esta manera Chulluype podrá ser reconocido a nivel local, nacional e internacional, como un producto turístico de calidad dentro de la Provincia de Santa Elena.

BIBLIOGRAFÍA

- CÁRDENAS F. TABARES (2007) Producto turístico Ed. Trillas
México.

- ACERENZA MIGUEL, ÁNGEL (2002) Administración del turismo Ed.
Trillas. México

- BOULLÓN ,ROBERTO (2004) Planificación del espacio turístico

- HERNÁNDEZ EDGAR,(2001) Planificación turística, un enfoque
metodológico Ed. Trillas. México.

- PARDINAS FELIPE, (2003) Metodología y técnicas de
investigación

- RODRÍGUEZ SERGIO, (2002) Un enfoque para Latinoamérica

- MOLINA SERGIO, (2002) Planificación integral del turismo

- BARRIOS ALFREDO, (2003) Metodológica de la investigación

- MÉNDEZ ÁLVAREZ, (2002) Metodología, diseño y desarrollo
Investigación, cuarta edición, edit.
mc graw –hill, bogota Colombia

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2000) **Agenda para Planificadores locales municipal, adicción americana latina.**

LINKS DE INTERNET

<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/5730>

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,turistificaci%C3%B3n.xhtml>

[http://diccionario/turismo\)](http://diccionario/turismo)

<http://www.bue.gov.ar/glosario/?tipo=t> (2004-2010)

<http://www.expwww.expreso.ec/.../santa-elena...turistas->

http://www.hcpse.gov.ec/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=38&Itemid=83

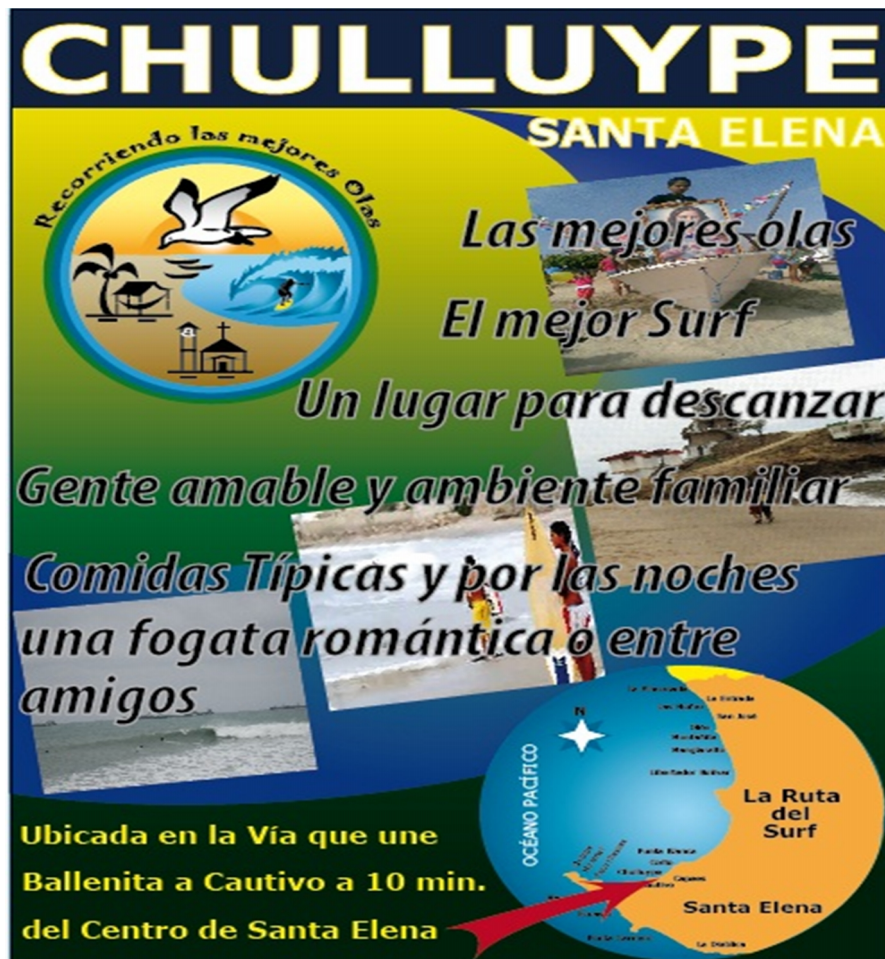
**REPORTAJES PERIODÍSTICO E IDENTIDADES PÚBLICAS DE
LAS SIGUIENTES FUENTES Y FECHAS.**

- Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2003.
- Manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo dentro del Macroproducto “Ruta del Spondylus”.
- Stephen Kanitz, artículo publicado en la revista Veja (2008).
- Organización Mundial de Turismo (OMT: 1998,)
- Erick López, cp., 2000)
- (www.expreso.ec/), donde se consigna la cantidad de turistas que visitaron la provincia de Santa Elena durante el último feriado del 2009, información proporcionada por el Ministerio de Turismo (28–29 de Septiembre).
- Plan de Desarrollo Estratégico Participativo del Cantón Santa Elena de (17 de marzo del 2000)
- (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

ANEXO # 1

HOJA VOLANTE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CHULLUYPE

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



Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

ANEXO # 2
PARTE PRINCIPAL DEL TRÍPTICO DE CHULLUYPE

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



Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

ANEXO # 3

PARTE POSTERIOR DEL TRÍPTICO DE CHULLUYPE

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ATRATIVOS TURÍSTICOS



Chullupe es un lugar único, mágico e inigualable, de gente humilde y pescadora. Su nombre se deriva a que los mismos turistas que visitaban el lugar colocaron este nombre.

En Chullupe su principal atractivo es la playa ya que se puede disfrutar de campeonatos de surf y hermosas caminatas hacia el lugar de la historia del castillo real.



Chullupe

Recorriendo los mejores Olas

TRADICIONES CULTURALES

Iglesia en el cual posee el nombre del Sagrado Corazón de Jesús debido al patrono de la comunidad. En el mes de Julio los días 29, 30, 31, usted puede disfrutar de sus fiestas patronales.



De igual manera puede disfrutar del arrreglo de las lanchas engalanadas y de una regata que recorre las playas de Ballenita, las Carioas, las Calcha (las libert), encontrándose con la regata en Santa Rosa que celebran las fiestas del pescador.



FIESTAS POPULARES

Entre los juegos populares están "El baile del huevo en la cuehara", "El baile de la naranja", "El juego de las ollas encantadas", "El palo encabado", propios de la comunidad.



Al finalizar las fiestas se puede disfrutar de los shows con artistas de nuestra Provincia tales como Héctor Cruz Juanita Córdova.

Santa Elena

En la Ruta del Spondylus

Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

ANEXO # 4

BANNERS DE CHULLUYPE PROMOCIONAL

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



Elaborado por Gabriela Bastidas Reyes

ANEXO # 5
PUBLICIDAD DE RADIO CANELA

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



Guayaquil, 10 de Noviembre del 2010.

Clientes Directos.

Srta. Gabriela Bastidas

Ciudad.-

De mis consideraciones:

CORPORACION CANELA, es un grupo joven de radios a nivel nacional que ha tenido un alto impacto publicitario durante los cinco años que llevamos al aire. Estamos constituidos por las siguientes frecuencias:

90.5 FM. Guayas, 106.5 FM. Pichincha, 92.7 FM. Carchi, Imbabura y sur de Colombia, 106.5 FM. Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, 107.3 FM. Azuay, Cañar, 94.1 Perfil Costanero, Península de Santa. Elena, 89.3 Manabí, 97.3 FM. Pichincha LA OTRA.

RADIO CANELA 90.5 FM GUAYAQUIL cuenta con todos los recursos para brindarle la oportunidad de obtener los mejores beneficios y rendimientos económicos al invertir en publicidad radial, así, Canela esta basada en un personal altamente capacitado, tecnología de punta, cobertura en Guayas y parte de Manabí, con un alto impacto publicitario, programación en vivo y variada las

24horas del día y excelentes costos publicitarios. “BIENVENIDOS A PAIS CANELA”

PROPUESTA “A”

RADIO: CANELA GUAYAQUIL
PRODUCTO: INSTITUCIONAL
PROGRAMA: ROTATIVO.
PAUTA: DE LUNES A VIERNES.
CUÑAS: 6 CUÑAS DIARIAS DE 30”.
TOTAL IMPACTOS: 132 IMPACTOS MENSUALES.
INVERSION PAQUETE: USD \$ 1,584 + IVA.

PROPUESTA B “AUSPICIO DE PROGRAMA”

PROGRAMA: RADIACION TEMPR. O TROMPAS DFALOPIO.
PAUTA: DE LUNES A VIERNES.
BENEFICOS: PRESENTACION-DESPEDIDA 3 CUÑAS 30”
3 MENCIONES 20” DIARIAS.
TOTAL IMPACTOS: 176 IMPACTOS MENSUALES.
BONIFICACION: 1 CONCURSO SEMANAL o 1 ENTREVISTA
MENSUAL
INVERSION PAQUETE: USD \$3,000 + IVA
(USD\$2,500+IVA MENSUALES SI ES POR TRES MESES)

PROPUESTA “C”

PROGRAMA: ROTATIVO.
PAUTA: DE LUNES A VIERNES.
CUÑAS: 3 CUÑAS DIARIAS DE 30”.
MENCIONES: 3 MENCIONES DE 20”
TOTAL IMPACTOS: 132 IMPACTOS MENSUALES.
INVERSION PAQUETE: USD \$ 1386 + IVA.

Atentamente,

Sr. Daniel Gallegos D.
CORPORACION CANELA.
084312779 / 04268408

ANEXO # 6
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

RADIO CRISTAL de Guayaquil (870KHz)

Guayaquil, Marzo 13 del 2009

Señores

CNE

Ciudad.

Por medio de la presente le presentamos los costos unitarios de publicidad vigentes desde ENERO del 2009 en los diferentes horarios de nuestra emisora;

TARIFAS

| FRECUENCIA | HORARIO | VALOR | | | | |
|-------------------|----------------|--------------|-------------|------------|------------|-------------|
| | | 15” | 20 “ | 30” | 45” | 60 “ |
| Lunes a Viernes | 04h00 – 06h00 | \$ 4.18 | \$ 5.41 | \$ 8.12 | \$ 8.36 | \$ 9.47 |
| | 06h00 – 09h30 | \$ 7.88 | \$ 10.55 | \$ 15.78 | \$ 18.67 | \$ 21.53 |
| | 09h30 – 19h30 | \$ 4.73 | \$ 6.50 | \$ 9.75 | \$ 11.15 | \$12.55 |
| | 19h30 – 24h00 | \$ 4.18 | \$ 5.41 | \$ 8.12 | \$ 8.36 | \$ 9.47 |

Nota: En estos valores no está incluido el I.V.A.

Estos valores son para publicidad de Lunes a Viernes, excepto para Sábados, Domingos y días feriados

Atentamente

Tec. Julio Juan Romero Rivas
RADIO CRISTAL de Guayaquil
Tlf: 2531-604 2513-475 2322-019 2328-875
Fax : 2531-071
Cel: 09-7529890

Programación

RADIO CRISTAL de Guayaquil

Frecuencia: 870 KHz A.M.

Cobertura: Provincias: Guayas, Los Ríos, Manabí, El Oro

Esmeraldas, Cañar, Carchi, Loja, Chimborazo, Azogues, Azuay.

Sectores: Oriente Ecuatoriano Frontera Norte y Sur.

Programación diaria: Lunes a Viernes

00h00 – 04h00: Música Variada

04h00 – 05h00: Programación contratada

05h00 – 05h20: Informativo: Boletín 55 – Primera edición

05h20 – 06h00: Avisos varios Publicidad

06h00 – 06h25: Informativo: Las Noticias

Locutor: Julio Romero Rivas

Enlace: Radio Unión de Esmeraldas

Radio Cristal de Quito

06h25 – 07h00: Avisos varios – Publicidad

07h00 – 09h00: Informativo “Desayúnese con Las Noticias”

Noticias Nacionales e Internacionales

Dirección: Julio Romero Rivas

Locutores: Luis Sánchez Moreno y Guillermo Albuja Rey

09h00 – 10h00: Avisos varios – Publicidad Música

10h00 – 10h30: Informativo Cristalino

10h30 – 11h00: Avisos varios Publicidad– Música

11h00 – 11h45: Lunes a Viernes

Noticias Nacionales e Internacionales de actualidad deportes

Locutores: Marcela Erazo Jacinto Fajardo

Dirección: Tcigo. Julio Romero Rivas

LA SORPRESA RADIAL DE LAS 11

11h45 – 12h25: Programación variada – avisos varios – publicidad

12h25 – 12h55: Informativo “Ecuador Primero”

Locutor: Julio Romero Rivas

12h55 – 13h30: Enlace informativo con ECUAVISA

13h30 – 14h25: Programa Deportivo “ABC Deportes”

Director: Lcdo. Francisco Casquete Franco

14h30 – 15h30: Lunes a Jueves – Programa “Ayer y Hoy”

Una visión del acontecer nacional e internacional.

Temas musicales debidamente seleccionados

Locución: Sr. Gustavo Wolke Varas

15h30 – 16h30: Programación variada contratada (Lunes a Viernes)

16h30 – 17h00: Avisos varias – Publicidad

17h00 – 17h55: Informativo “Boletín 55 – Segunda emisión “

Noticias Nacionales e Internacionales

Locutores: Julio Romero Rivas – Norma Castro

Dirección: Tcigo. Julio Romero Rivas



ANEXO # 7

Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo
Encuesta a Turistas

TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

OBJETIVO: Obtener criterios de turistificación por parte de los turistas reales, potenciales, destacando el nivel de identificación, expectativa del producto en función de los requerimientos de la demanda.

1.- Género del Encuestado:

Hombre: Mujer: Edad:

Nacionalidad: _____

Ciudad de Procedencia: _____

2.- ¿Qué lugar turístico es el que más visita dentro de la Provincia de Santa Elena?

Salinas La Libertad Chulluype

Ballenita Ayangue Montañita

Olón San Pablo Punta Carnero

Otros lugares especifique: _____

3.- Generalmente Viaja:

Familia Amigos Pareja Solo

Otros (Especifique): _____

4.- ¿Cuál es el motivo de su visita a este lugar?

Vacaciones Deporte Salud Visita de Amigos

Otros (Especifique) : _____

5.- ¿En qué época del año le gusta viajar?

Enero-Abril Mayo-Agosto Septiembre-Diciembre

6.- ¿Lo que más le agrada del lugar visitado es:

Playa Diversión Contacto con la gente Paisaje

7.- ¿Cuál es el tiempo de su estadía en el lugar que visita?

1 día 2 o 4 días 1 mes más de un mes

8.- ¿Conoce o ha escuchado Ud. acerca de Chulluype?

Si No

Le gustaría conocer:

Si la respuesta es “si” responda las siguientes preguntas:

9.- ¿Qué servicios cree que hacen falta en Chulluype?

10.- ¿Qué cree usted que se debería hacer para promocionar Chulluype?

11.- ¿A nivel turístico como considera a Chulluype como destino?

Excelente Muy Buena Buena Regular

12.- ¿Considera Ud. que un plan de Mejoramiento y Desarrollo Turístico para Chulluype lo beneficiaría como destino?

Si No

¿Porqué? _____



ANEXO # 8

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo
Encuesta a Moradores Locales

OBJETIVO: Obtener criterios de turistificación, por parte de los moradores locales, relevando el grupo de interés en participar en estos tipos de desarrollo turísticos.

Género del Encuestado:

Hombre: Mujer: Edad:

1.- ¿A qué actividad se dedica actualmente?

Agricultura: Artesanías: Comercio: Pesca:

Otros (Especifique): _____

2.- ¿Hasta qué nivel de estudio llegó?

Primaria: Secundaria: Superior:

3.- ¿Usted considera que Chulluype puede ser un lugar netamente turístico?

Si No

¿Porqué? _____

4.- ¿Estaría dispuesto Ud. a participar en algún plan de desarrollo turístico de este lugar?

Si No

5.- ¿Qué servicios cree Ud. que debería tener Chulluype como destino turístico?

6.- ¿Cómo evalúa Usted la gestión del Municipio en esta localidad?

Buena Mala Excelente Muy Buena

7.- ¿Chulluype ha recibido visita de turistas?

Si No

8.- ¿Cuál cree usted que sería la mejor manera de promocionar Chulluype?

Folletos Tríptico Radio Televisión Banners

9.- ¿Considera usted que un Plan de Mejoramiento y desarrollo turístico para Chulluype lo potenciaría como destino?

Si No



Anexo # 9

Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Facultad de Ciencias Administrativas.

Escuela de Hotelería y Turismo.

Entrevista a Autoridades Turísticas

TURISTIFICACIÓN EN CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA

OBJETIVO:

Obtener la opinión y criterio ejecutivo de las principales autoridades turísticas y políticas tanto públicas como privadas, referente al plan de turistificación en Chulluype Cantón Santa Elena la importancia de la preservación del patrimonio cultural y de su uso turístico así como de la predisposición y compromiso institucional para avalar y apoyar la iniciativa.

1.- Nombre de la Institución a la que se va a realizar la entrevista

2.- Nombre de la persona y cargo que desempeña.

3.- Tiempo que está en el cargo.

4.- ¿Qué piensa Ud. acerca de Chulluype, en cuanto a desarrollarse turísticamente?

5.- Considera UD importante el desarrollo de Chulluype como destino turístico en la Provincia de Santa Elena, si no ¿por qué?

6.- ¿Qué le parece o qué opina de esta iniciativa y Por qué?

7.-Qué servicios turísticos piensa Ud. Que deben incorporarse en Chulluype para llevar a cabo su desarrollo?

Alojamiento Áreas de Recreación Venta de souvenir Alimentación

8.- ¿De qué manera UD y la Institución a la que representa colaboraría o ayudaría en la ejecución de esta iniciativa?



Anexo # 10
Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Encuesta para Servidores Turísticos.

Objetivo:

Recabar datos acerca de preferencias de consumo e intereses de visita de los turistas que utilizan los servicios turísticos locales, así como de la percepción de los servidores turísticos acerca de las posibilidades de aceptación y desarrollo del turismo natural como de sol y playa a partir del proceso de turistificación para Chullupe cantón Santa Elena; midiendo el grado de predisposición y compromiso por parte de ellos para su diseño, y promoción.

1.- Género del Encuestado:

Hombre: Mujer: Edad:

2.- ¿Qué cargo desempeña Usted?

Gerente Administrador Empleado (encargado)

3.- Nombre del Establecimiento.

4.-Dirección del Establecimiento:

5.- Que tiempo tiene el Establecimiento funcionando.

1 a 10 años 21 a 30 años 41 a 50 años
11 a 20 años 31 a 40 años

6.- Que tipo de servicios brinda al Turista.

Restauración Alojamiento Tour operadora Guianza

Otros _____

7.- ¿Qué piensa Ud. acerca de Chullupe, en cuanto a desarrollarse turísticamente?

8.- Considera UD importante el desarrollo de Chullupe como destino turístico en la Provincia de Santa Elena, si no ¿por qué?

9.-¿Qué le parece o qué opina de esta iniciativa y Por qué?

10.-Qué servicios turísticos piensa Ud. Que deben incorporarse en Chullupe para llevar a cabo su desarrollo?

Alojamiento Áreas de Recreación Venta de suvenires Alimentación

Anexo 12

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 1

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Playa de Chulluype

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Costa o litorales

SUBTIPO: Playa

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10" S

LONGITUD: 80°53'00" O

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: S/N

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Salinas

DISTANCIA: 13.1 km

POBLADO: Santa Elena

DISTANCIA: 1 km

CALIDAD VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Dimensiones: Long. Total de 80m.de playa

Calidad del Agua: Semiturbia, color verde, temperatura media

Fauna: Fragatas (Fragata Magnificens), Gaviotas (Larus SP) Pulpo (Octopus Vulgaris), Ostra (Anadara Tuberculosa), Mugil curema o mágil cephalus (lisa)

Descripción del Paisaje: La playa esta e una pequeña ensenada (en forma de herradura) entre acantilados bajos. Tiene una pendiente pronunciada, con zonas rocosas. No existe vegetación y las construcciones están cercanas al ingreso y sobre los acantilados.

Ancho de sus Playas: Zona activa (30m.aproximadamente), Zona pasiva 10-15m. Aproximadamente (en ciertas zonas), Zona de esparcimiento 100m (ingreso).

Calidad de la Arena: Arena gris claro con manchas de ferrita. Pocas dunas.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Deportes, nación, pesca, surf y recreación

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso de deterioro

CAUSAS

Impacto urbano no controlado, erosión de los acantilados cercanos, falta de mantenimiento y limpieza.

ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSAS

Impacto urbano, presencia de botes pesqueros, construcción en mal estado.

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado (en mal estado)

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES: Por no existir un horario fijo de visitas a la playa, se recomienda por la falta de iluminación y seguridades el uso en las horas indicadas, con la salvedad en las prevenciones que por causas naturales puede informar el organismo de defensa civil y marina. Transporte Salinas– Ballenita (TRANSISA) deja a 100m de la playa

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Potable

ENERGIA ELETRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Playa de Punta Blanca (Guayas) 10KM.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

Anexo 13

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 2

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Deporte del surf

CATEGORIA: Manifestación Cultural

TIPO: Costa

SUBTIPO: Deporte extremo

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10" S

LONGITUD: 80°53'00" O

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: S/N

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Salinas

DISTANCIA: 13.1 km

POBLADO: Santa Elena

DISTANCIA: 1 km

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

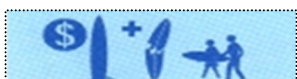
Descripción del Paisaje:

Tipo de olas: Swell (NW/N) (olas – oleadas) Manual “Ruta del Surf” que promueve el Ministerio de Turismo dentro del macro producto Ruta del Spondylus.

Categoría: reef break (olas que rompen sobre la roca. Se distinguen dos subgrupos más: en roca volcánica y roca no volcánica. Estos fondos rocosos también pueden ser; planos con algas, de cantos rodados o afilados o emergentes.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)



ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso no alterado

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO VIAS

TERRESTRE: Asfaltado (en mal estado)

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4

TEMP. DE ACCESO**DIAS AL AÑO:** 365**DIAS AL MES:** 30**HORAS AL DIA:** 12**OBSERVACIONES**

Mucho cuidado al ingresar, presencia de mantarrayas, cuidado con las rocas al salir.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Playa de Punta Blanca (Guayas) 10KM.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

Anexo 14

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 3

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Estero buena vista

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Costa

SUBTIPO: Estero

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10" S

LONGITUD: 80°53'00" O

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: S/N

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

El paisaje que presenta es bueno para la práctica de pesca y paseos por botes ya que el lugar se presta para hacer recorridos.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Estero para la practia de pesca

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso no alterado

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado (en mal estado)

TRASNPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES

Se recomienda que los niños se han de una edad de 9 a 10 años para este deporte ya que se necesita de tranquilidad, y paciencia para poder capturar a los peces.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

Anexo 15

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 4

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador turístico el reencuentro

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Costa

SUBTIPO: Acantilado

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10" S

LONGITUD: 80°53'00" O

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: S/N

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Es un lugar con una vista impresionante, permite ver la población de Ballenita, los tanques de petróleo que se encuentran en cautivo, y toda esa inmensidad de mar de la Libertad, Cautivo, Ballenita.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Mirador turístico el reencuentro

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso de deterioro

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado (en mal estado)

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES

Se recomienda tener mucho cuidado al subir al mirador turístico por la infraestructura que se encuentra en mal estado

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

Anexo 16

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 5

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Castillo Histórico

CATEGORIA: Manifestación Cultural

TIPO: Obras de arte

SUBTIPO: Arquitectura

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10" S

LONGITUD: 80°53'00" O

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: S/N

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Es un lugar cultural en el que se recuerda quienes fueron las personas que construyeron este lugar y su vista panorámica es muy llamativa por lo que cualquier persona puede visitar este lugar.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Castillo histórico

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado (en mal estado)

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES

Se recomienda que para llegar a este lugar las personas lleven zapatos deportivos y una botella de agua para la caminata.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

Anexo 17

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 6

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Playa de Cautivo

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Costa

SUBTIPO: Playa

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 35" S

LONGITUD: 80°53'30"

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: La Libertad

PARROQUIA: S/N

DIRECCIÓN: Calle 32

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 2 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 125-250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Playa tranquila, alejada del ruido ciudadano, en sus alrededores existen viviendas privadas bajas, el paisaje se ve afectado por la presencia planta procesadora de pescado en abandono. Este cantón es de superficie arenosa muy plana y accidentada en su cercanía por riscos. Poco propicia para bañistas en marea alta.

Su clima es ardiente y algo seco pero con una agradable brisa marina.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Sitio ideal para bañarse en el mar y hacer deportes como volley, surfing, y fútbol playero. Además realizar eventos artísticos y culturales.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso de deterioro (con posibilidad de recuperación)

CAUSAS

Presencia de basura y descuido de parte de autoridades

ENTORNO

Alterado

CAUSAS

Asentamientos privados a lo largo de la zona costera

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Lastrada (permanente)

ACUATICO: Marítimo

TRASNPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4, taxi, bote, canoa, (frecuencia diaria)

TEMP. DE ACCESO**DIAS AL AÑO:** 365**DIAS AL MES:** 30**HORAS AL DIA:** 24 horas al día**OBSERVACIONES**

A pesar de ser un lugar abierto al público las 24 horas del día, es recomendable sólo acceder a esta playa de 07h00 a 18h00 debido a la falta de seguridad en la zona, y problemas de oleaje en determinada hora.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA**AGUA:** Potable**ENERGIA ELECTRICA:** Sistema interconectado**ALCANTARILLADO:** Red pública**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

Playa de Carioca 100 metros

Encalladeros de la Libertad 800 metros

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Regional y local

Anexo 18

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 7

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Playa de Ballenita

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Costa

SUBTIPO: Playa

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10"

LONGITUD: 80°52' 10"

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN:

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 0 m.s.n.m.

PRECIPITACIÓN: 125-250 m.m

TEMPERATURA: 25 °C

Dimensiones: Longitud total de 1600m de playa (incluido 200m. de zona rocosa y 300 m. de arena y roca).

Calidad del Agua: Semiturbia, color verde, temperatura media.

Flora: No existe

Fauna: Calidris alba (playero arenero), Arenaria interpres morinella (playero turco), Mugil curema o mugil cephalus (lisa)

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

La playa es semi cerrada con pendiente media .Alta inclinación al noroeste de la ensenada, el rumbo de la playa es sur – suroeste en forma de ensenada.

La vegetación nativa completamente eliminada y reemplazada por vegetación de jardinería. En ningún momento la línea de fábrica llega hasta la playa formándose dos planos el bajo correspondiente al área activa y pasiva y el alto al de la zona de edificaciones y glorietta. En la playa existen dos castas de salvavidas y covachas de pescadores.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Práctica de deportes, fondeadero de embarcaciones pesqueras y recreación

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Deteriorado

CAUSAS

Impacto urbano no controlado

ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSAS

Impacto urbano no controlado (introducción de construcciones con material moderno al filo de la peña) malecón en malas condiciones.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4, taxi, bote, canoa, (frecuencia diaria)

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12 horas al día

OBSERVACIONES:

Por no existir un horario fijo de visitas a la playa, se recomienda por la falta de iluminación y seguridades el uso en las horas indicadas, con la salvedad en las prevenciones que por causas naturales puede informar el organismo de defensa civil y marina.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Potable

ENERGIA ELECTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Alcantarillado

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Playa de Punta Blanca 9.7 Km

Salinas (balneario, comercio y servicios) 14.1 km

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Nacional

Anexo 19

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 8

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Barrio Roca

CATEGORIA: Sitio Cultural

TIPO: Obras de arte

SUBTIPO: Arquitectura

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10"

LONGITUD: 80°52' 10"

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: Alado de la casa comunal.

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 2 m.s.n.m.

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Este lugar demuestra como aun siguen viviendo etas personas después de tantos años y lo que más llama la atención es que una gran dimensión vive toda la familia roca.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Barrió Roca

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado

ENTORNO

Conservado

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4 x 4, taxi, bote, canoa, (frecuencia diaria)

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12 horas al día

OBSERVACIONES:

Los días en que se pueden visitar este lugar son en la tarde ya que la gente está más desocupada y se les puede atender fácilmente.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo 20

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 9

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Paleontológico Megaterio

CATEGORIA: Sitio Cultural

TIPO: Histórico

SUBTIPO: Cultural

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10"

LONGITUD: 80°52' 10"

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: Parque en el triangulo urbano La Libertad, Chulluype, Ballenita.

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 2 m.s.n.m.

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Este lugar con un paisaje de bosque tropical seco en el que se podrá observar los restos de huesos de mega fauna como de dinosaurios y el famoso oso llamado megaterio.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Megaterio

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado

ENTORNO

Conservado

APOYO

INFRAESTRUTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: lastrado

TRANSPORTE: automóvil, 4 x 4,

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 365

DIAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12 horas al día

OBSERVACIONES:

Para entrar al lugar se podrá hablar con el Arq. Erick López Director de la escuela de hotelería y turismo de la U.P.S.E.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo 21

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LICENCIATURA EN TURISMO

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Datos Generales

FICHA NÚMERO: 10

ENCUESTADOR: Gabriela Bastidas Reyes

FECHA: 24 octubre del 2010

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta Patronal al Sagrado Corazón de Jesús

CATEGORIA: Manifestación Culturales

TIPO: Acontecimientos Programados

SUBTIPO: Fiestas

UBICACIÓN:

LATITUD: 2° 12' 10"

LONGITUD: 80°52' 10"

PROVINCIA: Santa Elena

CIUDAD O CANTÓN: Santa Elena

PARROQUIA: Santa Elena

DIRECCIÓN: Frente a la Casa Comunal de Chulluype

CALIDAD

VALOR INTRINSECO

ALTURA: 2 m.s.n.m.

TEMPERATURA: 25 °C

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Descripción del Paisaje:

Las fiestas de Chulluype, comienzan el 29 de Agosto misma que inician el primer día por la noche con la misa al Sagrado Corazón de Jesús y la procesión correspondiente, luego la elección de la reina y artistas invitados

El día 30 se realiza una regata en lanchas en el que la reina lleva el cuadro del Sagrado Corazón de Jesús junto con su familia recorriendo desde la playa de Chulluype, Ballenita, La Carioca, La Caleta(en la Libertad)encontrándose junto con la regata de Santa Rosa que celebran las fiestas del pescador. Luego de este largo recorrido se premia a la mejor lancha engalanada otorgándose el trofeo del Sagrado Corazón de Jesús.

El día 31 desde las 10h00 hasta las 18h00 se realizan juegos recreativos como “El baile del huevo en la cuchara”, El baile de la naranja, El juego de las ollas encantadas, entre otros tradicionales, propios de la cultura y folklore de esta localidad, los cuales se aspira que se mantengan y que no se lleguen a perder en un futuro.

Participación: Participan toda la comunidad y organizaciones barriales y deportivas en las diferentes actividades.

VALOR EXTRINSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Estas fiestas fomenta la integración de la comunidad y los lugares cercanos de Chulluype, como también todo el Cantón Santa Elena ya que a la vez celebran sus costumbres.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado

ENTORNO

Conservado

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: asfaltado

TRANSPORTE: automóvil, 4 x 4,

TEMP. DE ACCESO

DIAS AL AÑO: 1 día al año

DIAS AL MES: 1/365

HORAS AL DIA: desde las 8h00 hasta las 23h00

INFRAESTRUCTURA BASICA:

AGUA: Potable

ENERGIA ELECTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Playa de Ballenita, Playa de Cautivo, Playa de La Libertad

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local..

GLOSARIO

Ensenada: Parte de mar que entra en la tierra entre dos cabos o puntas.

Oleaje: Sucesión continuada de olas.

Aguaje: Crecientes grandes del mar .Corriente impetuosa del mar

Albarrada: Pared de piedra seca

Esteros: Terreno bajo, inmediato a la costa que se inunda con las mareas

Conducto: Canal, generalmente cubierto, que sirve para dar paso y salida a las aguas y a otras cosas.

Adquisitivo: Dícese de lo que sirve para adquirir.

Turistificación: Proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un producto valioso en el mercado turístico. Para ello es necesario que ese hecho adquiriera ciertas características que permitan comercializarlo. Existen dos visiones diferentes del proceso de turistificación: la que lo contempla como falsificación y la que lo entiende como aprovechamiento de un recurso.

Demografía: El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad.

Efectividad: La palabra efectividad adquiere su origen del verbo latino “office”, que quiere decir ejecutar, llevar a cabo obtener como resultado. Cuando un individuo practica la efectividad en su trabajo, su tiempo rinde mucho más y sus

niveles de bienestar aumentan, ya que este sentirá que esta cumpliendo con sus labores cotidianos de forma eficiente.

Encuesta: Interrogación verbal o escrita que se realiza a los consumidores para obtener determinada información necesaria para una investigación; cuando la encuesta es verbal se suele usar el método de las entrevistas y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del cuestionario.

Calidad: Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere la capacidad de satisfacer necesidades y expectativas del consumidor; tales propiedades o características pueden ser, por ejemplo, la presentación, la conservación, la durabilidad, el precio, la oportunidad de compra, el servicio de pre y post venta, la estética, la rapidez en el servicio, la buena atención la variedad para escoger, etc.

Estrategias: conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo.

Marketing: Conjunto de acciones que se pueden realizar para todo referente a la relación que existe entre el mercado (los consumidores) y un negocio o empresa, por ejemplo, acciones tales como la recopilación de información procedente del mercado (por ejemplo, las necesidades o gustos de los consumidores) el diseño de productos de acuerdo a dichas necesidades o gustos, la información sobre la existencia de dichos productos a los consumidores y la distribución o venta de dichos productos.

Servicios: Conjunto de intangibles tales como desempeños, esfuerzos o atenciones, pero que también incluye elementos tangibles tales como, por ejemplo, en un restaurante: los alimentos, las bebidas o los muebles.

Tiempo ocio: Es el tiempo libre, fuera de las obligaciones y ocupaciones habituales.

Turista: Un turista es aquella que se traslada de su domicilio habitual a otro punto, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando en el otro punto.

Desarrollo sostenible: Término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.

Capacidad de carga: Un elemento fundamental en la valoración de la potencialidad turística del territorio, como fase inicial del proceso de planificación del turismo rural, es la evaluación de la vulnerabilidad del mismo a la presión de los flujos turísticos, que de una u otra manera estos tienden a alterar el entorno medioambiental dado lo inevitable de su impacto y visto que dicha modalidad turística se lleva a cabo precisamente en espacios de reconocida fragilidad ambiental.

Infraestructura: Comprende el conjunto de servicios básicos necesarios para desarrollar esta actividad. Son la infraestructura de transporte y vial, las comunicaciones, los servicios públicos y de salud.

Producto turístico: El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos. Bosques, costas,

montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas.

Zonificación: Por zonificación, en un sentido amplio, indica la subdivisión de un área geográfica, país, región, etc.

Surf: El surf es un deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar de pie sobre una tabla, dirigiéndola gracias a una o varias quillas situadas en la parte trasera de la tabla.

Políticas: Es el conjunto de principios, creencias, reglas, que regulan la gestión de la organización. Contribuyen a la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.

Quilla: Es una pieza longitudinal de madera o acero (según el tipo de construcción) desde donde nacen las cuadernas (costillas). En el extremo de proa se une a la roda y al codaste en la popa.

Acrobáticos: Arte escénico o deporte que consiste en hacer ejercicios gimnásticos complicados, especialmente saltos o equilibrios en el aire; Cada uno de los ejercicios hechos por las personas que se dedican a dicho arte o deporte, llamados acróbatas

Carretes: Rueda en la que se enrolla la línea o sedal que lleva el anzuelo, para la pesca con caña.

Señuelos: El señuelo es una pieza hecha de piel, cuya forma se asemeja a la de un pájaro, que se usa en el adiestramiento de las aves de presa para la cetrería.

ABREVIATURAS

C.N.T : **Corporación** Nacional de Telecomunicaciones

Swell (NW/N): Olas – oleadas

Reef break: Olas que rompen sobre la roca.

Spot: Lugar ideal para la práctica del windsurf, surf y kitesurf

CMDS: Cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible

OMT: Organización Mundial de Turismo

TOS: Rango de oportunidad turística

TPI : Índice de potencial turístico

GIS: Sistema de Información Global

n = Muestra

N = **Población**

Z = Nivel de confianza

P = Posibilidad que se cumpla

q = Posibilidad que no se cumpla

e = Margen de error

CNEL: Corporación Nacional de Electricidad

CCR: Capacidad de Carga Real

SECTUR-CESTUR: Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultura

TAI : Índice de atracción turística