



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA
ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, A
PARTIR DEL 2016.”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

AUTOR: CHRISTIAN JORGE SÁNCHEZ SÁNCHEZ

TUTOR: ING. JOEL FORTIS SUÁREZ, MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2016

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA
ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, A
PARTIR DEL 2016.”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

CHRISTIAN JORGE SÁNCHEZ SÁNCHEZ

TUTOR: ING. JOEL FORTIS SUÁREZ, MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2016

La Libertad, 02 de Diciembre 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, A PARTIR DEL 2016”** elaborado por el Sr. Christian Jorge Sánchez Sánchez, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber orientado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final de trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Joel Alberto Fortis Suarez, MSc.
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, A PARTIR DEL 2016**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad 02 de Diciembre del 2015.

Atentamente

.....
Christian Sánchez Sánchez

C.I. 0923132823

DEDICATORIA

Porque un sólo pensamiento de gratitud hacia el cielo es la oración más perfecta que puede existir en la vida. Este trabajo lo dedico muy especialmente a Dios Padre Celestial, que en su amor e infinita bondad hace realidad que permita abrir los ojos cada día para seguir con paso fuerte, los sueños, esperanzas que se espera alcanzar uno en la vida. También a mi familia a mis papás, ya que gracias a su sabia enseñanza, me han motivado a luchar y a realizar aquello que muchas veces parecía imposible, y que sólo con la ayuda de mi Dios Omnipotente he podido lograrlo.

Christian Sánchez Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por su misericordia, a mis padres por ser un eje principal en mi vida. A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, hogar que me acogió durante varios años para mi formación académica. A los profesores de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico por inculcarme a seguir adelante a pesar de las dificultades que se presentan día a día. A los habitantes del cantón por su colaboración tan amable siendo ellos los principales actores y a mis amigos por estar conmigo en las buenas y en las malas.

Christian Sánchez Sánchez

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcda. Paola Peralta Mendoza, Msc.
PROFESORA DEL ÁREA

Ab. Joel Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

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

**“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA
ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, A
PARTIR DEL 2016 “**

Autor: Christian Sánchez Sánchez.

Tutor: Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.

RESUMEN

La presente propuesta consiste en elaborar o diseñar una ruta de aventura para diversificar la actual oferta existente del cantón Santa Elena, dado que es una propuesta de innovación se sustenta en sus objetivos, partiendo de un diagnóstico para saber la situación actual en la que se encuentra el cantón en sus diferentes aspectos tanto económico, social o turístico, para de esta forma contrarrestar las falencias y poder activar la actividad turística en su totalidad utilizando todos sus recursos, contribuyendo de esta manera al desarrollo socioeconómico y la mejora de la calidad de vida de los habitantes. Para la respectiva realización del trabajo de campo se aplicó la metodología de la observación, así como también los métodos inductivo y deductivo; la ruta de aventura tiene como finalidad ofrecer al turista un producto diferente e innovador, que permita mejorar su experiencia y volverla inolvidable, lo cual está formado por actividades como senderismo, buceo, parapente, canopy, además de deleitarse de la rica y exótica gastronomía del cantón en concordancia a las necesidades de la oferta y demanda; gracias a la técnica de la encuesta así como la entrevista, se complementó el estudio de mercado, dado que, ayudó a tener una mejor perspectiva de todo, además que se tiene conocimiento sobre las necesidades y motivaciones que prevalecen en la demanda actual, lo cual dará apertura a que se permita el posicionamiento del cantón como un destino. Por otra parte se espera que, gracias a la ruta de aventura, se mejore el desarrollo y los sistemas de organización, pudiéndose cristalizar sus objetivos. Las capacitaciones constantes de los actores involucrados, las señalizaciones o facilidades turísticas a implementarse, pero sobre todo la predisposición de los pobladores que han encontrado en este proyecto las posibilidades factibles para el desarrollo sostenible, apuntan a convertir a la ruta de aventura, en un producto turístico con una gran variedad de oferta generando divisa y fuentes de empleo para el buen vivir de los habitantes.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	2
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TRIBUNAL DE GRADO	6
RESUMEN.....	7
ÍNDICE GENERAL.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS	13
ÍNDICE DE TABLAS	16
ÍNDICE DE ANEXOS.....	19
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	6
1.1 TURISMO DE AVENTURA.....	6
1.1.1. ¿Qué es turismo?.....	6
1.1.2. Clasificación del turismo.....	6
1.1.3. Modalidades	7
1.1.4. Turismo sostenible	7
1.1.5. Turismo sustentable	7
1.1.6. Orígenes e Inicio del turismo de aventura.....	8
1.1.7. Definición.....	9
1.1.7.1. Motivaciones.....	9
1.1.7.2. Clasificación.	10
1.1.8. Turismo de Aventura en Ecuador.	10
1.1.8.1. Referencia.	12
1.1.8.2. Oportunidades:.....	13
1.1.8.3. Perspectiva.....	14
1.1.8.4. Potencialidades	15
1.2. RUTA DE AVENTURA.....	16
1.2.1. Organización de la ruta de turismo.	17

1.2.1.1.	Participación de la ruta.	18
1.2.2.	Elementos de una ruta turística.	18
1.2.3.	Elaboración de una ruta.	19
1.2.4.	Diseño de una ruta de aventura	20
1.2.5.	Concepto ruta de aventura.	20
1.2.6.	Evaluación del potencial turístico.	21
1.2.7.	Atractivo turístico.	22
1.2.7.1.	Clasificación de los Atractivos Turísticos	22
1.2.7.2.	Inventario turístico.	23
1.2.8.	Diagnóstico Situacional Estratégico	24
1.2.8.1.	Desarrollo económico sostenible	25
1.3.	DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.	25
1.3.1.	Tipos de diversificación.	26
1.3.2.	Oferta Turística.	28
1.3.3.	Estructura de una oferta diversificada.	28
1.3.3.1.	Tipología de la Oferta Turística.	29
1.3.4.	Producto turístico.	30
1.3.4.1.	Diseño del producto.	31
1.3.4.2.	¿Para qué sirve?	32
1.3.4.3.	¿Qué información se requiere?	32
1.3.4.4.	¿Quiénes participan?	32
1.3.4.5.	Características específicas del producto turístico.	33
1.3.4.6.	Componentes del Producto Turístico.	33
1.3.4.7.	Factores Críticos de Éxito de los Productos Turísticos.	34
1.3.5.	Recursos Turísticos Competitivos.	35
1.3.5.1.	Integración de los actores y sus recursos turísticos.	35
1.3.6.	Estrategias eficaces de Comercialización	36
1.3.7.	El Destino como experiencia integral.	36
1.3.8.	Corredor turístico	38
1.3.8.1.	Corredores turísticos de traslado.	38
1.3.9.	Demanda turística.	38
1.3.9.1.	Tipos de Demanda Turística.	39

1.3.9.2.	Un Cambio motivacional del turista.....	40
1.3.9.3.	Gobernabilidad turística.	41
1.3.10.	Estudio de Mercado.....	42
1.4.	CANTÓN SANTA ELENA, ÁMBITOS Y SUS CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE AVENTURA.	43
1.4.1.	Ámbito físico espacial.....	44
1.4.1.2.	Ámbito social - cultural	46
1.4.1.3.	Ámbito ecológico – territorial.....	50
1.4.1.4.	Servicios básicos.....	51
1.4.1.5.	Infraestructura básica.....	52
1.4.1.6.	Ámbito económico.....	53
1.5.	MARCO LEGAL: JERARQUIZACIÓN DE LA LEGALIDAD. ...	55
1.5.1.	Marco metodológico para la propuesta del diseño de ruta turística de aventura.....	60
CAPÍTULO II	61
2.1	VALIDACIÓN METODOLÓGICA.	61
2.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.	62
2.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	64
2.4	TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.	66
2.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	68
2.6	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS POBLADORES.	71
2.7	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN DE SANTA ELENA.	91
2.8	ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A AUTORIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.	113
2.9	ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN APLICADAS AL INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SANTA ELENA.	119
2.10	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.	119
2.11	DISCUSIÓN FINAL.	123
CAPÍTULO III	125

“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA”	125
3.1. PRESENTACIÓN.	125
3.2. JUSTIFICACIÓN.	127
3.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.	129
3.3.1. Análisis situacional del sitio de estudio	129
3.3.2. Análisis de la oferta turística.	129
3.3.2.1. Inventario de atractivos turísticos.	129
3.3.2.2. Planta Turística.	137
3.3.2.3. Entidades de apoyo a la actividad turística.	147
3.3.2.4. Actividades turísticas ofertadas en el cantón de Santa Elena.	148
3.3.2.5. Promoción actual	149
3.3.3. Análisis de la demanda turística.	149
3.3.3.1. Tendencias del turismo.	149
3.3.3.2. Afluencia de visitantes en el cantón de Santa Elena	152
3.3.3.3. Estudio de mercado específico – perfil de turista actual.	153
3.3.3.4. MATRIZ FODA.	154
3.4. MARCO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO DE LA RUTA.	155
3.4.1. Objetivo General	157
3.4.2. Objetivos Específicos.	157
3.5. PLAN DE ACCIÓN	157
3.5.1. Matriz de Acción Táctica	158
3.5.2. Estrategias.	160
3.5.3. Análisis de porqué es la ruta.	162
3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	163
3.6.1. Precio del producto	164
3.6.2. Mercado objetivo.	164
3.6.3. Definición del producto.	165
3.6.4. Elementos del producto.	165
3.6.4.1. Itinerario o programa	167
3.7. PROCESO DE SERVUCIÓN.	171
3.7.1. Necesidades de Capacitación.	172

3.7.2. Gestión del Producto.....	172
3.8. ESTRATEGIAS DE MERCADO	174
3.9. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	174
3.9.1. Marca.....	174
3.9.1.1. Slogan.....	174
3.9.1.2. Logo.....	175
3.9.2. Comercialización.....	176
3.9.2.1. Estrategias de inserción.....	176
3.9.2.2. Plan de Publicidad	177
3.9.2.3. Plan de Relaciones Públicas.....	177
3.9.3. Presupuestos de los planes.....	178
3.10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	180
3.11. ANÁLISIS FINANCIERO.....	182
CONCLUSIONES.....	187
RECOMENDACIONES.....	189
BIBLIOGRAFÍA.....	190
ANEXOS	194

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. <i>Porcentajes para asignación de presupuestos de promoción por productos de PIMTE</i>	13
FIGURA 2. <i>Niveles de notoriedad y presencia en canal para mercados internacionales</i>	14
FIGURA 3. <i>Prioridades promocionales por productos del PIMTE</i>	15
FIGURA 4. <i>Componentes de un Producto</i>	17
FIGURA 5. <i>Estructura de la oferta turística</i>	29
FIGURA 6. <i>Componentes del producto turístico</i>	34
FIGURA 7. <i>Ubicación geográfica del cantón Santa Elena</i>	45
FIGURA 8. <i>Estructura Orgánica Administrativa del GAD, cantón Santa Elena</i>	46
FIGURA 9. <i>Sexo de los habitantes del cantón Santa Elena</i>	72
FIGURA 10. <i>Edad de los encuestados en el cantón Santa Elena</i>	73
FIGURA 11. <i>Nivel de instrucción de los habitantes del cantón Santa Elena</i>	74
FIGURA 12. <i>Actividades u ocupación de los habitantes del cantón</i>	75
FIGURA 13. <i>Conocimiento o desconocimiento de la población de los recursos que posee el cantón de Santa Elena</i>	76
FIGURA 14. <i>Actitud de los habitantes en practicar actividades turísticas con los turistas</i>	77
FIGURA 15. <i>Actitud de los habitantes del cantón de Santa Elena sobre la actividad turística en la localidad</i>	78
FIGURA 16. <i>Ponderación de los habitantes del cantón Santa Elena sobre el desarrollo turístico actual de la localidad</i>	79
FIGURA 17. <i>Evaluación por parte de los habitantes del cantón en cuanto a la existencia de servicios turísticos para el turista</i>	80
FIGURA 18. <i>Ponderación de los habitantes en cuanto al equipamiento o estructura turística en el cantón</i>	81
FIGURA 19. <i>Consideración de los habitantes en cuanto a las decisiones tomadas por el gobierno descentralizado</i>	82
FIGURA 20. <i>Conocimiento de los habitantes acerca de la coordinación que existe entre los gobiernos seccionales para el desarrollo de proyectos</i>	83

FIGURA 21. Ponderación de los habitantes sobre la existencia de promoción turística para el cantón.....	84
FIGURA 22. Postura de los habitantes para participar en capacitaciones relacionadas con el turismo.....	85
FIGURA 23. Postura de los habitantes acerca de que actividades le gustaría realizar en el sector turístico.....	86
FIGURA 24. Postura de los habitantes en cuanto al diseño de una ruta de aventura para el cantón.....	87
FIGURA 25. Criterio de los habitantes acerca del beneficio con la creación de la ruta de aventura para el cantón de Santa Elena.....	88
FIGURA 26. Postura de los habitantes en cuanto a participar en la ruta de aventura.....	89
FIGURA 27. Criterio de los habitantes acerca del alcance de la implementación de la ruta de aventura para el cantón.....	90
FIGURA 28. Ciudades de residencia del turista.....	92
FIGURA 29. Sexo de los turistas.....	93
FIGURA 30. Edad de los turistas.....	94
FIGURA 31. Nivel de instrucción de los turistas.....	95
FIGURA 32. Ocupación del turista.....	96
FIGURA 33. Frecuencia del viaje del turista.....	97
FIGURA 34. Motivo de visita del turista.....	98
FIGURA 35. Nivel de ingreso mensual del turista.....	99
FIGURA 36. Con quién viaja el turista.....	100
FIGURA 37. Época del año que prefiere viajar el turista.....	101
FIGURA 38. Gasto promedio diaria del turista.....	102
FIGURA 39. Preferencias del turista al momento de viajar.....	103
FIGURA 40. Medios de comunicación de información por los cuales se informa el turista sobre la provincia de Santa Elena.....	104
FIGURA 41. Porcentaje de turistas que han realizado actividades de aventura en la provincia de Santa Elena.....	105
FIGURA 42. Porcentaje de turistas que estarían dispuestos a realizar actividades de aventura dentro de la provincia.....	106
FIGURA 43. Actividades de aventura que le gustaría realizar al turista dentro del cantón.....	107

FIGURA 44. <i>Número de días que el turista estaría dispuesto a pernoctar en el cantón Santa Elena</i>	108
FIGURA 45. <i>Postura del turista acerca de la oferta turística</i>	109
FIGURA 46. <i>Criterio del turista en cuanto si una ruta de aventura aportaría al desarrollo económico del cantón</i>	110
FIGURA 47. <i>Postura del turista si estaría dispuesto a recorrer una ruta de aventura</i>	111
FIGURA 48. <i>Criterio del turista en cuanto a si se implementara la ruta de aventura se aprovecharán mejor sus recursos</i>	112
FIGURA 49. <i>Tabla de distribución del Chi²</i>	122
FIGURA 50. <i>Llegada de turistas extranjeros a Ecuador</i>	150
FIGURA 51. <i>Principales mercados emisores turísticos de Ecuador</i>	151
FIGURA 52. <i>Salida de Ecuatorianos al exterior</i>	152
FIGURA 53. <i>Proceso de servicio del destino</i>	171
FIGURA 54. <i>Logo tipo de la ruta de aventura</i>	175

ÍNDICE DE TABLAS

<i>TABLA 1. Población o universo de estudio</i>	69
<i>TABLA 2. Datos autoridades encuestadas del cantón</i>	113
<i>TABLA 3. Frecuencias observadas</i>	120
<i>TABLA 4. Frecuencias esperadas</i>	120
<i>TABLA 5. Cálculo del χ^2</i>	121
<i>TABLA 6. Atractivos y recursos de la parroquia Santa Elena</i>	131
<i>TABLA 7. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Colonche</i>	132
<i>TABLA 8. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Simón Bolívar</i>	134
<i>TABLA 9. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Manglaralto</i>	134
<i>TABLA 10. Registro de hoteles del cantón Santa Elena</i>	137
<i>TABLA 11. Registros de restaurantes del cantón Santa Elena</i>	143
<i>TABLA 12. Transportes interprovinciales que prestan servicios a los pobladores del cantón</i>	146
<i>TABLA 13. Entidades de apoyo al sector turístico</i>	148
<i>TABLA 14. Perfil del turista actual que visita el cantón</i>	153
<i>TABLA 15. Matriz Foda del cantón Santa Elena</i>	154
<i>TABLA 16. Direccionamiento Estratégico del Plan</i>	156
<i>TABLA 17. Matriz del plan de acción</i>	158
<i>TABLA 18. Perfil del turista potencial que visitaría el destino Santa Elena</i>	164
<i>TABLA 19. Miembros encargados de manejar la ruta de aventura</i>	173
<i>TABLA 20. Presupuesto del plan de publicidad</i>	178
<i>TABLA 21. Presupuesto del plan de Relaciones Públicas</i>	179
<i>TABLA 22. Presupuesto del gasto total</i>	179
<i>TABLA 23. Cronograma de actividades</i>	180
<i>TABLA 24. Inversión Inicial</i>	182
<i>TABLA 25. Gastos Operacionales</i>	183
<i>TABLA 26. Presupuesto de Ventas</i>	183
<i>TABLA 27. Proyección de la demanda</i>	184
<i>TABLA 28. Flujo de Efectivo</i>	184
<i>TABLA 29. Evaluación Financiera</i>	185
<i>TABLA 30. Método de Recuperación</i>	185

TABLA 31. Valor actual neto.....	185
TABLA 32. Tasa interna de retorno.....	186
TABLA 33. Sexo de las encuestas.....	208
TABLA 34. Nivel de Instrucción de los habitantes del Cantón.....	208
TABLA 35. Ocupación de los habitantes del Cantón.....	208
TABLA 36. Edad de los encuestados.....	209
TABLA 37. Conocimiento de los atractivos turísticos.....	209
TABLA 38. Percepción de la actividad turística del Cantón Santa Elena.....	209
TABLA 39. Percepción de los pobladores para realización de la actividad turística.....	210
TABLA 40. Percepción acerca del desarrollo turístico.....	210
TABLA 41. Percepción acerca de la actividad turística en el cantón.....	210
TABLA 42. Postura acerca de los servicios turísticos del cantón.....	211
TABLA 43. Postura acerca de la estructura turística.....	211
TABLA 44. Postura acerca de la coordinación entre GAD y miembros de la localidad.....	211
TABLA 45. Criterio acerca de decisiones tomadas por la asamblea.....	212
TABLA 46. Criterio acerca de la adecuada promoción del cantón Santa Elena.....	212
TABLA 47. Postura sobre capacitaciones sobre la actividad turística.....	212
TABLA 48. Postura acerca de las actividades turísticas que le gustaría realizar.....	213
TABLA 49. Postura acerca de diseño de una ruta de aventura para el cantón de Santa Elena.....	213
TABLA 50. Criterio acerca si la ruta de aventura beneficiará al cantón de Santa Elen.....	213
TABLA 51. Postura si estaría dispuesto a participar en la ruta de aventura.....	214
TABLA 52. Criterio acerca si el diseño de la ruta de aventura impulsará el desarrollo turístico del cantón Santa Elena.....	214
TABLA 53. Sexo de los turistas encuestados.....	219
TABLA 54. Lugar de procedencia de los turistas.....	219
TABLA 55. Nivel de instrucción de los turistas.....	219
TABLA 56. Ocupación de los turistas.....	220
TABLA 57. Edad de los turistas encuestados.....	220
TABLA 58. Frecuencia de viaje.....	220
TABLA 59. Motivo de su visita.....	221

<i>TABLA 60. Nivel de ingreso de los turistas encuestados.....</i>	<i>221</i>
<i>TABLA 61. Postura de viaje del turista.....</i>	<i>221</i>
<i>TABLA 62. Postura al momento de viajar en que época del año.....</i>	<i>222</i>
<i>TABLA 63. Gasto promedio de viaje.....</i>	<i>222</i>
<i>TABLA 64. Gustos y preferencias al momento de viajar.....</i>	<i>222</i>
<i>TABLA 65. Medios por el cual e informa de los atractivos turísticos del cantón Santa Elena.....</i>	<i>223</i>
<i>TABLA 66. Criterio acerca si ha realizado actividades de aventura en la provincia de Santa Elena.....</i>	<i>223</i>
<i>TABLA 67. Criterio acerca si le gustaría realizar actividades dentro de la provincia de Santa Elena.....</i>	<i>223</i>
<i>TABLA 68. Criterio acerca de que actividades de aventura le gustaría practicar.....</i>	<i>224</i>
<i>TABLA 69. Postura acerca de cuántos días pernoctaría en el cantón Santa Elena.....</i>	<i>224</i>
<i>TABLA 70. Criterio sobre si el cantón Santa Elena necesita innovar su actual oferta turística.....</i>	<i>224</i>
<i>TABLA 71. Criterio acerca si una ruta de aventura impulsaría el desarrollo del cantón.....</i>	<i>225</i>
<i>TABLA 72. Postura acerca de si está dispuesto a participar en la ruta de aventura.....</i>	<i>225</i>
<i>TABLA 73. Criterio acerca si con la implementación de la ruta de aventura se aprovecharán mejor sus recursos.....</i>	<i>225</i>

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>ANEXO 1. Ficha de caracterización turística para comunidades.....</i>	<i>195</i>
<i>ANEXO 2. Ficha para el inventario de atractivos, metodología propuesta por el Ministerio de Turismo.....</i>	<i>204</i>
<i>ANEXO 3. Formato de Encuestas a Pobladores.....</i>	<i>206</i>
<i>ANEXO 4. Tablas de frecuencias de los resultados de encuestas a pobladores.....</i>	<i>208</i>
<i>ANEXO 5. Formato de encuestas a turistas.</i>	<i>215</i>
<i>ANEXO 6. Tabla de frecuencia de los resultados de encuestas a turistas.....</i>	<i>219</i>
<i>ANEXO 7. Formato de entrevistas a Autoridades.....</i>	<i>226</i>
<i>ANEXO 8. Mapa de la ruta 1 Santa Extreme.....</i>	<i>227</i>
<i>ANEXO 9. Mapa de la ruta 2 Aventuras en Santa Elena.....</i>	<i>228</i>
<i>ANEXO 10. Encuesta a población.....</i>	<i>229</i>
<i>ANEXO 11. Encuesta a turistas.....</i>	<i>230</i>
<i>ANEXO 12. Entrevista a Ruth Villao Flores - Técnica en Proyectos Turísticos de la Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena.....</i>	<i>231</i>
<i>ANEXO 13. Entrevista a Paulina León – Analista de gestión y promoción turística del Ministerio de Turismo- Santa Elena.....</i>	<i>231</i>
<i>ANEXO 14. Entrevista a Mercedes Guerra – Jefa de Turismo, Cultura y Patrimonio- Prefectura de Santa Elena.....</i>	<i>232</i>
<i>ANEXO 15. Inventariando y llenando las fichas de caracterización de atractivos.....</i>	<i>232</i>
<i>ANEXO 16. Certificados de validación de instrumentos.....</i>	<i>233</i>

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el turismo en Ecuador se ha convertido en una actividad motora y pilar fundamental de crecimiento socioeconómico que busca e impulsa el desarrollo de la población, ya que el país goza de recursos naturales y culturales de gran potencial, las tradiciones y costumbres de la población que lo habitan contribuyendo con la imagen de un país exótico, que lo ubican y lo galardonan a nivel mundial como uno de los mejores destinos turísticos a visitar y vivir.

El cantón Santa Elena representa una parte muy importante de la mencionada “Ruta del Spondylus”, corredor turístico de mucho valor y posicionamiento en el mercado nacional de turismo, que se establece como un eje de distribución para generar distintas actividades recreativas, deportivas, culturales y educativas, en la faja litoral del Ecuador.

Desde hace años atrás hasta la actualidad la provincia de Santa Elena y el cantón respectivamente enlazan una línea de planificación y ordenamiento estratégica que tiene como pilar o eje fundamental al turismo y alrededor de ellas giran otras actividades como la pesca, agricultura, ganadería, las artesanías, etc., dado su cercanía con otras comunidades y la facilidad de la red vial que la convierten en un destino privilegiado de fácil acceso.

La Provincia de Santa Elena tiene cantones, comunidades y parroquias con muchos atractivos turísticos de gran potencial que no son del todo utilizados turísticamente e incluso recursos que pueden convertirse con una buena planificación en grandes atractivos para el cantón y la provincia entera. En el cantón de Santa Elena es evidente que las propuestas que existen de desarrollo económico-social o turístico, planteadas por estudiantes, profesores, expertos en la rama etc., en las cuales se destaquen o se promocionen todos los sitios que esta posee, no son socializadas o en muchas ocasiones ni estudiadas o analizadas para considerar su posible ejecución, ya que en cada comunidad existen atractivos con

un valor escénico muy excepcional; por ende, de esta manera los habitantes puedan aprovechar ese potencial desarrollando así la actividad turística en el país y los efectos que arroje, ya que al no aprovechar todos los recursos naturales que posee el cantón y siendo esta una de las principales razones que ha limitado el aprovechamiento de las riquezas, como resultado, no se ha conseguido el progreso esperado, dado que la actividad turística en la provincia no se encuentra perfeccionada totalmente hasta la actualidad.

Por ende una de las principales problemáticas que ha conllevado a no tener un turismo los 365 días del año como destino turístico, ha sido la escases de productos, es decir, una oferta diversificada e innovadora que pueda ser comercializada en el mercado, fidelizando así al cliente a visitar el cantón, para ello es necesario partir del origen, por lo que esta propuesta busca presentar e identificar nuevas alternativas produciendo fuentes de empleo a los habitantes de las comunidades rurales y evitar su migración hacia zonas urbanas de otras ciudades que muchas veces no consiguen lograr resultados positivos ya que las posibilidades de trabajo son escasas.

Afecta también el poco apoyo e interés por parte de los gobiernos seccionales y gubernamentales de turno, ya que están el constante cambio de autoridades conlleva a que los sitios o atractivos de mucho potencial, al no ser identificados, no cuenten con la debida estructura adecuada para la actividad turística. Para ello se plantea la siguiente interrogante fundamental en el desarrollo del trabajo como punto de partida en la investigación ¿cómo incidirá el diseño de una ruta de aventura, en la diversificación de la actual oferta turística del cantón Santa Elena?

Por lo tanto es fundamental la realización de una investigación que tenga como finalidad la identificación y análisis de los sitios potenciales y generar el crecimiento turístico del cantón, donde se pueda realizar actividades de aventura y a su vez garantizar la satisfacción de los visitantes nacionales y extranjeros, por la cual se complementan las preguntas relacionadas al estudio que se plantea:

- ¿Cómo incide el estudio previo relacionado al diseño de una ruta turística y sus efectos dentro de la población?
- ¿Cuáles son los componentes para poder elaborar el diseño de una ruta turística de aventura en el cantón?
- ¿Cuál es la situación actual del cantón, tanto en el aspecto económico, social y turístico, para establecer vínculos de cooperación e integrarlos a las alternativas de desarrollo y de qué manera contribuirá al desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes?

El cantón Santa Elena es una zona del país que posee un potencial magnífico dentro del turismo del Ecuador, ya que posee varios atractivos, muchos de ellos con características naturales, culturales, gastronómicas, paisajísticas, temáticas y excepcionales, pero sobre todo únicas, que conforma un gran territorio con diversas alternativas turísticas para el visitante o viajero, pero sobre todo con un sentido de orientación sólida por la conservación y sostenibilidad.

Es preciso mencionar que el cantón y la provincia entera, se han consolidado como uno de los pocos destinos preferidos del turismo nacional, desplazado solo por ciudades con grandes jerarquías y valor histórico como Ambato, Cuenca, Quito y Manta, además empieza a posicionarse como un destino para excursionistas y turistas internacionales que buscan algo diferente y sobre todo vivir esa experiencia memorable e inolvidable con ese toque de adrenalina que los ponga en contacto con la naturaleza y su entorno.

El turismo de aventura y naturaleza hoy en día tienen una posición competitiva alta dentro de la actividad turística por su constante contacto con la naturaleza, siendo el medio que lo rodea lo que hace que el turista se incline por lo natural y mágico, independientemente que se desarrollan múltiples actividades como montañismo, ciclismo de montaña, caminatas, canopy, paseo a caballo, observación de aves, entre otras, prevaleciendo su experiencia y ese toque fuerte de adrenalina y riesgo en las actividades extremas. Para ello se establece el

siguiente objetivo general de identificar nuevos sitios con atractivos turísticos potenciales para realizar actividades de aventura considerando el estudio de mercado, los aspectos socioeconómicos que orienten y sitúen la viabilidad de implementar una ruta de aventura, para diversificar e innovar la actual oferta turística en el cantón, dándole realce al trabajo, logrando su orientación para poder determinar la situación real mediante un estudio pertinente con las variables causas y efectos, cumpliendo también con los objetivos específicos:

- Evaluar los inventarios de atractivos turísticos naturales, base para el análisis territorial en donde se realizará el turismo de aventura con la finalidad de determinar los atractivos a incluir.
- Maximizar y potenciar diferentes atractivos turísticos del cantón y de la provincia entera.
- Conocer las necesidades de la demanda que visita el cantón y por ende la provincia de Santa Elena.
- Diseñar una ruta de turismo de aventura en el cantón de Santa Elena, conectando los recursos turísticos de la zona, de acuerdo a la accesibilidad y cercanía que existe entre ellos.

De esta manera atraer a turistas nacionales e internacionales, permitirá generar por lo tanto mayor gasto turístico hacia el cantón y la provincia, debido a que este tipo de actividades elevan la motivación de la visita, creando mayor interés en los diversos atractivos. Además así se determinará y se hará énfasis a la hipótesis establecida para la demostración de la posible veracidad del tema, que permita aclarar que “la implementación de una ruta de turismo de aventura, incrementará el flujo de turistas en el cantón Santa Elena.

En el capítulo I se detalla esencialmente al turismo de aventura en el Ecuador y la importancia que este tiene, como ha venido desarrollándose dado que a través de los años se ha convertido en una de las actividades privilegiadas o preferidas por la gran mayoría de personas a nivel nacional e internacional y que en cada región

se viene desarrollando direccionados por una buena planificación que busca de alguna u otra manera resolver problemáticas en el ámbito turístico a nivel de países, regiones, provincias y ciudades, por ende se ha tomado con ejemplos las más sobresalientes del turismo de aventura o naturaleza de las regiones del país. También en el primer capítulo se encuentra el marco conceptual y legal que sirven como sustento y respaldo en lo que se basa el estudio.

El capítulo II aborda todo un proceso investigativo, que parte de una validación metodológica mediante la aplicación y determinación de los instrumentos que fueron utilizados y empleados en el campo para la respectiva recolección, procesamiento de los datos como son las encuestas y entrevistas realizadas a los habitantes del cantón Santa Elena y a sus respectivas autoridades, resultados que son trascendentales para la investigación y elaboración de la propuesta. A la vez se trabaja con el método estadístico Chi^2 para la comprobación de hipótesis a través de figuras y tablas, que sustentan la diversificación de la oferta turística en el cantón.

En el capítulo III se presenta la elaboración de la propuesta del “diseño de una ruta de aventura para el cantón Santa Elena que va a diversificar la actual oferta turística existente”, y que se ha determinado mediante un diagnóstico situacional, lo cual presenta una perspectiva de la realidad actual del cantón Santa Elena en cuanto a su oferta y demanda. La ruta estructura un direccionamiento estratégico en donde se incluyen los objetivos, la misión y visión; seguido a esto se muestra el plan de acción y las estrategias de mercado para el posicionamiento del destino Santa Elena, concluyendo con la comercialización y promoción de la ruta de aventura.

CAPÍTULO I

1.1 TURISMO DE AVENTURA

1.1.1. ¿Qué es turismo?

La OMT (2009), define al turismo como: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo e inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Para el autor Ratto (2001) “El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, ecoturismo, turismo de estancia. Observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural (Ratto, 2001).

1.1.2. Clasificación del turismo.

Según los organismos internacionales de turismo clasifican al turismo en nacional e internacional de la siguiente manera (OMT, 2009):

- Turismo Nacional
- Turismo Social
- Turismo Popular
- Turismo Recreativo
- Turismo Internacional

1.1.3. Modalidades

Entre las modalidades de turismo están las siguientes (OMT, 2009):

- Ecoturismo
- Agroturismo
- Turismo Cultural
- Turismo de aventura
- Turismo esotérico
- Gastronómico
- Turismo deportivo
- Turismo comunitario

1.1.4. Turismo sostenible

Según la Organización Mundial de Turismo el turismo sostenible es: aquél que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro, Es decir, "gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, y estéticas puedan ser satisfechas mientras se mantiene la integridad cultural los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida (OMT, 2009).

1.1.5. Turismo sustentable

Para muchos economistas la sustentabilidad significa garantizar el crecimiento económico hasta un momento que no aparezcan los daños irreversibles; pero para los ambientalistas la sustentabilidad solo implica no deteriorar el ambiente al ser usados los recursos naturales y culturales. En general, la sustentabilidad requiere bajos precios para estimular la presencia de los visitantes, bajas inversiones, para no alterar la capacidad de carga y elevados controles ambientales. Pero si en este sistema todos los elementos varían o se alteran según el ciclo de vida de la actividad turística, entonces sería muy difícil adaptar una política turística de

sustentabilidad, debido al surgimiento de acciones conflictivas más complejas de administrar (Guevara, 2009).

1.1.6. Orígenes e Inicio del turismo de aventura.

Aparentemente el turismo de aventura se empezó a desarrollar entre las décadas de los años 70 y 80 del siglo XX; a diferencia de otras formas de recreación, el turismo de aventura es la búsqueda de un nuevo concepto para el disfrute del tiempo libre, del ocio y de la recreación, una forma de divertimento, constituidas principalmente por un tipo de actividades al aire libre en contacto directo con la naturaleza, definidas manifiestamente por su interés al riesgo, la incertidumbre, los esfuerzos, las emociones y las aventuras (Ministerio de Turismo, 2006).

Precisamente, el uso activo del tiempo libre supone la práctica de un deporte ya sea en forma de afición o profesional, las formas tradicionales de ocio activo han sido el fútbol, voleibol, la esgrima, natación, golf, entre otros deportes practicados por pura distracción, entretenimiento, pasatiempo y placer, como una forma de lograr una mejor condición física, o de evasión y desintoxicación de la vida moderna (Ministerio de Turismo, 2006)

El Ministerio de Turismo (2006), señala que en épocas recientes la sociedad global ha asistido al surgimiento de un nuevo tipo de deporte, producto de la natural evolución de todo fenómeno social: los deportes de aventura, estos procuran contactar activamente al hombre con la naturaleza, al mismo tiempo que reavivan sensaciones como el vértigo y el riesgo, prácticamente minimizadas o totalmente controladas en la vida de las ciudades modernas ya que los aportes científicos y tecnológicos han contribuido a la transformación de los deportes existentes y a la creación de otros nuevos, generando materiales y técnicas que han permitido el desarrollo de accesorios y medios de transporte que en la actualidad existen.

1.1.7. Definición.

Es el tipo de turismo que le permite al turista encontrar y satisfacer su necesidad por mejorar su condición física, reducir la tensión y por tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de logro al superar un reto impuesto por la naturaleza (Ministerio de Turismo, 2006).

El autor Zamorano (2002) en su obra titulada Turismo de Aventura. Servicios diferenciados, describe que algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventura, otros tantos turismo de adrenalina, o bien turismo de reto, el cual ha generado muchas expectativas por el mismo término que evoca, de ahí que los turistas cansados de lo tradicional, y atraídos por sensaciones de descubrimiento, riesgo controlado, contemplación del paisaje, o del solo disfrute con el medio natural conjugado con la emoción, ven en el turismo de aventura una nueva forma de esparcimiento intenso y apasionante, vinculado a la práctica deportiva físicamente exigente, que incluye un cierto elemento de riesgo real o percibido.

1.1.7.1. Motivaciones.

Para García y García (2005) el riesgo es un elemento importante al distinguir entre las actividades de aventura al aire libre y otras actividades recreativas al aire libre que no se basan en la aventura, la naturaleza desafiante de las experiencias de aventura procede de las interacciones del riesgo de situación y de la competencia personal.

La experiencia de aventura al aire libre ha sido conceptuada de varias maneras y por lo general consiste de dos ideas: riesgo percibido y competencia percibida, otra idea para tener en cuenta es que una experiencia de aventura está esencialmente asociada a un estado psicológico y a la participación en actividades

físicas mientras se enfrentan a los desafíos y riesgos de un determinado escenario ambiental (García & García, 2005).

1.1.7.2. Clasificación.

A las actividades de aventura se las clasifica principalmente por el lugar donde se las realiza, así como lo manifiesta el Ministerio de Turismo (2006):

- ✓ **Terrestre:** media montaña, trekking, puenting, escalada en roca.
- ✓ **Aéreas:** alas delta, parapente, paramotor.
- ✓ **Acuáticas:** se las realiza en el mar, ríos, lagos, lagunas, cascadas y está el buceo, canyoning, esquí acuático, kayak, rafting, tubing.

1.1.8. Turismo de Aventura en Ecuador.

En la actualidad Ecuador busca ser uno de los mejores destinos a nivel global a través de sus cuatro mundos, proponiendo tener una actividad turística todos los días del año para el beneficio de los pueblos, pero sobre todo mejorar la competitividad de la misma. Siempre un viaje puede ser motivado por los gustos y preferencias de un turista ya que esas motivaciones van a dar apertura a determinar una demanda potencial. En la actualidad los turistas están variando o cambiando en cuanto a gustos, desde la hora de tomar el transporte hasta el destino a visitar, lo cual da apertura a nuevas alternativas de turismo, donde el turista apuesta o se enfoca más en una relación con la naturaleza en todos sus aspectos.

A nivel mundial existe determinada demanda que busca o necesita de diferentes ambientes innovadores, que sorprendan por su relación con otro tipo de actividades como deportivas, de riesgos o de aventura que poco a poco con el pasar de los años se ha convertido en una tendencia internacional dando como resultado el turismo de aventura.

El turismo de aventura es uno de los más rentables y de más auge en la actualidad, pues al hombre siempre le ha llamado la atención lo desconocido, las regiones ignoradas, especialmente, aquellas que tienen leyendas, quizá en muchas ocasiones producto de la imaginación de unos cuantos que las han visitado (Mediano, 2004).

Como lo manifiesta MINTUR (2007) a través del PLANDETUR, Ecuador tiene el potencial de posicionarse en su calidad del país más mega biodiverso del planeta, cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta característica se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas:

- ✓ Galápagos
- ✓ Costa
- ✓ Andes
- ✓ Amazonía

Ávila y Barreno (2005) señalan que el turismo de aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, el turismo de aventura puede definirse precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura, por ende para esta línea de producto están relacionados los productos: deportes terrestres, deportes fluviales, deportes aéreos, deportes oceánicos, otros deportes. La interrelación o conexión de la naturaleza como base es fundamental, el deporte y el turismo van de la mano direccionada hacia una demanda de turismo que busca y espera vacaciones mucho más activas, ya que son características primordiales de un turismo de aventura, motivo por el que la planificación turística se maneja en el entorno de una manera sostenible, así se puede realizar en varios escenarios como son montañas, bosques, parques, urbanos, áreas protegidas, playas, etc. (Ávila & Barreno, 2005).

1.1.8.1. Referencia.

El MINTUR (2009) enfoca, enfatiza en que Ecuador posee una infinidad de recursos, que se pueden convertir fácilmente con una buena organización y planificación en productos turísticos diferenciados, fusionando naturaleza con cultura de acuerdo a las exigencias del mercado y la demanda, así como se lo pone en manifiesto a través del Plan Integral de Marketing Turístico se aprovechará y constituirá una mejor e importante oportunidad para el beneficio de la localidad.

El turismo de aventura es una de las modalidades o actividades que está tomando terreno cada día en el ámbito del sector turístico, por ende provoca y contribuye al interés del turista nacional o extranjero por la práctica de esta actividad. Cabe mencionar también que uno de los objetivos del MINTUR (2007) es fomentar el desarrollo de nuevos destinos y productos de turismo sostenible en el ámbito local, regional y nacional. En otras palabras los objetivos están direccionados a trabajar siempre en la innovación o diversificación de productos de un destino, que llamen la atención del turista y que provoquen en ellos esa satisfacción y el deseo de volver trabajando de una manera sostenible y preservando sus recursos.

Landeta (2014) menciona que una de las localidades que más sobresale por el turismo de aventura es Baños, Mindo y la zona andina, siendo los mejores lugares en el país para una experiencia extrema, la mezcla de climas, y paisajes crean lugares especiales para todas las actividades que tiene esta rama del turismo como puenting, canopy, etc. En el centro del país se localiza la ciudad de Baños, esta pequeña población es reconocida por contar con una amplia gama de opciones para los aventureros. Saltar desde el puente de San Francisco al norte de la ciudad (puenting) es una de las actividades más realizadas. Por su parte Mindo es uno de los mejores destinos para hacer canopy en Ecuador (Landeta, 2014).

1.1.8.2. Oportunidades:

La cimentación de una visión sobre el turismo de aventura constituye una oportunidad de señalar el horizonte direccionado a lo que se quiere llegar a ser de esta actividad; una alternativa de futuro consensuado, no solo para sus habitantes sino que contribuye e impulsa y desarrolla a una comunidad, ciudad, región o provincia, en sí a todo el país, lo recalca el MINTUR (2009) por ser una de las actividades que hace tendencia turística y trazan una inclinación hacia la exploración de sus paisajes naturales que son zonas de gran atractivo paisajístico entre otras cosas, razón por la que se apunta a una mayor promoción turística como lo muestra el Plan Integral de Marketing Turístico, que se basa en definir, gestionar un presupuesto específico y detallado para cada producto turístico a promocionar o difundir, según su función de mercado clave, de consolidación o de oportunidad; la propuesta de distribución se refleja en la figura de la siguiente forma (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009):

Dedicación de presupuesto a productos	% de distribución del presupuesto de MKT Internacional			Mercados Oportunidad *
	66%	24%	5%	
1. Turismo cultural	22%			
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	21%			
3. Turismo de deportes y aventura	23%			
4. Turismo comunitario		9%		
5. Turismo de convenciones y congresos		9%		
6. Turismo de cruceros		6%		
7. Sol y playa			5%	
8. Turismo de salud				
9. Agroturismo				
10. Parques Temáticos				
	Clave	De consolidación	Oportunidad	sin presupuesto fijo para productos

FIGURA 1. Porcentajes para asignación de presupuestos de promoción por productos de PIMTE

Fuente: (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009)

1.1.8.3. Perspectiva

En la actualidad son muchas las perspectivas que se tiene del turismo de aventura, dado que, a nivel local, regional, nacional y hasta internacional, de acuerdo con los datos y como se podrá observar más adelante en el gráfico tiene un nivel de notoriedad o aceptación alta y a futuro consolidarse y convertirse en una actividad con niveles de aceptaciones y preferencias muy altas, es por eso que el ministerio definió dentro de la estrategia de productos, objetivos estratégicos primordiales los siguientes (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009):

- ✓ Consolidar los productos ya existentes en Ecuador manteniendo sus niveles de notoriedad e identificación de posicionamiento y producto, con el objetivo de rentabilizar al máximo la promoción efectuada durante el último período.
- ✓ Diversificar la oferta turística de Ecuador para desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador. Los objetivos de notoriedad, presencia en canal y llegadas de visitantes por productos y mundos turísticos de Ecuador, son:

OBJETIVOS POR TIPOLOGÍAS DE PRODUCTO	NIVEL NOTORIEDAD (Actual) ²⁰	NIVEL NOTORIEDAD (A futuro)	PRESENCIA EN CANAL	LLEGADAS DE VISITANTES ²¹ (% sobre el total de llegadas internacionales a Ecuador)
1. Turismo cultural	MEDIO-ALTA	ALTA	ALTA	23%
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	ALTA	ALTA	ALTA	22%
3. Turismo de deportes y aventura	MEDIA	ALTA	ALTA	20%
4. Turismo comunitario	BAJA	MEDIA-ALTA	MEDIA-ALTA	10%
5. Turismo de convenciones y congresos	BAJA	MEDIA-ALTA	MEDIA	15%
6. Turismo de cruceros	MEDIA	MEDIA-ALTA	MEDIA	5%
7. Sol y playa	DE NICHOS u oportunidad ²²	DE NICHOS	DE NICHOS	5%
8. Turismo de salud				
9. Agroturismo				
10. Parques Temáticos				

FIGURA 2. Niveles de notoriedad y presencia en canal para mercados internacionales PIMTE

Fuente: (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009).

1.1.8.4. Potencialidades

El turismo a nivel internacional ha presentado una creciente demanda, ya que el turismo de aventura brinda grandes beneficios de desarrollo a las comunidades locales, debido a que aparece como una alternativa económica, favorecedora de nuevas rentas, que se desarrolla a través de su puesta en valor, así lo afirma el autor Rodríguez (2012).

- El Ministerio de Turismo como organismo principal y quien maneja las riendas del sector turístico a nivel nacional apunta a que el turismo de aventura sea uno de los productos estrellas del Ecuador debido al gran potencial que tiene y a la gran acogida que está teniendo en todo los países del mundo.

MINTUR (2009) a través de su Plan de Marketing Turístico de Ecuador estructura prioridades para productos turísticos a promocionar dado que el turismo de aventura es uno de los productos claves y potenciales para el país, como se muestra a través del siguiente gráfico:

TIPOLOGÍAS DE PRODUCTO	PRIORIDAD PROMOCIONAL DE PRODUCTOS
1. Turismo cultural	PRODUCTOS CLAVE / ESTRELLA
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	
3. Turismo de deportes y aventura	
4. Turismo comunitario	PRODUCTOS DE CONSOLIDACIÓN
5. Turismo de convenciones y congresos	
6. Turismo de cruceros	
7. Sol y playa	PRODUCTOS DE OPORTUNIDAD
8. Turismo de salud	
9. Agroturismo	
10. Parques Temáticos	

FIGURA 3. *Prioridades promocionales por productos del PIMTE*

Fuente: (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009).

1.2. RUTA DE AVENTURA.

El autor Marriot (2003) indica que existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan sólo para el desplazamiento. Este mismo autor manifiesta que las rutas utilizadas de arribo son las mismas que para el regreso. La ruta recreativa es aquella que presenta atractivos que forman parte de la experiencia del turista contribuyendo así directamente a satisfacer sus necesidades (Marriot, 2003).

En cambio para otro autor como Cortez (2010) manifiesta que cuando un turista llega a un lugar, para él desconocido y no sabe dónde ir, que lugares visitar, que visitar primero, etc., simplemente visita lo que esté más a su alcance o cerca de su hotel, pero es posible que se pierda la oportunidad de conocer atractivos muchos más interesantes por el hecho de no saber qué sitios visitar. Para que el turista tenga la dicha de acceder a lugares de manera más concreta, sin perder tiempo y se sienta satisfecho es necesario agrupar los atractivos y ponerle valor, es decir agregarles ciertos atributos que faciliten la actividad turística como: planta, infraestructura, accesibilidad y difusión (Cortez, 2010).

Las rutas turísticas son reconocidas por su potencialidad como actividades socioeconómicas que pueden aportar al bienestar de los pueblos, también es evidente que los turistas llegan a ciudades para disfrutar de sus atractivos, para lo cual disponen de un conjunto de locales organizados en forma de red dentro de una región fija debidamente señalizados, alcanzando el reconocimiento del turismo como actividad que puede aportar a la riqueza de los pueblos, así lo acota el Gobierno Provincial del Guayas (2012) en la guía turística; también es notorio que los turistas llegan a parroquias y ciudades, sea para disfrutar de sus atractivos o como sitios de distribución y conexión hacia parques naturales, ruinas arqueológicas u otro tipo de parajes de interés.

Visto desde otro punto de vista, una ruta es parte de un producto turístico, ya que constituye todo lo que atribuye a la satisfacción de los consumidores, la ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer diferentes atractivos que aisladamente no provocarían interés suficiente como para atraer a una demanda, pero al integrar a una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario, el producto turístico es la sumatoria de los atractivos, las facilidades y la accesibilidad como se ilustra a continuación en el siguiente cuadro: (Cárdenas, 1991)

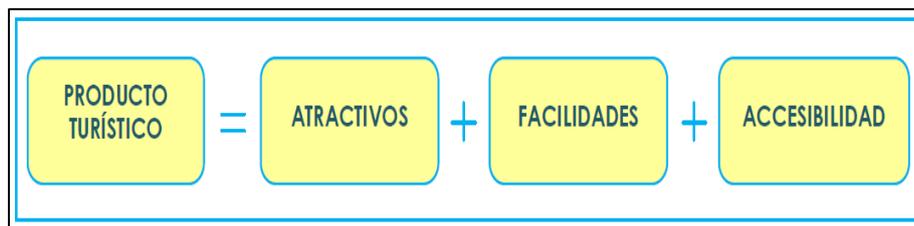


FIGURA 4. *Componentes de un Producto*

Fuente: (Cárdenas, 1991).

La ruta turística es más bien una oferta estandarizada con atractivos, sitios y complementos a poder realizar en una zona, bajo parámetros de tiempo o permanencia, así lo manifiesta Cárdenas (1991), ya que es una nueva modalidad de producto turístico que se basa en un itinerario o recorrido personalizado para una mejor orientación y motivación hacia el turista y el desplazamiento a lo largo de todo el destino.

1.2.1. Organización de la ruta de turismo.

Para Zurita (2010), las rutas se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje comunicacional (Zurita, 2010).

A la hora de poner en marcha la ruta, es esencial trazar cuales son las condiciones para el funcionamiento involucrando a la población, todos y cada uno de los puntos deben ser consensuados con todos los actores: requisito básico es que todos los actores del territorio se sientan coprotagonistas y artífices del proyecto a realizar (Zurita, 2010).

Algo muy importante y que es el factor fundamental para que posibilite el proyecto de la ruta, es que la población local debe estar interesada e involucrada, dicho de esta manera, en un principio debe haber la socialización o participación social del proyecto con los pobladores o hacerle saber todos los por menores de la misma porque los principales beneficiarios será la población local (Zurita, 2010).

1.2.1.1. Participación de la ruta.

Prando (2004:46) describe que: “Para quienes anuncian en la ruta están obligados a venerar una serie de criterios que van desde el interés turístico de la actividad perfeccionada hasta los servicios prestados, pasando por la calidad de las infraestructuras disponibles, que deberán ser fijadas de común acuerdo, considerando la demanda turística”

También el mismo autor recalca que una ruta turística es posible en la medida de su rentabilidad a corto, mediano o largo plazo (dependiendo los intereses), de lo contrario, es muy difícil involucrar al empresariado, en definitiva, para el caso particular analizado, la ruta es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de una forma organizada la ruta turística (Prando, 2004).

1.2.2. Elementos de una ruta turística.

La ruta turística de aventura es innovadora y será muy diferente a cualquier otra ruta existente dentro del país. Como lo señala MINTUR (2009) en el Plan Integral de Marketing Turístico Ecuador, diversificar la oferta turística para

desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador. Los principales elementos importantes que caracterizan a una ruta son (Mintur, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, 2009):

- ✓ La actividad a desarrollarse o tema particular que la distingue de otras rutas, ese valor agregado que la diferenciará.
- ✓ La presencia de normas para el debido funcionamiento y control de sus principales elementos que confirman el proyecto de la misma.
- ✓ Una entidad local que pueda brindar la información respectiva de la ruta, por lo cual se contará con personas relacionadas con el ámbito turístico.
- ✓ Un debido sistema de señalización para la ruta.
- ✓ Contar con un mapa que contenga la información, explicando detalladamente sobre la misma.

1.2.3. Elaboración de una ruta.

La elaboración de este macro producto debe ser competente de generar demanda en el mercado con estabilidad y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y de la calidad de sus servicios, dependerá no solo el éxito de la ruta y su persistencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad (Prando, 2004).

Un paseo sin rumbo o al azar no ofrece al visitante la misma información ni satisfacción que una visita dirigida a los principales puntos naturales, culturales, etnográficos, etc., el acondicionamiento de estas rutas, itinerarios y paseos hacen que el visitante encuentre la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas, eligiendo directamente aquello que le interese conocer, la ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto

turístico unitario así lo enfatiza Machado y Hernández (2009) en su obra titulada *Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba*. La determinación de una imagen propia puede responder a diferentes motivaciones: histórica, geográfica, gastronómica, arquitectónica, cultural y ética, pero en lo posible debe ser única, novedosa, motivadora y consistente, de modo que por sí misma represente una invitación para realizar el viaje y descubrir las características y particularidades de su oferta, para que la ruta resulte increíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que gane energía revalorizando cada uno de los productos que la integran, proporcionando y justificando la visita de los turistas (Chila, 2014).

1.2.4. Diseño de una ruta de aventura

El diseño e implementación de rutas turísticas se constituye en la mejor forma de poner en valor un territorio o un espacio y básicamente encierra la representación visual o gráfica, que sistematiza el recorrido, enfocados a comunicar, emitir mensajes, así lo hace más comprensible a grupos Machado y Hernández (2009).

1.2.5. Concepto ruta de aventura.

La ruta de aventura es parte de las nuevas tendencias del turismo alternativo que se emplea en el diseño de productos para atraer la atención del turista, puede decirse que es un camino o vía generalmente de tipo alternativo que ha sido designada para la práctica de deportes de aventura con un poco de riesgo o adrenalina que conllevan a vivir experiencias únicas y emocionantes en lugares de gran influencia natural (Muñoz & Ibañez, 2002).

1.2.6. Evaluación del potencial turístico.

El turismo en la mayoría de los países en desarrollo es el segundo o tercer sector productivo generador de divisas, el crecimiento del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de cambios cualitativos, la diversificación de las motivaciones obliga a analizar a la oferta con el objetivo de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores y con ello va de la mano el desarrollo de productos especializados a un marco de intervención más complejo (Reyes & Barrado, 2005).

Según la Organización Mundial de Turismo - OMT (2013: 30):

“La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una valoración precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones”.

La OMT también recalca que es importante por ello evaluar el potencial turístico local, lo que conlleva dos fases fundamentales (OMT, 2009):

- ✓ **Primera fase:** El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

- ✓ **Segunda fase:** El análisis de la potencialidad turística que comparando los resultados del estudio de la realidad permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades, riesgos, y por último, decidir la conveniencia del turismo en la zona. Sin embargo el autor Tierra (2008) establece que: “Determinar el potencial turístico del territorio, constituye un importante procedimiento a seguir en el desarrollo de las etapas de cada una de las fases antes indicadas”

1.2.7. Atractivo turístico.

Toda zona que constituya un destino turístico debe tener una serie de particularidades que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros, estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que reúnen y atraen su atención a la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante, los atractivos turísticos se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y culturales (Gurría Di Bella, 2004).

En cambio el autor Parra (2005) expresa que se conoce al atractivo turístico como: Un lugar, objeto o acontecimiento que cuenta con aptitud turística registrada y evaluada, capaz de generar un desplazamiento turístico, motivando al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él; Parra también exclama que un inventario turístico no deberá confundirse con un inventario científico de todas las especies biológicas que se encuentran en una región, ni con el listado de todos los elementos culturales e históricos de una localidad , más bien el inventario turístico debe entenderse con una descripción ordenada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones para los turistas (Parra, 2005).

- Sin embargo en la guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social del turismo (2010) lo define simple “Atractivo turístico es el conjunto de: Recurso turístico + instalaciones + equipamiento + servicios”.

1.2.7.1. Clasificación de los Atractivos Turísticos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar; MINTUR (2004) a través del inventario de atractivos naturales y culturales, señala que se clasifican en dos grupos: sitios naturales y

manifestaciones culturales, ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos que son (Mintur, Inventario de Atractivos Naturales y Culturales, 2004):

- En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de áreas protegidas.
- En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas (artesanías, entre otras) y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

1.2.7.2. Inventario turístico.

De acuerdo al MINTUR (2004), los atractivos turísticos son aquellos recursos físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen en la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo (Mintur, Inventario de Atractivos Naturales y Culturales, 2004).

✓ Evaluación y jerarquización.

Edibosco (2002), especifica que “La evaluación y jerarquización consiste en el análisis individual de los atractivos, con el fin de calificarlos en base a la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado; permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente de acuerdo a la jerarquización asignada. De acuerdo al Ministerio de Turismo la jerarquización de los atractivos se establece de la siguiente manera (Mintur, Inventario de Atractivos Naturales y Culturales, 2004)

- **Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran transcendencia para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **Jerarquía III:** Atractivo con atributos excepcionales en un país, competente de motivar una corriente turística actual o potencial de visitantes del mercado interno, externo y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjuntos.
- **Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de ocasionar corrientes turísticas actuales o potenciales.
- **Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

1.2.8. Diagnóstico Situacional Estratégico

El diagnóstico situacional permite las oportunidades o limitaciones y la situación actual en la que se encuentra la zona de estudio ya que identifica, describe y realiza un análisis evaluativo de toda la zona de estudio.

También comprende la situación actual de la comunidad (su ubicación geográfica, los recursos con que cuenta, las instituciones que ahí trabajan, estructuras de la población, etc.) ofrece una visión global donde se destacan tendencias históricas que se sustentan en los procesos de ocupación del territorio y por las condiciones ambientales, sociales y económicas, el principal objetivo del diagnóstico situacional es la de proporcionar información específica y fidedigna para así poder aplicar las medidas preventivas o correctivas, según sea el caso (Chavenato, 2006).

1.2.8.1. Desarrollo económico sostenible

Una actividad sostenible es aquella que se puede mantener en el futuro. Utilizar la energía eólica, la que suministra el viento, es sostenible. En principio, el viento no se gasta ni se agota y podrá ser utilizado en el futuro. Por el contrario, el consumo masivo de petróleo en el que se basa la actual sociedad no es sostenible, ya que no se conoce ningún sistema para fabricar petróleo y se sabe que las reservas existentes no son infinitas (Reyes, 2002).

Se conoce como desarrollo económico sostenible, aquel desarrollo o proceso que puede satisfacer necesidades actuales sin poner en riesgos los recursos y las posibilidades para generaciones futuras que aporten hacia nuevas mejoras en beneficio de todos.

1.3. DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.

La diversificación es el proceso en el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra a un nuevo mercado, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios (Océano, 2006).

En cambio señala que: "la innovación o diversificación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad" (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2013).

Es así que la gran necesidad no es confeccionar nuevos productos, sino productos novedosos, aunque no se deja atrás la línea de mejoramiento de productos existentes, que es necesaria también, entendiendo que la diversificación implica aportar innovación. Se trata de ofrecer vivencias únicas que sólo puedan ser encontradas y consumidas en el lugar donde se originaron, y estas deben estar en

constante reinvención para mantener a sus clientes y fidelizarlos (Ávila & Barreno, 2005).

Los mismos autores Ávila y Barreno (2005) determinan que sí, antaño el turista buscaba ver algo, hoy demanda hacer algo. Ya no basta con contar recursos para ser contemplados, es necesario construir productos que permitan realizar las actividades, en suma se trata de participar y ser los principales actores de la actividad.

Los destinos turísticos identificados en la ruta deben presentar atractivos complementarios o actividades turísticas innovadoras contemplándose dentro de ellas la existencia de microempresas comunitarias y/o privadas que aporten a la consolidación de la ruta turística como atractivos de visitación, y que por lo tanto incrementen el interés del turista por el destino, prolongando su tiempo de permanencia con relación a los siguientes rangos: una microempresa con uno a dos días de permanencia, dos microempresas con tres a cuatro días de permanencia y más de tres microempresas con cuatro días de permanencia (Flores, 2012).

1.3.1. Tipos de diversificación.

Aunque la estrategia de diversificación supone la entrada en nuevos mercados con nuevos productos, tanto aquellos como estos pueden o no estar relacionados de alguna forma con los actuales, a partir de esta consideración, ha hecho clásica la tipología de diversificación en función de la relación tecnológica de los productos nuevos con los tradicionales y la relación de los mercados en función de los tipos de clientes (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2013).

La O.C.P.E (2013) distingue cuatro estrategias de diversificación:

- ✓ Diversificación horizontal: La diversificación horizontal consiste en la venta de nuevos productos en mercados similares a los tradicionales de la empresa. Por lo tanto, al encontrarse en el mismo entorno económico desde el punto de vista comercial, la empresa generalmente utilizará los mismos sistemas de distribución, aunque puede que sea necesario introducir algunos cambios.

- ✓ Diversificación vertical: La diversificación o integración vertical busca asegurar la colocación de los productos relacionados con el ciclo completo de explotación del sector base de la empresa dentro de la propia unidad económica. Es decir, la empresa se convierte en su propio proveedor o cliente emprendiendo actividades que antes eran cubiertas con operaciones de mercado.

- ✓ Diversificación concéntrica: Consiste en la producción de nuevos productos, relacionados o no tecnológicamente con los anteriores y su venta en nuevos mercados similares o diferentes de los tradicionales. Las empresas que adoptan esta vía de crecimiento y de diversificación suelen establecer un núcleo central, el cual es en definitiva el punto fuerte de la empresa y a su alrededor y en orden decreciente.

- ✓ Diversificación conglomerada: La diversificación conglomerada supone que los productos y mercados nuevos no tienen ninguna relación con los tradicionales. Representa, por lo tanto, la estrategia más ambiciosa y con mayor riesgo. De esta forma, la actividad principal de la empresa se diluye en el conglomerado y se suele llevar a cabo mediante crecimiento externo más que interno.

1.3.2. Oferta Turística.

Para Chila (2014: 28) la oferta turística es:

“El conjunto de productos turísticos bienes, servicios, organizaciones, puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. Para explicar el turismo en toda su extensión no se puede limitar a la demanda, es necesario conocer y delimitar conceptualmente también a la oferta”.

Cabe mencionar que dentro de un destino, la oferta que está puesta a disposición de la demanda representa significativamente algo más que la simple suma de los productos turísticos, ya que representa un todo integrado de productos, servicios que muchas veces no son turísticos, imagen del destino y características sociocultural y medio ambiente y naturaleza (Zurita, 2010).

Además para la creación de la ruta turística es indispensable que exista en el territorio o en la población todos los elementos necesarios como pueden ser: natural, paisajístico, histórico, cultural, servicios turísticos, infraestructura básica, etc., para que esto incentive la llegada o visita de turistas nacionales y extranjeros y cumplan con todas sus expectativas dentro del destino (Zurita, 2010).

1.3.3. Estructura de una oferta diversificada.

Producto que se adapta fácilmente, la gama de mercados turísticos que se ofrece debe ser amplia, abarcando desde el producto muy completo, estructurados en torno a un tema hasta productos flexibles, que permite una mayor autonomía (tipo producto y servicio de reservación, animación a la carta, concepción de itinerarios), sin dejar de lado los productos tales como seminarios de empresa o el turismo escolar, el mismo que define dentro de un esquema diseño la estructura de la oferta turística (Boullón, 2006):

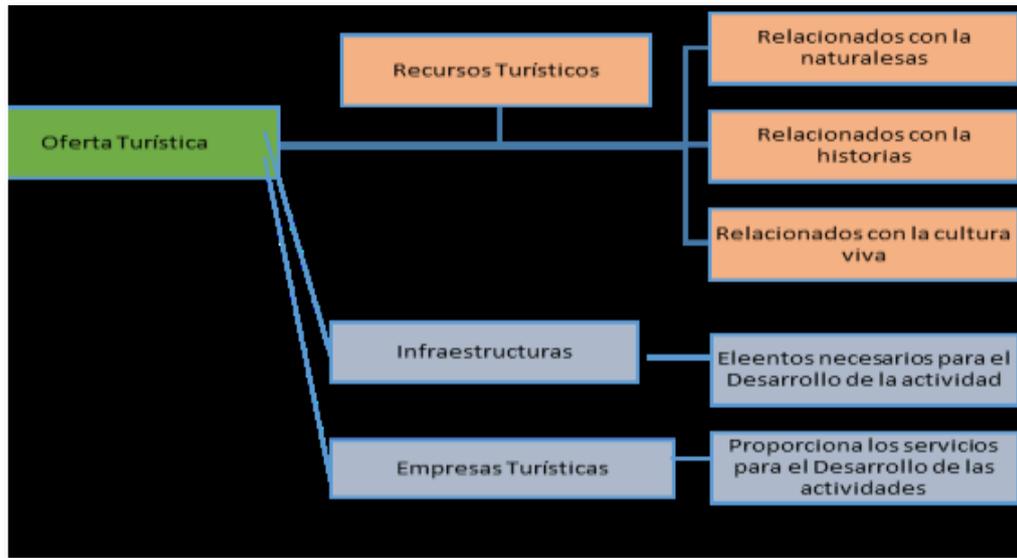


FIGURA 5. Estructura de la oferta turística.

Fuente: (Boullón, 2006)

1.3.3.1. Tipología de la Oferta Turística.

La oferta turística combinada de productos y servicios se destina a la satisfacción de los turistas, motivo por el cual el producto turístico tiene un conjunto de elementos fundamental, también enfatiza a los componentes y partes de la oferta turística que complementan para una mejor presentación (Boullón, 2006):

- **Recursos Turísticos:** Se basan en los atractivos con lo que cuenta determinado destino, como recursos materiales, ya sean de orden natural, histórico monumental, cultural, folclórico, el clima, paisaje, fauna y son motivaciones principales de visitas.
- **Infraestructuras:** son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sea públicos o privados como carreteras, puertos.

- **Empresa turística:** Presta el servicio directo al turista. Empresa de alojamientos, ciudad de vacaciones, complejo turístico y la empresa de transportes puertos, aeropuerto, carreteras, autobuses. Historia
- **Componente de la oferta turística:** La oferta de alojamiento es diversa por tipología o por propiedad de restauraciones relativas al consumo de bebidas y comidas que se realizan en la estancia turística.
- **Transporte destinos:** No siempre el transporte sirve para transportar personas de un lugar a otro (origen - destino).
- **Intermediarios:** Son los que básicamente crean un producto y lo comercializan, pueden crear paquetes turísticos que se venden directamente al consumidor.
- **Entretencimientos:** Actividades recreativas.
- **Servicio de origen:** Son la oferta de servicios complementarios.
- **Servicio de destinos:** Guía turísticos, servicio de asistencia a la empresa turística. Tipos de turismo de negocio, salud y belleza, sol y playa, naturaleza, religioso, cultural.

1.3.4. Producto turístico.

Los autores Ogando, Mamami, y Farías (2006) indican que los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un

producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes (Ogando, Mamami, & Farías, 2006).

Por su parte el autor González (2012) pronuncia que se puede hablar también del producto potencial, que representaría las características que el producto debería tener en un futuro para satisfacer las necesidades de los consumidores. Este concepto de producto potencial requiere de una interacción con el cliente, con la finalidad de que éste contribuya con sus aportaciones a la mejora o perfeccionamiento del producto actual (González, 2012).

Machado y Hernández (2009: 162) en su libro Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico indica que:

“Cuando un turista compra un producto turístico compra un producto que está sustentado en lo que se denomina la "oferta turística" de un país (región) y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" de un país (región). Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico.”

Todo producto está sustentado por la denominada oferta turística a la que el turista accede a través de diferentes fuentes de información como operadora de turismo, internet, entre otras, y que el turista busca muy aparte de satisfacer sus necesidades; el producto tiene algo más psicológico y permite que el turista deje impregnada en su mente esa sensación, tal como lo manifiesta Machado y Hernández (2009).

1.3.4.1. Diseño del producto.

Es un ejercicio al cual se convoca a los agentes del desarrollo turístico del destino con el fin de crear conciencia acerca de que tan preparado está el clúster para competir con productos exitosos, se trata de hacer una radiografía antes de

emprender las acciones dirigidas a que los turoperadores evalúen las condiciones existentes y estructuren los paquetes (Fernández, 2006).

Concepción de nuevas ideas y su selección. Supone una búsqueda sistemática de nuevas ideas para generar productos turísticos, las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, además de la infraestructura existente (Machado H, 2009).

1.3.4.2. ¿Para qué sirve?

El diseño del producto refuerza la conciencia en los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes (Fernández, 2006).

1.3.4.3. ¿Qué información se requiere?

Datos de infraestructura, atractivos, planta turística, superestructura, uso de tecnología, nivel de capacitación; Esta información lo arrojan los planes turísticos y el plan de ordenamiento (Fernández, 2006).

1.3.4.4. ¿Quiénes participan?

Es un ejercicio al cual se convocan empresarios, autoridades, comunidad en general en tanto que es importante contar con diversas opiniones que permitan crear conciencia de la importancia del tema para el destino (Fernández, 2006).

1.3.4.5. Características específicas del producto turístico.

González (2012) manifiesta que el producto turístico como se ha visto en relación con los servicios, cuenta con características que los diferencian de los bienes: se trata de la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y el carácter perecedero, además, otras características propias de los servicios turísticos, que junto a las mencionadas establecerían un carácter diferenciador de estos sobre el conjunto de servicios de otros sectores de actividad. El mismo autor también hace énfasis que el producto, si se trata de la estacionalidad, los elevados costes fijos de las operaciones y la interdependencia de los distintos productos turísticos.

La estacionalidad es una característica inherente al turismo y que determina en gran medida las estrategias empresariales de las compañías que operan en el sector; al ser un servicio que se consume de forma mayoritaria en época vacacional, observamos que existen grandes variaciones en la demanda según la época del año en la que se encuentren (González, 2012).

1.3.4.6. Componentes del Producto Turístico.

González (2012) propone tres componentes principales que conforman el producto turístico: las atracciones del destino, las instalaciones del destino y la accesibilidad al destino, los componentes se encuentran directamente relacionados con el destino turístico y como veremos se encuentran presentes, en una u otra forma, en la mayor parte de los modelos que tratan de conceptualizar el producto turístico.

Las atracciones del destino están formadas por la imagen que el consumidor tiene del destino, en base a las atracciones naturales, como una playa o una cadena montañosa; y, por otro lado, las atracciones construidas por la mano del hombre, como un parque temático o un enclave arqueológico (González, 2012).

Según la Guía Metodológica para Identificación, Formulación y Evaluación Social (2010) se explica como están formados los componentes del producto:

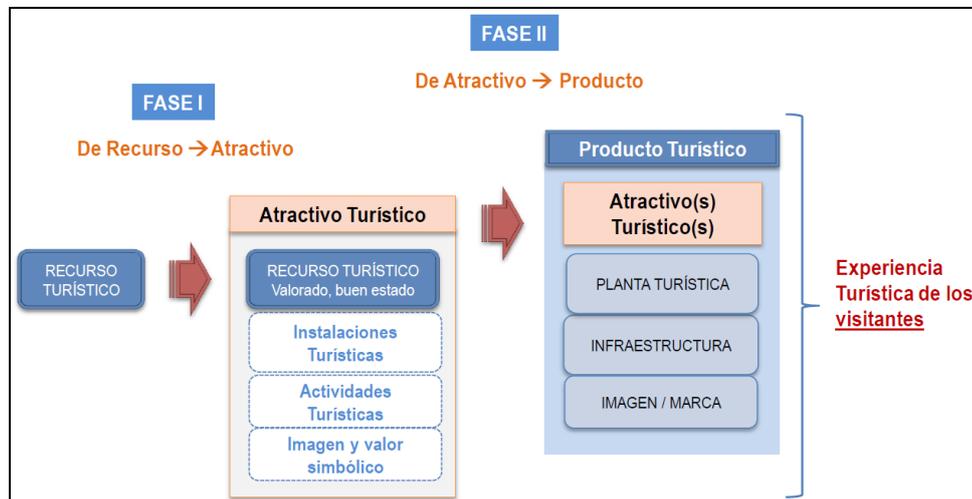


FIGURA6. Componentes del producto turístico.

Fuente: (Snip, 2010)

1.3.4.7. Factores Críticos de Éxito de los Productos Turísticos.

Un factor crítico de éxito es una acción estratégica que puede generar ventajas competitivas y de valor agregado en un producto frente a un mercado específico (Consultores LTDA, 2007).

El mismo autor también menciona que un Producto Turístico es la suma de recursos turísticos y de una planta turística que se encuentran integradas; esta integración, puede ser desarrollada por los mismos actores locales que se encuentran en el territorio o por empresas tour operadoras externas que desarrollarán un programa turístico (Consultores LTDA, 2007).

1.3.5. Recursos Turísticos Competitivos

Primeramente se entiende por recurso turístico “todo elemento natural, toda actividad humana o todo producto antrópico que puede motivar un desplazamiento no lucrativo (Consultores LTDA, 2007).

Este desplazamiento tiene como móvil una curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual por parte del individuo, de acuerdo a Consultores LTDA, (2007:14) enfatiza que:

“Un factor de éxito en cualquier destino turístico será la calidad y la competitividad que tengan los recursos que conforman el o los productos turísticos. Esta calidad está directamente relacionada con los atributos o cualidades que desean ser transmitidas a los turistas y visitantes para satisfacer sus necesidades. Es decir, la calidad será percibida por el turista en la medida que cumple sus expectativas”.

La competitividad será medida por el grado de atracción y satisfacción que se obtenga en el mercado turístico objetivo, por lo tanto, no basta entonces solamente preocuparse de que el grupo de recursos que se desee poner en valor cumpla las expectativas de los turistas sino también que tenga ciertos atributos y/o cualidades que la hagan diferenciarse de otros recursos similares y que tengan el mismo nivel de calidad (Consultores LTDA, 2007).

1.3.5.1. Integración de los actores y sus recursos turísticos.

Para Consultores LTDA (2007) la asociatividad es otro factor crítico de éxito en la búsqueda de un desarrollo turístico óptimo, los productos turísticos actuales de turismo rural, necesariamente deben estructurarse pensando en la integración de los distintos recursos turísticos que conforman su territorio y una de las características más importantes de este tipo de producto es el mix o combinación de elementos turísticos, ya que la transmisión hacia los turistas de la identidad de

la cultura local solamente puede llevarse con éxito cuando hay una eficiente combinación de estos factores .

Los mismos autores detallan que la integración de los actores y recursos da un valor agregado al turista, ya que se siente inmerso en un sistema territorial con valores compartidos y con una clara identidad cultural propia de un producto turístico rural (Consultores LTDA, 2007).

1.3.6. Estrategias eficaces de Comercialización

La determinación de una imagen objetivo del destino es solo una herramienta más en todo un conjunto de factores que deben coexistir para una exitosa estrategia de comercialización; en el caso de las rutas que se seleccionará a fin de trabajar en el proyecto, cada una de ellas deberá contar con una imagen acorde al concepto principal, que será determinado en función de los elementos que las caractericen (Consultores LTDA, 2007).

Los mismos autores indican que no basta solamente con tener un buen producto turístico competitivo para el éxito de un destino turístico, sino hay que necesariamente saber comunicarlo y venderlo de manera eficiente al mercado objetivo ya que la comunicación es esencial en el desarrollo de un producto turístico, definir una marca adecuada y un logotipo que pueda reflejar los símbolos e íconos más representativos (Consultores LTDA, 2007).

1.3.7. El Destino como experiencia integral.

Para la autora Romo (2012) se está viviendo el momento en que el desarrollo turístico deja de ser visto conceptualmente como fruto de azar y se convierte en una actividad cuya evolución depende de las estrategias de diseño, promoción y comercialización cuidadosamente planeadas ya que hoy en día, es habitual que las políticas de desarrollo impliquen el consenso entre sectores y agentes económicos

directamente implicados; ya no basta con contar con una serie de recursos más o menos demandados, sino que es necesario actuar de manera voluntarista construyendo productos que ofrecer a los consumidores, ofrecer productos únicos que permitan posicionarse de manera potente en el mercado.

La misma autora interpreta que hoy cada vez más la sociedad busca sentir, de tal manera que se desplaza a donde experimentar vivencias únicas, desde este contexto, el desarrollo turístico, especialmente de las áreas emergentes, debe ir más allá de la planificación tradicional para atender el concepto de destino (Romo, 2012).

El destino es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral (Valls, 2007).

El destino debe convertirse en la experiencia en sí misma, situándose en la mente de los consumidores del mismo modo en que lo hace una marca cualquiera, que más allá de un producto termina vendiendo una imagen, así lo manifiestan los autores Ávila y Barreno (2005).

Para la OMT (2009) en su libro conceptos, definiciones y clasificaciones, destino turístico se denomina a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (OMT, 2009).

1.3.8. Corredor turístico

Osorio (2004) señala que los corredores turísticos son vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada y de salida del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico. Según su función pueden ser Corredores turísticos de traslado y Corredores turísticos de estadía (Osorio, 2004).

1.3.8.1. Corredores turísticos de traslado.

Quezada (2007) describe que los corredores turísticos de traslado constituyen las redes de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios. No importa que el camino por recorrer, a través de un corredor, sea más largo que si se hubiera utilizado, por ejemplo, una supercarretera carente de cualidades paisajísticas, porque se supone que el mayor tiempo de viaje se compensa ampliamente por la posibilidad de disfrutar del trayecto conociendo nuevos paisajes, por lo que se deben seleccionar las mejores rutas con los mejores paisajes, que cuenten con mayor distribución lineal de atractivos a lo largo de sus recorridos (Quezada, 2007).

1.3.9. Demanda turística.

Está relacionada al proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente al programar sus actividades de ocio por lo tanto depende de muchos factores no solo económicos sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos; hay que distinguir también entre demanda efectiva o actual, demanda potencial, demanda diferida y no demanda (Zurita, 2010).

La misma autora también pone en manifiesto que a esto se suman cuestiones como la elasticidad que imprime cierta conducta de comportamiento esperado del

consumidor, los determinantes económicos de la demanda pueden explicar la utilización por parte de los consumidores de determinados servicios concretos pero hay un conjunto de variedades que pueden ejercer sobre estos mayores efectos: motivaciones, factores psicológicos, costumbres, creencias, tiempo de ocio, estilos de vida (Zurita, 2010).

Según Boullón (2006) es importante tener en cuenta que las decisiones de comprar con cautela es mayor a la de otros bienes de consumo ya que se trata de una inversión que no reporta nada tangible, tiene costos considerables, y casi nunca se realiza de forma espontánea o caprichosa; hay un riesgo implícito, en consecuencia de la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino turístico.

1.3.9.1. Tipos de Demanda Turística.

Para realizar un estudio completo hay que analizar los siguientes tipos de demanda: real, turista real–consumidor potencial, histórica, futura y potencial como lo resalta de la siguiente manera Boullón (2006):

- La demanda histórica es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- La demanda futura es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un período de tiempo determinado a partir del presente.
- La demanda potencial es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (un

centro o un conjunto de centros turísticos), y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura (la que se origina en las plazas de mercado emisor tradicionales) como consecuencia del mejoramiento de los servicios y del aumento de la capacidad de alojamiento o por el efecto de los sistemas de publicidad que, para corregir una oferta subaprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas (Boullón, 2006).

1.3.9.2. Un Cambio motivacional del turista.

Consultores LTDA (2007) se enfoca e indica que en los cambios en el comportamiento del turista y en los valores que constituyen un factor crítico en el nuevo turismo, para los turistas antiguos, viajar era una novedad y las vacaciones eran un tiempo de ruptura con la vida cotidiana, ya que compraban paquetes turísticos que incluían transporte, alojamiento, y diversión a un precio aceptable, estos programas eran bastante homogéneos y predecibles, no otorgaban mucha importancia a la calidad y la búsqueda del sol y playa era prácticamente una constante en sus vacaciones para ahora los nuevos turistas.

En cambio, consideran las vacaciones como una prolongación de la vida, algo común y normal no quieren un paquete turístico estandarizado, rígido y masivo, en el que el sol sea el principal atractivo, sino que les gusta sentirse diferentes, prefieren un turismo más individualizado y muestra un interés creciente por la tranquilidad, el contacto con la naturaleza, la cultura y la no masificación, además estos turistas son espontáneos e impredecibles y la calidad es para ellos algo primordial (Consultores, 2007).

1.3.9.3. Gobernabilidad turística.

La autora Romo (2012:100-101) determina que:

“La gobernanza turística supone la manera y/o capacidad de gestionar los destinos con la coordinación de los actores de los sectores públicos, privados y comunitario de estas; Las condiciones de eficiencia y transparencia, su capacidad de organizar y competencia y calidad de sus funcionarios deben ser sus fortalezas; A la vez debe desarrollar mecanismos de transparencia y rendición de cuentas, sobre todo si hablamos de un destino cuyo fin de proceso es infinito”.

La misma autora establece que la gobernanza turística supone la manera y/o capacidad de gestionar los destinos con la coordinación de los actores de los sectores públicos, privados y comunitarios de estas; Las condiciones de eficiencia y transparencia, su capacidad de organizar y competencia y calidad de sus funcionarios deben ser sus fortalezas. (Romo, 2012).

La descentralización de municipios turísticos tras el convenio de Transferencia de Competencias por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR (2007) juega un rol preponderante en el crecimiento del sector turístico, este tiene la finalidad de lograr la regularización de la actividad turística de los cantones; esta responsabilidad obliga al fortalecimiento de la institución y la planificación sostenible del desarrollo turístico de la localidad que permitirá el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local y aledaña. Dentro del reciente esquema de ordenamiento territorial del Ecuador, se han asignado nuevas competencias y responsabilidades a los gobiernos municipales en el ámbito turístico, pues según lo que indica el artículo 135 del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD, el turismo se refiere a una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno (COOTAD, 2012).

Tradicionalmente los interlocutores sobre la gestión turística en el país habían sido únicamente los “órganos rectores” del estado central, los gremios organizados así

como las Cámaras Provinciales de Turismo y su federación nacional. Sin embargo, en los últimos años han irrumpido nuevos protagonistas que han ido ganando espacio en el debate: los gobiernos autónomos descentralizados (FDSG, 2011); El desarrollo turístico integrado depende de la capacidad para establecer y mantener redes de colaboración entre los diferentes integrantes y agentes que forman parte, en mayor o menor grado, y con mayor medida de responsabilidad, de una realidad tan compleja como es el turismo (Romo, 2012).

1.3.10. Estudio de Mercado.

Sirve para tener una noción clara de la cantidad de visitantes que habrá durante un período de mediano plazo y qué precio están dispuestos a obtener adicionalmente; el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, esto indicará igualmente que tipo de clientes son los interesados en los bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio (Zurita, 2010).

El autor Trenzano, (2000:72) indica que:

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, y procesados mediante instrumentos estadísticos, y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”.

Posteriormente a esto se dará apertura a un estudio de mercado que brindará la debida información que se necesita saber para plantear el precio adecuado o imponer alguno debidamente justificado o argumentado, así poder introducir y dar a conocer en el mercado, el nuevo producto (Zurita, 2010).

1.4. CANTÓN SANTA ELENA, ÁMBITOS Y SUS CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE AVENTURA.

El cantón Santa Elena es privilegiado, ya que forma parte de la franja costera y es de gran importancia para el mercado nacional e internacional de turismo, además por su cercanía con las comunidades, que son sitios con recursos naturales magníficos con mucho potencial, presenta la apertura a realizar diferentes actividades y entre ellas la práctica de aventura como canopy, kayak, parapente, buceo, cabalgata, paseos por senderos, entre otros.

La Fundación Santiago de Guayaquil (2011) señaló, en un informe que realizó en el cantón, que por la gran variedad de atractivos naturales como las playas, el bosque de la cordillera Chongón Colonche, las desembocaduras de los ríos y fragmentos de manglares, las zonas de sábana del Bosque Seco Tropical, etc., hacen que Santa Elena sea una zona ideal para el desarrollo de un tipo de turismo de naturaleza y de opciones de deportes de aventura.

La administración de las distintas actividades ofertadas podrá ser con una modalidad comunitaria, buscando una mejor redistribución de las rentas por conceptos de turismo, ya que estos dos tipos de turismo son favorables de desarrollo en las parroquias de Santa Elena (Fdsg, 2011).

La Fundación Santiago de Guayaquil (2011) recalca que en Santa Elena la práctica del Surf está ganando cada día más popularidad en lugares como Montañita, La Punta, Manglaralto, Libertador Bolívar, Punta Blanca, Chuyuipe, entre otros, que tienen gran potencialidad en prácticamente toda su región, sobresalen el surf, buceo, pesca deportiva, velerismo, parapente, rafting, senderismo, caminatas, canotaje, ciclismo, cabalgatas, entre otros.

Se entiende como beneficiarios directos a toda la población que trabaja directamente en el sector turismo, y como beneficiarios indirectos a toda la

población que interviene en las distintas cadenas de valor que se verán beneficiadas por la dinamización económica que llegue a generar el turismo en la provincia de Santa Elena, otros beneficiarios del turismo serán de acuerdo a las políticas del PLANDETUR (2007) los visitantes en general, tanto nacionales como internacionales. Ellos recibirán los beneficios en cuanto a una mejora de las experiencias turísticas, de ocio y recreación.

1.4.1. Ámbito físico espacial

Ubicación Geográfica.

El cantón de Santa Elena está ubicado en la Provincia de Santa Elena, capital de la misma cabecera cantonal, lugar donde se concentra gran parte de la población de toda la provincia y limita con los siguientes puntos:

- **Norte:** cantón Puerto López (Provincia de Manabí)
- **Sur:** Océano Pacífico y cantón General Villamil Playas (Provincia del Guayas)
- **Este:** cantón Pedro Carbo y cantón Guayaquil (Provincia del Guayas)
- **Oeste:** Océano Pacífico y el cantón La Libertad

ILUSTRACIÓN 1

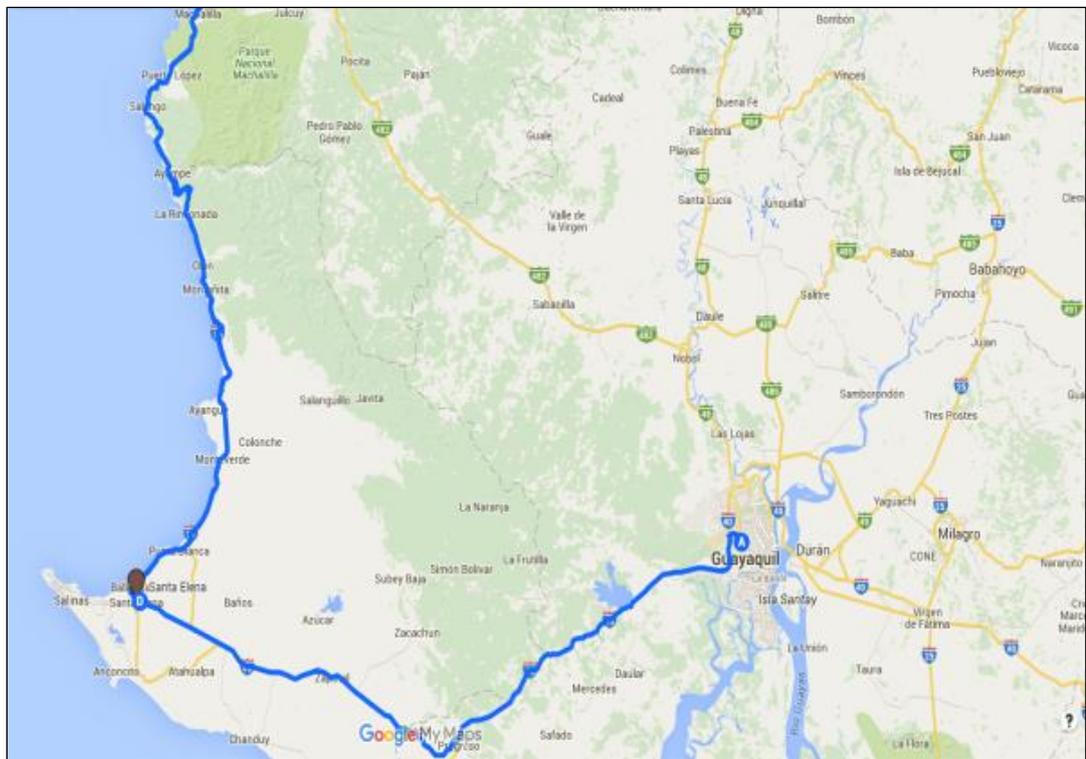


FIGURA7. Ubicación geográfica del cantón Santa Elena

Fuente: <https://maps.google.com.ec>

Extensión.

El cantón de Santa Elena tiene una extensión territorial de 3669 km²

Organización Política – Administrativa

El cantón de Santa Elena al igual que otras dependencias ecuatorianas o ciudades se rige por una municipalidad como lo estipula la Carta Magna del Ecuador que es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena, el Alcalde es la máxima autoridad tanto administrativa como política y está constituida por su cabecera cantonal del mismo nombre y por 6 parroquias rurales (Fdsg, 2011):

- **Provincia:** Santa Elena
- **Cantón:** Santa Elena
- **Cabecera cantonal:** Santa Elena
- **Parroquias:** Ancón, Atahualpa, Chanduy, Colonche, Manglaralto y Simón Bolívar

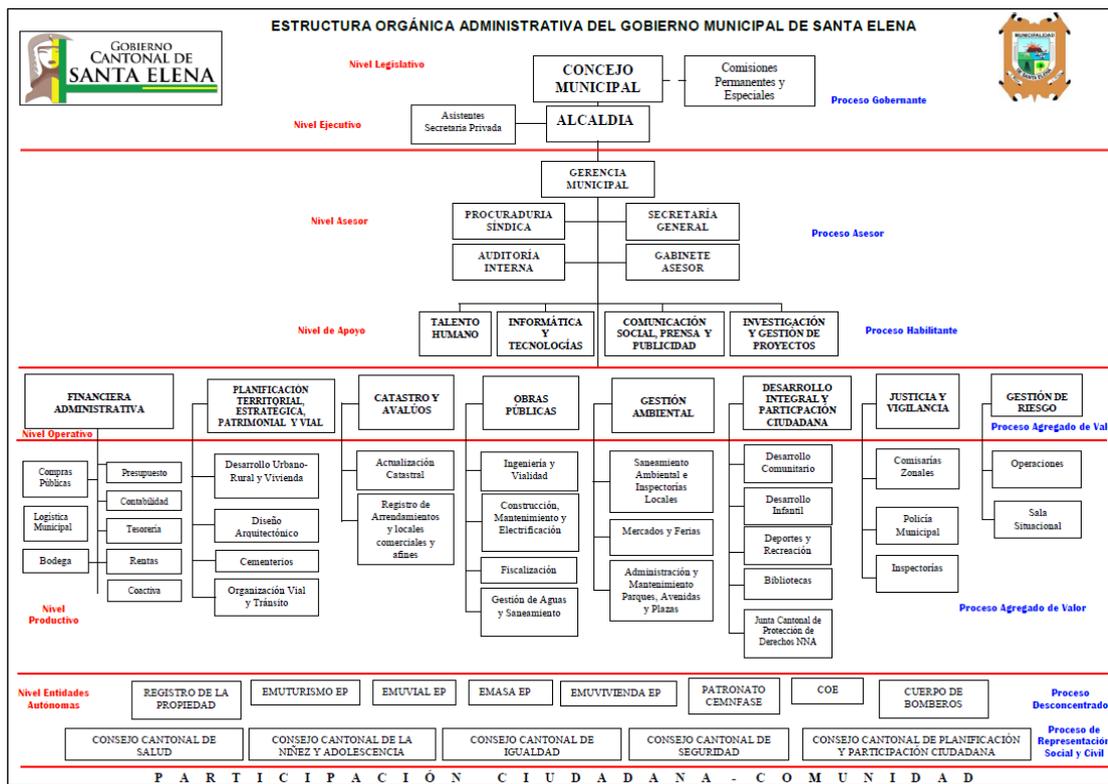


FIGURA 8. Estructura Orgánica Administrativa del GAD, cantón Santa Elena

Fuente: (Soto, 2011)

1.4.1.2. Ámbito social - cultural

Historia del cantón Santa Elena.

El cantón Santa Elena, se conforma como tal el 22 de enero de 1839. Está constituido mayormente por “comunas”, una forma de organización político-administrativo en donde prevalece el bien común y cuyos integrantes se reconocen

como descendientes directos de los habitantes ancestrales de estas tierras según los estudio de la (Fdsg, 2011).

Santa Elena es parte de la península de Santa Elena, un asentamiento que históricamente se constituyó en centro de referencia de la región, antes de su descubrimiento se llamó Sumpa, adjetivo que en lengua Chimú significa punta, formó parte de la Cultura Valdivia y Guangala con rasgos étnicos particulares propios de los cholos costeños, cuyos ancestros demostraban talento y habilidad expresados en los trabajos de cerámica, metales, conchas y caracoles encontrados por los arqueólogos en las excavaciones en el sitio (Fdsg, 2011).

La población de Santa Elena fue descubierta por el español Francisco Pizarro el 18 de Agosto de 1527, desembarcando en el balneario de Ballenita y tomando posesión a nombre de los Reyes de España llamándola Santa Elena; pero fue Bartolomé Ruiz quien describió y exploró las costas del litoral ecuatoriano, por lo que no existe documento que otorgue a Pizarro el mérito del descubrimiento geográfico de la península de Santa Elena. Santa Elena fue un puerto con una ubicación muy discutida, se cree que estuvo situada en la actual ensenada de Ballenita o en la de La Libertad, pero lo cierto es que tuvo esa función para la región. La revolución guayaquileña del 9 de Octubre de 1820 resonó pocos días después en Santa Elena y las autoridades del lugar comunicaron su adhesión al Cabildo. En junio de 1824 fue considerado como villa de Santa Elena y el 22 de enero de 1839 Vicente Rocafuerte, Presidente Constitucional de la República, creó el Cantón Santa Elena, en la Provincia del Guayas. Por el año 1908, el cantón Santa Elena contaba con 11.000 habitantes aproximadamente y su conformación política-administrativa se conformaba por 4 parroquias: Santa Elena que era la cabecera cantonal, Manglaralto, Colonche y Chanduy (Fdsg, 2011).

La comunicación y el transporte en aquel entonces se realizaban a través de barcos a vapor y carretas a tracción animal, aunque existían pequeñas lanchas que también servían para el transporte de carga y personal; la influencia de los

conquistadores españoles y en especial de la iglesia católica, en su afán de catequizar a los pueblos conquistados, se estableció desde la época colonial en las cabeceras parroquiales y en los recintos (de ese entonces) como: Olón, Montañita, San Pedro, Valdivia, Salinas, La Barranca, Engabao, Engunga, Muey, San Vicente y Azúcar (Fdsg, 2011).

El desarrollo llegó lentamente a la zona, en noviembre de 1917 se inauguró la estación radiotelefónica, años después se abrió una vía carrozable hacia Guayaquil que en invierno se cerraba y sólo servía en verano; hacia 1954 se instalaron las primeras luces del alumbrado de neón y desde 1921 hasta 1948 existió el ferrocarril Santa Elena - Guayaquil, que salía de la actual ciudadela ferroviaria y se hacía hasta cuatro horas de camino como tiempo normal de recorrido; muchos años atrás su principal actividad productiva era la manufactura a gran escala del sombrero de paja toquilla, que servía como producto de exportación y llegó a colocarse como el tercer producto de exportación del país (Fdsg, 2011).

Según la FDSG (2011) el territorio sufrió un proceso de desertificación en el siglo XIX por la tala indiscriminada del bosque tropical seco, consecuentemente el estado ecuatoriano realizó el Plan de Desarrollo de la Cuenca del Guayas con el propósito de construir el trasvase de aguas Daule-Santa Elena, para recuperar y potencializar la producción agrícola del sector; además de suministrar y abastecer de agua potable a la población e industria. Al momento, ha sido muy limitada la cobertura del proyecto, por lo que el principal problema de la provincia incluido sus cantones y parroquias es el déficit hídrico (Fdsg, 2011).

Los estudios de la FDSG (2011) indican que cuando Santa Elena era cantón de la provincia del Guayas no recibió la atención necesaria a sus necesidades, por lo que luego de una larga lucha ciudadana se convirtió en una provincia con deseos de superar los problemas que impiden su adecuado progreso como son: la carencia de agua y la reactivación productiva. La nueva provincia tiene al cantón Santa Elena como el centro administrativo y por su extensión es el lugar en donde se

realizan una gama de actividades productivas. El Cantón Santa Elena por su extensión necesita particular apoyo, dado que en él yace la ruralidad de la provincia, especialmente de las poblaciones autóctonas de la costa ecuatoriana, por lo cual es importante que tenga en consideración a las organizaciones comunales para conjuntamente con la población urbana lograr el desarrollo equitativo y sustentable del territorio santaelenense (Fdsg, 2011).

Idioma.

Los habitantes del cantón Santa Elena en su totalidad hablan el idioma español.

Demografía

El cantón Santa Elena tiene una población aproximada de 144.076 habitantes según los registros del Instituto Nacional Ecuatoriano de Censo (INEC, 2010).

Religión

Los habitantes del cantón Santa Elena en su mayor parte son devotos del catolicismo y un pequeño porcentaje está repartido entre testigos de Jehová, evangélicos, mormones, ateos, etc.

Migración.

En el cantón de Santa Elena existe un porcentaje de población que emigra hacia otras provincias o ciudades del Ecuador, una de las principales causas es la falta de oportunidades o fuentes de trabajo que les permita solventar los gastos en sus hogares, otro factor es la falta de apoyo de parte de las autoridades gubernamentales hacia los habitantes del cantón al contratar servicios de personas de otros lugares estancando el progreso y desarrollo del cantón, empujando a que busquen mejores oportunidades en otros lugares (Fdsg, 2011).

1.4.1.3. Ámbito ecológico – territorial.

El cantón Santa Elena cuenta con las siguientes características:

Clima.

Se consideran 3 diferentes zonas climáticas: Clima Tropical Húmedo en la cordillera Chongón Colonche, Clima Tropical Seco localizado en la faja costera y Clima Tropical Sabana que cubre la mayor parte del cantón en la parte baja y valles del cantón Santa Elena (Fdsg, 2011).

Temperatura.

La temperatura media anual se encuentra entre los 23.5 y 25.2°C, las máximas temperaturas rara vez superan 32°C y las mínimas son del orden de 16°C., siendo menor en los meses de julio a septiembre (Fdsg, 2011).

Precipitación.

Las precipitaciones anuales son inferiores a 500 mm y están concentradas en una sola estación lluviosa, de enero a abril. Entre julio y octubre, el tiempo se caracteriza por un cielo muy nuboso, neblinas y garúas sin impacto notable en la vegetación. La precipitación pluvial disminuye de Este a Oeste, siendo menor en el sector cercano a la puntilla de Santa Elena, donde cae menos de 250 mm de lluvia al año (Fdsg, 2011).

1.4.1.4. Servicios básicos

Agua

El agua llega a los domicilios por medio de una red entubada, de la planta potabilizadora de Atahualpa la cual es administrada por AGUAPEN E.P. el cual abastece este líquido vital a los habitantes del cantón.

Sin embargo en alguna comunidades reciben el líquido vital desde esta estación de bombeo a través de canales que van hasta los embalses de la presa Chongón, utilizando el mismo método va a través de canales y cauces naturales hasta la represa de El Azúcar, luego va a Río Verde y así mismo hasta la Planta de Atahualpa, para ser potabilizada y así enviarla a través de las extensiones de red y llegar a las comunidades de San Vicente, Colonche, Guangala, Río Viejo, El Salado, Pampa y El Coronel, además, de Iceras, Las Balsas, Corozo (Fdsg, 2011).

Energía eléctrica.

La Empresa Eléctrica Península de Santa Elena (CNEL), proporciona energía eléctrica a todos los habitantes del cantón y un pequeño porcentaje que aún no posee el servicio pero a medida que pasa el tiempo se espera cubrir en su totalidad.

Alcantarillado.

La cobertura de alcantarillado en su mayoría corresponde al área urbana céntrica y en cambio otras aun no cuentan, con el sistema de alcantarillado sanitario, las autoridades esperan con el pasar del tiempo terminar de implementar el servicio en todo el cantón.

Recolección de basura.

La recolección de basura en el cantón de Santa Elena está a cargo de la empresa pública EMASA que es una subempresa del gobierno municipal y recoge la basura tres veces a la semana en horarios rotativos.

1.4.1.5. Infraestructura básica.

Educación

El cantón de Santa Elena cuenta con 176 establecimientos educativos distribuidos en zona rural y otras en urbanas además cuentan con universidades públicas y privadas en donde se imparte la enseñanza a todos los habitantes del cantón.

Salud.

En el cantón se encuentran varios centros de salud y un hospital general de primera calidad que cumple con las normativas establecidas, Dr. Liborio Panchana, que atiende a la gran mayoría de los habitantes e incluso recibe de otros cantones cercanos. También está el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y el subcentro de salud municipal.

Comunicación.

Dentro del cantón el servicio de telefonía móvil es ampliamente utilizada por gran parte de la población, además que existen recargas automáticas y el uso de la telefónica convencional de Corporación Nacional de Telecomunicación (CNT)

Abastecimiento de productos.

El cantón de Santa Elena en su gran mayoría es abastecida con los productos de primera necesidad por el cantón La Libertad que es centro de abastecimiento de víveres, como también es el casco comercial de la península.

1.4.1.6. Ámbito económico.

Actividades productivas.

El cantón Santa Elena es de los cantones con mayor extensión territorial, la mayor parte del territorio es rural cubierta por el régimen de comunas; la población se dedica a un sinnúmero de actividades entre las que están con el 25% la pesca ya que la mayor parte del cantón posee playas debido a su franja costera, como segunda actividad está el comercio con el 22%, también está la actividad turística que se viene desarrollando con el 18%, luego está la agricultura con el 13%, con cultivos de ciclo corto por ser tierras fértiles y productivas entre las cuales cosechan el melón, sandía, cebolla y pimiento, muchos de ellos se vuelven comerciantes y viajan a los centros urbanos ofertando una gama de productos y servicios de primera necesidad a bajo costo (Fdsg, 2011).

También se encuentran los que se dedican a la manufactura con el 10%, la confección de artesanías con el 7% y los que se dedican a la albañilería con el 5%; es evidente que el cantón se define a partir de los recursos que posee, bien sean estas en el mar o en la tierra sembrando o pescando, de esto vive y depende casi la cuarta parte de la población de una manera silenciosa, luego a distancia está el pequeño comercio, la artesanía y las actividades de construcción.

Actividad turística.

La actividad turística del cantón Santa Elena se ha desarrollado desde hace varios cientos de años, en la década de los 70 conocían a Santa Elena como una región privilegiada del temple más saludable de toda la jurisdicción, con un terreno caliente sin ardor, seco sin esterilidad y templado e incluso enfermos de otros lados buscando salud, pasaban de los 80 y se dedicaban a la caza de venado y a la pesca, el científico Teodoro Wolf visitó Santa Elena en el año 1974 e investigó sobre el agua de San Vicente y predijo que podrían ser medicinales para personas que están enfermas; ya en 1989 se hablaba de atraer una corriente de turistas en busca de esparcimiento y distracción (Fdsg, 2011).

Según la FDSG (2011) en 1919 El Telégrafo publicó un reportaje sobre viajes a la península donde promocionaban a Baños de San Vicente, Santa Elena y Salinas donde el pasaje costaba 60 sucres. En 1920 se desplegó el primer viaje turístico a Salinas y Santa Elena, desde ese entonces se cambiaron las costumbres turísticas de los guayaquileños y en lugar de viajar a la sierra llegaban mejor a la península de Santa Elena. Desde el 2000 hasta la actualidad es uno de los destinos visitados por turistas de todo el Ecuador ya que mantiene en constante desplazamiento a visitantes residentes y no residentes, turistas y excursionistas considerado como un destino de grandes oportunidades con mucho por ofrecer a los visitantes. Emoturismo es la entidad que se encarga de manejar las riendas de la actividad turística de todo el cantón en conjunto con la Dirección de Turismo (Fdsg, 2011).

1.5. MARCO LEGAL: JERARQUIZACIÓN DE LA LEGALIDAD.

Dentro del marco jurídico en materia de legislación turística, se abarca una gran cantidad de temas, en este capítulo se presenta una síntesis de las leyes dando cumplimiento a las competencias en el ámbito turístico y social; garantizando los derechos de los ciudadanos, la naturaleza, amparados en la Carta Magna del Ecuador como lo es la Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir, COOTAD, Ley de Turismo y más leyes correspondientes y reglamentos con los artículos específicos que se consideran aplicables para el trabajo de tesis propuesto para el desarrollo del cantón que se detalla de la siguiente manera:

La Constitución del Ecuador.

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan las relaciones del buen vivir, del sumak kawsay (Constitución del Ecuador, 2008).

- Según la Constitución del Ecuador (2008) el estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la constitución y la planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requiere que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza (Constitución del Ecuador, 2008).

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos (Constitución del Ecuador, 2008):

- Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
- Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad del agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
- Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del estado.

De acuerdo a lo descrito, es claro y evidente que el estado como eje principal que rige en el país y como pilar fundamental hacia un mejor país, debe y tiene que promover un sistema de economía equitativa basado en la sostenibilidad aprovechando los recursos que posee generando fuentes de empleo para todos los ecuatorianos.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del estado (Constitución del Ecuador, 2008):

- Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
- Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la constitución y la ley.

Análisis de la Ley de Turismo.

Los artículos pertinentes de la Ley de Turismo en sus dos secciones tiene como principal objetivo “establecer un marco legal que va a regir para el debido desarrollo, aporte, fortalecimiento y sobre todo la promoción del sector turístico y de esta manera sin tratar de adelantar los elementos importantes de la política turística, democratizando y promoviendo el manejo del sector y sus utilidades, al tiempo que, vía turismo, se fomente particularmente a los emprendedores” de una población, localidad o comunidad a través del ámbito turístico económico y social, como constan en el Reglamento de Ley de Turismo (2002).

La Ley de Turismo del Ecuador en su capítulo I, Generalidades, Art. 1.- Sostiene, que esta ley determina el marco legal que regirá para las promociones, el desarrollo y la regulación de la actividad turística; las potestades del estado las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ley de Turismo, 2002).

El Capítulo IV, del Ministerio de Turismo en el Art. 15 en el literal 7, menciona que es atribución de dicho organismo promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos y programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas, incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

Análisis del Plandetur 2020.

El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020 busca que el turismo se consolide como uno de los principales ejes dinamizador de del desarrollo económico al ser Ecuador es un país pluricultural y multiétnico, con un gran potencial turístico irremplazable y único, dividido en sus cuatro mundos: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, que ofrecen oportunidades aunque han sido muy poco aprovechados y utilizadas por pocas personas sin cumplirse con el efecto multiplicador, beneficio para todos; con estrategias turísticas a desarrollarse por parte del Ministerio de Turismo se busca articular y enlazar a un porcentaje mayor posible a sus habitantes, en los beneficios de esta actividad como lo es el turismo Mintur, PLANDETUR 2020, (2007). El objetivo fundamental es democratizar y promover la actividad turística, logrando un desarrollo económico, social-cultural y que también que los gobiernos autónomos descentralizados, prefectura y Ministerio de Turismo tienen la obligación de crear o implementar políticas que apoyen en la potencialización de nuevas ofertas turísticas sostenibles en busca de una disminución de la pobreza (Mintur, PLANDETUR 2020, 2007).

- ✓ El país debe y necesita tener hoy en día un desarrollo turístico sustentable y sostenible que preserve, cuide su riqueza patrimonial histórica, cultural, arquitectónica, natural, ambiental y a nivel de nacionalidades y etnias, por eso es importante indicar que el autor se declara partidario de un turismo innovador, diversificado y responsable como lo indica el MINTUR (2007).
- ✓ También se necesita a la vez que se reactive la economía, por ende el gobierno nacional y el Ministerio de Turismo desarrollan y trabajan ejecutando el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible con una perspectiva al año 2020 (MINTUR, 2007).

Análisis del Plan Nacional del Buen Vivir.

Las políticas y objetivos del Buen Vivir se fundamentan en impulsar el cambio hacia la transformación de la matriz productiva del país, el Buen Vivir, es por tanto, una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión más amplia, y una economía endógena, dicho de esta manera, el turismo es un factor primordial de desarrollo o fuente de ingreso dentro del país al ser una de las actividades más rentables o de mayor ingreso, es por eso que hacia allá apunta el Plan Nacional del Buen Vivir a tratar en su mayoría de atender a los sectores más delicados, vulnerables para poder corregirlos a mediano plazo, como lo manifiesta el objetivo 7 (PNBV, 2009):

- **Objetivo 7:** Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece las regulaciones específicas para cada uno de los gobiernos correspondientes a cada nivel territorial, al respecto se definen los órganos del gobierno, sus fines, composición, funciones, atribuciones y prohibiciones (M.C.P., 2012). En correspondencia con las disposiciones constitucionales, el código determina los marcos y características específicas que tendrán las funciones ejecutivas, legislativa y de participación ciudadana de cada uno de los niveles de gobierno procurando el equilibrio y la armonía (M.C.P., 2012).

La Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, permite dispersar competencias a los gobiernos subnacionales y asignar recursos fiscales bajo principios de equidad y democracia. En el COOTAD (2012), se establecen disposiciones y mecanismos de asignación equitativa de recursos, de tal forma que se garantice el desarrollo equilibrado de todos los territorios, la igualdad de oportunidades y el acceso a los servicios públicos.

1.5.1. Marco metodológico para la propuesta del diseño de ruta turística de aventura.

Partiendo como punto principal se tomó en cuenta para el trabajo de investigación los fundamentos legales, que respalden, validen y den la veracidad del caso en la propuesta, para el diseño de la ruta de aventura, por ende a su respectiva revisión de las normativas ecuatorianas vigentes a través de la Carta Magna, como es la Constitución de la República del Ecuador del 2008, el Plandetur 2020, el Plan Nacional de Buen Vivir, la Ley de Turismo 2002, y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, ya que son bases legales que contienen importantes artículos e incisos determinantes que rigen en temas de mucho interés, por ello dan apertura como la factibilidad a la propuesta de desarrollo para el beneficio del cantón, de la provincia y los sectores cercanos.

El diseño de la ruta de aventura para el cantón Santa Elena apunta como principal estrategia la diversificación e innovación de la oferta turística, enfocándolo y haciendo del cantón un destino turístico competitivo, dicho esto, se refiere a rutas turísticas a nivel del Ecuador. La investigación está estructurada a base de un diseño no experimental, en donde el contenido y los resultados obtenidos se respaldan básicamente en información obtenida netamente en el campo o lugar de estudio.

Para cumplir con los lineamientos de los objetivos va a ser necesario realizar como punto de partida el estudio de mercado, el cual está dirigido exclusivamente a turistas nacionales y extranjeros con el propósito de determinar sus gustos o preferencias al momento de elegir algún viaje o lugar, por ende se realizará esto a través de las encuestas. También se realizarán encuestas a la población del cantón Santa Elena, entrevistas a las respectivas autoridades locales, cantonales y provinciales que son el timón principal de la actividad turística, entre otras y así que puedan dar una perspectiva de lo que será el diseño de la ruta de aventura.

CAPÍTULO II

2.1 VALIDACIÓN METODOLÓGICA.

La metodología que se utilizará en esta investigación, comenzará con un estudio que se basa en la recolección de información mediante procedimientos lógicos que se utiliza, dicho de esta manera, poder descifrar relaciones tanto internas como externas de los procesos de una realidad de ámbito social, cultural y natural a través de fuentes primarias y secundarias, como son los métodos de la observación, el método inductivo, así como también el método deductivo.

También durante el desarrollo de la propuesta se considerará para su realización un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. Dentro del proceso de investigación es importante tomar en cuenta el problema ya delimitado que sirvió para determinar los atributos más importantes de los turistas que visitan el cantón de Santa Elena y la validación metodológica de los instrumentos que van a ser utilizados para la recopilación de la información y que permitió comprobar la hipótesis establecida, corregida y validada por: (ANEXO 14).

- ✓ Lcda. Tannia Aguirre Suarez, MSc.
- ✓ Ing. Sabina Villón Perero, MSc.
- ✓ Lcda. Narcisa Vásquez Farfán, MSc.

Entre otros puntos claves que están identificados consta determinar los turistas que estarían interesados en visitar el cantón Santa Elena como destino turístico y la importancia que tiene la realización de una ruta de aventura a través de los diferentes criterios de los actores del sector turístico. Por ende se colabora con la facilidad de todo un proceso de investigación, justificándose en el avance encaminado al desarrollo del cantón Santa Elena como uno de los destinos turísticos que oferta atractivos y actividades a realizar de gran interés mediante la

aplicación del diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística, en el cantón Santa Elena.

2.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

Uno de los principales métodos que se utilizaron en esta investigación fue la aplicada de tipo no experimental dado que los procesos metodológicos que se utilizaron para la respectiva validación en la investigación realizada dentro del cantón Santa Elena básicamente se sustenta en el diseño mixto cualitativo-cuantitativo por lo que ha sido de gran importancia recurrir a métodos de investigación de campo, para saber la situación actual en que se encuentran los atractivos, además contar con otros recursos potenciales dentro de los diferentes sitios y seleccionarlos para que formen parte de la ruta de aventura que se desea ofertar; los métodos descriptivo y exploratorio permitieron la recolección de fuentes primarias y secundarias para un respectivo análisis y desarrollo de la realización de la presente propuesta.

Además se utilizaron técnicas e instrumentos de investigación científica que confirmaron la veracidad del levantamiento y recopilación de la información, ya que se recurrió a fuentes como documentos y archivos para confirmar y comparar datos con los que maneja el GAD cantonal de Santa Elena.

Método Inductivo/Deductivo.

Son métodos muy valiosos y se los utilizaron en el planteamiento del problema para poder elaborar las preguntas de investigación, por ende el conocimiento deductivo da apertura para pasar de las verdades particulares implantadas dentro de las verdades universales, de este modo las vuelve más explícitas. Por aquello este método parte de datos muy generales y llega hasta una conclusión de tipo muy particular.

Método Analítico.

La analítica se la empleó para poder obtener criterios que fueron válidos para profundizar y que viabilicen la propuesta del diseño de una ruta de aventura, ya que este método dio a conocer el objeto de estudio, por ello la realidad inmediata del tema mencionado.

Método Cualitativo.

Con el enfoque cualitativo, se reconoció el fenómeno que se estudió en su entorno natural, utilizando como principal instrumento, la recolección de datos, por ello, durante todo el proceso de investigación se procedió a dar un análisis sobre los datos recopilados e ilustraciones descritas, de una realidad social-cultural y económica a partir de rasgos específicos que fueron claramente identificados a lo largo del proceso de investigación dentro del cantón Santa Elena y por ende permitieron tomar decisiones o medidas respectivamente enfocada a una realidad detectada a partir del objeto de estudio.

Método cuantitativo.

El método o enfoque cuantitativo, significó que la investigación partió principalmente de receptar datos con medición numérica para poder comprobar la hipótesis establecida, mediante un análisis porcentual estadístico, que permitió delimitar patrones de comportamiento y probar teorías de la investigación.

Si bien es cierto que el diseño metodológico se fundamenta o se basa en estos dos tipos de investigación como lo son el enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, se analizaron también las causas del porqué de la problemática planteada como lo es la falta de productos turísticos en el cantón y por ende el efecto conlleva al poco desarrollo turístico

También con los enfoques mencionados se dio apertura a conocer de gran medida los gustos, preferencias, pero sobre todo motivaciones de los turistas o extranjeros a la hora de realizar la actividad turística, también sobre las expectativas que tienen dichos visitantes ante un nuevo e innovador producto turístico dentro del cantón y de la provincia entera.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para poder llevar adelante el desarrollo de la propuesta de tesis, los tipos de investigación utilizados y que se aplicaron dentro de la investigación fueron los siguientes: el analítico, la investigación documental, de campo, la exploratoria y la descriptiva.

Investigación Documental.

Se la eligió porque esta investigación se apoya en fuentes de carácter documental, por ende se recurre a documentos o material bibliográfico existente de tiempos atrás permitiendo tener una base tanto que se las obtuvo en las diferentes bibliotecas, municipios, páginas Web, archivos, revistas, etc.; como también en las oficinas de información turística y en la misma comunidad del objeto de estudio; para posteriormente realizar una interpretación racional, compararlas y luego aplicar un análisis objetivo de los datos más relevantes y de actualización del cantón Santa Elena.

Investigación de Campo.

La investigación de campo es un estudio sistemático de problemas, es decir, en el lugar que ocurren los problemas ya que permite conocer la realidad de los hechos o acontecimientos con el fin de poder descubrir y explicar.

Para poder obtener información directa y veraz se optó primero por realizar varias visitas hacia las comunidades objetos de estudio que están dentro del cantón los días 28 y 29 de agosto del 2015 durante un lapso de 10 horas diarias siendo así muy minuciosos y observando cada detalle, así mismo con las personas involucradas en el sector turístico, determinando sus inquietudes y sugerencias, sin olvidar también a las autoridades locales, de esta manera se pudo levantar la información necesaria. En este tipo de modalidad el investigador tomó contacto de una forma directa y en otros casos se complementó información en algunos casos a través de fuentes secundarias.

Investigación Exploratoria.

Esta investigación permitió recolectar información preliminar con la finalidad de tener una base del objetivo de dicha investigación, de modo que se pudo proyectar, la mejor forma de poderla ejecutarla. Por ende este tipo de estudio formativo tuvo como objetivo la formulación para poder posibilitar la investigación precisa, concisa en el desarrollo de la hipótesis.

En el proceso de investigación se utilizó la exploratoria mediante la revisión documental para poder examinar y tener en cuenta el conocimiento previo sobre el problema del objeto de estudio que direcciona los objetivos para poder comprender, e ilustrar con conocimientos planteándolo para posibles soluciones.

Investigación Descriptiva.

La investigación descriptiva es de carácter analítico correlacional lo cual sirvió y permitió describir los hechos que se suscitan y los principales problemas que existen dentro del cantón de Santa Elena para poder relacionar a las dos variables de la presente investigación, con el único propósito de buscar, comprobar y especificar la hipótesis, ya que esto determina las incidencias de los resultados obtenidos, mediante las encuestas realizadas, porque permite también analizar las

principales causas del problema a través de posturas de sus diferentes segmentos que arrojaron como resultado los diferentes tipos de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de la investigación, en este caso la oferta y demanda.

Investigación Explicativa.

La investigación explicativa se la utilizó de tal manera que pudo explicar las razones del porqué acontece la situación del objeto de estudio y sus condiciones, dando a mostrar la correlación existente de las variables estudiadas, manifestando los cambios cualitativos o explicativos que esta propuesta intenta resolver dándole un sentido de entendimiento explícito y completo del fenómeno que está ocurriendo dentro del cantón de Santa Elena.

Además que esta investigación ayudó a adquirir una información más real y fortuita de los sitios de interés turístico con gran potencial con los que cuenta el cantón Santa Elena, para que los turistas puedan visitar y conocer todos los lugares de manera general dando apertura a nuevas alternativas.

2.4 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

En cada investigación siempre es importante definir las técnicas e instrumentos que se utilizarán para la realización de la investigación y de las cuales se encuentran las siguientes: la observación, la entrevista y por último la encuesta de una manera profunda y detallada tomando en consideración el objeto de estudio.

La Observación.

La observación científica permite ver una realidad específica y detallada en el lugar de investigación, en este caso del cantón, las constantes visitas permitieron observar con claridad al objeto de estudio, situación trabajada los días 28 y 29 de

agosto del presente año 2015, y por último para una variación o cambio el día 5 de septiembre del 2015 se logró ver cómo estaba estructurada cada comunidad, población, recursos o atractivos que posee, accesibilidad, flujo de turistas y de esta manera se hace que sea más eficiente y clara la propuesta.

En la etapa del diagnóstico situacional dentro del cantón de Santa Elena fue indispensable utilizar las fichas de caracterización turística para comunidades, formato propuesto y elaborado en la obra Manual para el diagnóstico turístico local de Ricaurte (2009) (ver **ANEXO 1**).

El inventario de atractivos turísticos se elaboró a través del levantamiento de datos in situ, información relevante de los recursos naturales y culturales que posee el cantón de Santa Elena mediante las fichas técnicas para inventario de atractivos turísticos propuesto por el Ministerio de Turismo (**ANEXO 2**).

La Encuesta.

La técnica de la encuesta se la empleó para recolectar todos los datos sobre el turista o visitante que visita el cantón, tanto nacional como extranjero, con el apoyo de un banco de preguntas formuladas en un cuestionario (**ANEXO 5**), los días 18, 19 y 20 de septiembre del año en curso en un horario de 09h00 hasta las 17h00. Además se realizó también un cuestionario para los habitantes del cantón Santa Elena (**ANEXO 3**) en los días 25, 26 y 27 de septiembre del presente año, el mismo que se aplicó en el horario de 10h00 a 17h00 distribuido en varias de las comunidades de mayor flujo turístico como Montañita, Ayangue y San Pablo, para identificar el interés en participar en calidad de actores principales al tener contacto con el turista, constatando cual es la perspectiva que se tiene acerca de la oferta turística del cantón.

La Entrevista

La entrevista consiste básicamente en recopilar información o entablar una conversación entre dos o más personas de una forma directa, en este caso se la realizó mediante una guía de preguntas previamente elaboradas y corregidas (**ANEXO 7**) por los docentes correspondientes, dirigida a autoridades y profesionales expertos en el área dentro de la actividad turística en la Provincia de Santa Elena dado que son el timón principal del turismo entre las cuales están la Empresa Municipal de Turismo del Cantón Santa Elena, Prefectura y Dirección Provincial de Turismo, gracias a esto se consiguió socializar la propuesta planteada el día 30 de septiembre del 2015 y conocer el nivel de aceptación o colaboración en la propuesta para determinar los efectos que tendrá dentro del cantón.

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población o universo que se ha considerado en la realización de la investigación para los datos de la población se tomó del último censo del INEC (2010), y para datos de turistas de Santa Elena, al azar, debido que a pesar de las aproximaciones y levantamientos de información a nivel nacional que se registran no ha existido hasta la fecha, un estudio técnico respecto a su demanda turística cantonal, en una publicación morejón manifiesta una cantidad de 14469 turistas que ingresaron a la REMACOPSE en el feriado de carnaval 2015. Lo más específico para su territorio que se puede revisar, se refiere a un sondeo del departamento de Inteligencia de Mercados, información del Mintur (2010) pero cifras concretas que nos permita conocer ciertos datos interesantes sobre el flujo turístico que llega a la provincia y que de esta forma pueda tomarse como referencia de datos para el cantón o para investigaciones representativas de la misma. Estos datos aproximados se ven reflejados en la siguiente tabla:

TABLA 1. Población o universo de estudio

Descripción	Población	Fuente
Habitantes del cantón		
Santa Elena	144076 Aprox.	INEC 2010
Turistas	100.000	(Vara, 2012)
Autoridades Provinciales	4	EMUTURISMO, Dirección Provincial de Turismo, Prefectura.

Para el cálculo de la muestra se tomó un nivel de confianza del 95%; un error de estimación del 5%; y lógicamente en cuanto a la probabilidad de ocurrencia, se estimó un 50% de ocurrencia debido al nivel de incertidumbre de los dichos resultados.

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 144076}{0.05^2 * (144076 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Fórmula:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población: 144076

K² = Nivel de confianza: 1.96

p = Probabilidad que se cumpla: 50%

q = Posibilidad que no se cumpla: 50%

e = Margen de error: 5%

Mediante el desarrollo y aplicación de la fórmula se obtuvo como resultado que se encuestará a 383 habitantes del cantón, determinando la factibilidad del estudio, dicho de esta manera, la aplicación o el diseño de una ruta de aventura dentro del cantón de Santa Elena.

Para determinar el cálculo de la muestra para los turistas se tomó el muestreo cuantitativo de población infinita como lo manifiesta Vara (2012) ya que al no tener conocimiento exacto del total de integrantes del universo se trabaja con un tamaño mayor a 100.000 y un nivel de confianza del 95%; un error de estimación del 5%; y lógicamente en cuanto a la probabilidad de ocurrencia se estimó un 50% de ocurrencia debido al nivel de incertidumbre de los resultados.

$$n = \frac{k^2 p * q}{e^2}$$

Fórmula:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población: ?

K² = Nivel de confianza: 1.96

p = Probabilidad que se cumpla: 50%

q = Posibilidad que no se cumpla: 50%

e = Margen de error: 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 100.000}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \text{ encuestas}$$

De esta manera se trabajó con la muestra infinita de la cual es resultado es 384, ya que en poblaciones infinitas se maneja más de 100.000 personas. Para las entrevistas se utilizó un muestreo probabilístico por conveniencia, de esta manera se escoge y se selecciona a las autoridades más relevantes de acuerdo al criterio del investigador.

2.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS POBLADORES.

Las encuestas que se realizaron a los habitantes del cantón de Santa Elena básicamente estuvieron definidas y dirigidas a 383 personas.

El levantamiento y recolección de la información se la efectuó los días 25, 26 y 27 de septiembre del presente año, en horario de 09h00 de la mañana hasta las 17h00 de la tarde dentro de las comunidades de Ayanque, Libertador Bolívar, San Pablo, Manglaralto, donde se encuestó sin ninguna dificultad. Una vez finalizado se procedió a la realización de la tabulación de los datos obtenidos y luego se realizaron las respectivas tablas de distribución de frecuencia y gráficos para cada una de las variables (**ANEXO 4**) que sintetiza la información obtenida en porcentaje y su análisis tal y como se lo presenta a continuación:

1.- Sexo



FIGURA 9. *Sexo de los habitantes del cantón Santa Elena*

Las encuestas realizadas a los 383 habitantes del cantón Santa Elena arrojaron que el 63% de las personas que fueron encuestadas corresponden al género femenino, mientras que 37% restante al género masculino. Es claro que la mayoría de los encuestados pertenecen al género femenino debido a que en ese lapso de tiempo de 09h00 hasta las 16h00 la mayoría del género masculino realiza sus labores diarias de trabajo y por esta situación las mujeres o amas de casas son las principales protagonistas de las encuestas al pasar en sus domicilios.

2.- Edad

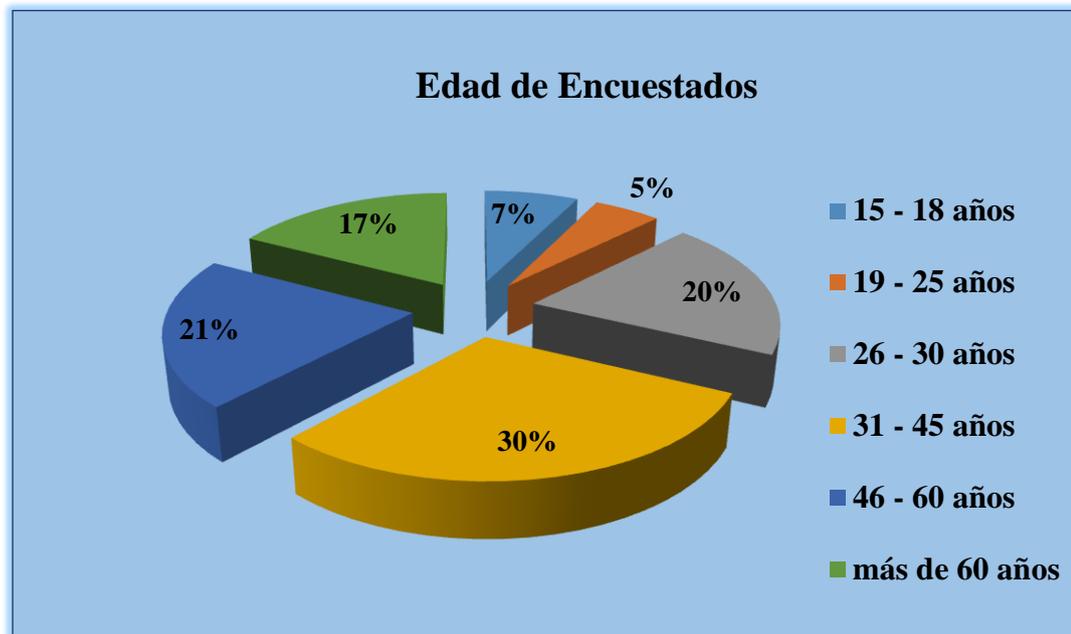


FIGURA 10. *Edad de los encuestados en el cantón Santa Elena.*

En lo respectivo a la edad de los habitantes encuestados en el cantón Santa Elena el gráfico muestra que el 30% corresponde a personas adultas que oscilan entre 31 a 45 años, mientras que con un 21% están las personas de 46 a 60 años, seguido del 20% que le corresponde a habitantes que tienen entre 26 a 30 años; el 17% es para los que tienen más de 60 años que son los habitantes que conocen bien el cantón y la realidad situacional; con menor porcentaje están los que tienen de 15 a 18 años con un 7% y el restante a los pobladores que están entre los 19 a 25 años con el 5%.

3.- Nivel de Instrucción

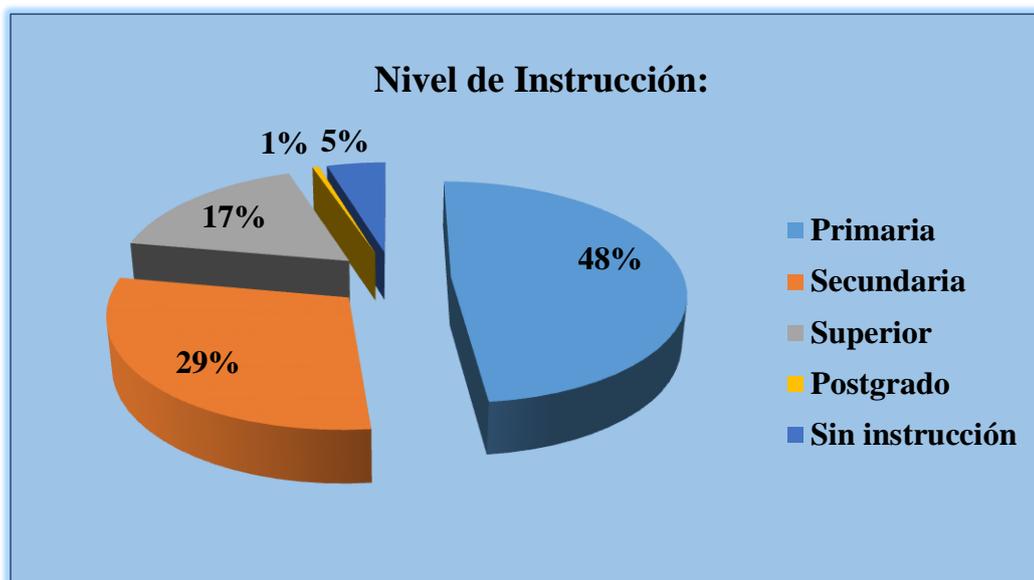


FIGURA 11. *Nivel de instrucción de los habitantes del cantón Santa Elena*

Del total de los habitantes que se encuestaron dentro del cantón se evidencia un claro mayor porcentaje de personas con un nivel de estudio primario con 48%, un 29% le corresponde a las personas que han cruzado sus estudios hasta el nivel secundario y los que tienen estudios superiores abarcan el 17%, muy por debajo están las personas que tienen un postgrado es decir maestrías o doctorados con 1%, finalizando con un 5% que es para las personas que no poseen ningún tipo de estudio. Es claro que aún existe un pequeño porcentaje de analfabetismo dentro del cantón y que es necesario eliminar a través de programas de educación por parte de los gobiernos seccionales ya que esto es muy importante para el desarrollo de una localidad.

4.- Ocupación laboral

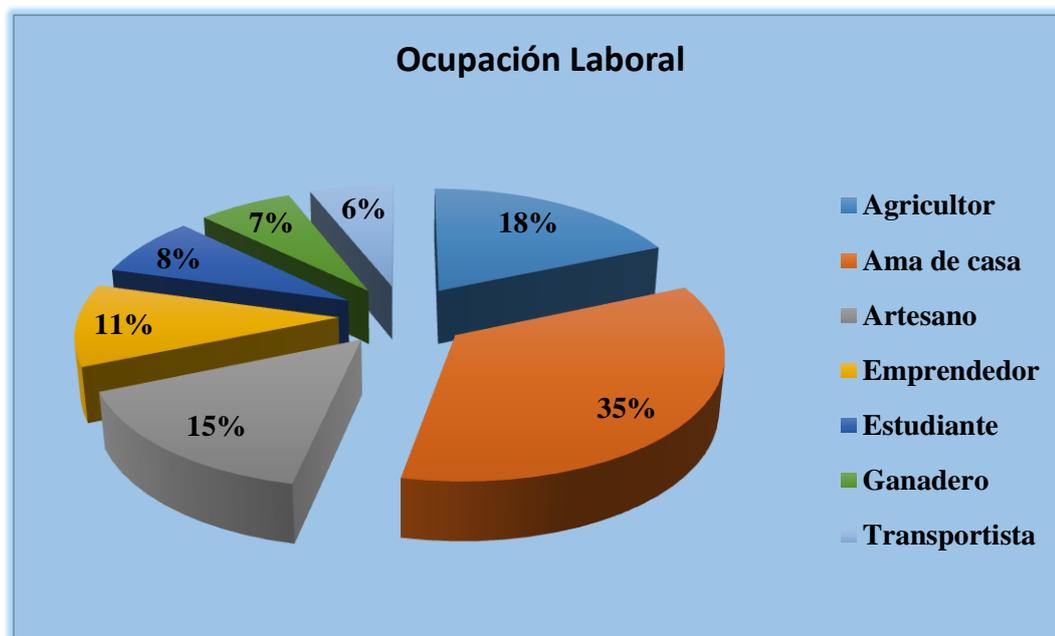


FIGURA 12. *Actividades u ocupación de los habitantes del cantón.*

El nivel de ocupación o las actividades que realizan los habitantes del cantón refleja de las 383 encuestas realizadas que el 35% corresponde a las mujeres que son amas de casas ya que en comparación a la figura anterior es clara una evidente relación, ya que al no existir un grado de preparación o analfabetismo no encuentran trabajos mejor remunerados; seguido tenemos con un 18% a las personas que se dedican a la actividad agrícola. También están los transportistas públicos y privados (taxistas, camioneros, buseta) con el 15% del total, en porcentaje menores están con un 11% los emprendedores como los dueños de abarrotes, panaderos, restaurantes, licorerías, discotecas, entre otros, que son el único soporte o sustento de las familias, por ende es primordial y relevante vincular a los habitantes del cantón dentro de la actividad turística como una alternativa de desarrollo a nivel socioeconómico.

5.- Conocimiento de los habitantes acerca de los sus recursos naturales que posee el cantón.

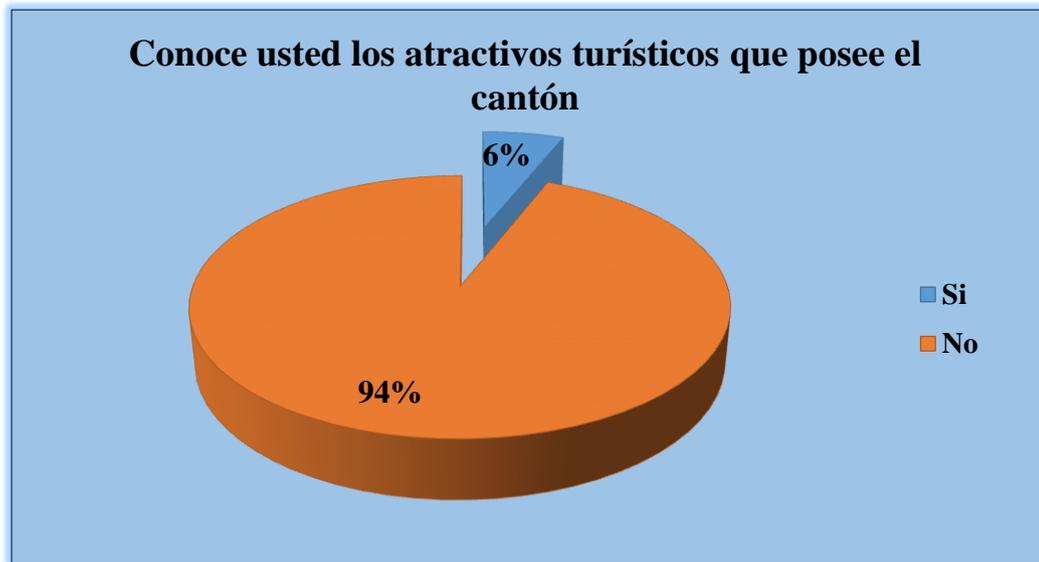


FIGURA 13. *Conocimiento o desconocimiento de la población de los recursos que posee el cantón de Santa Elena.*

Es claro y evidente que de los 383 habitantes encuestados el 94% de ellos desconoce los recursos que posee el cantón de Santa Elena, mientras que el 6% de la población si conoce los recursos que tiene dentro del cantón, una localidad que necesita y quiere desarrollarse turísticamente debe conocer, valorar y trabajar con los recursos que existan a su alrededor o en su localidad, para así poder convertirlos en recursos potenciales y por ende aprovecharlos en beneficio de todos los habitantes y la satisfacción del visitante.

6.- Actitud de la población en practicar o realizar actividades con los turistas

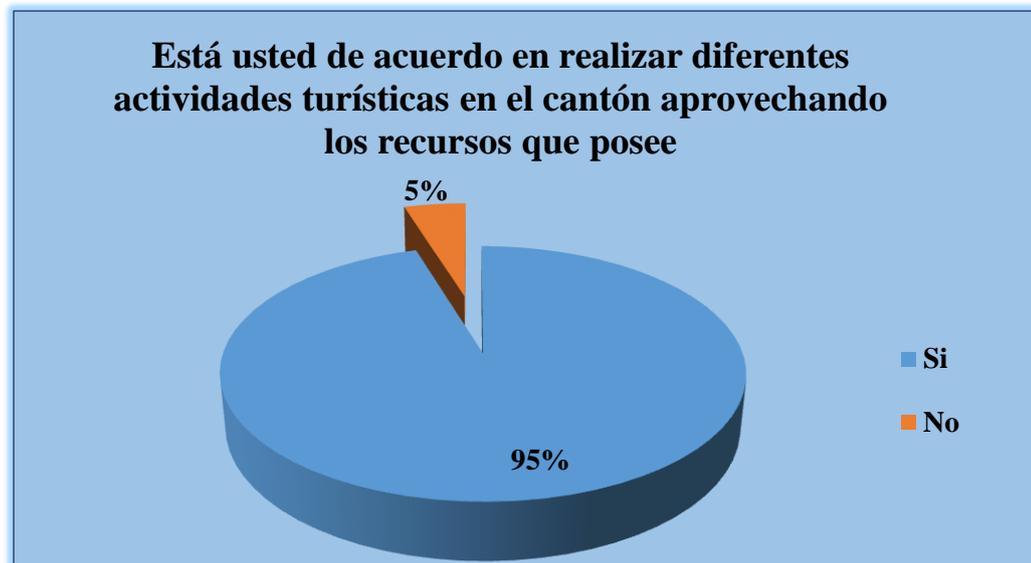


FIGURA 14. *Actitud de los habitantes en practicar actividades turísticas con los turistas.*

Es inevitable lo que se puede apreciar en el gráfico, el nivel de aceptación o postura que tienen los habitantes del cantón con un 95% en realizar actividades turísticas con el turista aprovechando la riqueza que poseen y la buena predisposición de interactuar y relacionarse con los visitantes. El porcentaje restante del 5% corresponde a los pobladores que no desean tener ningún contacto o realizar actividades con los turistas. Todos los datos obtenidos son trascendentales y de gran importancia ya que para poder desarrollar una actividad turística dentro de una localidad o destino, siempre debe haber el interés y la colaboración total de los actores principales como son los habitantes del cantón de Santa Elena.

7.- Postura de los habitantes sobre la actividad turística en la localidad

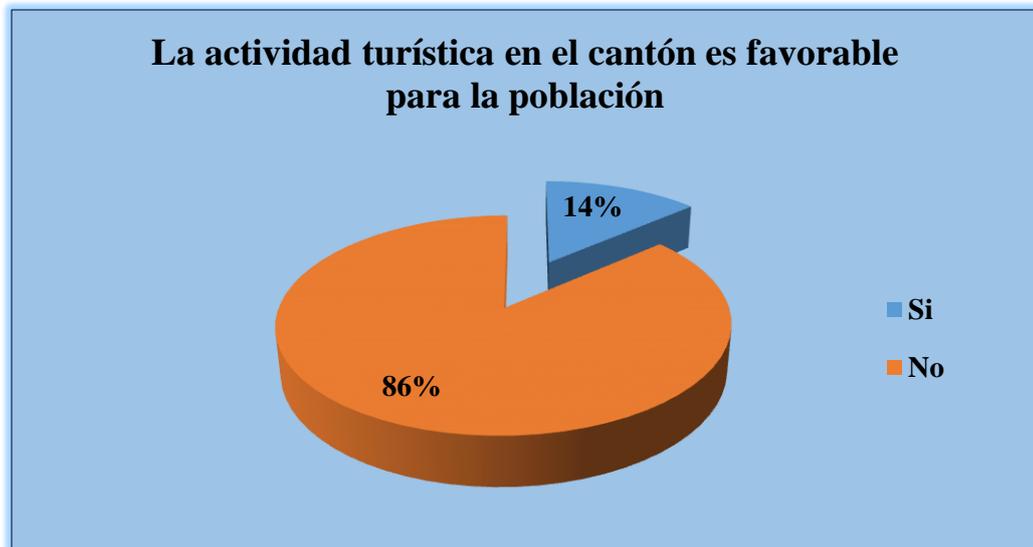


FIGURA 15. *Actitud de los habitantes del cantón de Santa Elena sobre la actividad turística en la localidad.*

En muchas ocasiones el turismo dentro de una localidad o destino trae consigo efectos positivos y negativos, el 86% de las personas encuestadas manifiestan que la actividad turística dentro del cantón no es favorable para todos, el 14% restante señala que las actividades sí son beneficiosas para la población. Por ende lo que pretende la propuesta del diseño de una ruta de aventura es integrar a los actores principales y a los visitantes, a fin de que la actividad turística sea positiva para toda la población o en su mayoría, entonces es factible la realización de la propuesta que es macro.

8.- Ponderación de los habitantes sobre el desarrollo turístico del cantón

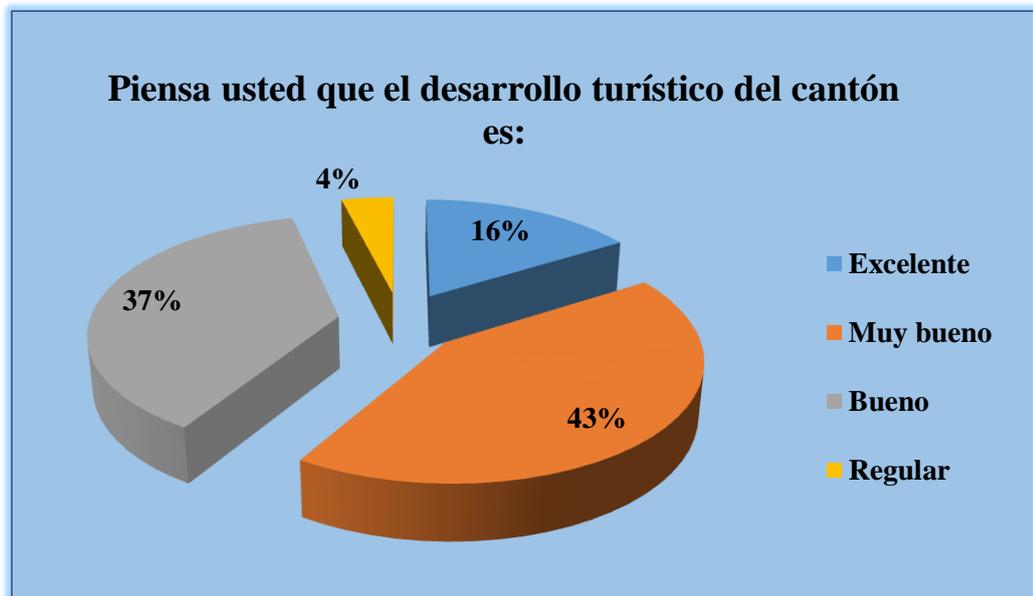


FIGURA 16. *Ponderación de los habitantes del cantón Santa Elena sobre el desarrollo turístico actual de la localidad*

Para determinar la situación actual de una localidad o un destino, en este caso de Santa Elena, los mejores para evaluar la realidad son sus actores principales, los habitantes. Un 43% de la población encuestada deduce que el desarrollo turístico en el cantón es muy bueno, el 37% manifiesta que es buena, mientras que el 16% resalta que el desarrollo turístico de la población es excelente y el 4% determina que el desarrollo turístico es regular. Por ende es importante buscar una relación entre todos los actores del sector turístico para beneficio y desarrollo de la localidad.

9.- Evaluación de los habitantes sobre la existencia de servicios turísticos necesarios en el cantón.

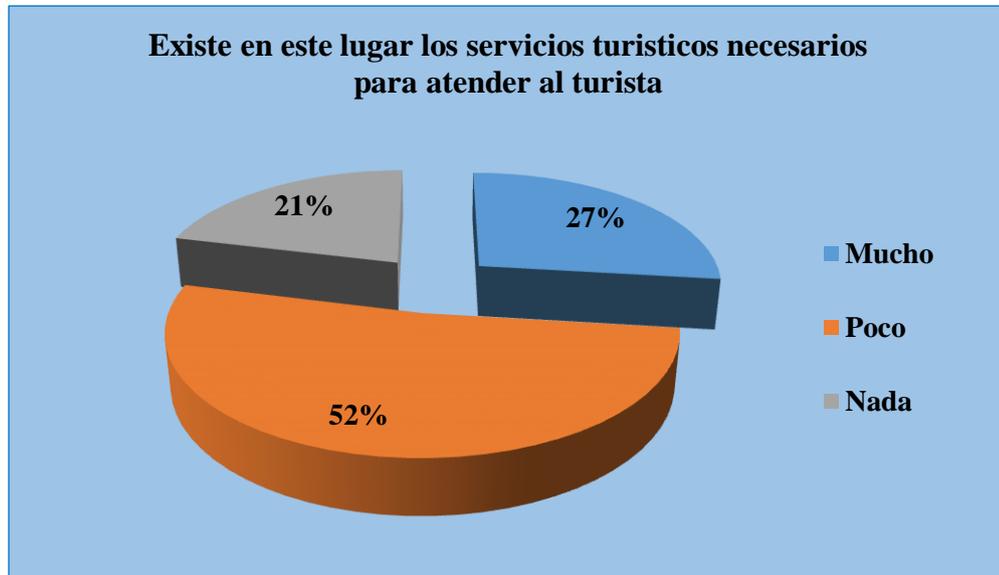


FIGURA 17. Evaluación por parte de los habitantes del cantón en cuanto a la existencia de servicios turísticos para el turista

Los encuestados manifiestan con un 52% que dentro del cantón existen pocos servicios turísticos para poder atender al visitante, y con un 27% que si existen servicios turísticos para atender al turista, en cambio el 21% de la población encuestada restante que no existen servicios turísticos. Cabe mencionar que un destino turístico debe contar con los servicios necesarios para que haya satisfacción en el turista por lo que es primordial que el cantón a través de sus gobiernos seccionales tome las medidas necesarias y establezca una oferta acorde a las necesidades actuales.

10.- Ponderación de los habitantes en cuanto al equipamiento o infraestructura de uso turístico en el cantón.

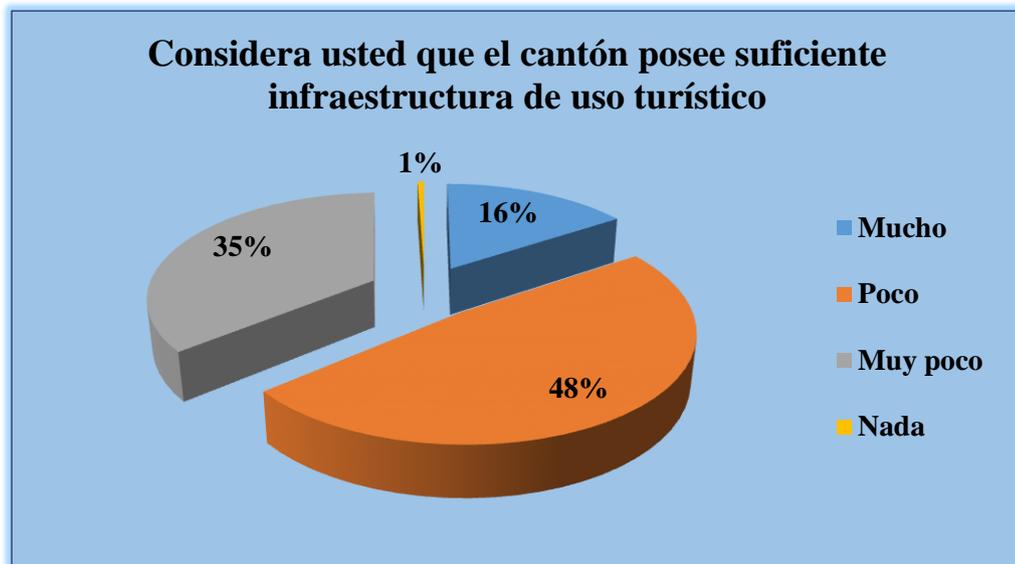


FIGURA 18. *Ponderación de los habitantes en cuanto al equipamiento o infraestructura turística en el cantón.*

Los datos son relevantes, del total de los encuestados se refleja que el 48% expresa que el cantón de Santa Elena posee poca infraestructura turística, en cambio el 35% señala que existe muy poco equipamiento turístico dentro del cantón, sin embargo el 16% es claro que dentro del cantón hay suficiente o mucho equipamiento e infraestructura y con el 1% que no existe nada. Por ende es necesario realizar el respectivo diagnóstico para verificar y confirmar la veracidad del caso y lo que hace falta para poder contar con el suficiente equipamiento e infraestructura.

11.- Consideración de los habitantes en cuanto a las decisiones tomadas por el gobierno descentralizado

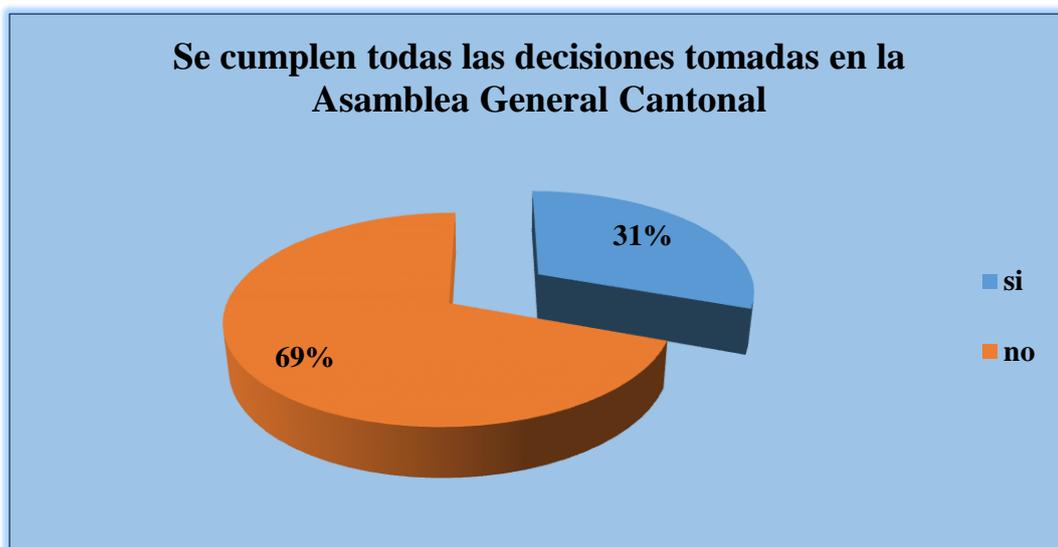


FIGURA 19. *Consideración de los habitantes en cuanto a las decisiones tomadas por el gobierno descentralizado.*

Es evidente e imposible negar que el gobierno autónomo descentralizado no cumple con todas los puntos puestos en la asamblea ya que el 69% de los encuestados así lo manifiesta, el 31% restante determina que si se cumplen todas las decisiones tomadas por los gobiernos seccionales. Es importante que exista una mayor preocupación por parte de los gobiernos autónomos y a la vez fortalecer a la hora de tratar puntos claves o acciones que ayuden a mejorar la calidad de vida de toda la población o de un destino y en un futuro atender a todas las inquietudes de ellos.

12.- Conocimiento de los habitantes acerca de la coordinación que existe entre los gobiernos seccionales para el desarrollo de proyectos.



FIGURA 20. *Conocimiento de los habitantes acerca de la coordinación que existe entre los gobiernos seccionales para el desarrollo de proyectos.*

Hoy en día los gobiernos autónomos descentralizados deben impulsar proyectos en beneficios de todos los habitantes del cantón. El 81% de los encuestados manifiesta que no existe una coordinación para desarrollar proyectos turísticos y el 19% restante señala que si existe coordinación entre los gobiernos seccionales. Siempre es importante socializar propuestas o proyectos que se desean ejecutar en diferentes lugares del cantón para que los pobladores sepan de qué se trata y cuál es el objetivo de la misma. Dado el argumento la propuesta planteada fue socializada con las autoridades respectivas y habitantes, a fin de que tenga la intervención directa, buscando solución a una de las múltiples problemáticas que existe en la localidad.

13.- Ponderación de los habitantes sobre la existencia de promoción turística para el cantón.

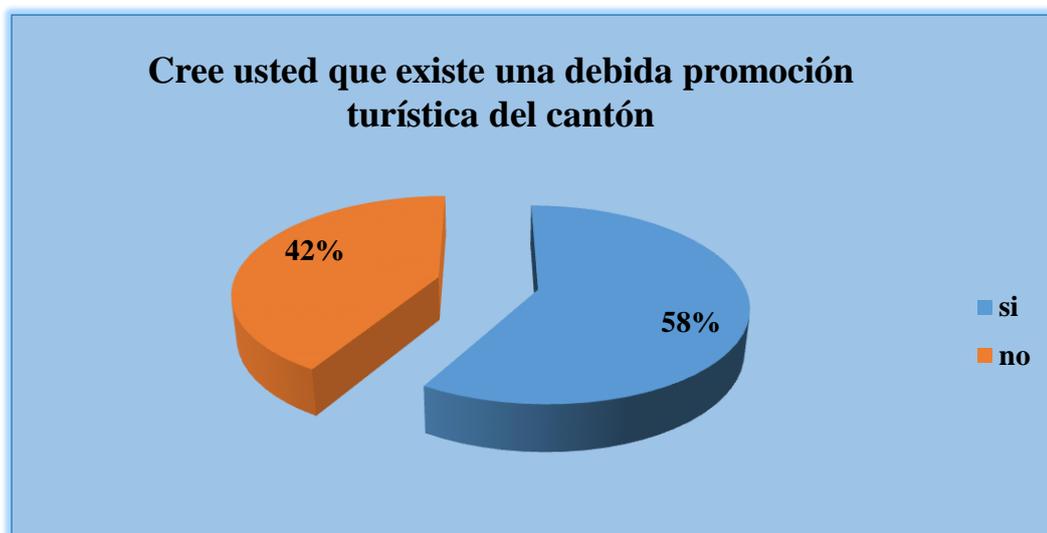


FIGURA 21. *Ponderación de los habitantes sobre la existencia de promoción turística para el cantón.*

La promoción turística para un destino es indispensable y primordial y más aún cuando la competencia entre destinos es cada vez más fuerte. Los datos son claros y de los 383 encuestados el 58% manifiesta que si existe una debida promoción turística del cantón que los pueda dar a conocer como un destino turístico potenciado y con variedad de oferta y no pasar por desapercibido dentro del mercado nacional e internacional, mientras que el 42% restante de los habitantes manifiesta que no existe promoción turística para el cantón, por eso es importante que los gobiernos de turnos diseñen y fortalezcan propuestas de marketing y comercialización para el destino Santa Elena.

14.- Postura de los habitantes para participar en capacitaciones relacionadas con el turismo.



FIGURA 22. *Postura de los habitantes para participar en capacitaciones relacionadas con el turismo.*

Actualmente para ser un destino o localidad competitiva es importante y de gran trascendencia capacitarse constantemente sobre toda la actividad turística para brindar siempre servicios de calidad al visitante y poder fidelizarlos gracias al buen servicio que se le ofrezca, de acuerdo a este criterio el 84% de los habitantes encuestados manifestaron que si desean capacitarse en actividades relacionadas con el ámbito turístico como una oportunidad de desarrollo y mejora de su calidad de vida, mientras que un menor porcentaje correspondiente al 16% señala que no está interesado en capacitaciones sobre turismo. Por eso para ejercer una actividad turística o trabajar en ella debemos conocer todo lo referente a esta rama y no trabajar empíricamente.

15.- Postura de los habitantes acerca de que actividades le gustaría realizar para el desarrollo del turismo en el cantón.

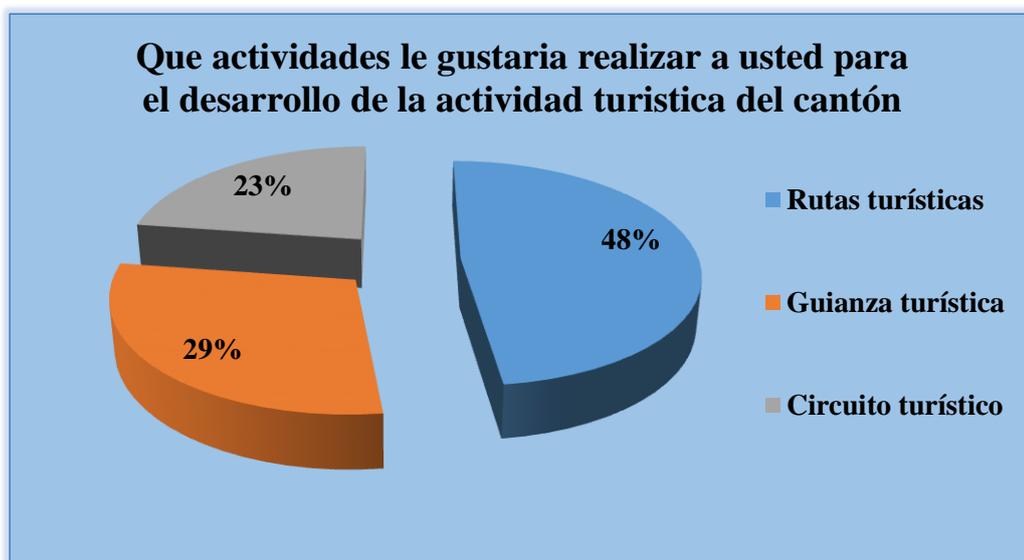


FIGURA 23. *Postura de los habitantes acerca de que actividades le gustaría realizar en el sector turístico*

Dentro de las actividades que le gustaría realizar a los habitantes para el desarrollo del turismo en el cantón encontramos que de los encuestados el 48% manifiesta que le gustaría realizar actividades como rutas turísticas, mientras que el 29% señala que le gustaría realizar la actividad de guianza, mientras que el 23% restante le gustaría realizar actividades de circuitos turísticos, siendo importante que los habitantes de la localidad colaboren y quieran participar en actividades que fomenten divisas y el crecimiento del cantón Santa Elena.

16.- Postura de los habitantes en cuanto al diseño de una ruta de aventura para el cantón.-

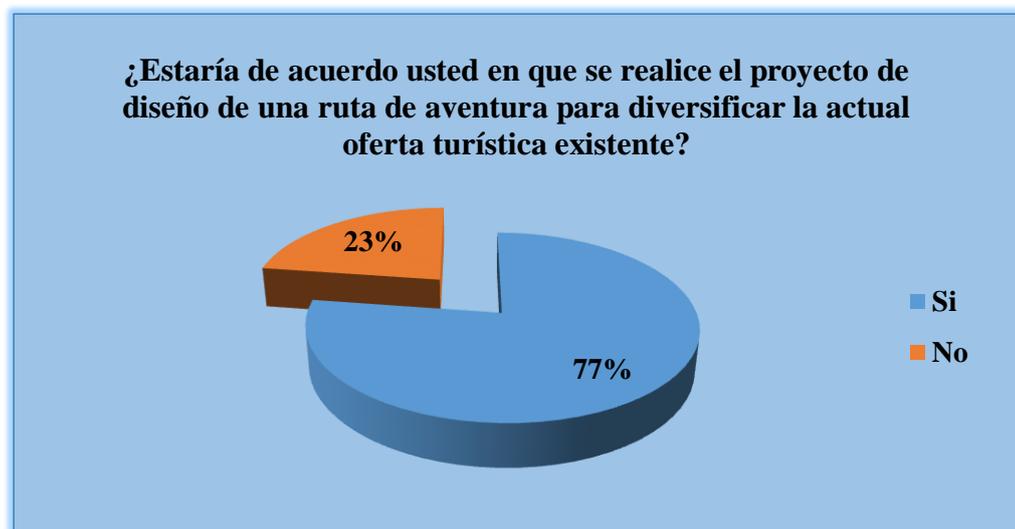


FIGURA 24. *Postura de los habitantes en cuanto al diseño de una ruta de aventura para el cantón.*

La propuesta de diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta dentro del cantón de Santa Elena tiene una gran acogida por parte de la población local con un nivel de aceptación del 77% en cambio los que no están de acuerdo solo tienen el 23%. Es notorio que la gran mayoría de los habitantes desea y necesita que el cantón varíe sus productos con diferentes tipos de ofertas turísticas integrando sus recursos y que los gobiernos atiendan sus necesidades y propongan alternativas de desarrollo para en un futuro ser uno de los mejores destinos turísticos posicionado y competitivo.

17.- Criterio de los habitantes acerca del beneficio con la creación de la ruta de aventura para el cantón de Santa Elena.

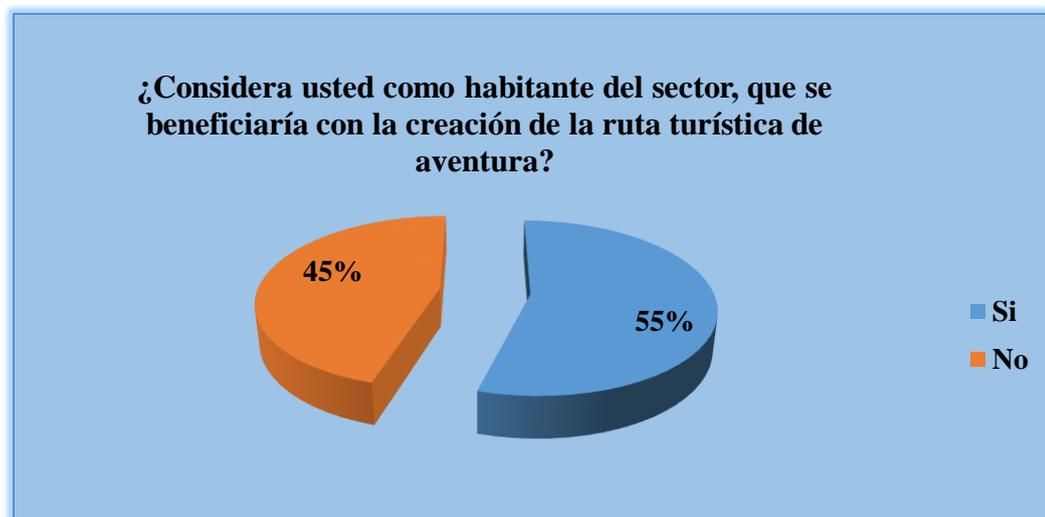


FIGURA 25. *Criterio de los habitantes acerca del beneficio con la creación de la ruta de aventura para el cantón de Santa Elena.*

Es importante y primordial que cuando los organismos no gubernamentales o los gobiernos seccionales, a la hora de realizar un proyecto o ejecutarlo busquen el beneficio de los habitantes e involucrarlos como actores principales buscando una integración entre todos; de los 383 habitantes encuestados el 55% manifiesta que si se beneficiarían con la creación de una ruta de aventura, en cambio el 45% restante de los encuestados señala que no sería un beneficio para todos dejando dudas e interrogantes por responder. Con la creación de nuevos proyectos se busca solucionar uno de los tantos problemas que presenta el cantón diversificando la oferta y en el futuro que el 100% de toda la población genere fuentes de divisas a través del sector turístico.

18.- Postura de los habitantes en cuanto a su participación en la ruta de aventura

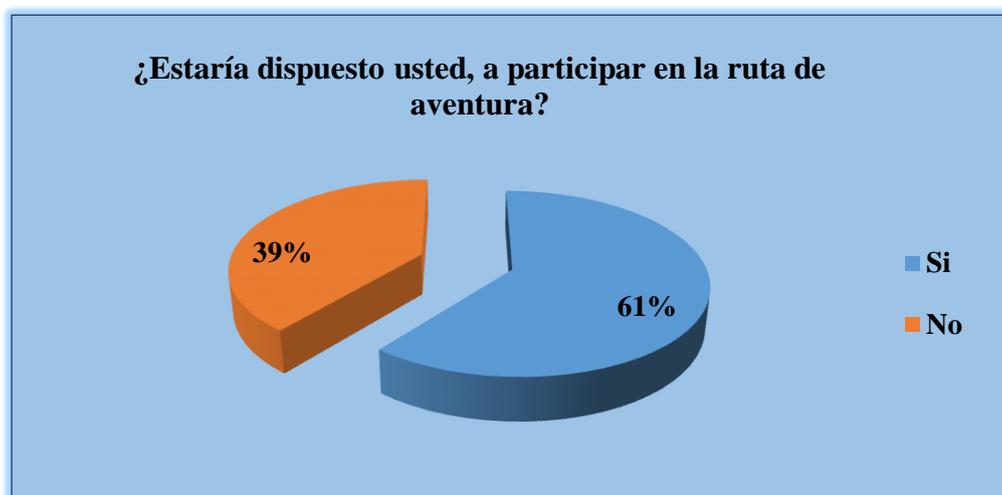


FIGURA 26. *Postura de los habitantes en cuanto a participar en la ruta de aventura*

Para que un destino sea competitivo, no es suficiente tener buena oferta sino también que los habitantes estén interesados o que se involucren por ser principales y los primeros en tener contacto con el visitante además que pasa el mayor tiempo posible con ellos y cuando hay una participación e interés de la población resulta factible y provechoso para todos, logrando así un verdadero desarrollo turístico del cantón, por lo que de los encuestados el 61% manifestó y afirma que si están dispuestos a participar en una ruta de aventura para buscar mejorar la calidad de vida contribuyendo con su granito de arena, mientras que el 39% restante determina que no le gustaría participar en la ruta de aventura.

19.- Criterio de los habitantes acerca del alcance de la implementación de la ruta de aventura para el cantón.



FIGURA 27. *Criterio de los habitantes acerca del alcance de la implementación de la ruta de aventura para el cantón.*

De los 383 encuestados el 78% de la población manifiesta que si se implementara la ruta de aventura, esta impulsará y ayudará al desarrollo del cantón, ya que es una oportunidad de progreso, dando apertura a buscar mejores opciones para todos y cada uno de los habitantes de Santa Elena a través de esta propuesta, mientras que el 22 % restante de los encuestados señaló que no sería productivo ni beneficiosos para impulsar el desarrollo del cantón ya que aún tienen ciertas dudas, además que una de las características primordiales del turismo es la distribución de riquezas y el efecto multiplicador que esta produce en el destino.

2.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN DE SANTA ELENA.

La recopilación de las encuestas se realizó los días 18, 19 y 20 de septiembre del 2015, aplicando un total de 384 encuestas en base al cálculo de la muestra infinita, al no tener un registro o cifra exacta del número de turistas que ingresan o visitan el cantón, las mismas que se las realizó en las localidades de Montañita, Ayangue y San Pablo debido al flujo de visitantes que se concentra en el sitio, ya que también era temporada baja así lo manifestaron los habitantes del cantón, además por ser destinos ya posicionados a nivel nacional.

Luego se procedió a realizar el respectivo levantamiento de datos para ser después tabulados, elaborar las respectivas tablas y finalizar con el análisis e interpretación de las mismas. Durante la ejecución del levantamiento de la base de datos en el sector turístico, se pudo establecer el perfil del visitante.

1.- Procedencia

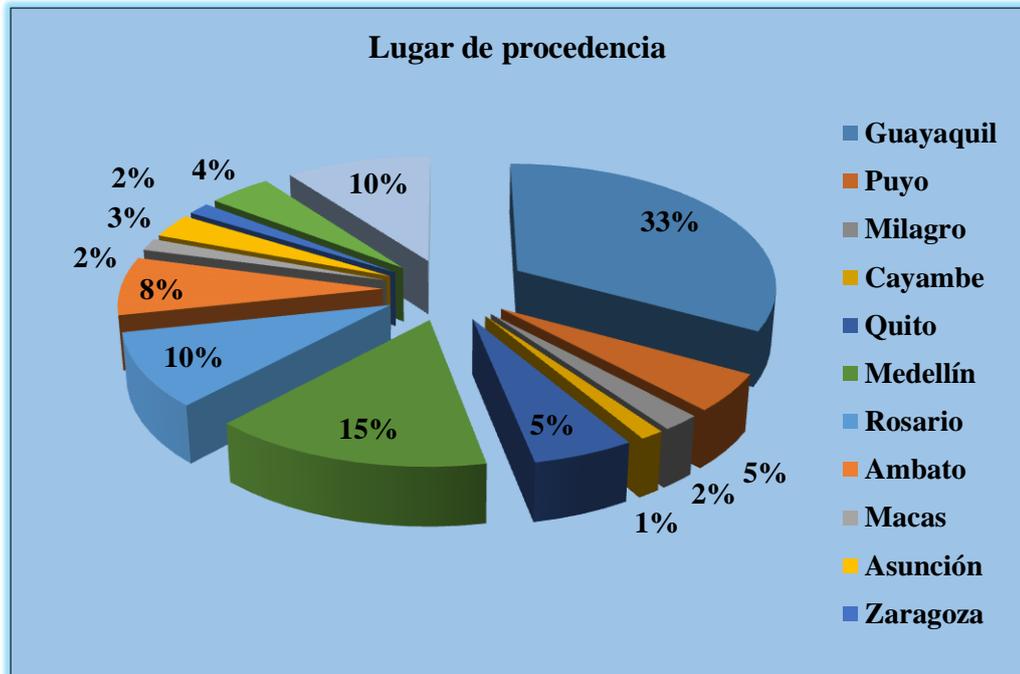


FIGURA 28. Ciudades de residencia del turista.

De las 384 encuestas realizadas a los turistas en los diferentes días del 18 al 20 de septiembre, el 33% corresponde a turistas de nacionalidad ecuatoriana de la ciudad de Guayaquil, mientras que el 15% pertenece al país de Colombia respectivamente a la ciudad de Medellín, seguido de dos ciudades de Argentina con un 10%, la ciudad de Rosario y la de Carolina en Estados Unidos. Con un 8% están los de nacionalidad ecuatoriana, los ambateño, luego están los del 5% la ciudad de Quito y la del Puyo, con 4% esta los del país de Perú a través de la ciudad de Lima. Es notorio que el mercado objetivo es el nacional ya que son los de mayores consumo, algo que cabe acotar que también se identificó nichos potenciales para el destino Santa Elena y así diseñar productos acorde a las necesidades del mercado.

2.- Sexo de los turistas.

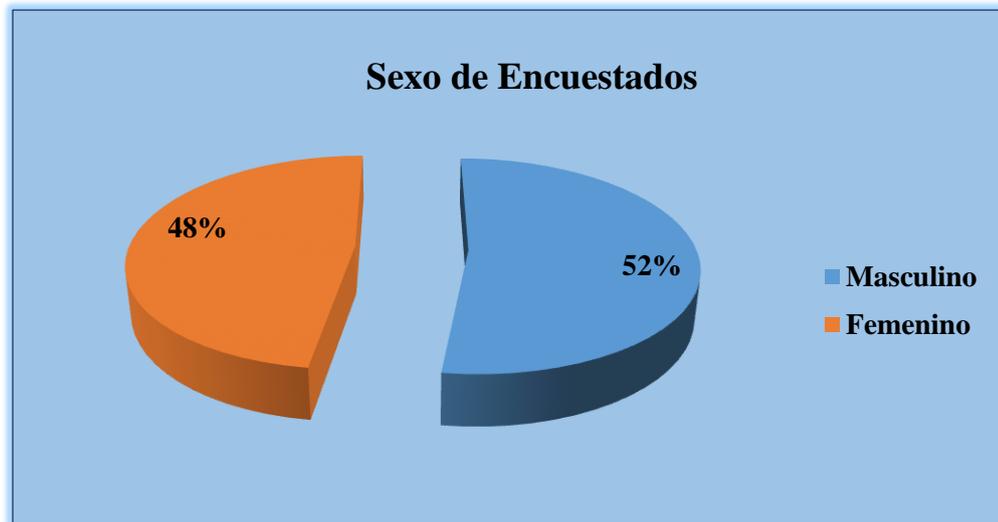


FIGURA 29. *Sexo de los turistas.*

De los 384 turistas encuestados el 52% de ellos corresponde al género masculino y el 48% restante corresponde a los del género femenino con una diferencia entre ellos de 4% prevaleciendo el sexo masculino a la hora de visitar el cantón de Santa Elena. Es claro que entre todos los encuestados el porcentaje mayor es el del género masculino debido a que en muchas ocasiones era la cabeza principal a la hora de responder las preguntas y como el líder de todo como en familia, en pareja o muchas veces entre amigos.

3.- Edad de los turistas.

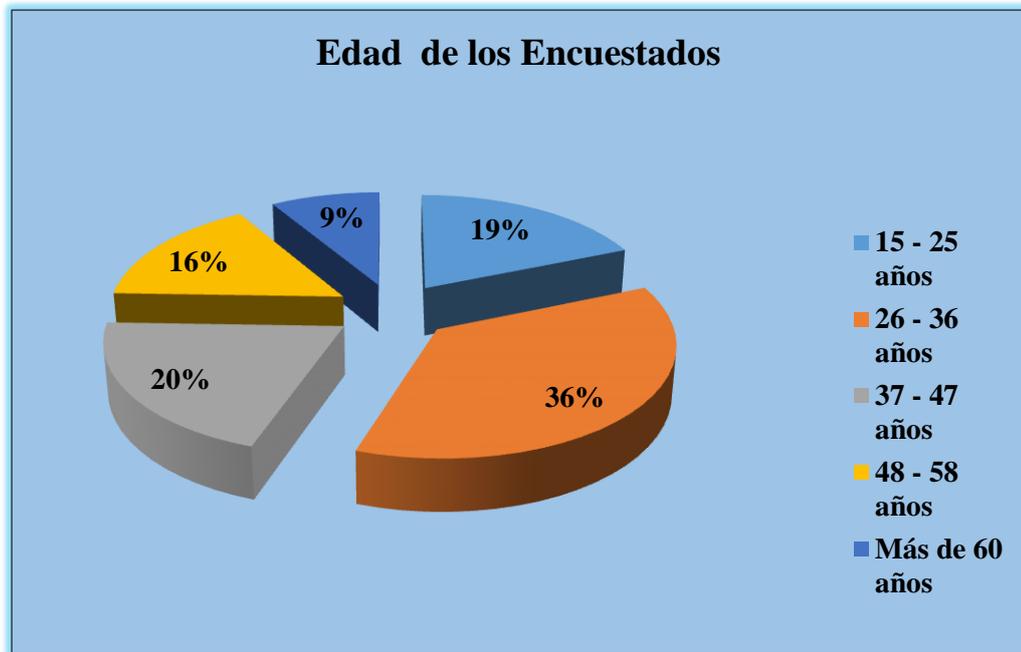


FIGURA 30. *Edad de los turistas.*

De los turistas encuestados el 36% tiene una edad que oscila entre 26 a 36 años, con un 20% están los turistas que oscilan entre 37 a 47 años de edad, seguidos del 19% de los turistas que están entre los 15 a 25 años, el 16% varían entre 48 a 58 años y con un 9% los turistas que tienen más de 60 años de edad. Es evidente y hay que destacar que nuestros clientes potenciales están integrados por personas jóvenes de 26 a 36 años de edad.

3.- Nivel de instrucción de los turistas.

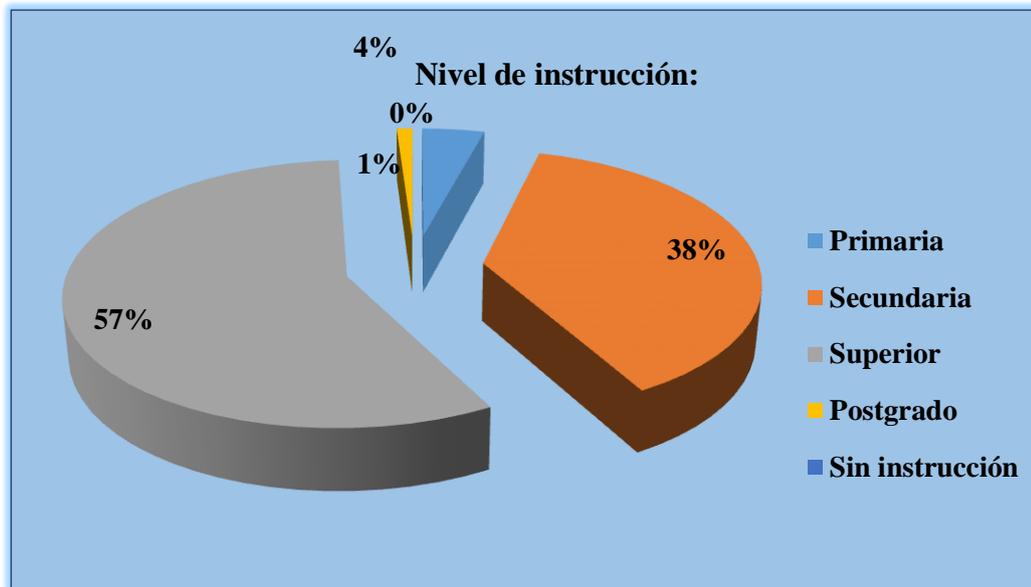


FIGURA 31. *Nivel de instrucción de los turistas.*

De los 384 habitantes encuestado el 57% de ellos tienen un nivel de instrucción superior es decir con títulos universitarios, el 38% de los encuestados tiene un nivel de instrucción secundario mientras que con el 4% están los que tienen un nivel de instrucción primario y un 1% son los turistas que poseen un postgrado, es decir una maestría o un doctorado, cabe mencionar que prevalecen los turistas con un título universitario y es por eso indispensable atender al turista dentro del destino en base a calidad y satisfacción.

4.- Ocupación del turista.

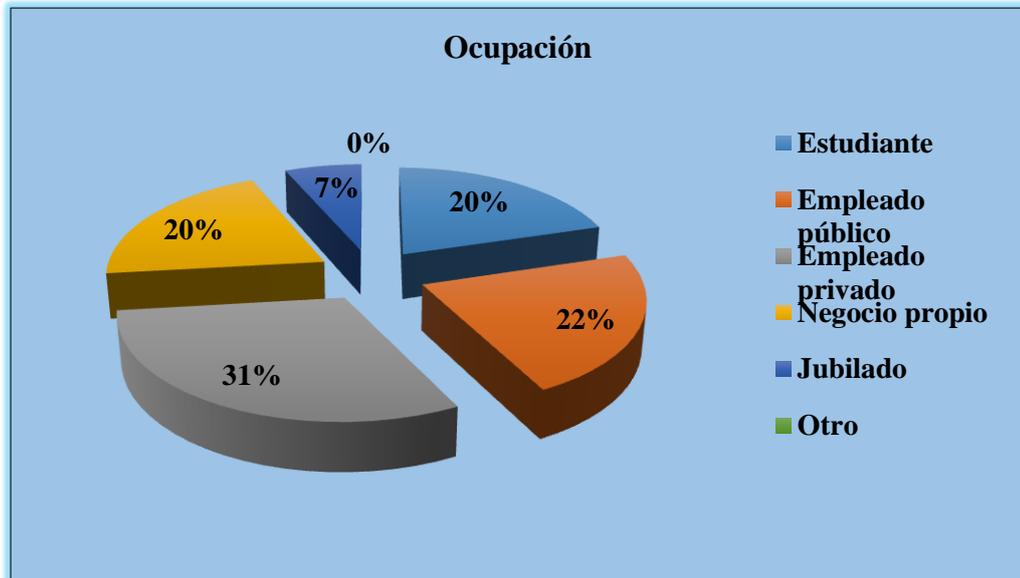


FIGURA 32. *Ocupación del turista.*

La ocupación de los turistas encuestados según los resultados apunta a que el 31% corresponde a los empleados que trabajan para organizaciones privadas, mientras que con el 22% están los turistas que trabajan para entidades gubernamentales seguido del 20% están los turistas con negocios propios y también con un 20% las personas jubiladas que reciben dinero a través del seguro. Se estima que los turistas que visitan el cantón son visitantes exigentes al momento de consumir algún producto u oferta ya que la mayoría de los encuestados son personas que trabajan en el sector privado con el 31% y el público con 22%, por eso es fundamental diseñar ofertas turísticas de gran calidad en el destino Santa Elena a fin de captar y fidelizar estos segmentos.

5.- Frecuencia de viaje.

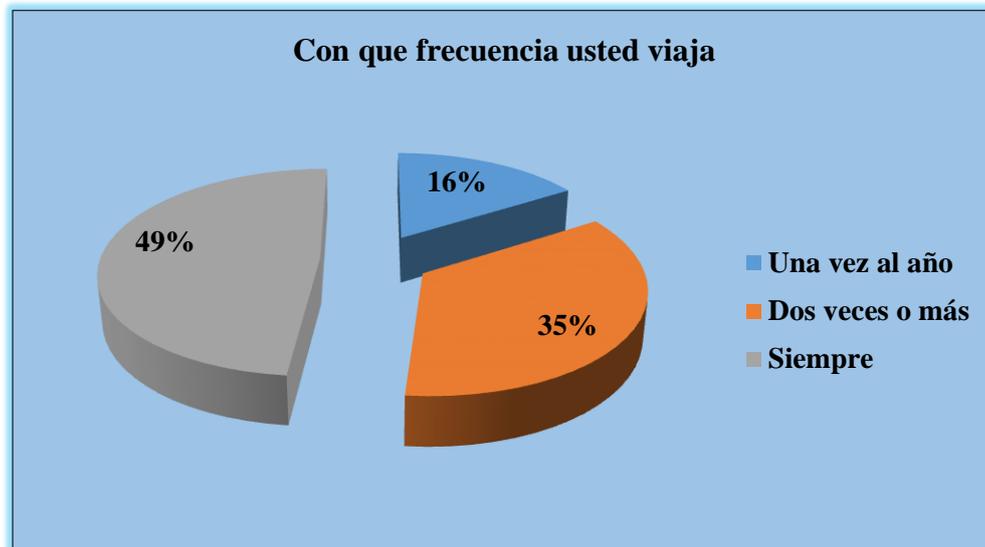


FIGURA 33. *Frecuencia del viaje del turista.*

Con un 49% del total de los encuestados se establece que siempre están en constante viaje hacia el cantón de Santa Elena que son los turistas nacionales, el 35% de los turistas encuestados señala que viaja más de dos veces, hasta tres, y con el 16% están los que viajan una vez al año que son los turistas extranjeros. Por ende no se debe olvidar que el turismo es una de las actividades que genera recursos económicos para un destino por lo que el factor importante para la economía de un destino radica en los porcentajes de arribo y frecuencia del turista, cuantas veces viaja y para ello es importante ofertar al turista productos de calidad y diversificados que conlleven a la mejor experiencia para que opte por regresar.

6.- Motivo de visita del turista.

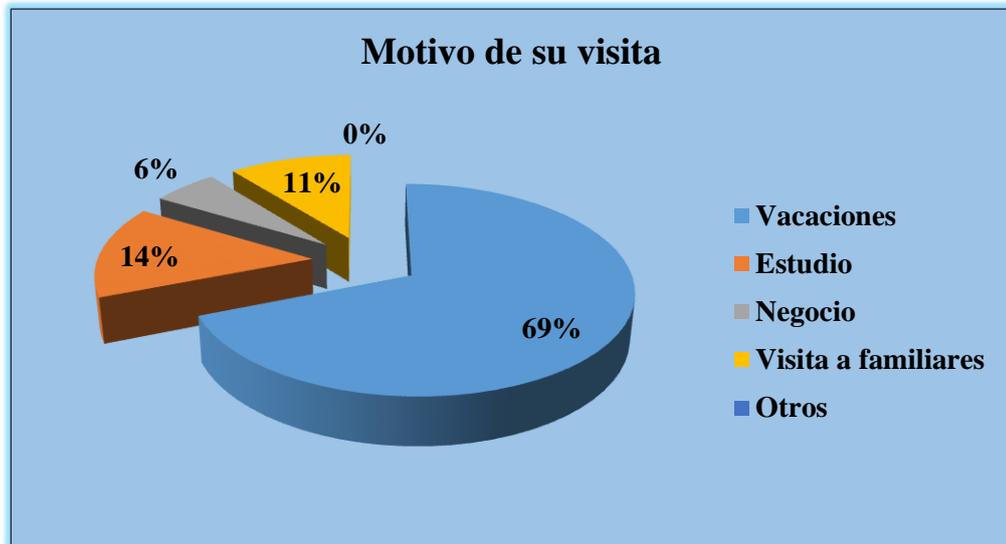


FIGURA 34. *Motivo de visita del turista*

Existe una gran diferencia significativa de los turistas encuestados el 69% de ellos manifiesta que realiza su viaje por motivos de vacaciones, con el 14% están los turistas que visitan por estudios o investigaciones de sus universidades hacia el cantón, un 11% señala que viaja por visitas a familiares que por la lejanía del sitio no se ven seguidos es evidente que el motivo principal de su visita es el ocio, la relajación y disfrutar de esas vacaciones lo cual acarrea una experiencia inolvidable dentro del destino Santa Elena, debiéndose diversificar la oferta turística actual de acuerdo a las necesidades, motivaciones y gustos del turista actual.

7.- Nivel de ingreso mensual.

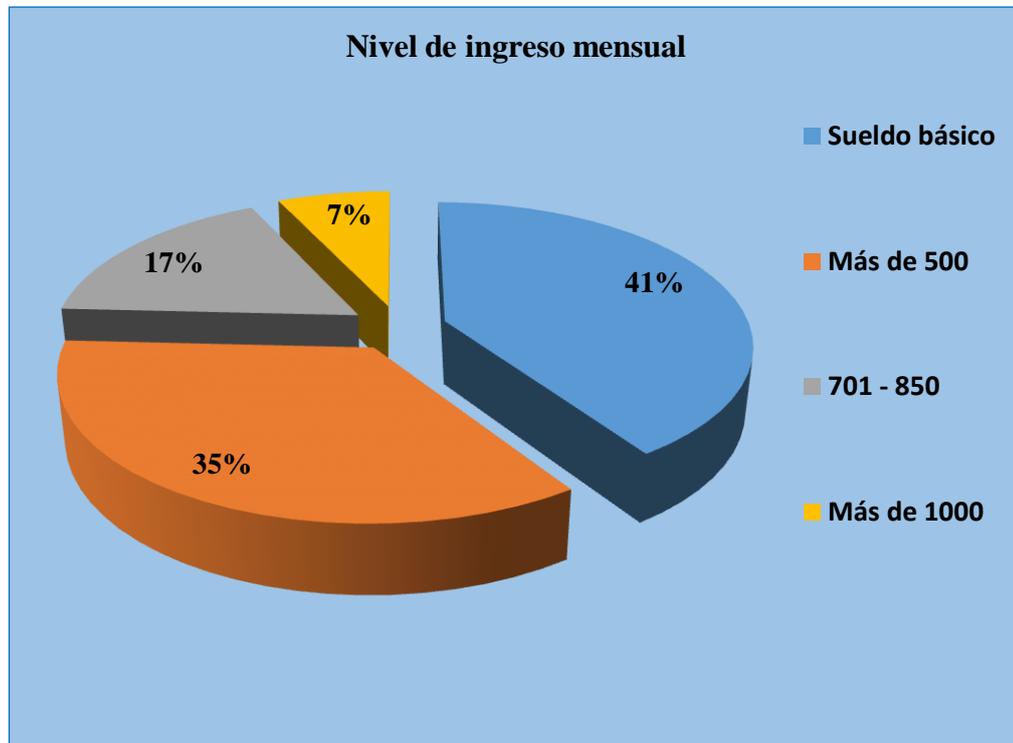


FIGURA 35. Nivel de ingreso mensual del turista.

El 41% de los turistas encuestados muestran rangos entre los cuales oscilan ingresos mensuales de 356 a 499, mientras que el 35% manifiesta que recibe más de 500 a 700 dólares mensuales, el 17% de ellos señala que recibe ingresos mensuales de 701 a 850 dólares, también tenemos que el 7% de los turistas recibe ingresos mensuales de más de 1000 dólares mensuales. Como es evidente y notorio el poder adquisitivo en su mayor parte favorece la afluencia turística ya que son estables y por ende capaces de realizar el gasto dentro del cantón. Esto radica en la importancia y la factibilidad de diseñar productos turísticos orientados a personas o visitantes de nivel medio ya que son los que presentan mayores porcentajes de arribos.

8.- Con quién realiza su viaje.

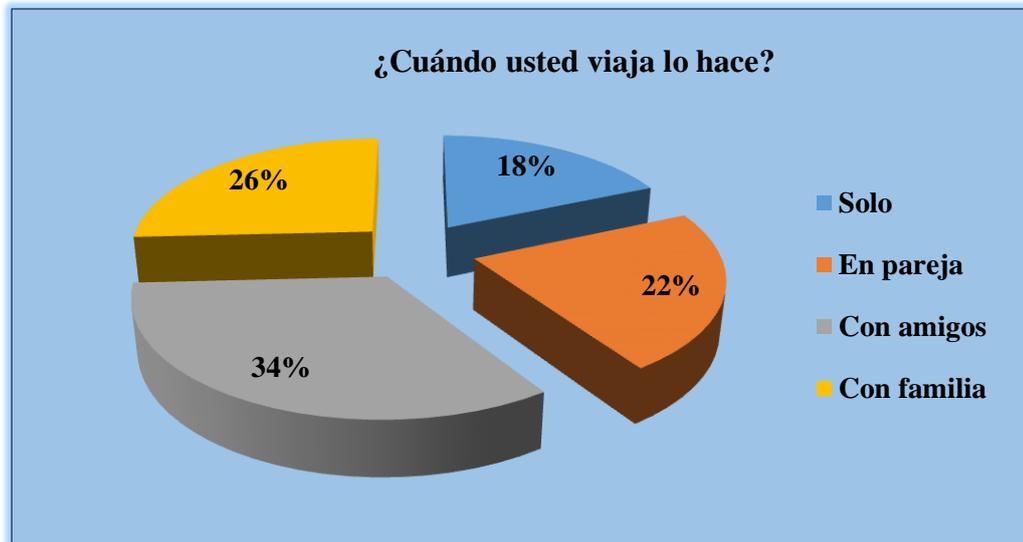


FIGURA 36. Con quién viaja el turista.

La mayor parte de turistas que visitan la provincia de Santa Elena y el cantón en particular, siempre lo hacen acompañados de otras personas ya sean estos amigos o familias en este caso de los 384 encuestados el 34% manifiesta que lo hace en compañía de amigos, en tanto que 26% de los turistas encuestados señala que lo hace en compañía de familiares buscando el sano esparcimiento, el 22% lo hace en compañía de parejas, esposos o novios que están comprometidos, el 18% restante cuando viaja lo hace solo. Cuando el turista viaja acompañado esto genera una mayor demanda de servicios turísticos y por ende brinda mayores oportunidades y rentabilidad o ingresos para la localidad receptora como lo manifiestan los gráficos.

9.- Época del año de preferencia para viajar del turista.

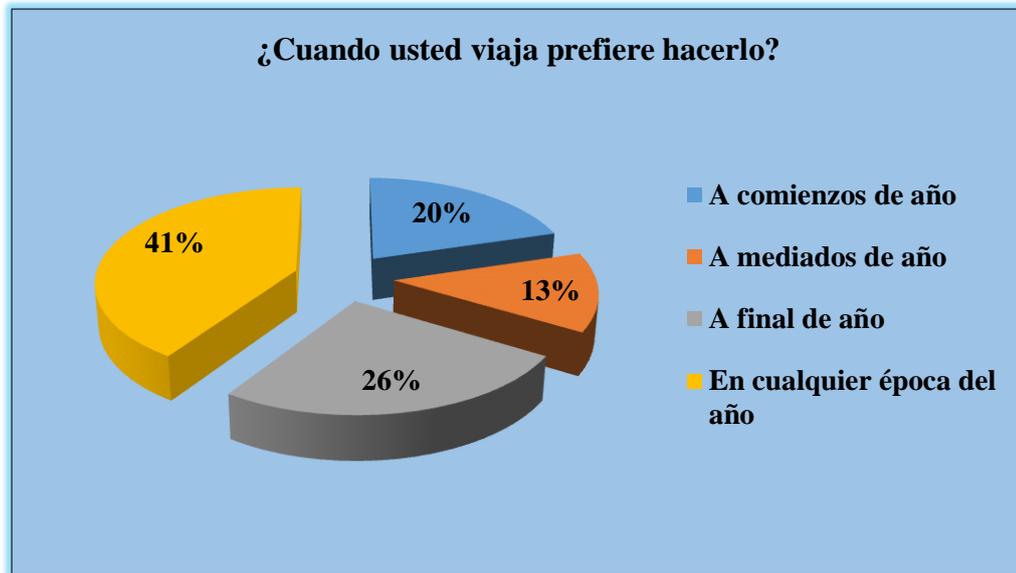


FIGURA 37. *Época del año que prefiere viajar el turista.*

Del total de los turistas encuestados el 41% de ellos manifiesta que prefieren viajar en cualquier época del año, por su parte el 26% señala que su mejor momento para viajar es al final del año desde septiembre a diciembre por general le gusta visitar el cantón por las fiesta del feriado de los fieles difuntos y de fin de año; con el 20% están las personas que deciden viajar a comienzos del año que son de enero hasta el mes de abril ya que en esos meses están los feriados de carnaval y la semana mayor, siendo un buen momento para poder viajar y disfrutar de su estadía, el 13% restante señala que prefiere viajar a mediados de año. Es fundamental que el destino turístico Santa Elena esté preparado para recibir al turista en cualquier época del año con el único fin de poderle brindar los mejores servicios turísticos de calidad.

10.- Rango de gastos por día.

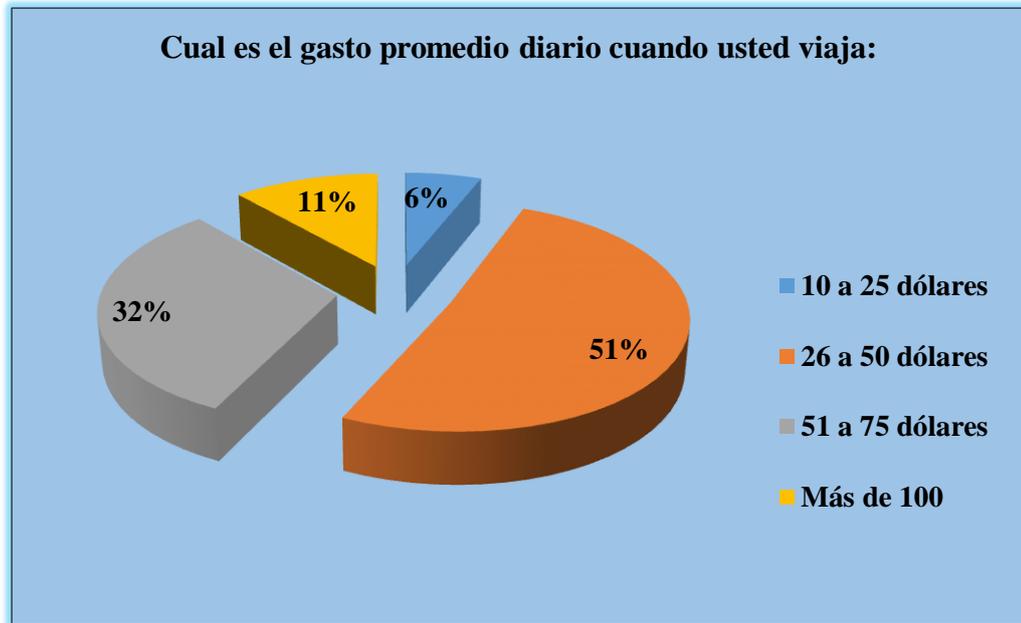


FIGURA 38. *Gasto promedio diaria del turista.*

El rango promedio de los turistas encuestados cuando viajan se refleja con el 51% que gastan entre 26 a 50 dólares diarios, mientras que el 32% manifiesta que gasta entre 51 dólares a 75 al día, el 11% de los turistas gasta más de 100 dólares al día, los datos que restan no son muy representativos, aunque son cifras importantes al momento de diseñar un producto acorde al mercado, los mayores valores determinan un nivel de gasto importante y representativo para un destino como Santa Elena, considerando la situación que atraviesa el mundo por una recesión económica que afecta a todos los que aún no se superan, pero gracias a estos flujos de turistas el país sigue creciendo y el gasto promedio de cada turista es un indicador que hay que tenerlo presente a la hora de establecer precios dentro de los productos ofertados o a ofertar.

11.- ¿Qué tipo o actividades de turismo realiza usted al momento de viajar?

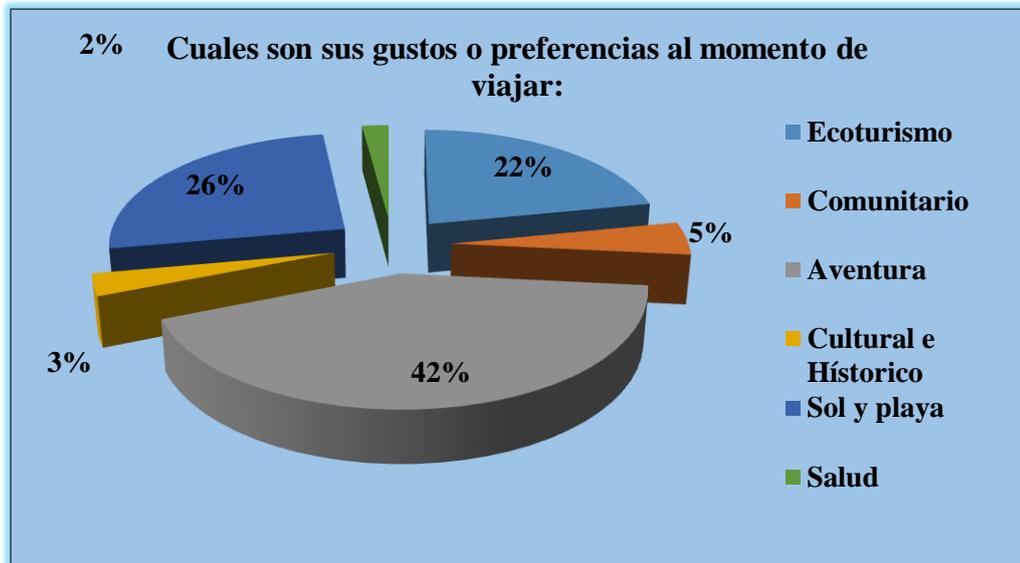


FIGURA 39. *Preferencias del turista al momento de viajar.*

Del total de los turistas encuestados el 42% cuando viaja tiene entre sus preferencias el turismo de aventura, seguido del 26% de aquellos que prefieren realizar turismo de sol y playa, mientras con el 22% los turistas que viajan por realizar actividades ecoturísticas, el 5% de ellos visita por realizar actividades comunitarias de socializar y convivir con los pobladores; el 3% por motivos de actividades culturales e históricas o visitas a museos y conocer acerca de la historia en general. El 2% de los turistas lo hace por el turismo de salud, en Baños termales de San Vicente que son aguas milagrosas. Es evidente que en la actualidad el turista busca experimentar nuevos retos y desafíos como lo es el turismo de aventura ya que se practican muchas veces en un entorno natural y relajante, lejos del ruido y el estrés, porque es lo que busca el visitante, el contacto directo con la naturaleza ya que esto provoca tranquilidad y paz.

12.- Medios de comunicación de información por los cuales se informa el turista sobre la provincia de Santa Elena.

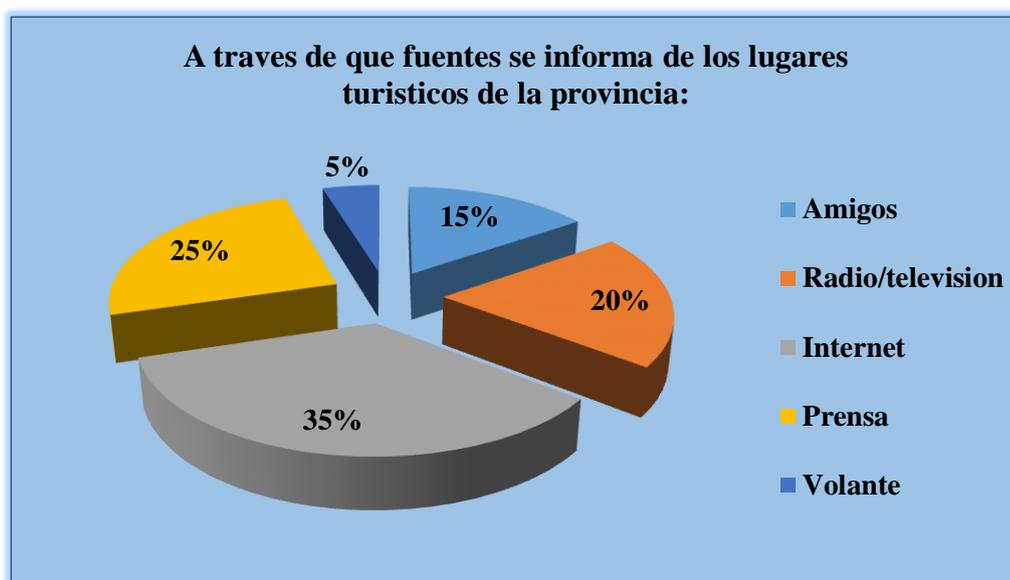


FIGURA 40. *Medios de comunicación de información por los cuales se informa el turista sobre la provincia de Santa Elena.*

Hoy en día una de las primeras fuentes de información a nivel mundial es el internet, según los resultados a los turistas encuestados el 35% de ellos manifiesta que se informa del cantón a través del internet, con el 25% están los turistas que se informan a través de la prensa escrita, periódicos, revistas, libros o guías turísticas según lo manifiesta los centros de información turística, mientras que el 20% señala que se informa del cantón mediante radio y televisión que son los spots publicitarios o propagandas, un 15% corresponde a quienes se informan por lo amigos el conocido boca a oído que se va difundiendo uno a uno y el 5% restante que se informa por medio de las hojas volantes. Es importante a la hora de promocionar el destino o algún producto fortalecer las fuentes de información para que llegue al turista y capte el mensaje.

13.- Aventura en la provincia de Santa Elena.



FIGURA 41. *Porcentaje de turistas que han realizado actividades de aventura en la provincia de Santa Elena.*

De los turistas encuestados el 87% de ellos manifiesta que no ha realizado ningún tipo de actividades de aventura dentro de la provincia de Santa Elena una gran diferencia de porcentaje en comparación a los turistas que si han realizado actividades de aventura que solo tienen el 13%. El principal motivo se debe a que la provincia es un destino ciento por ciento de sol y playa, aunque existan otros recursos como naturales y culturales que no han sido tomados en cuenta como uno de los tipos de turismo a ofrecer diversificando así la actual oferta turística y que el turista pueda disfrutar de diferentes opciones generando así la satisfacción de ellos y el deseo por volver a visitar la provincia entera.

14.- Postura del turista en cuanto a realizar aventura en la Provincia de Santa Elena.

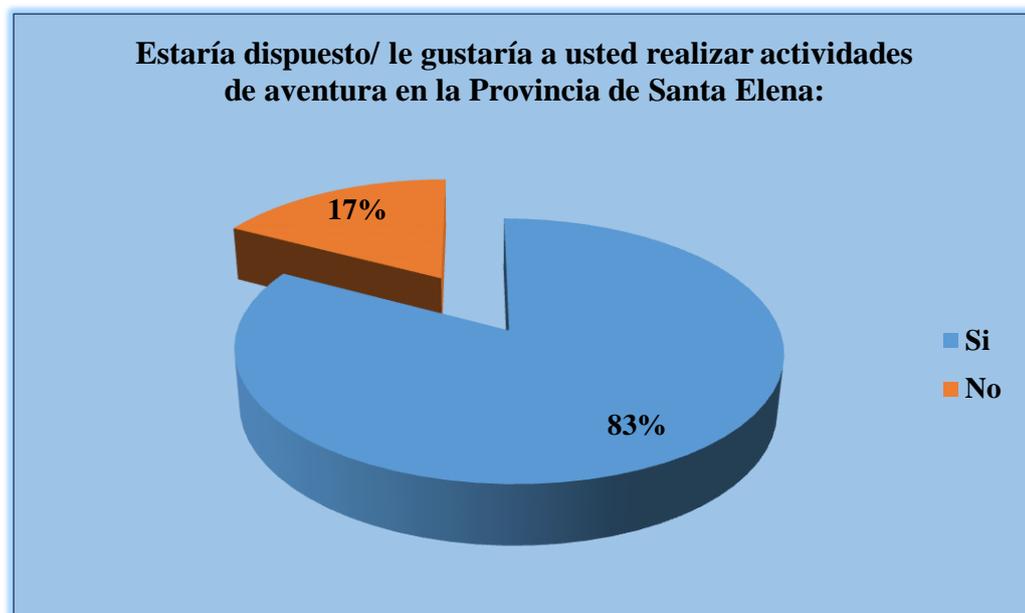


FIGURA 42. *Porcentaje de turistas que estarían dispuestos a realizar actividades de aventura dentro de la provincia.*

Cuando existe el interés y esa adrenalina que recorre por el cuerpo de toda persona, en este caso del turista, es inevitable no querer practicar la aventura, por lo que del total de los encuestados el 83% manifiesta que si está dispuesto a realizar actividades de aventura dentro de la provincia en comparación con los que no desean realizar actividades de aventura que solo ocupan el 17%. Cabe recalcar que en la actualidad la tendencia del turismo está apuntando a la visita de lugares naturales que existen en cada país o nación. Lugares naturales lleno de relajación que están dentro de la provincia pero que no han sido utilizados turísticamente por la falta de una buena planificación o un plan de desarrollo estratégico para potenciarlos y ofertarlos como productos de aventura y ganar mayor diversificación dentro del cantón y la provincia entera.

15.- Actividades que realizaría el turista en el cantón.

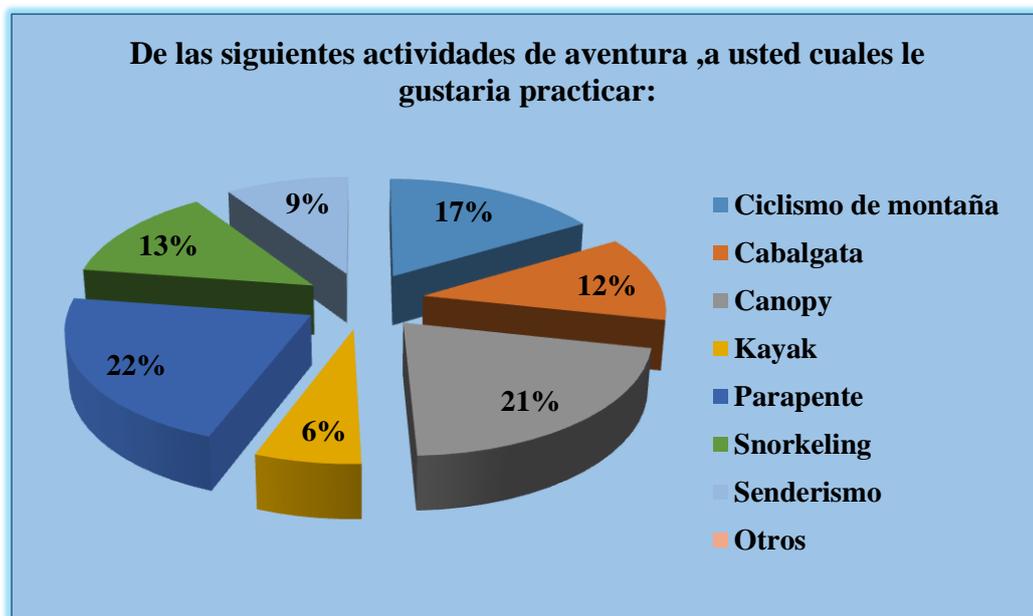


FIGURA 43. *Actividades de aventura que le gustaría realizar al turista dentro del cantón.*

De todas las actividades de aventura presentadas a los 384 turistas encuestados el 22% manifiesta que le gustaría realizar parapente, seguido con un 21% que le gustaría practicar canopy, con el 17% están los turistas que desean practicar ciclismo de montaña, mientras que con el 13% están los que desean snorkeling; con 12% los amantes a la cabalgata, con 9% están los turistas que optan por el senderismo y el 6% es para la actividad del kayak. Es notable que al turista le gusta las actividades de riesgo, que conllevan a traer a su cuerpo un poco de adrenalina, estos datos hay que tomarlos en cuenta a la hora de diseñar la oferta turística del destino Santa Elena.

16.- Número de días que el turista pernoctaría en el cantón.

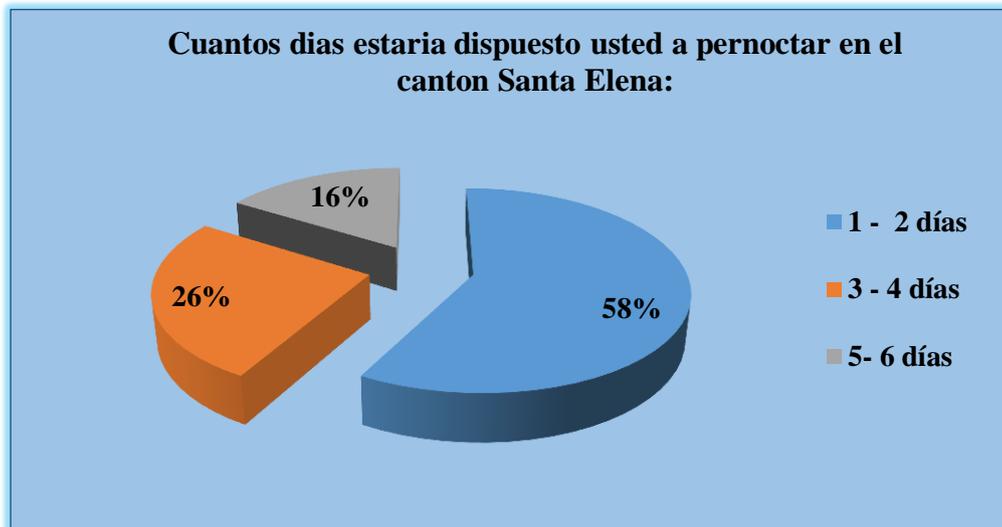


FIGURA 44. *Número de días que el turista estaría dispuesto a pernoctar en el cantón Santa Elena.*

Los resultados reflejan que de los turistas encuestados el 58% de ellos estaría dispuesto a pernoctar de 1 a 2 días, mientras que el 26% de ellos señala que pernoctaría de 3 a 4 días, y con el 16% los encuestados manifiestan que estarían dispuesto a quedarse de 5 a 6 días. La principal idea es involucrar a los habitantes del cantón para que tomen la iniciativa de ofertar servicios a través de emprendimientos que posibiliten la idea y con el apoyo debidamente de entidades no gubernamentales mediante créditos y financiamiento, así como también con las respectivas capacitaciones que brindarían un servicio de calidad porque mientras más días el turista pernocte mayores serán los servicios que consuman, por lo que hay que reestructurar la oferta turística con el fin de cumplir las necesidades del visitante.

17.- Postura del turista acerca de la oferta turística.

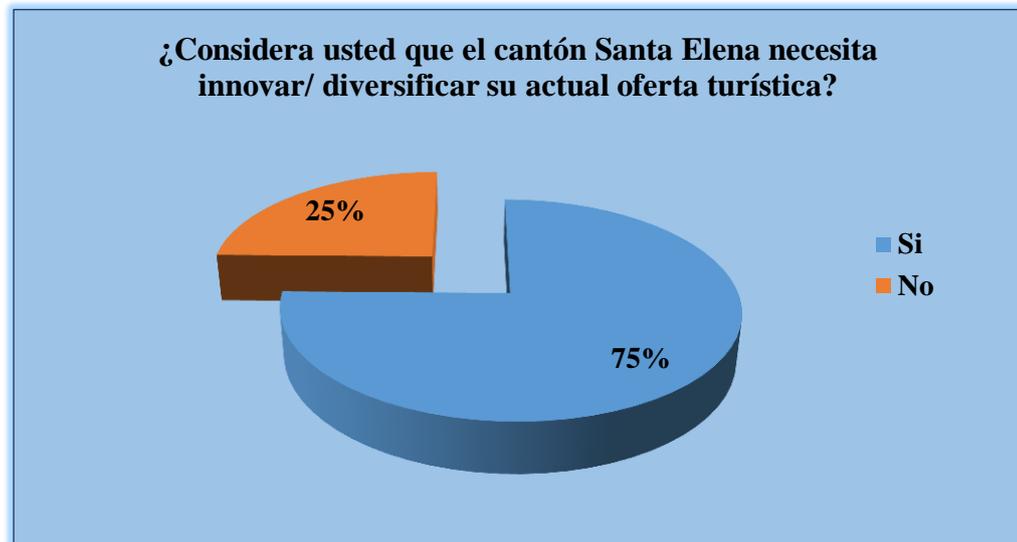


Figura 45. Postura del turista acerca de la oferta turística.

Los destinos turísticos a nivel mundial deben estar en constante cambios y renovar la oferta turística para no caer en un declive, del total de los turistas encuestados el 75% de ellos manifiesta que el cantón Santa Elena si necesita innovar su actual oferta turística, mientras que el 25% restante señala que no es conveniente renovar su oferta, los datos son exactos y es importante tomar medidas de corrección para diversificar la actual oferta del cantón Santa Elena ya que así el turista tendrá variedad de opciones para poder disfrutar y por ende fidelizarlos a que visite constantemente el destino.

18.- Criterio del turista en cuanto si una ruta de aventura aportaría al desarrollo económico.

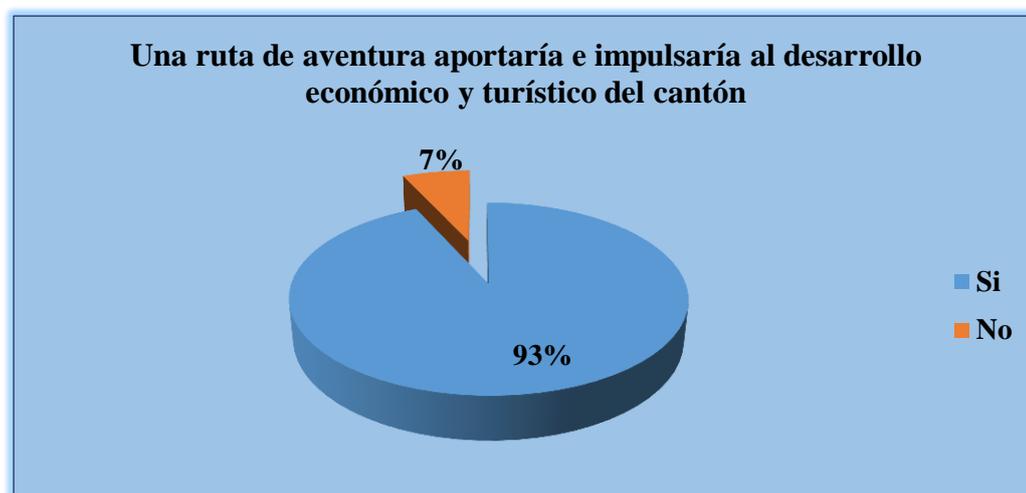


FIGURA 46. *Criterio del turista en cuanto si una ruta de aventura aportaría al desarrollo económico del cantón.*

De los 384 turistas encuestados el 93% manifiesta que con la creación de una nueva oferta turística, en este caso la ruta de aventura, aportaría al desarrollo local e impulsaría la actividad turística mejorando las condiciones de vida. En cambio en menor porcentaje con el 7% señala que una ruta de aventura no aportaría al desarrollo económico. Una de las principales características del turismo es la distribución de riquezas generando el efecto multiplicador que va a provocar en el destino, entonces es importante que se trabaje de una manera mancomunada por el bienestar y desarrollo del cantón.

19.- Postura del turista si estaría dispuesto a recorrer una ruta de aventura.

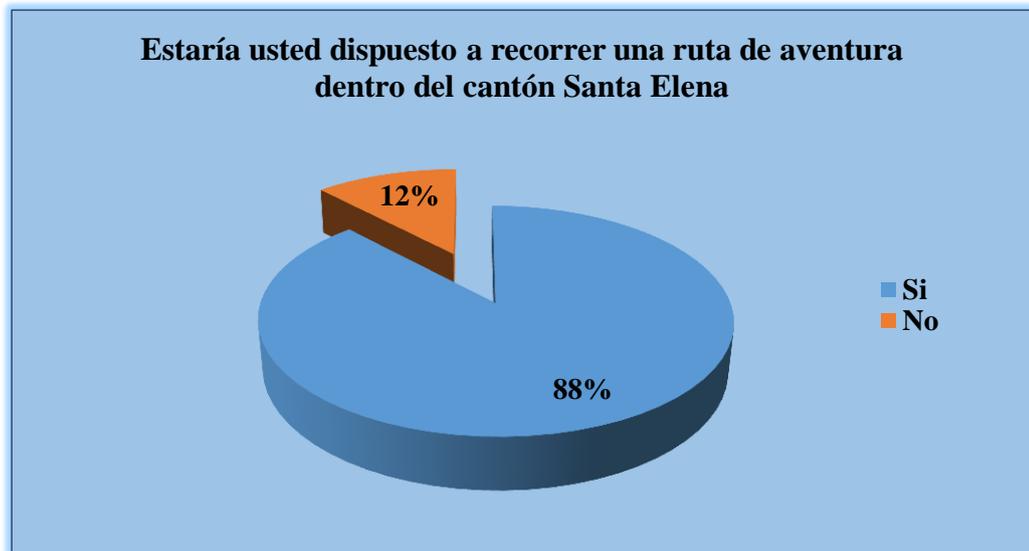


FIGURA 47. *Postura del turista si estaría dispuesto a recorrer una ruta de aventura.*

Una ruta de aventura solucionaría una de las tantas problemáticas que existen dentro del cantón Santa Elena, del total de los turistas encuestados el 88% de ellos señala que si estarían dispuestos a recorrer una ruta de aventura dentro del cantón, como se analizó en otros gráficos la mayoría de turistas que visita el cantón le gustaba la aventura y estaban dispuestos a practicar la aventura dentro de la provincia, mientras que en menor porcentaje están los turistas que no desean recorrer una ruta de aventura con el 12% respectivamente. Es factible e inevitable que la propuesta que se está planteando se desarrolle ya que busca el beneficio de los habitantes de la localidad, diversificando la actual oferta existente.

20.- Criterio del turista en cuanto a si se implementara la ruta de aventura se aprovecharán mejor sus recursos.



FIGURA 48. *Criterio del turista en cuanto a si se implementara la ruta de aventura se aprovecharán mejor sus recursos.*

Toda acción por buscar un bien en beneficio de los pobladores es buena y siempre es importante socializar con todos los involucrados e incluso con el turista que es una de las principales personas ya que su criterio es indispensable dado que será relevante que este se sienta a gusto y vuelva a su lugar de residencia con mucha satisfacción por ende que vuelva como uno de los principales clientes, por eso del total de los encuestados el 77% manifiesta que si se implementara la ruta de aventura se aprovecharán mejor sus recursos y por ende mejorará la experiencia del turista, el 23% de los encuestados señala que no se aprovecharán los recursos si se crea la ruta de aventura. Es notorio e ineludible que Santa Elena tiene mucho potencial y cuenta con características únicas que deben ser aprovechadas de la mejor manera.

2.8 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A AUTORIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Las entrevistas tomadas en la presente investigación fueron estructuradas y dirigidas para las autoridades provinciales, cantonales y locales, que son los conductores de la actividad turística dentro de la provincia entera. Los datos obtenidos de las entrevistas tuvieron gran acogida por parte de las autoridades quienes manifestaron su criterio hacia las diferentes preguntas que se les hiciera con el único propósito de conocer el grado de aceptación del diseño de una ruta de aventura para el cantón de Santa Elena y aparte que se conoció de una manera general como están llevando la actividad turística y sus gestiones por contribuir en el desarrollo según sus competencias.

Tabla 2. Datos autoridades encuestadas del cantón.

Nombre del entrevistado	Cargo	Profesión	Institución a la que pertenece
Mercede Guerra	Jefe de Turismo, Cultura y Patrimonio.	Consultora de Turismo	Prefectura de Santa Elena
Paulina León Castro	Analista de Gestión y Promoción Turística	Ing. Administración de Empresas	Dirección Provincial de Turismo
Ruth Flores Villao	Técnica en Proyectos Turísticos	Lcda. Administración turística	Emuturismo.
Douglas Dillon	Promotor Turístico de Santa Elena	Lcdo. En Administración Tecnológica.	Promotor Turístico

¿Cuál es la perspectiva que tiene usted en cuanto a la actividad turística que se viene desarrollando en el cantón de Santa Elena?

La representante de la Dirección Provincial de Turismo, sostiene y define que: el cantón se divide en una extensa zona rural o comunitaria que es donde se desarrolla mayormente la actividad turística, que el turismo en la Provincia y por ende en el cantón se ha venido desarrollando considerablemente aunque con muchas falencias y considera que aún falta cosas por mejorar pero que con buenas estrategias se daría un direccionamiento de lo que se quiere a futuro para el destino Santa Elena.

¿Considera usted que es importante diversificar o innovar la actual oferta turística en el cantón y la provincia entera?

Las autoridades de Santa Elena concuerdan y consideran que: es fundamental innovar la actual oferta ya que la principal es sol y playa que se ha venido promocionando desde hace muchos años atrás, y que sin embargo durante los últimos años ha existido un auge y un potencial magnifico como son las actividades de aventura como el parapente en San Pedro y el surf en Montañita que está posicionado y que es nuestro producto referente a nivel mundial, además el ciclismo de montaña, el senderismo y cabalgata en la comuna de Dos Mangas a través de sus bosques.

Por otro lado la Lcda. Villao acota que: el cantón de Santa Elena a medida que pasa el tiempo se convierte en un destino potencial que se está posicionando en el mercado y que con mucho apoyo y el trabajo mancomunado se fortalecerá a futuro convirtiéndolo en un destino privilegiado y que las problemáticas con el tiempo esperan ser solucionadas en su totalidad

¿Qué piensa usted acerca de las rutas de aventura?

La Ing. Mercedes Guerra considera que: todo proyecto que involucre a la población está bien visto debido a que generan grandes oportunidades de desarrollo, para nuestro cantón y para ellos como principales protagonistas.

Las rutas de aventura serían una propuesta factible ya que ha leído que en otros países este producto nuevo es llamativo y de gran acogida y que debido a las condiciones territoriales sería de gran provecho para el cantón y la provincia entera desarrollando así los maravillosos escenarios que posee, además de que conseguir el financiamiento para una propuesta así sería el ideal porque tendría resultados positivos en comparación a otros proyectos que no han tenido buenos resultados desaprovechando las asignaciones presupuestarias que da el estado y que con una buena planificación y estrategia será uno de los productos estrellas del cantón.

¿Qué planes está desarrollando la institución a la que usted representa para impulsar el desarrollo turístico del cantón?

Por otra parte la Ing. León hace énfasis en que: como rectores principales que rigen en la actividad turística de la provincia estamos fortaleciendo a la promoción y mercado, que los productos que se están ofertando se consoliden, y también que las empresas turísticas se involucren más, y que estamos promocionando el destino Santa Elena a nivel nacional e internacional; nacional a través de la campaña “viaja primero Ecuador” y a nivel internacional “All you need is Ecuador” que fortalece aún más los destinos.

Por su parte la Ing. Ruth Villao señala que: estamos contribuyendo al desarrollo mediante capacitaciones a los servidores turísticos sobre atención al cliente, calidad y cursos de inglés, además que promocionamos eventos turísticos como gastronómicos, juegos tradicionales, concursos, entre otros, ya que esto fomenta el

turismo interno y ayuda a que los turistas conozcan más a fondo lo que hay en cada comunidad a visitar. Además también estamos trabajando en actualizar el inventario de atractivos turísticos para tener productos de calidad.

¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una ruta de aventura para el cantón Santa Elena?

La Lcda. Villao argumenta que: si estoy de acuerdo con la implementación de una ruta de aventura dentro de nuestro cantón, porque todo lo referente a innovar es señal de buen auge y genera divisas para los de la localidad, además nosotros como Empresa Municipal de Turismo tenemos una visión muy amplia en lo que respecta al turismo de aventura y de naturaleza, dado que el cantón cuenta con muchos recursos naturales y paisajísticos para poder practicar esta modalidad de turismo en toda la provincia entera además que estamos encaminados y direccionados también con lo que es el PLANDETUR 2020.

Por otro lado la Ing. León señala que: definitivamente una ruta de aventura es considerable para potenciar la oferta turística en Santa Elena ya que tiene como hacerlo, tenemos surf, parapente, ciclismo, incluso cabalgata, no podemos dejar a un lado a la comuna de Ayangue para practicar el buceo, también tenemos un atractivo importante como lo es el islote de El Pelado con un sin número de fauna que observar y el personal comunero necesario, calificado y preparado para ofertar este turismo de aventura que se enlaza en una ruta que constituiría una innovación de nuestra oferta e invitándolo al turista a que visite nuestra provincia, ofreciéndole la variedad de productos turísticos basados en la calidad.

¿Usted o la institución a la que representa de qué manera apoyaría la ejecución del proyecto “Diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística en el cantón Santa Elena?”

La Ing. Guerra manifiesta que: bueno por competencia nosotros podríamos apoyar mediante promoción turística y la difusión dentro de la provincia y a nivel nacional e internacional en lo que se refiere a manejo de páginas web, blog y redes sociales para que el turista visite y disfrute de este nuevo tipo de oferta.

En concordancia y relacionándolo la Lcda. Villao manifiesta que: desde nuestras competencias podemos contribuir en mucho siempre estamos dispuestos a trabajar por el bien común, nosotros como empresa municipal podemos promocionarla a nivel nacional, fortaleciendo y dándole el respaldo que se necesita y buscar alianzas estratégicas con el sector privado, siendo el nexo de comunicación para inversionistas en el sector turístico apoyando los nuevos e innovadores proyectos.

¿Considera usted que el diseño de la ruta turística de aventura contribuirá a fortalecer el desarrollo de la economía y del sector turístico del cantón?

La Ing. León señala que: bueno más que nada a la hora de insertar un nuevo producto en la Provincia de Santa Elena son muchos los que se benefician, los dueños de abarrotes, los que venden almuerzos, los mecánicos, los que alquilan bicicletas, ya que es un todo en un solo producto y que si contribuirá al desarrollo pues hoy en día necesitamos de nuevas alternativas debido a que la provincia es un destino privilegiado y con una ruta de aventura obligamos por así decirlo, a que el turista alargue su estadía dentro de nuestra provincia.

¿Considera usted que el cantón Santa Elena o la provincia entera puedan convertirse en un destino turístico consolidado con un turismo los 365 días del año?

La Ing. Mercedes Guerra señala que: si es que todos trabajamos en conjunto y nos ponemos a trabajar hombro a hombro de una manera planificada la provincia será un destino consolidado los 365 días del año porque tenemos grandes recursos para ofertarlos todo el tiempo.

Al mismo tiempo la Ing. Paulina León recalca que: si tenemos todo para llegar a hacerlo, de hecho hay productos que se mantienen todo los días del año funcionando que tienen una gran demanda, lo que tenemos que hacer es fortalecer definitivamente la oferta haciéndola de una manera organizada y direccionada a cumplir los objetivos planteados y poner en valor estos paquetes turísticos a los potenciales clientes que se ven atraídos por ellos.

En conclusión Santa Elena es un cantón con gran potencial que si las autoridades trabajan hombro con hombro será uno de los destinos preferidos por los visitantes nacionales y extranjeros con una gran variedad de oferta turística o productos para poder disfrutar de ellos. La mayoría de los entrevistados concuerdan en que Santa Elena puede y debe llegar a convertirse en un destino con un turismo todos los 365 días del año, generando el efecto multiplicador que es el beneficio para todos los habitantes.

2.9 ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN APLICADAS AL INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SANTA ELENA.

Como se describió anteriormente, la recolección de datos se realizó in situ, también se trabajó con la guía de observación propuesta por Ricaurte (2009), lo que nos permitió el levantamiento de la debida información necesaria para el diagnóstico correspondiente (**ANEXO 1**).

La guía que se utilizó para poder actualizar los datos existentes de años anteriores que se han realizado en el cantón de Santa Elena al no estar tan precisos y un poco ambiguos se concilió con datos y se actualizó para su veracidad.

Las fichas de inventario de atractivos turísticos según la metodología que utiliza el Ministerio de Turismo (2004) fue de gran ayuda a la presente investigación por lo que se procedió a levantar la debida información y visita a los atractivos existentes y recursos que tienen potencial para el respectivo diagnóstico.

2.10 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Mediante la aplicación del χ^2 , se espera comprobar o rechazar la hipótesis de la presente investigación, trazada de la siguiente forma: “el diseño de una ruta de aventura permitirá el aprovechamiento de los recursos naturales dando apertura a que diversificara la oferta turística existente en el cantón Santa Elena”. El χ^2 servirá para someter a prueba la hipótesis ya planteada a distribuciones de frecuencias dado que esta prueba compara los valores de frecuencia observada con los valores esperados. Primero se planteará la hipótesis nula y la alternativa:

Hipótesis nula H_0 : El diseño de una ruta turística de aventura NO permitirá el aprovechamiento de sus recursos naturales como tampoco diversificará la oferta turística existente en el cantón Santa Elena.

Hipótesis alternativa H1: el diseño de una ruta turística de aventura permitirá el aprovechamiento de sus recursos naturales y diversificará la oferta turística existente en el cantón Santa Elena.

En segundo lugar se presenta el cuadro de frecuencias absolutas observadas o valores observados donde se da a conocer la categoría, las variables y el total.

TABLA 3. Frecuencias observadas.

Categoría	SI	NO	TOTAL
Turistas	370	14	384
Población	368	15	383
Autoridades	4	0	4
TOTAL	742	29	771

De la misma forma se da pauta a elaborar el cuadro de frecuencias esperadas, para hacerlo se tuvo que multiplicar el total de turistas con la variable SI de la misma fila y dividiendo el resultado con el total de las frecuencias observadas teniendo que repetir el proceso con todas las frecuencias al interior de la tabla:

TABLA 4. Frecuencias esperadas.

Categoría	SI	NO	TOTAL
Turistas	369,55	14,44	384
Población	368,59	14,40	383
Autoridades	3,84	0,15	4
TOTAL	742	29	771

Una vez obtenidos los valores de las tablas se realizó como siguiente paso el cálculo estadístico de prueba mediante la comparación de valores de las frecuencias observadas con los valores de frecuencias esperadas, utilizando la siguiente fórmula:

Fórmula

- Fo = Frecuencia observada
- Fe = Frecuencia esperada

$$x^2 = \sum \frac{(fo - fe)}{fe}$$

Ejemplo

$$x^2 = \sum \frac{(370 - 368.59)}{368.59}$$

Del mismo modo se efectuó el proceso con cada una de las celdas, lo que da como resultado la siguiente tabla:

TABLA 5. Cálculo del χ^2 .

Categoría	SI	NO	TOTAL
Turistas	0.00	0.02	0.03
Población	0.00	0.01	0.01
Autoridades	0.01	0.15	0.16
TOTAL	0.01	0.19	0.20

Entonces $X^2 = 0.20$, este es el valor del estadístico de prueba por ende se procederá a compararlo con la tabla de Ji- cuadrado, pero antes se tendrá que calcular los grados de libertad de la siguiente fórmula:

Grados de libertad (gl) = (n1 de filas-1) x (n1 de columnas -1)

Entonces:

$$Gl = (3-1) \times (2-1) = 2$$

El grado de libertad que se obtuvo es (gl= 2), entonces el margen de confianza establecido es del 95% y el margen de error o nivel de significancia es del 5%. Por lo cual el valor de la tabla para χ^2 asociado a los grados de libertad 0,05 es 5,99. Se demuestra entonces que el valor del χ^2 está dentro del margen de aceptación por lo que se rechaza la hipótesis nula H_0 y se acepta la hipótesis alternativa.

FIGURA 49. Tabla de distribución del χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735
2	13,8155	11,9927	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948

Queda demostrado o comprobado que el diseño de una ruta de aventura si permitirá el aprovechamiento de los recursos naturales y así de esta manera diversificará la oferta turística existente en el cantón Santa Elena.

Es claro que el cantón de Santa Elena necesita una diversificación o innovación de su oferta turística en la cual se propone el diseño de una ruta de aventura unificando zonas que no han sido aprovechadas dentro del sector turístico definiéndolas de la mejor manera para satisfacción del turista a fin de lograr impulsar un desarrollo turístico para toda la población. En el III capítulo se presenta la propuesta del trabajo de investigación.

2.11 DISCUSIÓN FINAL.

Entre las diferentes teorías trazadas por autores como medios de solución para enfrentar las problemáticas y las carencias identificadas en el destino Santa Elena se puede decir que la innovación o diversificación es parte fundamental de los componente del desarrollo del turismo en una localidad o en un destino dado que son una diferenciación y caracterización que los hace incomparable a otros destinos de diferentes partes.

Una vez finalizado el proceso investigativo de levantamiento de información aplicado en el campo dentro del cantón, utilizando los respectivos instrumentos como las encuestas, las entrevistas dirigidas a la población, turistas y autoridades que son promotores del desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena es primordial que se trabaje en base a unidad y esfuerzo por el bien de todos. Según el Manual para la Planificación de Productos Turísticos Swisscontact (2014) en el proceso de desarrollo de un destino turístico, los productos turísticos representativos del destino, deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del mismo, son estos productos representativos los que lograrán consolidarlos en el mercado debido a su diferenciación o característica única.

- Mediante estos argumentos o teorías ya que los resultados obtenidos son claros que la mayoría de la población del cantón está de acuerdo con la ejecución de implementar una ruta de aventura como producto estrella, por ser un nuevo producto que contribuirá al desarrollo de la actividad turística y la diversificación de la oferta turística creando mayor oportunidades o alternativas de turismo al visitante.

Según la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales de México SEMARNAT (2006) para poder atraer a los turistas en un mundo que compite intensamente por ellos, no es suficiente con prometer montañas, playas, sitios arqueológicos y ciudades coloniales, estos lugares, sin el complemento de un

servicio de calidad, sin instalaciones adecuadas, sin actividades que la gente practica o sin garantías de seguridad, resultan insuficientes para que los potenciales visitantes de cualquier parte del mundo opten por un destino en particular.

- La teoría es clara, evidente pero sobre todo con una gran veracidad ya que en la actualidad el turista es cada vez más exigente a la hora de elegir un servicio o producto, por eso es indispensable crear e implementar con la ayuda de los gobiernos seccionales la planta e infraestructura turística que vaya acorde a las necesidades de la demanda y sobre todo contar con carreteras de primer orden es decir la accesibilidad hacia los diferentes atractivos del cantón.

Según la empresa consultora especializada en Desarrollo y Proyectos Turísticos ROS Development y Planning SL (2008) un instrumento básico para el desarrollo de un destino es poder disponer de un Plan de Marketing Operativo, que agrupe todas las acciones que afectan “al lado” demanda del sistema turístico, en otras palabras hace énfasis a las acciones sobre los mercados y que representan una de las principales funciones básicas de los productos que son: Imagen, Promoción y apoyo a la Comercialización del producto.

- El cantón de Santa Elena requiere de planes estratégicos enfocados en marketing que apunten a los distintos mercados potenciales nacional e internacional, buscando así un posicionamiento y competitividad, y dar a conocer sus principales ofertas potenciales que son el turismo de naturaleza y aventura

Como parte final se presenta la propuesta, donde se proponen alternativas para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Santa Elena, con el único propósito de contribuir al desarrollo socioeconómico y turístico aprovechando los recursos que posee el cantón

CAPÍTULO III

“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA”

3.1. PRESENTACIÓN.

El fin de la diversificación o la innovación de un producto es el permitir, forjar y aprovechar y sobre todo manejar de una manera sostenible el uso de los recursos que posee una localidad, en este caso el cantón de Santa Elena, mediante el cual se busca generar fuentes de empleo, ya que su gente es hospitalaria, trabajadora y cálida, siendo que ese complemento haga que el cantón sea más competitivo, ofreciendo un producto turístico de calidad con todos sus componentes necesarios y así poder satisfacer las necesidades de los visitantes o turistas generando experiencias inolvidables.

La propuesta de un diseño de una ruta de aventura, para diversificar la actual oferta turística, inicia de un estudio elaborado a diferentes segmentos sociales que juegan un papel importante o forman parte directa e indirecta de la actividad turística como son los pobladores, servidores turísticos y los turistas, ya que se fundamenta principalmente en fortalecer y promover el turismo en el cantón a través del efecto multiplicador en la población, es decir, el beneficio para todos y así posicionar al cantón como un destino turístico a nivel nacional, con los debidos lineamientos o ejes estratégicos del Plandetur.

La ruta de aventura es uno de los productos innovadores que a través de sus recursos impulsará y ayudará a identificar al cantón como un destino turístico potenciado, y es lo que incentiva esta propuesta, tomando en cuenta que el cantón es solo turismo de sol y playa y otras actividades complementarias, por ende el turismo de aventura mediante la ruta le dará otro giro al cantón, además que es una de las actividades que ha tomado mayor importancia en los últimos años,

desde el 2010 hasta la actualidad según el Ministerio de Turismo del Ecuador; en cuanto a motivo de viaje se encuentra en la tercera posición por debajo del turismo cultural y el ecoturismo desplazando a otras actividades también importantes ya que se disfruta, se vive una experiencia diferente con una dosis de riesgo o peligro permitiendo seducir al turista.

El cantón de Santa Elena con la elaboración de una ruta turística se beneficiaría de mucho y sería de gran aporte al sector de la localidad debido a la falta de productos turísticos y por ende daría las respectivas soluciones a las principales necesidades y problemas que existen en la localidad. También se partió de un análisis de la oferta y demanda, considerando como se está manejando el turismo en el cantón recopilando y obteniendo información valiosa y convincente para clarificar las problemáticas del objeto de estudio.

La propuesta del diseño de una ruta de aventura está direccionada sobre sus objetivos que van de la mano con la misión y visión estratégicamente definidos con el fin de innovar o diversificar la actual oferta turística en el cantón de Santa Elena, además que es un producto que a nivel mundial ha logrado causar grandes expectativas generando divisas en los países donde se lo practica posicionando a gran escala a los destinos.

3.2. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día mediante la actividad turística, se puede diversificar o innovar nuevos productos a partir de la oferta turística de atractivos y servicios, que existen en un destino con variedad de características, generalmente sus recursos naturales y culturales están ubicados e identificados en sitios específicos, siendo fácilmente integrados.

Al plantear una ruta turística, se integran atractivos de gran valor potencial que se encuentran dentro de un espacio geográfico determinado, y al ser un clúster de actividades, se necesita establecer una actividad específica para mantener un nexo en común. En la presente disertación “la aventura” constituye el elemento clave para trazar la ruta turística. Al realizar turismo, tanto en el Ecuador como alrededor del mundo, se contribuye al desarrollo local

Así se ve la necesidad de crear e innovar rutas turísticas enfocadas a grupos de visitantes con cualidades y necesidades diversas o específicas. Si se crean rutas turísticas específicamente de aventura, se estaría enfocando a un nuevo nicho de mercado que sería muy atractivo desarrollarlo, otro aspecto se enfoca a que muchas veces la experiencia que uno tiene de conocer diferentes lugares y a la experiencia que se tiene con la familia o gente desconocida en un tour, ya que así fomentamos el turismo interno del país por el bien de todos, ya que en estos momentos el turismo se ha convertido en una actividad que impulsa el mejoramiento del buen vivir de los habitantes y por ende impulsa a la participación y unión de las comunidades locales del cantón Santa Elena en la actividad turística

En la actualidad el Ministerio de Turismo a través del plan de desarrollo turístico al 2020, conocido como Plandetur, ha estimado a la “ruta turística” dentro de los productos turísticos natural, arqueológico, etc., como uno de los nuevos productos a fortalecer y difundir de manera primordial, dado que enlaza sus mejores

atributos considerando criterios técnicos como son valores intrínsecos, notoriedad, carácter local y concentración de la oferta, y es por esto que la presente investigación propone el “Diseño de una ruta de aventura, para diversificar la actual oferta existente en el cantón Santa Elena”. Por ello es imprescindible señalar y explicar que en este tipo de turismo prevalece un alto grado de interacción con el entorno natural.

También se contribuiría a mejorar los servicios que se ofrecen a los turistas y satisfacer de una mejor manera sus necesidades; con ello se cubrirían sus expectativas. Finalmente cuando uno es joven se es aventurero y se disfruta de la compañía de sus amigos, por qué no darles la oportunidad de un viaje, a bajo costo dentro del Ecuador a los interesados, junto con las personas que lo acompañan.

La zona de estudio escogida es muy importante dentro del país ya que posee atractivos muy interesantes para conocer por sus características culturales, gastronómicas, belleza paisajística, entre otras. Además algunos de los atractivos más destacados se caracterizan por tener mucho potencial dentro del mercado del turismo nacional, ya que en ellos se pueden realizar muchas actividades para que el turista se lleve una experiencia inigualable del lugar. Igualmente al realizar actividades turísticas alrededor de esta zona se contribuye al desarrollo de las comunidades cercanas y a la creación de muchas fuentes de trabajo. Al elaborar rutas turísticas interesantes, se podría impulsar, entre los jóvenes, a tener como primera opción para visitar al Ecuador relegando al segundo lugar otros destinos fuera del país. De la misma manera una buena promoción de estas rutas ayudaría a captar la atención de los jóvenes tanto dentro como fuera del país.

A través de la información recopilada en la Dirección de turismo del cantón, se pudo evaluar que las actividades de aventura del cantón no están muy desarrolladas, mucho menos se encuentran detalladas ni identificadas claramente. Esto se refiere a que si se ha dado énfasis al turismo de naturaleza en el cantón y

por ello se han elaborado planes de desarrollo ecoturísticos, más no existe un enfoque específico para el crecimiento de actividades de riesgo en el contexto de “aventura”. Al establecer una ruta de aventura se intenta obtener una definición clara de los sitios turísticos que se encuentran dentro del trayecto y el tipo de actividad a desarrollarse. Por lo tanto es fundamental la realización de una investigación que tenga como finalidad la identificación y análisis de los sitios potenciales para ser incluidos en el diseño de la ruta turística de aventura y a su vez garantizar la satisfacción de los visitantes.

3.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

El presente diagnóstico se realizó con la finalidad de analizar el estado situacional en el que se encuentra el cantón de Santa Elena, a través de la metodología ya mencionada como la observación, así como entrevistas y fichas de campo, se ha podido concretar las oportunidades y las falencias con que cuenta la comunidad, a continuación presentamos el diagnóstico.

3.3.1. Análisis situacional del sitio de estudio

Dentro del análisis situacional del estudio se estudia y analiza la oferta y demanda respectivamente que visita el cantón y los componentes de cada uno que lo conforman y en base a esto se plantean las posibles soluciones como se muestra a continuación:

3.3.2. Análisis de la oferta turística.

3.3.2.1. Inventario de atractivos turísticos.

Para la OMT un patrimonio es turístico en el momento en que los visitantes se interesan por él, y es recurso turístico cuando interviene de alguna forma el hombre y lo utiliza para fines turísticos, dada la aclaración y la identificación de

los atractivos turísticos, el inventario de atractivos es un paso primordial dentro del diagnóstico ya que básicamente radica en la elaboración de un listado o registro ordenado de los factores físicos, biológicos y culturales, lugares con potencialidad turística son puestos en el mercado nacional e internacional

Es de vital importancia los atractivos naturales y culturales dentro de la actividad turística y así de esta manera se ha realizado el inventario pertinente de atractivos con los que cuenta el cantón de Santa Elena, el registro de dichos recursos es una herramienta indispensable para la dirección, planificación y toma de decisiones, el registro se lo realizó mediante investigación de campo utilizando la metodología de fichas para el levantamiento de atractivos planteado por el Mintur (2004). Para una mejor presentación de los resultados obtenidos del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales, se utilizó la clasificación de los recursos turísticos planteada por Boullón (2006) y Siberman (1970). Así de este modo se ha levantado e inventariado la información que se muestra.

Para una mejor facilidad de la información y verificación de los datos de inventarios de atractivos se ha tomado en consideración los atractivos que ya están registrados por el Ministerio de Turismo y también datos relevante a ciertos recursos o atractivos que pueden ser potenciales para la práctica de aventura y que a través de la investigación de campo fueron identificados para considerarlos dentro de la presente propuesta.

De acuerdo al inventario de atractivos realizado por el Ministerio de Turismo el cantón de Santa Elena cuenta con 72 recursos y atractivos turísticos, 30 atractivos que están dentro de la categoría sitios naturales vinculados a lo que son zonas de playas y del bosque húmedo de la costa, también cuenta con 42 atractivos dentro de la categoría Manifestaciones Culturales relacionados con museos, realizaciones técnicas o científicas, están también las artísticas contemporáneas y por último las artesanías, entre otras. Según cada parroquia los atractivos y recurso turísticos del cantón son (Fdsg, 2011):

TABLA 6. Atractivos y recursos de la parroquia Santa Elena

ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANTA ELENA					
#	ATRATIVO	CLASE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1	Playa de Ballenita	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
2	Galería Náutica Mirador Farallón Dillon	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.	Museos contemporáneos
3	Playa de Chulluipe	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
4	Playa de Punta Blanca	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
5	Playa de Capaes	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
6	Playa de San Pablo	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa

Fuente: (Fdsg, 2011)

Destacan los siguientes atractivos o recursos:

Chulliupe, con una playa de pendiente favorable para las actividades acuáticas como el surf; Ballenita, primera playa del cantón, población tranquila y amigable en donde en los meses de junio a septiembre pueden observarse desde su costas las ballenas jorobadas, lo que le dio origen a su nombre; y San Pablo, comunidad de gran reconocimiento por su gastronomía basada en mariscos (Fdsg, 2011).

Parroquia Colonche.

TABLA 7. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Colonche

ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA COLONCHE					
#	ATRATIVO	CLASE	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
7	Playa de Ayangué	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
8	Playa de Palmar	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
9	Playa La Leona	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
10	Playa Angahuel	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
11	Playa Portete Grande	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
12	Playa Portete Chico	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
13	Rompeolas de Jambelí	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
14	Playa Rosada	ATRATIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
15	Aguas Termales en la Comuna Aguadita	RECURSO (ATRATIVO POTENCIAL)	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales

Fuente: (Fdsg, 2011)

Destacan los siguientes atractivos:

Ayangue.

Se trata de una bahía con una playa favorable para el turismo, con aguas tranquilas desde donde se puede salir en bote para visitar el islote “El Pelado” y practicar actividades acuáticas como snorkeling, pesca recreativa y buceo. La comunidad posee servicios de hospedaje de distintas categorías, servicios de alimentación con restaurantes y cabañas frente al mar, así como tiendas de artesanías confeccionadas en madera y concha (Fdsg, 2011).

En esta zona existen además siete zonas de playa que podrían incluirse en el desarrollo turístico conocidas como Punta Leona, Portete Grande, Portete Chico, Punta Angahuel, Lobo Marino, Ayangue y Playa Rosada. En esta última playa, algunos empresarios privados han realizado esfuerzos de implementar servicios de hospedaje y alimentación, y buscan posicionarla como una zona de disfrute, donde se puede visitar el Cerro Angahuel, los acantilados rodeados de playas vírgenes y un observatorio de aves (Fdsg, 2011).

Playa de Palmar.

La zona de Palmar constituye un punto estratégico en la ruta del Spondylus, desde allí se puede tomar camino hacia otros atractivos turísticos de Colonche como el Museo Alfred Enjhod, la Iglesia Santa Catalina de Colonche y el Museo del Cacique Baltacho. Además, su tranquila playa, perfecta para un día de sol y mar, es una potencial zona de playa para el tiempo de temporada alta, cercano está el Santuario de Nuestra Señora de Fátima, el cual se presta además como un mirador natural del entorno al estar ubicado en el cerro María Guare, también la antigua iglesia de Palmar que no está en funcionamiento actualmente pero que posee una arquitectura característica que debería ser recuperada y puesta en valor. Palmar

posee servicios de transportación, gasolinera, locales comerciales y ciertos servicios de hospedaje y restaurantes (Fdsg, 2011).

Parroquia Simón Bolívar.

Tabla 8. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Simón Bolívar

ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SIMÓN BOLÍVAR					
#	ATRACTIVO	CLASE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
16	Centro Cultural Sacachún	ATRACTIVO INVENTARIADO	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos
17	Sendero Círculos de Piedra	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos
18	Sendero Quebrada Río Tigre	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos

Fuente: (Fdsg, 2011).

Parroquia Manglaralto.

Tabla 9. Atractivos y recursos turísticos de la parroquia Manglaralto

ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA MANGLARALTO					
#	ATRACTIVO	CLASE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
19	Bosque de la Comuna Dos Mangas (Sendero Turístico)	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Bosques	Seco Tropical
20	Cascadas de Alex	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas, cataratas o saltos
21	Playa de Cadeate	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
22	Playa de Curía	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
23	Playa de La Entrada	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
24	Playa de La Rinconada	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
25	Playa de Las Núñez	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
26	Playa de Manglaralto	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa

27	Playa de Montañita	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
28	Playa de Olón	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
29	Playa de San José	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
30	Playa de San Pedro	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
31	Islote de El Pelado	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
32	Playa Libertador Bolívar	ATRACTIVO INVENTARIADO	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa
33	Sendero Turístico por la cuenca del Río Olón	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos
34	Sendero Turístico de la Comuna La Entrada	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos
35	Dulces "De Benito"	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas
36	Sendero Turístico de la Comuna Barcelona	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos
37	Sendero Turístico de la Comuna Sinchal	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos
38	Mirador Turístico - Deportivo en la Comuna de San Pedro	RECURSO (ATRACTIVO POTENCIAL)	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Centros Científicos y Técnicos

Fuente: (Fdsg, 2011).

Manglaralto.

La Fundación Santiago de Guayaquil (2011) manifiesta que Manglaralto constituye una de las comunidades más desarrolladas en la zona. Es un lugar perfecto para descansar, con playa ideal para admirar la belleza natural que sobresale en los atardeceres. También posee servicios de hospedaje, restaurantes, gasolinera, transportación, telefonía, cybers, etc. Artesanías en tagua, cabalgatas a caballo, caminatas en el manglar, camping adentro de la cordillera en la comunas de Dos Mangas, observación de aves, de orquídeas y paseos en bicicleta.

Montañita.

Es uno de los lugares preferidos por los surfistas nacionales y extranjeros, las olas que se producen en esta playa son famosas internacionalmente, por ese motivo se realizan campeonatos nacionales e internacionales de surf, por lo cual ostenta el nombre de la Capital del Surf según los datos de la FDSG (2011), posee una extensa planta turística, entre servicios de alojamiento, transportación, alimentos y bebidas como bares, discotecas y restaurantes, sucursales de agencias operadoras de turismo; además de sitios con acceso a internet (cybers), farmacias, cajeros automáticos, venta de artesanías, etc.

Olón.

Según la FDSG (2011) Olón es una playa de 3 kilómetros de extensión de suave declive, perfecta para un relajante día de sol y mar, se caracteriza por su belleza escénica debido a la longitud de la misma y cuenta con algunos hoteles, restaurantes y posee además la red de hospederías comunitarias, sistema que consiste en hospedarse con una familia de la población a precios accesibles.

En el cerro de Olón está el Santuario de la Virgen Estrella de Mar, el cual se levanta sobre una peña de aproximadamente 100 metros de altura sobre el nivel

del mar. Construido en 1984, el santuario tiene forma de embarcación de vela en cuya proa se encuentra el altar. En su interior permanece guardada la imagen de la virgen, en su advocación de Rosa Mística, que según sus devotos lloró sangre en 1990 (Fdsg, 2011).

Si bien es cierto, Santa Elena posee una enorme cantidad de atractivos y recursos turísticos, estos en algunos casos, no han planificado de forma óptima su potencial turístico, y no han sido debidamente impulsados, administrados, equipados ni conservados de la mejor manera, lo que ha generado que se encuentren con problemas serios de administración, conservación, saturación, promoción y difusión (Fdsg, 2011).

3.3.2.2. Planta Turística.

Hospedaje.

Dentro del cantón de Santa Elena existen alrededor de 200 establecimientos hoteleros entre hoteles, hoteles residencia, hostería, hostales, pensiones, moteles y en alguno de los casos no todos cuentan con los permisos regidos por las entidades competentes o no están categorizados dentro del respectivo registro.

Tabla 10. Registro de hoteles del cantón Santa Elena.

NOMBRE	TIPO DE HOSPEDAJE	CATEGORÍA	No HAB	PLAZA	PRECIO
ESTACIÓN DEL SOL	HOSTERÍA	TERCERA	11	35	\$12,00
CENTRO SAMAI	HOSTERÍA	TERCERA	12	24	\$10,00
CUNA LUNA	HOSTERÍA	TERCERA	10	32	\$10,00
LOS CROTOS	HOSTAL	TERCERA	17	52	\$15,00
VILLA CURÍA	CABAÑAS	TERCERA	6	30	\$10,00
BELLA AURORA	HOSTERÍA	SEGUNDA	12	42	\$12,00
CABAÑAS DE PAPI	CABAÑAS	SEGUNDA	15	52	\$10,00
EDDIE'S TACOS	RESTAURANTE	TERCERA	10	28	\$10,00
EL DESCANSO FAMILIAR	PENSIÓN	TERCERA	7	-	\$10,00

EL RETIRO	HOSTERÍA	PRIMERA	12	18	\$10,00
ESTRELLA DEL MAR	PENSIÓN	TERCERA	9	37	\$10,00
FINCA BELLA AURORA	HOSTERÍA	SEGUNDA	-	36	\$10,00
HAPPY HILL	HOSTERÍA	SEGUNDA	6		\$10,00
ISRAMAR	HOSTAL	SEGUNDA	7	24	\$10,00
LA CORONA	HOSTAL RESIDENCIA		14	18	\$10,00
LA ESPAÑOLA	RESTAURANTE	TERCERA	12	32	\$10,00
LA MARIPOSA	NO TIENE REGISTRO	TERCERA	15	23	\$12,00
LAS ACACIAS	PENSIÓN		9	36	\$10,00
MAR Y SELVA	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	7	24	\$10,00
N Y J	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	18	-	\$10,00
OLAS DEL MAR	HOSTAL	TERCERA	12	54	\$10,00
PACHOS HOUSE	PENSIÓN	TERCERA	7	28	\$10,00
QUIMBITA	PENSIÓN	TERCERA	12	25	\$10,00
RINCON DE OLÓN	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	9	52	\$12,00
SOL Y LUNA	HOSTAL	TERCERA	-	28	\$12,00
SURF OLÓN	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	6		\$15,00
SUSI'S BOON	HOSTERÍA	SEGUNDA	7	18	\$15,00
TERRACE INN	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	14	37	\$20,00
ABAD LOUNGE	PENSIÓN	PRIMERA	10	39	\$20,00
ALEBRIJES	HOSTAL	SEGUNDA	20	52	\$12,00
ANGELES BEACH	HOSTAL	TERCERA	13	43	\$10,00
AQUARIUS	HOSTERÍA	TERCERA	10	40	\$15,00
ARRECIFE	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	12	60	\$15,00
BACHITA	PENSIÓN	TERCERA	10	46	\$10,00
BAJA MONTAÑITA	HOTEL	SEGUNDA	35		\$25,00
BANA'S	PENSIÓN	TERCERA	8	20	\$10,00
BALSA SURF CAMP	HOSTERÍA	SEGUNDA	11	43	\$15,00
BRISA MARINA	HOSTAL	TERCERA	12	50	\$15,00
CASA TAISHA	PENSIÓN	TERCERA	6	20	\$15,00
CHARLIE	PENSIÓN	TERCERA	9	34	\$25,00
CHARROS	PENSIÓN	PRIMERA	6		\$40,00
D' LEONARDO	PENSIÓN	SEGUNDA	7	20	\$15,00
DAVID	PENSIÓN	TERCERA	16		\$10,00

DE RICKY	PENSIÓN	TERCERA	9	16	\$15,00
DIABLUMA	PENSIÓN	TERCERA	8	24	\$10,00
DIEGOMAR	PENSIÓN	TERCERA	10	29	\$10,00
DON FLAVIO	HOSTAL	TERCERA	14	32	\$8,00
DON PEDRO	PENSIÓN	TERCERA	8	22	\$10,00
DON PRIMI	HOSTAL	TERCERA	15	37	\$8,00
EBENEZER	PENSIÓN	TERCERA	7	16	\$10,00
ECOLÓGICO Y TU VENTURA MONTAÑITA	HOSTAL	TERCERA	12	28	\$20,00
EL CENTRO DEL MUNDO	HOSTAL	TERCERA	15	41	\$35,00
EL EXTRANJERO	HOSTAL	TERCERA	12	30	\$15,00
EL GALEÓN	HOSTAL RESIDENCI A	SEGUNDA	21	102	\$15,00
EL PARAÍSO	HOSTAL	SEGUNDA	14	38	\$12,00
EL PARQUE MONTAÑITA	HOSTAL	TERCERA	13	40	\$40,00
EL PELÍCANO	HOSTERÍA	TERCERA	10	31	\$25,00
EL PUENTE	HOSTAL RESIDENCI A	TERCERA	16	38	\$20,00
EL REFUGIO DE LAS AVES	PENSIÓN	TERCERA	7	18	\$15,00
EL ROJO	PENSIÓN	TERCERA	8	36	\$15,00
EL TURISTA	HOSTAL	TERCERA	12	31	\$15,00
EL VIEJO EUCALIPTO	PENSIÓN	TERCERA	6	27	\$10,00
ESPERANTO	PENSIÓN	TERCERA	6	24	\$8,00
ESTEFANÍA	HOSTAL RESIDENCI A	TERCERA	13	57	\$10,00
FAMILIA REAL	HOSTAL	TERCERA	12	28	\$10,00
FLORES	PENSIÓN	TERCERA	9	27	\$10,00
FRIENDS	HOSTAL RESIDENCI A	TERCERA	14	42	\$25,00
GASPAR	PENSIÓN	TERCERA	8	22	\$15,00
GUACAMAYO	PENSIÓN	TERCERA	7	17	\$10,00
HACHUWA	PENSIÓN	TERCERA	6	12	\$10,00
HANGA ROA	PENSIÓN	TERCERA	6	19	\$8,00
HIDDEN HOUSE	HOSTAL	TERCERA	12	48	\$8,00
HIERBA BUENA	HOSTAL	TERCERA	23	70	\$8,00
MONTAÑITA	HOTEL RESIDENC IA	SEGUNDA	38	126	\$32,00
HUGO'S PLACE	HOSTAL	SEGUNDA	20	79	\$18,00
HURVINEK	PENSIÓN	SEGUNDA	9	24	\$25,00
INTI AYMARA	PENSIÓN	TERCERA	8	32	\$12,00
ISRAMAR	PENSIÓN	PRIMERA	10	28	\$12,00
JN	HOSTAL	TERCERA	10	34	\$10,00
KARUKERA	HOSTAL	TERCERA	16	35	\$10,00
KIWI	PENSIÓN	TERCERA	10	60	\$15,00

KONTIKI	PENSIÓN	TERCERA	8	27	\$12,00
KUNDALINI	HOSTAL	PRIMERA	15	60	\$15,00
LA CAÍDA DEL SOL	HOSTAL	TERCERA	12	33	\$10,00
LA CASA BLANCA	HOSTAL	SEGUNDA	13	48	\$20,00
LA CASA DEL SOL	HOSTAL	TERCERA	13	40	\$10,00
LA CASA DI NONNA LALA	PENSIÓN	TERCERA	6	21	\$15,00
LA GÓNDOLA	PENSIÓN	TERCERA	10	37	\$10,00
LA PUNTA	HOSTAL	SEGUNDA	16	47	\$30,00
LAS BRISAS	HOSTAL	TERCERA	17	38	\$10,00
LAS PALMERAS	PENSIÓN	TERCERA	9	26	\$10,00
LAS PALMERAS DEL MALECÓN	PENSIÓN	TERCERA	10	29	\$10,00
LOCAL POINT	PENSIÓN	TERCERA	6	13	\$15,00
LOS CLAUDIOS	PENSIÓN	TERCERA	9	26	\$10,00
LOS ROSALES	PENSIÓN	TERCERA	6	31	\$15,00
LOS TIGRILLOS	PENSIÓN	TERCERA	7	26	\$15,00
LUMAGA	PENSIÓN	TERCERA	9	26	\$15,00
MAEO	HOSTAL	TERCERA	16	45	\$10,00
MAEO BEACH CENTRO	HOSTAL	TERCERA	12		\$10,00
MAMA CUCHA	HOSTAL	TERCERA	14	39	\$10,00
MOCHICA SUMPA	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	17	24	\$35,00
MONTAÑITA CABAÑAS	HOSTERÍA	TERCERA	17	46	\$20,00
MONTAÑITA ESTATES	HOSTERÍA	PRIMERA	8	36	\$15,00
MONTAÑITA GARDEN	PENSIÓN	TERCERA	8	18	\$15,00
MONTAÑITA INTERNACIONAL	HOSTAL	SEGUNDA	22	91	\$30,00
MONTEZUMA	HOSTAL	TERCERA	18	80	\$20,00
NATIVA BAMBU	HOSTAL	SEGUNDA	25	73	\$50,00
OCEAN VISTA INN	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	12	28	\$15,00
OCEANA	PENSIÓN	TERCERA	8	25	\$15,00
OLYMPUS	HOTEL	SEGUNDA	30	136	\$60,00
PAKALORO	HOSTAL	SEGUNDA	19	61	\$36,00
PARADISE BY DHARMA	HOSTERÍA	TERCERA	22	73	\$20,00
PIANO PIANO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	21	85	\$28,00
POP HOUSE	PENSIÓN	TERCERA	7	18	\$15,00
POSADA DEL FRAILE	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	14	34	\$20,00
RÍOS DE AGUA	PENSIÓN	TERCERA	9	28	\$22,00

VIVA					
RIVIERA PACIFIC SUITE	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	16	42	\$75,00
ROCÍO BOUTIQUE	HOSTAL	SEGUNDA	23	90	\$45,00
ROSA MÍSTICA	PENSIÓN	TERCERA	9	35	\$20,00
RUPAWASI	HOSTAL	TERCERA			\$20,00
SOL BRAVO	PENSIÓN	SEGUNDA	7	28	\$35,00
SOL Y MAR	PENSIÓN	TERCERA	8	22	\$15,00
SOL PLAYA Y CAFÉ	HOSTAL	TERCERA	12	41	\$20,00
SOLE MARE	PENSIÓN	TERCERA	12	40	\$20,00
SOUT POINT	HOSTAL	TERCERA	23	56	\$12,00
SUMPA	HOSTAL	TERCERA	18	60	\$12,00
SURF TRAVEL	PENSIÓN	TERCERA	10	45	\$12,00
SURFING INN	HOSTAL	TERCERA	5	10	\$15,00
SWISS POINT	PENSIÓN	PRIMERA	8	20	\$120,00
TABUBA	HOTEL	SEGUNDA	30	72	\$85,00
TABUBA MALECÓN	HOSTAL	SEGUNDA	16	33	\$70,00
TAVARUA	PENSIÓN	TERCERA	8	21	\$25,00
TERRA NOVA	CABANAS	SEGUNDA	6	18	\$70,00
THE HEIGHTS	HOSTAL	PRIMERA	12	24	\$95,00
THE ROSES	HOSTAL	TERCERA	16	38	\$40,00
TIERRA Y MAR	PENSIÓN	TERCERA	10	35	\$25,00
TIKI LIMBO	HOSTAL	SEGUNDA	20		\$50,00
TRES PALMAS	PENSIÓN	SEGUNDA	6	12	\$55,00
TSUNAMI HOSTAL CABAÑA	HOSTAL	TERCERA	13	53	\$15,00
UMMAGUMMA	HOSTAL	SEGUNDA	12	33	\$20,00
VIC MAR	PENSIÓN	TERCERA	6	14	\$12,00
WENBEL	PENSIÓN	TERCERA	8	16	\$15,00
YAKU	PENSIÓN	TERCERA	11	21	\$15,00
KAMALA	HOSTERÍA	SEGUNDA	5	11	\$25,00
MANGLARALTO	HOSTAL	SEGUNDA	15	50	\$15,00
ARANDÚ	HOSTERÍA	SEGUNDA	8		\$20,00
CASA FAMILIAR LA BUENA VISTA	PENSIÓN	TERCERA	8	30	\$15,00
PUERTA SOL INN	HOSTAL	SEGUNDA	18	43	\$15,00
BAMBÚ PARAÍSO	HOSTAL	TERCERA	6	-	\$10,00
CASA COMUNAL DOS MANGAS	COMUNITARIO	TERCERA	5	13	\$8,00
EL NIMM	COMUNITARIO	TERCERA	4	7	\$10,00
BROMELIA	COMUNITARIO	TERCERA	8	12	\$10,00
ARANDÚ	HOSTERÍA	TERCERA	8	40	\$10,00
CAMPAMENTO FAMILIAR BRISAS DEL PARAÍSO	PENSIÓN	TERCERA	6	19	\$10,00

PUERTO DEL SOL	HOSTERÍA	TERCERA	9	48	\$15,00
MAR Y LUNA	PENSIÓN	SEGUNDA	9	48	\$28,00
REY VIC	PENSIÓN	TERCERA	6	20	\$15,00
ARENA CALIENTE DEL ESCORPIÓN	HOSTAL	TERCERA	14	20	\$10,00
CASA DEL SOMBRERO	HOSTERÍA	TERCERA	10	36	\$10,00
LIBERTADOR BOLÍVAR	PENSIÓN	TERCERA	6	18	\$10,00
AYANGUE'S SUN BEACH	HOSTERÍA	SEGUNDA	10	40	\$40,00
BLANCA LUNA	PENSIÓN	SEGUNDA	6	18	\$25,00
D' ARMANDO	CABAÑAS		-	-	\$15,00
CARMITA	CABAÑAS		-	-	\$15,00
CINCO HERMANOS	PENSIÓN	TERCERA	10	24	\$15,00
CUMBRES DE AYANGUE	HOSTERÍA	PRIMERA	22	100	\$80,00
KANAGUA	HOSTAL	PRIMERA	-	-	\$65,00
MARGARITA	CABAÑA		-	-	\$20,00
MOYUYO LODGE	HOSTERÍA	TERCERA	11	35	\$20,00
RICA RUCA ECO-LODGE	CABAÑAS	TERCERA	2	15	\$20,00
SOL Y MAR	HOSTAL	TERCERA			\$15,00
VALDIVIA ECOLODGE	HOSTERÍA	SEGUNDA	13	44	\$30,00
HOSTERÍA SAGOATOA	HOSTERÍA	TERCERA	10	29	\$15,00
EL CARMELO AVENTURA AGROTURÍSTICA	HOSTERÍA	SEGUNDA	15	47	\$25,00
ÁMBAR NAYELI	CABAÑA	SIN CATEGORIA	-	-	\$12,00
ARACELY	CABAÑA	SIN CATEGORIA	-	-	\$12,00
D' LIZ	PENSIÓN	TERCERA	10	32	\$15,00
DE PAPI	CABAÑAS	SEGUNDA	6	20	\$30,00
EBENEZER	CABAÑA		15	60	\$15,00
GALILEA	CABAÑA	SIN CATEGORIA	-	-	\$15,00
GÉNESIS	CABAÑAS	SIN CATEGORIA	-	-	\$15,00
JESSICA	CABAÑA	SIN CATEGORIA	-	-	\$15,00
JHOANITA	CABAÑA	SIN CATEGORIA	-	-	\$15,00
LAS OLAS RIVERT	HOSTERÍA	SEGUNDA	18	78	\$25,00
LOS MANABAS	CABAÑA	SIN CATEGORIA			\$15,00
MARIANITA	CABAÑA				\$15,00
PUERTO GALICIA	HOSTERÍA	TERCERA	21	85	\$15,00
SAINT PATRICK'S	HOSTERÍA	PRIMERA	11	32	\$15,00

LODGE					
ZOILA ROSA Y EL MAR	HOSTERÍA		-	-	-
PUNTA BLANCA	HOSTERÍA	SEGUNDA	19	64	\$40,00
SUIT EL MIRADOR	HOSTERÍA	SEGUNDA	11	47	\$35,00
LA LOMA	HOSTERÍA	PRIMERA	9	25	\$50,00
PUNTA BLANCA	RESIDENCIA	PRIMERA	-	-	\$50,00
SAINT PATRICK'S LODGE	HOSTERÍA	PRIMERA	11	32	\$75,00
BUCKINGHAM	PENSIÓN	TERCERA	9	26	\$20,00
CASA BLUE TORTUGA	HOSTAL	SEGUNDA	12	40	\$20,00
EDDY'S	HOSTAL	SEGUNDA	14	46	\$15,00
FARALLON DILLON	HOSTERÍA	PRIMERA	10		\$40,00
LA CARACOLA	PENSIÓN	SEGUNDA	10	46	\$25,00
VINI MAR	HOSTAL	SEGUNDA	12	40	\$25,00

Fuente: Emuturismo (2015)

Restauración.

Dentro del cantón y según los registros de la Empresa Municipal de Turismo existen 85 establecimientos que ofertan la gastronomía de todo el Ecuador y que están legalmente constituida y con los permisos necesarios para poder funcionar de las cuales están los siguientes:

TABLA 11. Registros de restaurantes del cantón Santa Elena

NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	No Hab.	PLAZA
EDDIE'S TACOS	RESTAURANTE	TERCERA	9	-
LA OLLA DE BARRO	RESTAURANTE	SEGUNDA	9	36
MAR Y SELVA	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
ASADERO PERLAZA	RESTAURANTE	CUARTA	7	28
BELLAVISTA	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
BRISA - SABORES PERUANOS	RESTAURANTE	CUARTA	5	20
CALZONEZ Y MÁS	RESTAURANTE	TERCERA	5	20
CARMITA'S PANCAKE HOUSE	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
CASA TUA	RESTAURANTE	TERCERA	4	16

D' VÍCTOR	RESTAURANT E	TERCERA	6	20
D' WILSON PIZZERIA	RESTAURANT	TERCERA	8	
EBENEZER	RESTAURANT	TERCERA	7	28
EDDIES'S TACOS	RESTAURANT	TERCERA	9	36
EL BARESE	RESTAURANT E	CUARTA	8	32
EL BUCANERO	RESTAURANT	CUARTA	6	24
EL PUNTO	RESTAURANT E	TERCERA	7	28
EL RINCÓN DE LOS PAISAS	RESTAURANT E	CUARTA	7	21
EL SURFISTA	RESTAURANT	TERCERA	7	30
EL VELERO	RESTAURANT E	SEGUNDA	7	28
GALEÓN PERLA NEGRA	RESTAURANT E	CUARTA	7	28
HIERBA BUENA	RESTAURANT	SEGUNDA	5	
HOLA OLA	RESTAURANT	SEGUNDA	18	72
IBIZA	RESTAURANT E	SEGUNDA	24	96
LA CABAÑA	RESTAURANT E	CUARTA	7	28
LA CASA BLANCA	RESTAURANT	TRECERA	21	84
LA CAVA CARNICERÍA Y CHARCOTERÍA	RESTAURANT E	TERCERA	6	24
LA PUNTILLA	RESTAURANT E	CUARTA	8	32
LA SAZÓN DE QUEVEDO	RESTAURANT	CUARTA	4	16
MAREA PIZZERIA BAR	RESTAURANT E	TERCERA	13	52
NISSE	RESTAURANT E	CUARTA	4	16
PAPILLON	RESTAURANT E	CUARTA	7	28
PIGRO	RESTAURANT	TERCERA	6	24
PLANETA TIERRA	RESTAURANT	CUARTA	9	36
POCO LOCO	RESTAURANT E	TERCERA	10	40
PURA VIDA MONTAÑITA	RESTAURANT E	CUARTA	7	28
ROCÍO BOUTIQUE	RESTAURANT	SEGUNDA	14	56
RUTA DEL SOL	RESTAURANT	SEGUNDA	24	96
SANDRITA DE MONTAÑITA	RESTAURANT E	CUARTA	7	28
SAZÓN GUAYACO MONTAÑITA	RESTAURANT	TERCERA	8	32
SADHANA 2	RESTAURANT	TERCERA	13	52
SOLUNA CAFÉ	RESTAURANT E	TERCERA	4	16
SURF FOOD	RESTAURANT	TERCERA	7	28
SUSHI NORI	RESTAURANT		-	-
TAPAS	BAR		-	-

	RESTAURANT			
TAYBAR	RESTAURANTE	CUARTA	8	32
THAI CONNECTION	RESTAURANTE	TERCERA	3	12
TIBURÓN JR.	RESTAURANT	TERCERA	8	32
TIKI LIMBO	RESTAURANT	SEGUNDA	23	
WIPE OUT	RESTAURANTE	CUARTA	10	40
CRISTINA	RESTAURANTE	NO TIENE	-	-
DARWIN SURF	RESTAURANTE	CUARTA	10	40
DOÑA ELENA	RESTAURANT	-	-	-
ES CAFÉ	RESTAURANT	-	-	-
INTIÑÁN	RESTAURANT	-	-	-
NATIVA BAMBU	RESTAURANTE	SEGUNDA	7	32
VIEJAMAR	RESTAURANT	NO TIENE	-	-
ZOOCIEDAD	RESTAURANTE	-	-	-
ZULLY	ASADERO	NO TIENE		-
SIN FRONTERAS	RESTAURANT	-	10	-
CASA VASKA	RESTAURANTE	CUARTA	5	20
PLANETA AZUL	RESTAURANTE	CUARTA	6	14
BUQUEMAR	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
CAÍDA DEL SOL	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
ESTRELLA DEL MAR	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
EL VACAN	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
PETITA	RESTAURANTE	CUARTA	10	40
BRISAS DEL MAR	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
LA COSTA	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
GÉNESIS	KIOSKO	-	-	-
LOS HELECHOS	RESTAURANT	-	-	-
BRIOMAR	RESTAURANTE	-	-	-
D'YOLY	RESTAURANT	CUARTA	9	36
DELICIAS MARINERAS	RESTAURANTE	TERCERA	15	60
EL BAMBINO	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
EL ESPAÑOL	RESTAURANT	SIN CATEGORÍA	-	-
EL FAROLITO	RESTAURANTE	TERCERA	26	104

ESTEFANÍA	RESTAURANT	SIN CATEGORÍA	-	-
LA TÍA	RESTAURANTE	CUARTA	-	-
TERESITA	CABAÑAS COMEDOR	CUARTA	8	32
XIMENA	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
CENITA	RESTAURANTE	CUARTA	4	16
EL REPOSO DE LA OSTRAS	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
ELENITA	RESTAURANTE	CUARTA	-	-
SANDRITA	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
DE CRIS	RESTAURANTE	TERCERA	4	16

Fuente: (Emuturismo, 2015)

Transportación.

El Cantón de Santa Elena cuenta con un terminal terrestre que está ubicado en la avenida Francisco Pizarro, ciudadela Los Caracoles. Alrededor de 13 cooperativas que ofrecen el traslado a los usuarios en modalidades interprovinciales e intercantonales que son provenientes de Guayas, Esmeraldas, Manabí, Tungurahua y las que recorren dentro de la provincia, entre ellas están:

TABLA 12. Transportes interprovinciales que prestan servicios a los pobladores del cantón.

TRANSPORTE	RUTA
Cooperativa Libertad Peninsular (CLP)	Guayaquil-Santa Elena
Liberpesa	
Costa Azul (CICA)	
Cooperativa Interprovincial de Transporte Manglaralto (CITM)	Manta- Montecristi-Jipijapa- Puerto Cayo -Santa Elena
Reales Tamarindo	
Cooperativa Interprovincial de	Montañita- Libertador Bolívar-

Transporte Manglaralto (CITM)	Valdivia- Capaes- Ballenita- Santa Elena
Reales Tamarindo	Elena
2 de Noviembre	Loma Alta- Barcelona- Sinchal- Valdivia- Santa Elena- Ayangue- Santa Elena
Manantial de Guangala	Ceibitos- Balsas- Guangala- Colonche- Palmar- Santa Elena
Rutas Peninsulares	Febres Cordero- Colonche- Palmar- Santa Elena
Santa Rita	Palmar- Santa Elena

También existen las que se manejan internamente, es decir dentro del sector urbano como siete cooperativas de transporte urbano, cuyo recorrido inicia a partir de las 02:50 de la mañana hasta las 23:00. Las cooperativas de transportes por recorrido y dependiendo de la ruta establecen una tarifa pero el costo del pasaje es de 0,31 ctv.

TABLA 12. Transportes que prestan servicio público a nivel interno

TRANSPORTE	RUTA
Trunsa	Salinas- Santa Elena, La Libertad- Santa Elena
Transcisa	
Horizonte Peninsular	

3.3.2.3. Entidades de apoyo a la actividad turística

La superestructura está conformada generalmente dentro de un destino por las instituciones que dirigen las riendas del sector turístico encargadas de potenciarlos ya sean las públicas o privadas que estén enlazadas bajo un mismo objetivo dentro de la provincia y entre ellos se encuentran:

TABLA 13. Entidades de apoyo al sector turístico.

No	INSTITUCIÓN	ÁMBITO
1	Gobernación	Entidad principal que se encarga de manejar los hilos de la provincia en todos los sectores incluido el de turismo y atiende problemas sociales rindiendo informes al Presidente de la República del Ecuador
2	Prefectura	Entidad que se encarga de la planificación, dirección, desarrollo y mejoramiento del buen vivir dentro de la Provincia de Santa Elena y que en conjunto con otras entidades y juntas parroquiales promueven la actividad turística del destino Santa Elena
3	Emuturismo	Lleva las riendas de la actividad turística del cantón Santa Elena y sus parroquias ya que planifica, promueve e impulsa a un mejor desarrollo turístico sostenible, ente que se encarga de la promoción y publicidad del destino a nivel local, regional y nacional.
4	Dirección Provincial de Turismo	Es la organización principal que maneja exclusivamente la actividad turística dentro de toda la Provincia de Santa Elena y que está en constante coordinación con las demás instituciones que fomenta el turismo, además que capacita a los servidores turísticos para ofrecer servicios de calidad
5	Dirección Provincial de Ambiente	Maneja y supervisa el cuidado de las áreas naturales que ejerce el ser humano en relación con el ambiente y su entorno.

3.3.2.4. Actividades turísticas ofertadas en el cantón de Santa Elena.

Actualmente el cantón de Santa Elena oferta actividades turísticas de diferentes tipos con una buena infraestructura vacacional y gran variedad de atractivos turísticos donde en toda su extensión o en cada uno de sus rincones se pueden realizar múltiples actividades entre las que están:

- Visita a Museos en la cabecera cantonal y en Valdivia.
- Visita a parques ecológicos.
- Actividades de esparcimiento como sol y playa por toda la ruta.

- Práctica de deportes o actividades de aventura.
- Senderismo y recorridos por cascadas (naturaleza).
- Fiestas tradicionales.
- Visita a iglesias.
- Cabalgatas y camping en Dos Mangas, Olón y Loma Alta.
- Disfrutar de la rica gastronomía en San Pablo, Montañita, Libertador Bolívar, Ayangue, Olón, entre otros.
- Disfruta de las aguas termales de San Vicente con poderes curativos.
- Compra de artesanías, sombreros de paja toquilla, hamacas, etc.

3.3.2.5. Promoción actual

El destino Santa Elena actualmente cuenta con una promoción o publicidad que es buena y que además se pudo verificar con las encuestas dirigidas a los pobladores, publicidad que se difunde a nivel interno y externo. La Dirección Provincial de Turismo y Emoturismo son las entidades que dan una mayor difusión del destino a través de folletería, banners, páginas web y fans page, ya que constantemente están renovando folletería del destino para una mejor visualización de la misma. Por su parte la prefectura también promociona mediante sus páginas web y redes sociales aunque se le debería dar mayor realce y fortalecer más la promoción a través de estrategias que ayuden a posicionarse en la mente de los visitantes.

3.3.3. Análisis de la demanda turística.

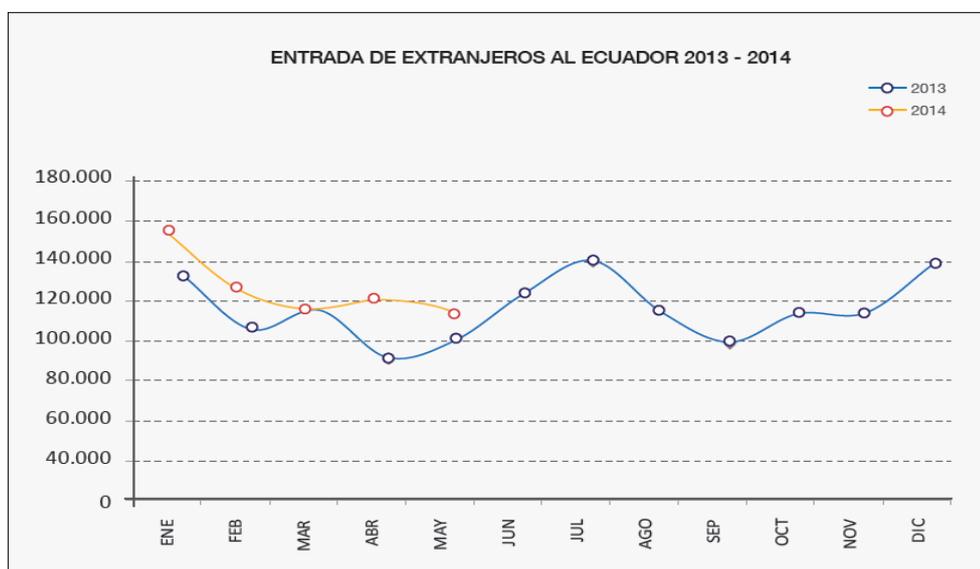
3.3.3.1. Tendencias del turismo.

Durante los últimos tiempo el turismo se ha convertido en una de las actividades más prosperas a nivel mundial y cada día que pasa se posiciona punteando cifras históricas, desplazando a otras actividades generadoras de divisas, abriendo nuevos caminos a la creación o aparición de destinos turísticos y la desaparición o declive de otros destinos que con el tiempo van perdiendo peso por diferentes

factores. Hoy en día el mundo está pasando por una los problemas más grandes que es la época de la recesión económica, sin embargo esto no ha impedido el movimiento del flujo turístico en diferentes partes del mundo, tomando en cuenta los tres últimos años en el 2012 se registró un total de 1.035 millones de arribos de turistas internacionales; en el 2013 cerca de 1.364.057 arribos internacionales a Ecuador, para el 2014 a mediados de año hubo un incremento del 16% con respecto al año anterior superando cifras esperadas de turistas que visitan y pernoctan en el país.

Cada año se va incrementando el flujo de turistas que llegan a visitar el país, según el punto de vista internacional de la OMT (2014) a escala mundial crecerán hasta un 3.3% anualmente entre los años 2010 hasta el 2030 y alcanzar los 1.800 millones de arribos de turistas para el año 2030, tomando en cuenta que en el año 2013 el ingreso por turismo internacional alcanzó la cifra 1.590.000 millones de dólares en todo el mundo. A fines del año 2014 se incrementó la llegada de turistas al país de forma significativa de un 16% según los registros del Ministerio de Turismo en comparación con el año 2013 como los muestra la siguiente figura:

FIGURA 50. *Llegada de turistas extranjeros a Ecuador.*



Fuente: (Mintur, Departamento de Inteligencia de Mercados , 2010).

Al finalizar el año 2014, el turismo en el país se ubicó en la tercera posición como fuente generadora de ingresos no petroleros alcanzando el monto de \$ 1.487,2 millones más que el periodo 2013 y los principales mercados emisores fueron los siguientes:

FIGURA 51. Principales mercados emisores turísticos de Ecuador

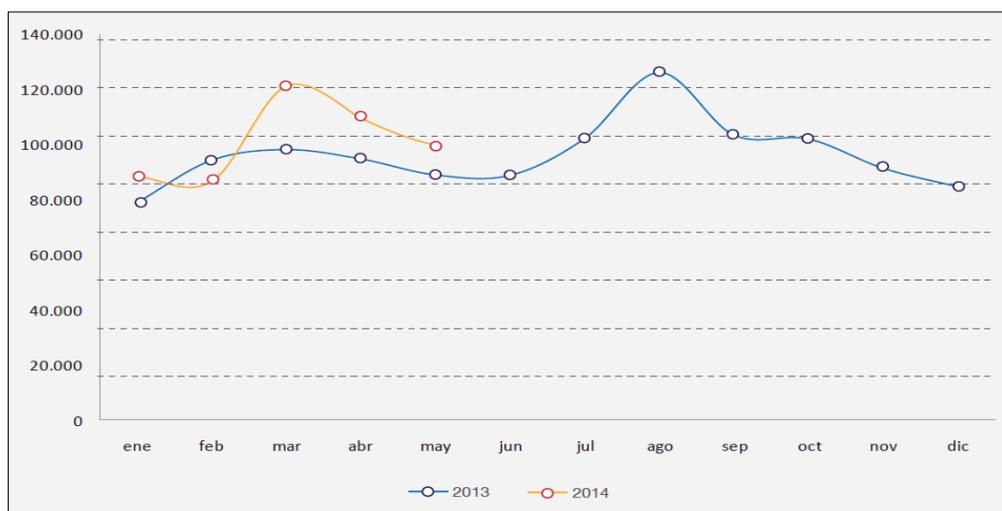
Rk	País	2014						% part.
		ene	feb	marz	abril	mayo	ene - mayo	
1	Colombia	54.467	26.770	22.799	34.721	23.238	161.965	33,4
2	Estados Unidos	19.262	19.982	21.777	17.855	20.947	99.823	20,6
3	Perú	15.570	19.154	11.907	11.697	11.694	70.022	14,5
4	Argentina	11.189	6.365	6.893	3.880	6.642	33.689	7,0
5	Venezuela	6.464	7.033	5.566	6.657	4.046	31.046	6,4
6	Chile	4.964	7.076	4.926	2.816	4.693	24.308	5,1
7	España	5.402	5.158	3.925	4.629	3.224	22.005	4,5
8	Canadá	3.586	3.219	3.377	3.215	2.839	16.236	3,4
9	Alemania	2.291	3.457	3.500	2.464	1.962	13.674	2,8
10	México	2.089	1.932	2.369	2.268	2.403	11.010	2,3
	Total	152.576	124.584	87.039	90.202	81.688	484.308	100,0

Fuente: (Mintur, Departamento de Inteligencia de Mercados , 2010).

Es claro y evidente que entre los países emisores está a Colombia que encabeza con el 33% que equivale a 161.965 colombianos que visitaron al país, en segundo lugar Estados Unidos con el 21% de arribos hacia Ecuador que son 99.823 visitas y finalmente está el país de Perú con el 15% de arribos que equivale a 70.002 visitas al país.

De tal forma también se evalúa y se hace un balance con los turistas nacionales que visitaron otros países en relación con los extranjeros que llegaron al Ecuador, en la cual según los registros del Ministerio de Turismo a finales del año 2014 un total de 98.416 ecuatorianos viajaron al exterior, un crecimiento del 10% con respecto a las salidas de los mismos en el año 2013 y durante el período de 2014 hubo un crecimiento del 11% tal como se muestra en la siguiente figura:

FIGURA 52. *Salida de ecuatorianos al exterior*



Fuente: (Mintur, Departamento de Inteligencia de Mercados , 2010).

El auge del turismo dentro del país denota una gran importancia para la economía local, a tal punto que para el 2015, el primer trimestre se ha registrado un total de 405.819 empleados en el sector turístico entre los que se encuentran los de hospedaje y restauración con un crecimiento del 16.3% con respecto al mismo período anterior.

3.3.3.2. Afluencia de visitantes en el cantón de Santa Elena

Partiendo desde una perspectiva a nivel de la provincia de Santa Elena, en la actualidad no existen datos turísticos exactos y lo que es peor un registro estadístico de investigación de la demanda turística, que facilite o contribuya a caracterizar al turista que visita la provincia, lo más cercano ha sido un sondeo del departamento de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo.

Un aproximado es de 14469 turistas en el feriado de carnaval del año 2015 en la REMACOPSE según Morejón (2015) en una publicación que hizo en el diario El Ciudadano. Sin embargo esto genera gran preocupación porque se refleja la falta de una buena planificación y dirección en los sistemas administrativos del sector

público quienes son los rectores principales en el manejo de la actividad turística dentro del cantón, reflejando como resultado una mala organización.

Sin embargo para el análisis de la afluencia turística dentro del cantón, según los datos del estudio del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial realizado por la Universidad Católica, el cantón se ha convertido en una zona muy frecuentada por los visitantes convirtiéndose así, a pasos agigantados, en un destino turístico.

También es reconocido por un gran valor, debido a sus atributos naturales y culturales, demostrando así de esta manera que Santa Elena es una potencia a nivel del sector turístico con mucho que ofrecer al visitante o turista generando grandes experiencias únicas pero sobre todo con servicios de calidad.

3.3.3.3. Estudio de mercado específico – perfil de turista actual.

De acuerdo a las investigaciones realizadas en el cantón de Santa Elena por parte de la Universidad Católica, identifican y ponen en manifiesto el perfil del turista y sus motivaciones para visitar el cantón y la provincia, dicho de esta manera, se presenta de la siguiente forma:

TABLA 14. Perfil del turista actual que visita el cantón.

Sexo	Masculino
Edad	35- 49 años
Nacionalidad	Ecuatoriana
Motivo de visita	Diversión/ recreación
Con quién viaja	Con familia
Permanencia en el sitio	Un día
Gasto promedio	16-30
Información sobre el destino	Televisión
Actividades a realizar	Sol y playa

3.3.3.4. MATRIZ FODA.

Tabla 15. Matriz Foda del cantón Santa Elena

MEDIO INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Es el cantón más grande la provincia.	Limitada planta turística.
Santa Elena se encuentra ubicada estratégicamente dentro del perfil costero.	Escases de servicios turísticos personalizados de calidad.
Gran biodiversidad en ecosistemas de flora y fauna.	Bajo crecimiento de desarrollo turístico empresarial dentro del cantón.
Posee un variedad de atractivos turísticos	Escases de señalización turística.
Reconocimiento a nivel nacional e internacional como un destino turístico	No posee un plan de desarrollo turístico para el cantón.
Gente hospitalaria en el cantón.	Insuficiente promoción turística del destino
Posee diversidad de playas hermosas y cristalinas	Escasa diversificación de la oferta turística o nuevos productos.
Cercanía al aeropuerto de Salinas Ulpiano Páez	Inexistencia de un sistema de información turística para llevar el registro y estadísticas que facilite la comercialización del cantón.
Es conocido como el cantón de los balnearios	Escases de servicios básicos en algunas comunas del cantón.
Posee recursos naturales idóneos para la práctica de actividades de aventura	Bajo aprovechamiento de los recursos que posee.
Posee nueve senderos ecológicos turísticos.	Escases de baterías sanitarias en algunas playas del cantón.
Vías de acceso en buen estado de primer orden	No existe control por parte de las autoridades en épocas de feriados en la inflación de precios.
Amplia y exquisita oferta gastronómica.	Poca comunicación entre los gobiernos seccionales y los emprendedores turísticos.
Crecimiento de un turismo interno	Habitantes con nivel de educación primaria en su mayoría.
	Carencia de facilidades turísticas en las playas (salvavidas, torres de control)
MEDIO EXTERNO	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Creciente interés por el consumo de la actividad turística aventura.	Escasa preocupación y apoyo por parte de las entidades locales.
Inversión nacional y extranjera para la creación e innovación de nuevos productos	Fenómenos naturales
Políticas de gobierno promoviendo e impulsando el turismo y encaminados al desarrollo económico del buen vivir	Constantes cambios de autoridades gubernamentales (prefectos, alcaldes, presidentes comunales, etc.)
Posicionamiento de la ruta del Spondylus en el mercado nacional e internacional	Inexistencia de fuentes de financiamiento para emprendimientos o proyectos turísticos
Gran afluencia de turistas que llega a la Provincia de Santa Elena.	Inestabilidad política.
Propuestas y convenios de la UPSE con proyectos de vinculación con la comunidad del cantón y la provincia entera	Contaminación ambiental por desechos sólidos que afectan la preservación de los atractivos turísticos del cantón
Oportunidades para el cantón de ser más competitivos dentro del país	Problemas y conflictos entre organización turísticas.
Proyectos turísticos por desarrollarse	Degradación de los recursos por exceso de capacidad de carga
Programa “Viaja primero Ecuador” impulsado por el Ministerio de Turismo	

3.4. MARCO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO DE LA RUTA.

Dentro del marco Filosófico y estratégico se encuentra la misión, la visión y los respectivos objetivos que se plantean para la respectiva realización de la ruta, lo que se espera ser y hasta donde se desea llegar.

TABLA 16. Direccionamiento Estratégico del Plan

MISIÓN		
Componentes	Definición	Redacción de Misión
Razón de ser	<i>Desarrollo de productos de aventura; desarrollo de planta turística; gestión del destino; regulación de la actividad y generación de oportunidades para la población local</i>	<i>Ofertar productos turísticos de aventura, comprometidos con la sostenibilidad, enfocados al incremento de turistas nacionales y extranjeros en el cantón Santa Elena, beneficiando en conjunto a todos los actores involucrados en el desarrollo de la localidad.</i>
Cliente o usuarios	<i>Visitantes Nacionales e internacionales</i>	
Productos / Servicios	<i>Prestar facilidades turísticas, información y prestación de servicios.</i>	
Ventaja competitiva	<i>Participación de todos los actores y experiencia del recurso humano.</i>	
Valores o Filosofía	<i>Comprometidos con el cliente y la sostenibilidad</i>	
Principios organizacionales	<i>Mejoramiento continuo.</i>	
VISIÓN		
Componentes	Definición	Redacción de Visión
¿Qué queremos ser?	<i>Ser un destino turístico líder reconocidos por el turismo de aventura, reconocido por su gestión</i>	<i>En el 2017 ser un destino turístico líder en productos de aventura, tanto en el mercado nacional e internacional, cuidadoso del cumplimiento de nuestros valores y principales gestores de la calidad.</i>
Horizonte de tiempo	<i>2017</i>	
Posicionamiento en el mercado	<i>Líderes en el mercado de turismo de aventura</i>	
Principios organizacionales	<i>Equidad, responsabilidad, integración, innovación, organización y planificación de los recursos naturales</i>	
Ámbito de acción	<i>Mercado nacional e internacional</i>	

3.4.1. Objetivo General

Constituir al turismo de aventura como un producto vivencial dentro del cantón Santa Elena, mediante la aplicación de estrategias de desarrollo, convirtiéndola en una alternativa de desarrollo turístico.

3.4.2. Objetivos Específicos.

- Determinar estrategias de fortalecimiento para el sector turístico de aventura, ofertando al turista un servicio seguro, confiable o comfortable, durante su estadía en el cantón.
- Diversificar la oferta del producto ruta de aventura con subproductos establecidos para mayor diversidad de experiencias y satisfacción.
- Fortalecer la oferta a través de la adecuación e implementación de la planta turística en el cantón.
- Inserción de promoción y difusión que den apertura a presentar los productos del destino Santa Elena.

3.5. PLAN DE ACCIÓN

La matriz de un plan de acción va a permitir plantear de una manera estratégica las acciones que se deben seguir para poder lograr una excelente promoción turística del producto ruta de aventura dentro del cantón Santa Elena, dicho de esta manera, se considerarán las variables respectivas con sus programas, proyectos y actividades que se direccionen a alcanzar su finalidad.

3.5.1. Matriz de Acción Táctica

TABLA 17. Matriz del plan de acción

Principal Problema: Falta de Innovación de los productos turísticos ofertados en el destino Santa Elena			
Fin del Proyecto: Diversificar la oferta, por ende, promocionar la ruta de aventura y de esta manera aumentar el flujo turístico en el cantón de Santa Elena.		Indicadores: producto, capacitar, precio, promoción	
Propósito del Proyecto: Diversificar la oferta turística existente y promover o promocionar la ruta de aventura, dado de esta manera aumentará el flujo turístico en el cantón de Santa Elena.		Indicadores: estrategias, servicios turísticos	
Beneficiarios del Proyecto: La población de Santa Elena, turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón		Costo aproximado del proyecto: \$ 40.350,00	
Objetivos Específicos	Proyectos	Coordinador del Proyecto	Actividades
- Diversificar la oferta del producto ruta de aventura con subproductos establecidos para mayor diversidad de experiencias y satisfacción	Diversificación e innovación del producto ruta de aventura en subproductos turísticos	Presidentes de las comunas involucradas	Estudio de factibilidad para determinar los subproductos a desarrollar. Creación de nuevos productos de aventura.
- Promoción y difusión que den apertura a presentar los productos del destino Santa Elena	Promoción y difusión turística.	Presidentes de las comunas involucradas	Creación de redes sociales (Facebook, twitter), fam trips, ferias, eventos de turismo. Diseño y lanzamiento del plan integral de marketing del destino Santa Elena

<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer la oferta a través de la adecuación e implementación de la planta turística en el cantón. 	Implementación de planta turística y facilidades turísticas	Presidentes de las comunas involucradas	Diseño de propuesta técnica para la adecuación de los sitios donde se realizará la actividad turística dentro del cantón (paneles, vallas, pictogramas, señalética informativa).
<ul style="list-style-type: none"> - Concientizar y promover estrategias de fortalecimiento para el sector turístico, ofertando al turista un servicio seguro, confiable o confortable, durante su estadía en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnificación y fortalecimiento institucional de los servidores turísticos del cantón Santa Elena. - Capacitación a través de talleres de emprendimientos turísticos para el cantón. 	Presidentes de las comunas involucradas	<ul style="list-style-type: none"> - Creación y diseño de la marca destino Santa Elena. - Capacitar a servidores turísticos en temas: servicio al cliente, hospitalidad, administración de empresas turísticas
ACTIVIDADES:		PRESUPUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de factibilidad para determinar los subproductos a desarrollar. - Creación de nuevos productos de aventura. - Creación de redes sociales - Diseño y lanzamiento del plan integral de marketing destino Santa Elena. - Diseño de la propuesta técnica (análisis de suelo) para la adecuación de los sitios donde se realizará la actividad turística de aventura dentro del cantón. - Creación y diseño de la marca destino Santa Elena. - Capacitación a servidores turísticos. 		<ul style="list-style-type: none"> - \$ 14.000,00 - \$ 3.600,00 - \$ 3.50,00 - \$ 9.800,00 - \$ 6.100,00 - \$ 4.000,00 - \$ 2.500,00 	

3.5.2. Estrategias.

Proyecto 1: Diversificación e innovación del producto ruta de aventura en subproductos turísticos

El turismo de aventura en la Provincia de Santa Elena es relativamente nuevo por así decirlo y está basado en la interacción de actividades de aventura o deportes extremos en un entorno o área natural, por lo que los viajeros apuestan por la práctica de esta actividad dentro del cantón en lugares como: Ancón, Ayangue, Libertador Bolívar, Dos Mangas, Montañita, entre otros.

Además en la preselección de un destino influyen varios factores como precio, calidad, seguridad, dado que estos aspectos son muy importantes para la toma de decisiones del visitante o turista.

Con la ejecución del programa lo que se pretende es brindar una mayor diversificación de subproductos al producto ruta de aventura que oferta el destino Santa Elena, para fomentar o fortalecer la oferta turística del cantón, generando mayor captación en los mercados a base de calidad, creando experiencias vivenciales al turista y haciendo agradable y placentera su estadía.

Proyecto 2: Promoción y difusión turística.

Una vez que el destino Santa Elena cumpla con todos los parámetros establecidos para de esta forma ofertarlos en el mercado, es indispensable una debida e inteligente promoción, esto va a dar apertura a expandir la oferta del destino en los mercados locales, a fin de incrementar el número o flujo de turistas produciendo así mayor captación de ingresos económicos para el bienestar del cantón y los habitantes.

La idea consiste básicamente en que la demanda tanto nacional como internacional conozca del producto ruta de aventura y de toda la oferta en general que tiene Santa Elena a través de los canales de comunicación, distribución y comercialización mediante un plan de relaciones públicas, plan de venta, creación de redes sociales, etc.

Proyecto 3: Implementación de planta turística y facilidades turísticas

Hoy en día es importante tener en consideración que el visitante requiere o necesita de varios servicios que estén acorde a sus exigencias o a las del mercado y que puedan cumplir con las expectativas elementales o básicas de la demanda.

La adecuación de la planta turística del destino Santa Elena es de carácter urgente y esencial de tal manera que si se requiere fomentar o fortalecer la actividad turística dentro del cantón, será necesario que se implemente la debida planta turística para que de esta forma se dé una gran y mejor satisfacción al turista.

Proyecto 4: Capacitación a través de talleres de emprendimientos turísticos para el cantón.

Un destino siempre que se caracterice o se identifique por poseer excelentes estándares de calidad en los servicios y productos turísticos en su oferta, es uno de los parámetros esenciales desde el momento en que llegan hasta después de su partida. Para poder conseguir el posicionamiento del destino en el mercado, es fundamental contar con un equipo humano comprometido y altamente capacitado a fin de brindar un servicio impecable en cada una de las áreas donde trabaje el talento humano.

Dentro de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón de Santa Elena el 48% de los encuestados ha estudiado únicamente el nivel de instrucción primaria, y el 84% de la población estaría dispuesta a ofrecer y realizar actividades

turísticas con los visitantes. Existe la buena predisposición de los habitantes de la comunidad en el trabajar por el desarrollo de la actividad turística en el cantón.

**Proyecto: Tecnificación y fortalecimiento institucional de los servidores
turísticos del cantón Santa Elena**

Para posicionar a un destino y su oferta es necesario e indispensable contar con una marca turística que lo identifique de otros destinos en el mercado a nivel nacional o internacional, dicho de esta manera, estar siempre presente en la mente del consumidor.

Una marca direcciona a un destino a que sea reconocido a nivel mundial con ayuda de otros factores como calidad en los servicios, precio, etc., y de esta forma lo mantiene latente en todos y cada uno de ellos, para así al momento de realizar un viaje piensen primero en el destino Santa Elena.

3.5.3. Análisis de porqué es la ruta.

Una ruta de aventura dentro del cantón de Santa Elena es muy fundamental ya que es un motivo para promocionar todos los recursos o atractivos existentes, la cual se relaciona con temáticas de diversidad, aventura, paisajes e historia, de esta manera permitirá orientar a las parroquias y comunidades a la actividad turística que pertenecen al cantón y su valoración correspondiente.

Llegar al cantón Santa Elena, apreciar sus paisajes, hermosas playas, naturaleza y sus bosques hermosos, hacen que el recibimiento que da Santa Elena lo convierta en un destino turístico con mucho potencial. Enlazar o interactuar con la población y conocer los lugares para realizar aventura en sus bosques, montañas, senderos, entre otros, se vincula dentro de la ruta de aventura ya que así se dará apertura a promocionar todos los atractivos turísticos y de esta manera a su gente

cálida y acogedora que se manifiesta al brindar una gran preeminencia a lo que se tiene y desea.

Con la ruta de aventura lo que se pretende es innovar y potenciar el turismo dentro del cantón pero sobre todo buscar una integración por parte de la población, dicho de tal manera dentro del marco del buen vivir.

3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El mercado nacional donde se oferta y entra el producto para ser adquirido lo conforman los turistas regionales y locales, de los cuales los turistas regionales son de la ciudad de Guayaquil con el 33%, y están los que pertenecen a la región sierra con un 13% respectivamente repartido entre Ambato y Quito.

Por otra parte del mercado local que corresponde al cantón Santa Elena el 34%, sean estos hombres o mujeres de cualquier edad llegan al cantón y están identificados como visitantes que viajan en compañía de amigos, familiares, o algún grupo organizado atraído por los atractivos turísticos que el cantón posee, especialmente por visitar lugares donde exista la aventura y el riesgo, ellos son quienes demandan la diversidad de productos dentro del mercado turístico nacional o internacional con la posibilidad de poder ofertar una gran variedad de productos potenciales del cantón Santa Elena.

La presente investigación maneja los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a los turistas que visitan el cantón evidenciándose en el capítulo II, por ende, debido a la información se estableció el perfil del turista potencial que estaría predispuesto a visitar el destino Santa Elena y que se presenta a continuación:

Tabla 18. Perfil del turista potencial que visitaría el destino Santa Elena.

Sexo	Masculino - Femenino
Edad	26- 36 años
Nacionalidad	Ecuatoriana
Ciudad	Guayaquil
Nivel de instrucción	Superior
Ocupación	Empleados privados
Frecuencia del viaje	Siempre
Motivo de visita	Vacaciones
Con quien viaja	Con amigos
Época del año para viajar	En cualquier momento
Permanencia en el sitio	1 – 2 días
Ingresos mensuales	550 - 700
Gasto promedio	26 - 50
Información sobre el destino	Internet
Actividades a realizar	Aventura

3.6.1. Precio del producto

En cuanto al precio del producto se tomó como referencia datos de todos los prestatarios que ofertan productos de aventura dentro del Ecuador y los servicios que ofrecen con su respectivo presupuesto, en base a esta información se elaboró una ficha de costos para la ruta de aventura.

Teniendo esto en cuenta se fijó el precio una vez obtenido los costos tomados y comparados con otros productos de aventura, los índices de beneficios que fijan en las diferentes operadoras o agencias de viajes, estudiando detenidamente los precios, se definió el precio adecuado para la ruta de aventura por segmentos de mercado que son accesibles al cliente o consumidor.

3.6.2. Mercado objetivo.

El principal mercado objetivo van a ser los turistas nacionales y extranjeros, tanto hombres como también mujeres, que gusten del turismo de aventura y los deportes de alto riesgo o extremos que les conlleva a esa sensación de adrenalina,

cuyas edades fluctúen entre 26 y 36 años, de nivel socioeconómico medio alto, que dado sus motivos de diversión por la aventura y sus deseos de saber o conocer diferentes culturas opten por conocer más sobre la región y la diversidad que existe dentro del cantón de Santa Elena.

3.6.3. Definición del producto.

La ruta de aventura es un producto que se ubica principalmente dentro del cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre que se puede llegar a través de la ruta del Spondylus, un recorrido de una a dos horas hasta llegar al cantón, punto de inicio del recorrido de la ruta, aquí se distingue la población que está ubicada a los alrededores ya que son parte principal en la ruta.

Esta propuesta lo que busca es relacionar los atractivos turísticos de todo el cantón Santa Elena en diferentes partes donde sus características se presten para la práctica de esta actividad como lo es la aventura, involucrando a las comunidades de Ancón, Loma Alta, Libertador Bolívar, Dos Mangas, Montañita, Olon, San Pedro, Barcelona, entre otros, logrando ubicar en el mapa los lugares o atractivos visitados en orden cronológico, graficar la ruta y de esta manera unir los puntos destacando las paradas, el inicio y final e identificar alguna otra alternativa del recorrido.

Lo que se desea es integrar en un paquete o itinerario aquellos elementos representativos de la oferta turística del cantón en la ruta, con los atractivos más relevantes, la debida infraestructura básica, pero sobre todo las facilidades para la realización de la visita por parte de los turistas.

3.6.4. Elementos del producto.

Dentro de los elementos del producto de aventura tenemos el principal e importante, la naturaleza y su entorno que será el pilar fundamental o escenario

para la realización de las actividades, dicho de esta manera, ofertar aventura al turista generando experiencias memorables, enlazando actividades de tierra, agua y aire en un solo conjunto que es la ruta turística, los mismos que han sido inventariados y categorizados brindando así un servicio de calidad al visitante de los cuales se nombra a la playa de Ancón, ayangue, olon, palmar, la casa estilo inglés dado su historia que posee la misma, el bosque protector Dos Mangas por la naturaleza que encierra y los complementos que son la gastronomía que ofrece el cantón de Santa Elena y sin olvidar las manifestaciones culturales entre ellas las artesanías, folclore, etc.

Alojamiento.

Dentro de los alojamientos que fueron considerados dentro de la ruta se categorizó y se inventarió para de esta forma brindar un servicio de calidad al turista entre las que están los hostales con categoría segunda, información que fue facilitada por Emoturismo de las que fueron escogidas las comunidades de Olón y Dos Mangas.

Restauración.

En un destino siempre es fundamental e importante que la gastronomía también sobresalga por su exquisita sazón y variedad de la misma, por eso se seleccionó a la comuna de Olón por su excelente variedad de platos y la comuna Libertador Bolívar que resalta por preparar platos de nivel internacional.

Facilidades turísticas.

En los componentes de la ruta se utilizarán diferentes equipos debido a la realización de actividades de aventura entre las que están:

- Guías, bus, binoculares.
- Poleas, cables, abrazaderas, plataforma, sistema de anclaje, tacones, arneses, mosquetones, guantes, casco y cintas de seguridad (canopy).

- Montura (fuste, retobo, pellón, cincha), pechera, grupera, estribo, juego de riendas (cabalgata).
- Caña, anzuelos, señuelo o carnada, línea o sedal, plumadas, boyas (pesca deportiva).
- Carpas, aislante, sleeping bags (camping).
- Bicicleta, casco, rodilleras y coderas, mochila de hidratación (ciclismo).

3.6.4.1. Itinerario o programa

Ruta N° 1 “SANTA ELENA EXTREME”

Duración: 2 Días

Carácter: Aventura

Mercado objetivo: Turista Internacional

Dificultad: Media alta con riesgo

Grupo de 12 a 15 personas

Recorrido: Punto de partida cantón Santa Elena- Iglesia Catedral Emperatriz. El recorrido empieza desde muy temprano dirigido por un guía nativo donde va a ver recorridos como ciclismo, cabalgata, canopy, parapente, caminata por bosques, etc. Mapa de la ruta ver en **(ANEXO 8)**

Concentración en la iglesia Nuestra Señora Emperatriz (07:00).

Desayuno: Charla y socialización de las actividades a realizar (07:30).

Parroquia Ancón. (08:30)

- ✓ Práctica de parapente.
- ✓ Observación y toma de fotografías de casas estilos inglés.

Comuna Ayangue. (10:30)

Islote de El Pelado, recomendaciones, sugerencias y entrega de implementos.

- ✓ Práctica del buceo.

Comuna Libertador Bolívar (14:15)

- ✓ Degustación de la exquisita gastronomía de la localidad (almuerzo)
- ✓ Presentación de amorfinos y coplas por algunos miembros de la localidad.

Comuna Dos Mangas. (15:30)

- ✓ Caminata por la comunidad y compra de artesanías, fotografías, compra de refrigerios, etc.
- ✓ Camping en el bosque protector.

Día 2

- ✓ Desayuno en la comunidad de Dos Mangas (07:30)
- ✓ Práctica del senderismo y cabalgata por las cascadas

Comuna Montañita (15:15)

- ✓ Práctica de canopy.
- ✓ Compra de artesanías, paseo, fotografías por la localidad.
- ✓ Final de la ruta.

Servicios que incluye:

- Transporte de recorrido (bus).
- Guía líder.

Que llevar:

- Documentos personales.
- Cámaras, filmadoras.
- Ropa cómoda, gorras, gafas, protector solar, repelente

Determinación del precio del paquete.

Subtotal: \$100

Comisión del operador 18%: \$18

Impuesto 12%: \$12

Total: \$ 130 paquete

Ruta N° 2 “AVENTURAS EN SANTA ELENA”

Duración: 1 Día

Carácter: Aventura

Mercado objetivo: Turistas nacionales

Dificultad: medio alto con riesgo.

Recorrido: El punto de partida será en el corazón de Santa Elena, su iglesia Emperatriz, la concentración es a las 07:30 de la mañana donde estará el respectivo guía esperando a los turistas, habrá actividades de caminata o trekking, ciclismo, parapente, etc. Ver el mapa en **(ANEXO 9)**

Concentración en la iglesia Nuestra Señora Emperatriz (07:30).

Socialización y recomendaciones de las actividades a realizar (08:00).

Comuna Palmar (09:15)

- Práctica de pesca deportiva.
- Degustación del pescado asado.

Comuna San Pedro (11:00)

- Práctica de parapente.
- Fotografías del paisaje.

Comuna de Olón (13:00).

- Cabalgata por la localidad.
- Degustación de platos típicos (almuerzo).
- Caminata y ciclismo por la senderos
- Visita a las cascadas.
- Fotografías

Comuna La Entrada (18:00)

- Degustación de los dulces de Benito
- Fotografías, etc.

Regreso a la comunidad de Olón, hasta las hospederías comunitarias para el respectivo descanso y charla, final de la ruta o recorrido.

Servicios que incluye:

- Transporte de recorrido (bus).
- Guía líder.

Que llevar:

- Documentos personales.
- Cámaras, filmadoras.
- Ropa cómoda, gorras, gafas, protector solar, repelente

Determinación del precio del paquete.

Subtotal: \$65

Comisión del operador (18%): 11,70

Impuesto (12%): 7,80

Total del paquete: \$85

3.7. PROCESO DE SERVUCCIÓN.

La servucción es el proceso de elaboración de algún servicio, en este caso la que se va a prestar dentro de la ruta de aventura en el cantón de Santa Elena, desde el momento de la compra donde se mantiene contacto con el visitante o turista, hasta su finalización o partida del viajero o turista.

Es fundamental tener en cuenta que el visitante o turista que compra el determinado servicio o producto, es el participante directo o activo en la producción del mismo, a través del siguiente cuadro se expresa el proceso de servicio:

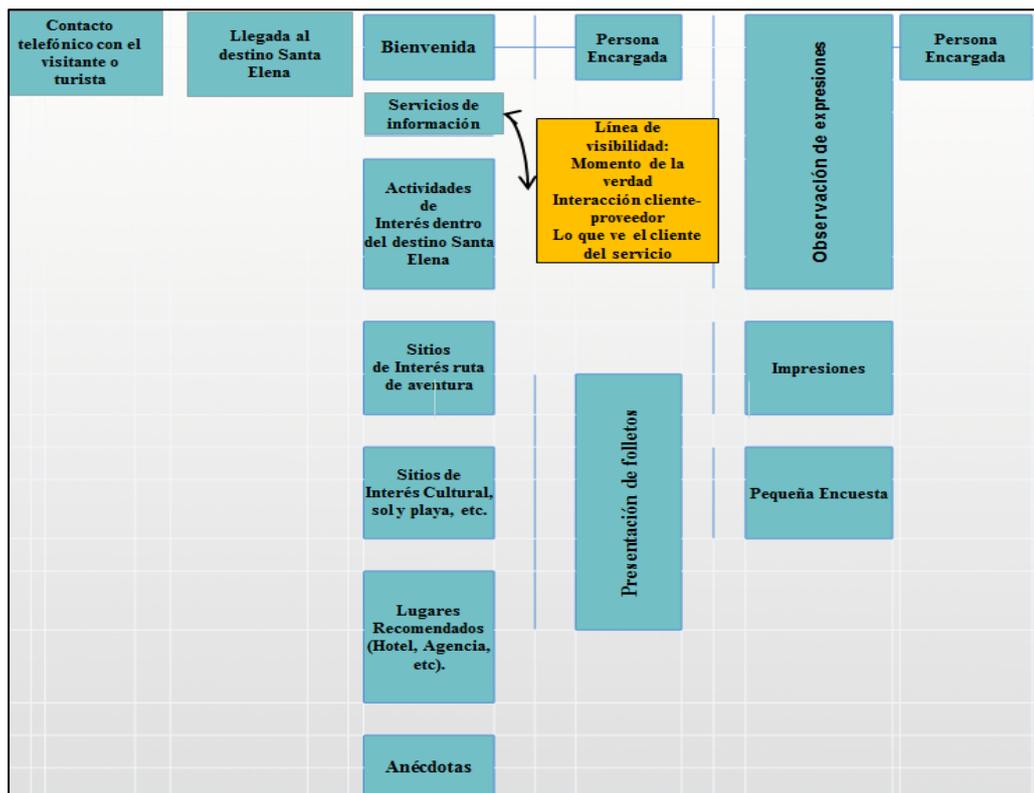


FIGURA 53. Proceso de servicio del destino.

3.7.1. Necesidades de Capacitación.

Las necesidades de capacitación, nacen fundamentalmente como parte de una cultura de servicio en una empresa o destino, pero también depende de múltiples factores como son: los productos, los objetivos, la comunicación, estrategias y sobre todo el trabajo en equipo que se va a tener dentro de la ruta de aventura.

En lo que corresponde a la capacitación del personal se plantea lo siguiente:

- Asistencia a cursos semestrales donde se tratarán temas como servicio y atención al cliente, de este modo se podrá lograr que el servicio que da el empleado al visitante sea satisfactorio.
- Repartir a los empleados folletos mensuales con temas de interés acerca de cómo brindar un buen servicio, el trabajo en equipo que fomente y enriquezca sus conocimientos y los apliquen en sus labores de trabajo dentro del destino Santa Elena.

Es importante también mencionar que para el cumplimiento con mucho éxito de las capacitaciones el pilar fundamental será la motivación del empleado y su predisposición para un mejor desempeño.

3.7.2. Gestión del Producto.

El producto ruta de aventura será manejado directamente por los habitantes del cantón Santa Elena en donde se realizaran las actividades de aventura, por los respectivos presidentes comunales de los lugares donde se realizara la práctica de las actividades a realizar, formando así un denominado consorcio turístico, de las cuales se elegirá a un presidente, un secretario, tesorero y dos vocales encargados de velar por el éxito de la ruta haciendo de esta manera alcanzar los objetivos planteados.

También hacer un análisis de todas las arecas que integren o estén involucradas en la ruta identificando las actividades o acciones más importantes, manifestando todo aquello que se debe atender.

TABLA 19. Miembros encargados de manejar la ruta de aventura.

Presidente de la comuna Ancón.	FORMACIÓN DEL CONSORCIO TURÍSTICO.
Presidente de la comuna San Pedro.	
Presidente de la comuna Ayangue.	
Presidente de la comuna Palmar.	
Presidente de la comuna Libertador Bolívar.	
Presidente de la comuna Montañita.	
Presidente de la comuna Olón.	
Presidente de la comuna Dos Mangas.	
Presidente de la comuna La Entrada.	

Requisitos transversales para el funcionamiento:

- Los requisitos básicos: (local para el funcionamiento, organigrama de división de responsabilidades, plan de operaciones de cada modalidad, manual de operaciones, plan de gestión de riesgo).
- Los requisitos para la comercialización: (comprobante de venta con autorización del SRI, información de modalidades turísticas de aventura que se oferta, información clara de los componentes de las actividades a realizar).
- Los requisitos para la prestación de servicios: (infraestructura, equipamiento y equipos mínimos para el desarrollo de cada modalidad, plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento, medios de transporte apropiado, guías especializados).

3.8. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Dentro de las estrategias de mercado para poder tener una mayor captación se utilizará una de las estrategias de diferenciación ya que se basa específicamente en crear productos o servicios suficientemente diferenciados, ya que de esta manera se proporcionará una posición ventajosa frente a los competidores cercanos.

- **Estrategia:** Mostrar al visitante un dirección diferente del destino Santa Elena, que es su variedad de productos a ofertar, además de que la experiencia de la ruta de aventura es única y buscará fidelizar al turista, no solo por la ruta, sino por todo el destino en general, ya que de esta manera se evita que busque otro lugar antes que Santa Elena.

3.9. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Para poder cumplir con una excelente estrategia de difusión, ya que no basta con tener un producto innovador y llamativo, sino también tener una impecable difusión, se aplicarán las siguientes estrategias:

3.9.1. Marca.

La marca que identifica al producto y al destino tiene como nombre “Santa Elena aventura”, dado que de esta manera, se hace énfasis y referencia al cantón en general para su posicionamiento y el de las actividades de aventura.

3.9.1.1. Slogan.

El slogan utilizado para el producto es “ven y siente la aventura”, dicho de esta manera, se incentiva al turista a que visite y disfrute de las mejores experiencias que ofrece el destino Santa Elena a través de la ruta.

3.9.1.2. Logo



Figura 54. Logotipo de la ruta de aventura.

Es evidente y claro las características del logotipo con la que se va a identificar a la ruta y por ende al destino, dado que está compuesto de una imagen simbólica que representa a personas realizando un sinnúmero de actividades de aventura en un solo lugar como senderismo, kayak, canopy, entre otras, y que mejor que el destino Santa Elena que lo tiene todo para ser un lugar distinto a cualquier otro sitio.

3.9.2. Comercialización.

Para lo que se refiere a la comercialización del producto ruta de aventura hay que tomar en cuenta que en un comienzo no se cuenta con la capacidad técnica y económica para realizar una labor directa con mayoristas, agencias de viaje o tour operadoras.

3.9.2.1. Estrategias de inserción.

El objetivo es posicionar al cantón de Santa Elena como un destino de aventura de gran calidad a través de la comercialización de los productos turísticos en diferentes medios de distribución a nivel nacional.

- Directa: se diseña el producto para luego ofertarlo directamente al cliente o visitante.
- Indirecta: el producto se venderá a través de terceros como pueden ser distribuidores, promotores, o agentes de venta.

Al trabajar con los intermediarios será primordial y fundamental establecer tarifas especiales para poder negociar, mientras que si se opta por una venta directa deberá fijarse una comisión del 18%.

También elaborar promociones para la Universidad Estatal Península de Santa Elena buscando así que se incorporen nuevos productos a las salidas de estudio, especialmente a los estudiantes de las carreras de Hotelería y Turismo que buscan opciones o lugares diferentes para explorar.

3.9.2.2. Plan de Publicidad

Objetivos:

- ✓ Posicionar el producto ruta de aventura en la mente de los turistas o consumidores estableciendo un mensaje convincente o eslogan del cantón que pueda despertar el interés de los visitantes.
- ✓ Promocionar al cantón a través de revistas o folletos.
- ✓ Implementar un espacio de opiniones en internet.

El mercado o público objetivo son los turistas nacionales o extranjeros que visitan la provincia de Santa Elena y que compran el producto vía online.

- **Medios no tradicionales:** redes sociales (Facebook, twitter, Instagram).
- **Medios tradicionales:** Páginas amarillas, revistas, folletos, trípticos, ferias y congresos.

Las estrategias que se van a llevar a cabo, radican en poder instituir una publicidad motivacional o racional que direcciona la necesidad e interés hacia el producto ruta de aventura.

3.9.2.3. Plan de Relaciones Públicas.

Objetivos:

- ✓ Desarrollar y fomentar una imagen única o positiva del destino Santa Elena en la mente de los consumidores, distribuidores y sobre todo de la población misma.
- ✓ Desarrollar y promocionar el destino a través de artículos en periódicos, boletines de prensa, ferias

El destino Santa Elena debe estar siempre presente en la mente de los visitantes en todo momento por eso se participará en eventos realizados por las principales instituciones rectoras de la provincia como son el Ministerio de Turismo, gobiernos autónomos, también en ferias de exposiciones que se dan durante el transcurso del año en el ámbito local y también a nivel nacional, de esta forma se presentarán las actividades que se ofertan o que se pueden realizar dentro del cantón. Además se invitará a las autoridades gubernamentales, medios de comunicación y agencias de viajes o expertos en la materia de turismo a un recorrido por la ruta de aventura (fam trip y press trip), dado que de esta manera se podrá describir o percibir la potencialidad de la misma.

3.9.3. Presupuestos de los planes.

El presupuesto de cada plan a manejar se describe a continuación:

TABLA 20. Presupuesto del plan de publicidad

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total.
Diseño de páginas web	1	\$ 200	\$ 200.00
Actualización de páginas	1	\$ 50	\$ 50.00
Revistas	100	\$ 100	\$ 10000.00
Folletos	100	\$10	\$ 1000.00
Trípticos	500	0.50	\$ 250.00
TOTAL			\$ 11.500.00

TABLA 21. Presupuesto del plan de Relaciones Públicas.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total.
Artículos en periódicos	100	\$ 35	\$ 3500.00
Boletines de prensa	60	\$ 5	\$ 300.00
Ferías y eventos	5	\$ 200	\$ 10.000.00
TOTAL			\$ 13.800.00

TABLA 22. Presupuesto del gasto total.

Presupuesto de gasto total.	
Presupuesto del plan de publicidad	\$ 11.500.00
Presupuesto del plan de relaciones públicas	\$ 13.800.00
TOTAL	\$ 25.300.00

3.10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 23. Cronograma de actividades

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11
Entrega y puesta en marcha de la ruta de aventura											
Construcción de la marca turística											
Plan de capacitación											
Creación de los paquetes turísticos de aventura											
Realizar un estudio de precio en											

comparación a otros competidores											
Establecer precios a los productos de aventura											
Establecer alianzas con agencias de viajes											
Plan de promoción y publicidad											
Ejecución del plan de relaciones publicas											
Ejecución del plan de ventas											

3.11. ANÁLISIS FINANCIERO.

El análisis financiero es el que va a permitir determinar de una manera objetiva el proceso de inicio de la ruta desde sus componente hasta el final en cuanto a números, valores o liquidez que se va a ver reflejado a través de los años, inversión, costos, tiempo de recuperación, ya que el diagnóstico financiero va a servir como base para poder emprender medidas correctivas identificando debilidades y aprovechar mejor sus recursos del destino, se lo detalla a través de las siguientes tablas:

Tabla 24. Inversión Inicial.

ACTIVO FIJO	130.142,34
CAPITAL DE TRABAJO	13.351,84
GASTOS DE CONSTITUCION	1.200,00
TOTAL	144.0649,18
COSTO DEL CAPITAL	
NUMERO DE ACCIONES	2500
PRECIO	\$ 30,00
CAPITAL PROPIO	\$ 75.000,00

TASA LIBRE DE RIESGO (USA)	4,58%	TASA FISCAL	23,00%
INFLACION	3,76%		
PRIMA POR PAGOS	9,40%		
BETA	1,25		
TASA DEL CAPITAL PROPIO	21,03%		

COSTO DE DINERO PRESTADO

				INTERÉS	
PRESTAMO	\$	69.694,18	100,00%	8,19%	8,19%
(HIP. DE CASA)					

	\$	69.694,18	100,00%	8,19%	
				6,31%	TASA DINERO PRESTADO

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				TASAS	
CAPITAL PROPIO	\$	75.000,00	51,83%	21,03%	10,90%
CAPITAL PRESTADO	\$	69.694,18	48,17%	6,31%	3,04%
TOTAL	\$	144.694,18	100,00%		13,94% CPPC

FINANCIAMIENTO	%S	INVERSION	COST K	COST K PROM POND
CAPITAL PROPIO	51,83%	75.000,00	0,21	0,1090
DEUDA	48,17%	69.694,18	0,06	0,03
TOTAL	100%	144.694,18		0,1394

TABLA 25. Gastos Operacionales

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
GASTOS OPERACIONALES						
Capacitaciones	800,00	1.000,00	1.000,00		-	2.800,00
Otros Gastos	3.300,00	3.462,30	3.627,88	3.806,39	3.988,44	18.185,00
Publicidad y Propaganda	10.680,00	11.214,00	11.774,70	12.363,44	12.981,61	59.013,74
		15.676,30	16.402,58	16.169,82	16.970,05	79.998,75
TOTAL		14.780,00				

Tabla 26. Presupuesto de Ventas.

INGRESOS POR VENTAS					
INGRESOS POR VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete Local 1	23251,8	72127,0836	99439,20592	128525,1737	159474,0355
Paquete Local 2	18688,95	57973,1229	79925,6121	103303,8536	128179,4216
TOTAL EN DÓLARES	41940,75	130100,207	179364,818	231829,0273	287653,4571

PVP					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete Internacional 1	130	134,42	138,99028	143,7159495	148,6022918
Paquete Local 2	85	87,89	90,87826	93,96812084	97,16303695

Participación de mercado	1%	3%	4%	5%	6%
---------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Tabla 27. Proyección de la demanda

Demanda potencial anual	Proyección de la demanda				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
17886	178,86	536,58	715,44	894,3	1073,16
21987	219,87	659,61	879,48	1099,35	1319,22
23839	238,39	715,17	953,56	1191,95	1430,34
26986	269,86	809,58	1079,44	1349,3	1619,16
28993	289,93	869,79	1159,72	1449,65	1739,58

TABLA 28. Flujo de efectivos.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Saldo Inicial	0,00	-104.747,56	-64.218,20	22.305,43	158.866,83	12.206,50
<u>INGRESOS</u>						
Ventas	41.940,75	130.100,21	179.364,82	231.829,03	287.653,46	870.888,26
Aporte de Accionistas	75.000,00	-	-	-	-	75.000,00
Préstamo	69.694,18					
Total Ingresos	111.634,93	130.100,21	179.364,82	231.829,03	287.653,46	940.582,44
<u>EGRESOS</u>						
Gastos de Administración	54.078,34	56.512,74	59.056,80	61.715,99	64.494,21	295.858,08
Gastos de operacionales	14.780,00	15.676,30	16.402,58	16.169,82	16.970,05	79.998,75
Compra de Activos Fijos	130.142,34	-	-	-	-	130.142,34
Dividendo	17.381,81	17.381,81	17.381,81	17.381,81	17.381,81	86.909,06
Participación de los trabajadores	-	0,00	0,00	0,00	771,05	771,05
Impuestos	-	0,00	0,00	0,00	961,24	961,24
Total Egresos	216.382,49	89.570,85	92.841,19	95.267,62	100.578,36	594.640,52
Saldo Operacional	-104.747,56	40.529,36	86.523,63	136.561,40	187.075,09	345.941,92
Saldo Final	-104.747,56	-64.218,20	22.305,43	158.866,83	345.941,92	358.148,42

Los flujos de efectivo van a reflejar de qué manera se están llevando a cabo las operaciones, sobre todo las decisiones que se hayan tomado, si es rentable o no es rentable la ruta de aventura de cómo se maneja en el mercado a través del efectivo que se va moviendo de acuerdo a la demanda o participación de la misma.

TABLA 29. Evaluación financiera.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) INGRESOS	41.940,75	130.100,21	179.364,82	231.829,03	287.653,46
(-) EGRESOS	160.222,13	84.243,26	87.461,88	90.418,89	104.642,59
(+) DEPRECIACION	12.375,77	12.375,77	12.375,77	12.375,77	12.375,77
TOTAL	-105.905,61	58.232,72	104.278,71	153.785,90	195.386,63

La evaluación financiera nos dará pautas para conocer los estados reales de los ingresos y egresos de la empresa en todos sus movimientos financieros de ingresos y egresos y sobre todo cuanto y como se va a recuperar el dinero invertido durante el inicio de toda la actividad comercial como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA 30. Método de recuperación.

AÑOS	FLUJOS	AÑO/ RECUP	INVERS INIC
AÑO 1	- 105.905,61	- 105.905,61	144.694,18
AÑO 2	58.232,72	- 47.672,89	
AÑO 3	104.278,71	56.605,82	
AÑO 4	153.785,90	210.391,72	
AÑO 5	195.386,63	405.778,35	

TABLA 31. Valor actual neto.

VAN				
AÑOS	FLUJOS		13,94%	Costo K
AÑO 1	- 105.905,61			
AÑO 2	58.232,72			
AÑO 3	104.278,71			
AÑO 4	153.785,90			
AÑO 5	195.386,63			
VAN		215393,93	\$ 215.411,94	VAN
INVERS INIC		144694,18		
		70699,74		Van mayor a cero Proyecto Aceptado.

La propuesta es mayor a cero por ende es viable la inversión, además que los flujos de caja son positivos y a partir del cuarto año generará ganancias, además tiene una tasa de 13,94%, considerando el valor del dinero a través del tiempo, recuperando la inversión a partir del cuarto año, en el período de costo de tiempo a una tasa de descuento de 23,05%, luego de esto habrá entradas libres o flujos libres.

TABLA 32. Tasa interna de retorno.

TIR		
AÑOS	FLUJOS	TIR
AÑO 0	-144.694,18	
AÑO 1	- 105.905,61	
AÑO 2	58.232,72	
AÑO 3	104.278,71	
AÑO 4	153.785,90	
AÑO 5	195.386,63	
TIR		23,05%
CPPC		13,94%

23,05%
TIR > A CPPC PROYECTO ACEPTADO

Tiempo a Recuperar la Inversión	
3	Años
18	meses
326	días

CONCLUSIONES.

Al haber culminado el proceso investigativo en cada una de las etapas de recolección de información, se procedió al respectivo análisis de los diferentes aspectos o fases de la investigación, sobre el diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística del cantón Santa Elena, dicho de esta manera, su viabilidad y aceptación se puede concluir que:

A través de la prueba del Chi² se comprobó que la hipótesis “el diseño de una ruta de aventura permitirá el aprovechamiento de sus recursos naturales y diversificará la oferta turística en el cantón de Santa Elena”, dándole de esta manera factibilidad para la elaboración y ejecución de la propuesta.

Otro punto importante fue el análisis de los problemas que dificultan el desarrollo socioeconómico del cantón, uno de ellos, es la falta de oportunidades para los pobladores. Además es un buen momento para que el turismo de aventura u otros segmentos de bajo impacto se catapulten hacia la cúspide, garantizando el desarrollo sostenible de las comunidades, así como el apoyo a la protección de la biodiversidad y de sus recursos naturales y culturales.

El cantón Santa Elena es un destino turístico con un alto potencial, que debe ser aprovechado en su totalidad ya que de esta forma se obtendrán muchos beneficios como el reconocimiento nacional e internacional, al segmentar el mercado fue evidente las diversas motivaciones y preferencias del turista que visitan el cantón. Una de sus mejores fortalezas radica en que su gente es luchadora y trabajadora con ansias de superación.

El tipo de turismo que se viene desarrollando en el cantón de Santa Elena son el: turismo comunitario, de sol y playa, aventura y de naturaleza siendo como base para determinar el nivel de competencia que tendrá nuestro producto en el mercado.

La propuesta planteada fue estructurada de una manera estratégica en base a las políticas actuales del Plan Nacional del Buen Vivir y el Plandetur 2020 junto a las actividades llevadas a cabo dentro del mismo, lo cual refleja que para encaminar o lograr el desarrollo turístico en el cantón es primordial y necesaria la integración de todos los actores principales sean estos directos e indirectos.

RECOMENDACIONES.

Una vez finalizado el proceso investigativo se puede recomendar la aplicación de una ruta turística para el cantón Santa Elena, lo cual impulsará el desarrollo socioeconómico de los habitantes y apuntará a que se convierta en un destino posicionado con una variedad de ofertas para el visitante.

Se recomienda que a futuro los egresados o graduados de las carreras de Hotelería y Turismo, no solo se enfoquen en atractivos ya posicionados para realizar algún proyecto, más bien trabajar en zonas que tengan recursos con gran potencial para la actividad turística.

Se recomienda que las autoridades pertinentes encargadas de manejar o direccionar las riendas del cantón opten por financiar proyectos enfocados en el buen vivir, y que aprovechen las particularidades de cada parte del cantón para así fomentar el flujo turístico que genere mayor gasto para beneficios de todos, además que es de vital importancia que el proceso continúe a pesar de los constantes cambios de autoridades en las dirigencias que se realiza cada cierto tiempo, para que los objetivos encaminados por diferentes propuestas direccionadas al desarrollo no se vean afectadas para el destino Santa Elena.

Generar espacios de discusión para de esta manera solucionar las dificultades del cantón y la provincia de Santa Elena y buscar el camino hacia el desarrollo sustentable de la actividad turística

La promoción del destino Santa Elena es primordial para el fortalecimiento de esta creciente forma de turismo, al ser una buena estrategia para el posicionamiento en el mercado. También es fundamental que el Ministerio de Turismo brinde capacitaciones para la formación de guías especializados en turismo de aventura.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, C. S. (2015). *LA RUTA DEL CACAO, MÓDELO DE APOORTE AL DESARROLLO SOCIOTURÍSTICO y ECONÓMICO DE LAS COMUNIDADES ECUATORIANAS*. Guayaquil: Universidad Tecnológica ECOTEC.
- Álvaro, G. (2004). *La guía del guía*. Quito: CCE. Benjamín Carrión.
- Ansoff, H. (1976). *La estrategias de las Empresas*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Ávila, R., & Barreno, D. (2005). *Nuevas Tendencias en el desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y Operativos para su Planificación y Gestión*.
- Boullón, R. (2006). *Planificación de Espacios Turísticos*. D.F. México: Trillas S.A.
- Cárdenas, F. (1991). *Producto Turístico, aplicación de las estadísticas y el muestreo para su diseño*. D.F México: Trillas.
- Chavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Mc Graw Hill.
- Chila, B. E. (2014). *DISEÑO DE UNA RUTA ARQUEOCULTURAL PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA EL MORRO*. La Libertad.
- Consultores, D. (2007). *Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para la región de Coquimbo*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Cortez, L. (2010). *Creación de una Ruta Turística dentro de la Ciudad de Guayaquil para la observación de flora y fauna*. Guayaquil.
- Ecuador tierra, I. (15 de Enero de 2010). *de Ecuador al mundo*. Obtenido de decuador al mundo: http://decuadoralmundo.com/rutas_turisticas_ecuador.html
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Edibosco, E. (2002). *Metodología de la Investigación Científica*. Cuenca: Colección LNS.
- Emuturismo. (2015). *Catastro Turístico*. Santa Elena.
- FDSG. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Guayaquil.
- Flores, A. (2012). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA PARA EL CANTÓN PANGUA, PROVINCIA DE COTOPAXI*. Riobamba.
- García, A., & Garcia, A. (2005). *La Mente del Viajero*. Madrid: THOMSON.
- González, P. (2012). *El Producto Turístico*. Madrid.
- Gort, M. (1962). *Diversification and integration in american industry*. Princeton: Princeton University Press.
- Guayas, G. P. (2012). *Guía Turística*. Guayaquil: Poligráfico.

- Guido, F. (2011). *Breve Glosario de la Actividad Turística y Hotelera*. Lanús: Universidad Nacional de Lanús.
- Gurría Di Bella, M. (2004). *Introducción al Turismo*. Toluca: Trillas.
- Guyer, E. (1895). *Contribuciones a una Estadística del Turismo en Suiza*. Verna.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Quito.
- Jafari, J. (2000). *Enciclopedia del Turismo*. Madrid: Síntesis S.A.
- Jiménez, A. (2002). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf. MG.
- Landeta, D. (23 de Junio de 2014). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/cinco-destinos-llenos-aventura.html>.
- Ley de Turismo. (2002). *Ministerio de Turismo*.
- M.C.P. (2012). *COOTAD*. Quito.
- Machado H, H. Y. (17 de Mayo de 2009). *Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba*. Obtenido de Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en cuba.: www.teoríaeypraxis.uqroo.mx
- Marriot, A. (2003). *La extraña Industria del Turismo en Italia*. París.
- Mediano, L. (2004). *La Gestión del Marketing en el Turismo Rural*. Medellín.
- Merizalde, A. G. (2 de Julio de 2015). *La Hora*. Obtenido de La Hora.: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101828232#.VZVvnPyG8po>
- Ministerio de Turismo. (2006). *Turismo de Aventura, Edición Especial*. Ecuador. Quito.
- Mintur. (2004). *Inventario de Atractivos Naturales y Culturales*. Quito.
- Mintur. (26 de 10 de 2007). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de PLANDETUR 2020: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Mintur. (Agosto de 2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Obtenido de Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
- Mintur. (2010). *Departamento de Inteligencia de Mercados*. Quito.
- Mintur. (6 de Octubre de 2012). *Ama la Vida tv online*. Obtenido de Ama la Vida tv online: <http://www.amalavida.tv/novedades/ruta-del-agua-ecuador>
- Mintur. (30 de Abril de 2013). *ANDES*. Obtenido de ANDES: <http://www.andes.info.ec/es/turismo/seis-rutas-turisticas-provincia-guayas-identificadas-nivel-nacional.html>
- MINTUR, & Mintur. (2013). *Ley de turismo, Reglamento y Legislación Conexa*. Quito: P.D. Estudio.

- Miranda, V. (23 de Abril de 2015). *El Ciudadano*. Recuperado el 7 de Mayo de 2015, de El Ciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-presenta-sus-rutas-turisticas-en-el-world-travel-market-latin-america/>
- Muñoz, J., & Ibañez, P. (2002). *Rutas Turísticas, un Desafío Vial*. Los Lagos: Dirección de Vialidad, Unidad de Desarrollo Territorial.
- Nicola, M. (2012). “*CREACIÓN DE DOS CIRCUITOS TURÍSTICOS SUSTENTABLES PARA EL DESARROLLO, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS*”. Guayaquil.
- Novo, G. (1977). *Diccionario General de Turismo*. Montevideo.
- Océano, G. E. (2006). *Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes*. Barcelona: Océano.
- Ogando, P., Mamami, E., & Farias, R. (2006). *Actividad Turística: El producto turístico*. Madrid.
- OMT. (2009). *Concepts, Definitions and Classifications of Tourism Statistics*. Madrid.
- Osorio, M. (2004). *Entorno de Turismo Receptivo*. D.F. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Parra, D. (2005). *Impacto Ambiental*. Lima.
- PNPBV. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito.
- Prando, A. (2004). *Gestión Local del Turismo*. Quito.
- Quezada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica.
- Ratto, N. (2001). *Proyecto de turismo cultural para la Provincia de Catamarca-Dpto. Andalgalá-Argentina*. Buenos Aires.
- Reyes, A. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid.
- Reyes, B., & Barrado, D. (2005). *Nuevas Tendencias en el desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales*. Madrid: ANTAR.
- Ricarte, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Rodríguez, M. V. (2012). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA*. Caracas.
- Romo, V. (2012). *Estudio Estratégico para el Desarrollo Turístico de las Provincias de Santa Elena y Guayas*. Guayaquil: Fundación Nobis.
- ROS Development, P. S. (2008). *Modelos de Gestión Turística Local. Principios y Prácticas*. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias.

- SEMARNART. (2006). *Introducción al Ecoturismo Comunitario*. México: Grupo Siembra S.A.
- Snip. (2010). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA IDENTIFICACIÓN, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN SOCIAL: TURISMO*. Lima.
- Soto, P. (2011). *Estructura Orgánica Administrativa del Gobierno Autónomo del cantón Santa Elena*. Santa Elena.
- Swisscontact. (2014). *Manual Para La Planificación de Productos Turísticos*. Lima, Peru: Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico, Mincetur y PromPeru.
- Telégrafo, E. (13 de Febrero de 2015). *P.P. El Verdadero*. Obtenido de P.P. El Verdadero: <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-nacional/item/tres-rutas-turisticas-de-napo-estan-papelito-para-carnaval.html>
- Tierra, P. (2008). *Planificación Territorial*. Riobamba: Compilación Espoch.
- Trenzano, J. f. (2000). *Investigación de Mercado Estratégico*. Obtenido de Investigación de Mercado Estratégico: <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/4009ht>
- Turismo, O. M., & Omt. (2013). *Documento Básico de la OMT*. Madrid.
- Valls, J. (2007). *Marco Estratégico para seguir creciendo bajo criterios sostenibles*. Lima.
- Vara, A. (2012). *7 Pasos Para Una Tesis Exitosa. Desde la Idea Inicial Hasta la Sustentación*. Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales y Recursos Humanos: Universidad San Martín de Porras.
- Villareal, A. (2004). *Manual de Señalética y Rutas Turísticas Urbanas*. Quito: Consejo Nacional de Modernización.
- Wikimedia. (9 de Septiembre de 2013). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_tur%C3%ADstica
- Yáñez, G. (11 de Febrero de 2004). *Glosario Técnico de Terminología turística-Seminario Región*. Obtenido de Glosario Técnico de Terminología turística-Seminario Región.: <http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>
- Zamorano, F. (2002). *Turismo Alternativo. Servicios diferenciados, "Turismo de aventura"*. México: Trillas.
- Zurita, R. (2010). *Diseño de la Ruta Turística del Chagra para el Cantón Mejía*. Machachi.

ANEXOS

ANEXO 1. Ficha de caracterización turística para comunidades.

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

_____.

Fuente _____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELES	#	5. MOTELS	#
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. RESTAURANTES	#	4. BARES	#
2. CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUBITES DE SODA	<input type="text"/>	6. KOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	7. OTROS _____	<input type="text"/>

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

1. DISCOTECAS	#	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#
2. CINES/ TEATROS	<input type="text"/>	4. BINGOS	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	5. OTROS	<input type="text"/>

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

1. AGENCIAS DE VIAJE	#	4. GUÍAS DE TURISMO	#
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	7. OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____
 Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Caminando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SEBIDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TERRA (CARROZABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | |

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

- a) VIAL
- | | |
|-------|--------------------------|
| 1. Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |
- b) TURÍSTICA
- | | |
|-------|--------------------------|
| 1. Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="checkbox"/> | 6. AVIÓN | <input type="checkbox"/> |
| 3. TAXIS | <input type="checkbox"/> | 7. AVIONETA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHAS | <input type="checkbox"/> | 8. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO _____ | |

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input type="checkbox"/> | 5. MARÍTIMO | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAMIONES | <input type="checkbox"/> | 7. LACUSTRE | <input type="checkbox"/> |
| 4. TAXIS | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO _____ | |

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

_____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No _____

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
 2. SE QUEMA
 3. SE ENTERRA
 4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="text"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="text"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="text"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="text"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="text"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="text"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="text"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="text"/>
5. SHAMAN	<input type="text"/>	13. CLÍNICAS	<input type="text"/>
6. BOTIQUÍN COMUNITARIO	<input type="text"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="text"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="text"/>	15. FARMACIA	<input type="text"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="text"/>	16. OTRO	<input type="text"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCION	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí
- | PLAN | AÑO |
|------|-----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2.	COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4.	COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5.	COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9.	CLUBES	<input type="checkbox"/>
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11.	OTRAS	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	<input type="checkbox"/>

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENDEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | SI | NO |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

- | | |
|--------------------------------------|----------------------|
| | # de personas |
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

- | | |
|---|----------------------|
| | % relativo |
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) | <input type="text"/> |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos) | <input type="text"/> |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:

Auxiliar de campo:

Fecha:

ANEXO 2. Ficha para el inventario de atractivos, metodología propuesta por el Ministerio de Turismo.

Valores extrínsecos

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		MINISTERIO DE TURISMO									
C A L I D A D	E X T R Í N S E C O	4.1.- SIMBOLOSISMOS		5.- ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>									
A P O Y O	7.- INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO	ESTADO DE LAS VÍAS		FRECUECIAS									
		TIPO	SUBTIPO	B	M	R	TRANSPORTE	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	TEMPORALIDAD DEL ACCESO	
		Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año:	
			Ladrado				Automóvil					Días o meses:	
Acuático	Empedrado				ETA					Culturales: Día de inicio:			
	Sencillo				Tren					Día fin:			
Aéreo	Fluvial				Barco					Naturales:			
					Bole					Horas al día:			
					Canoa					Culturales:			
					Orca					Naturales:			
					Avión								
					Avioneta								
					Helicóptero								

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		MINISTERIO DE TURISMO	
A P O Y O	8.- RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
	Desde:	Hasta:	Frecuencia:	Distancia:	
	9.- INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> ENERGÍA ELÉCTRICA SISTEMA NACIONAL INTERCONECTADO <input type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> ALCANTARILLADO RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> PRECIO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> COSTO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>				
SERVICIOS TURÍSTICOS					
ALOJAMIENTO HOTEL <input type="checkbox"/> HOSTAL <input type="checkbox"/> HOSTERIA <input type="checkbox"/> PENSION <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> ALIMENTACIÓN RESTAURANTE <input type="checkbox"/> CAFETERIA <input type="checkbox"/> BAR <input type="checkbox"/> FUENTE DE SODA <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> GUÍANZA SENDEROS INTERPRETATIVOS <input type="checkbox"/> SENDEROS AUTOGUIADOS <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> ARTESANIAS TRADICIONALES <input type="checkbox"/> COMERCIALES <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS:					
10.- ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			NOMBRES		DISTANCIA
11.- DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			LOCAL <input type="checkbox"/>		NACIONAL <input type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>			INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>		Otros: <input type="checkbox"/>
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos					FIRMA SUPERVISOR EVALUADOR

Valor Intrínseco

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO		
1.- DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	FICHA:	
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA:	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:	
2.- UBICACIÓN		
PROVINCIA:	LATITUD:	LONGITUD:
CALLE:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3.- CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA:	
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA:	
C A L I D A D	I N T R Í N S E C O	4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA: (m.s.n.m.): TEMPERATURA: (°C): PRECIPITACIÓN FLUVIOMÉTRICA (mm/año):

Ficha de Resumen.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO		
1.- DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	FICHA:	
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA:	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:	
2.- UBICACIÓN		
PROVINCIA:	LATITUD:	LONGITUD:
CALLE:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3.- CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA:	
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA:	
C A L I D A D	I N T R Í N S E C O	4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA: (m.s.n.m.): TEMPERATURA: (°C): PRECIPITACIÓN FLUVIOMÉTRICA (mm/año):

ANEXO 3. Formato de Encuestas a Pobladores.



Universidad Estatal Península de Santa Elena.
 Facultad de Ciencias Administrativas.
 Escuela de Hotelería y Turismo.
 Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.

ENCUESTA A POBLADORES

Estimado(a)

OBJETIVO: Determinar el nivel de aceptación por parte de los habitantes del cantón de Santa Elena, con la implementación de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística, que producirá beneficios para toda la población. Su colaboración será de gran ayuda.

Datos generales:

Edad: _____

Sexo: Masculino () Femenino ()

Nivel de instrucción:

Ocupación: _____

- Primaria ()
- Secundaria ()
- Superior ()
- Postgrado ()
- Sin instrucción ()

<p>1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos que posee el cantón?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>	<p>2. ¿Está usted de acuerdo en realizar diferentes actividades turísticas en el cantón aprovechando los recursos que posee?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>
<p>3. ¿La actividad turística en el cantón es favorable para la población?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>	<p>4. Piensa usted que el desarrollo turístico del cantón es:</p> <p>a. Excelente ()</p> <p>b. Muy bueno ()</p> <p>c. Bueno ()</p> <p>d. Regular ()</p>
<p>5. ¿Cómo usted califica las actividades que se realizan dentro del cantón en beneficio de la población?</p> <p>a. Excelente ()</p> <p>b. Muy bueno ()</p> <p>c. Bueno ()</p> <p>d. Regular ()</p>	<p>6. ¿existe en este lugar los servicios turísticos necesarios para atender al turista?</p> <p>a. Mucho ()</p> <p>b. Poco ()</p> <p>c. Muy poco ()</p> <p>d. nada ()</p>
<p>7. ¿Considera usted que el cantón posee e suficiente infraestructura turística?</p> <p>a. Mucho ()</p> <p>b. Poco ()</p> <p>c. Muy poco ()</p> <p>d. Nada ()</p>	<p>8. ¿Se cumplen todas las decisiones tomadas en la asamblea general cantonal?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>

<p>9. ¿Cree usted que existe coordinación entre el GAD, el cabildo y los pobladores para el desarrollo de proyectos?</p> <p>Si () No ()</p>	<p>10. ¿Cree usted que existe una debida promoción turística del cantón?</p> <p>Si () No ()</p>
<p>11. ¿Le gustaría participar en capacitaciones sobre turismo?</p> <p>Si () No ()</p>	<p>12. ¿Qué actividad le gustaría realizar a usted para el desarrollo de la actividad turística del cantón?</p> <p>a. Rutas turísticas () b. Guianza turística () c. Circuito turístico ()</p>
<p>13. ¿Estaría de acuerdo usted en que se realice el proyecto de diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística en el cantón de Santa Elena?</p> <p>Si () No ()</p>	<p>14. ¿Considera usted como habitante del sector, que se beneficiaría con la creación de la ruta de turística de aventura?</p> <p>Si () No ()</p>
<p>15. ¿Estaría dispuesto usted participar en la ruta de aventura?</p> <p>Si () No ()</p>	<p>16. ¿La implementación o diseño de una ruta de aventura, impulsara el desarrollo del cantón?</p>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4. Tablas de frecuencias de los resultados de encuestas a pobladores.

TABLA 33. Sexo de los encuestados

Sexo	Masculino	Femenino	Total
	142	241	383

TABLA 34. Nivel de Instrucción de los habitantes del cantón

Nivel de Instrucción	Tabulación
Primaria	185
Secundaria	113
Superior	65
Postgrado	2
Sin instrucción	18
Total	383

TABLA 35. Ocupación de los habitantes del cantón.

Ocupación	Tabulación
Agricultor	71
Ama de casa	133
Artesano	59
Emprendedor	41
Estudiante	30
Ganadero	26
Transportista	23
Total	383

TABLA 36. Edad de los encuestados.

EDAD	Tabulación
15 - 18 años	28
19 - 25 años	20
26 - 30 años	75
31 - 45 años	114
46 - 60 años	80
más de 60 años	66
Total	383

TABLA 37. Conocimiento de los atractivos turísticos que posee el cantón.

Conoce usted los atractivos turísticos que posee el cantón	Tabulación
	23
No	360
Total	383

TABLA 38. Percepción de la actividad turística del cantón Santa Elena.

La actividad turística en el cantón es favorable para la población	Tabulación
Si	52
No	331
Total	383

TABLA 39. Percepción de los pobladores para realización de la actividad turística.

Está usted de acuerdo en realizar diferentes actividades turísticas en el cantón aprovechando los recursos que posee	Tabulación
Si	365
No	18
Total	383

TABLA 40. Percepción acerca del desarrollo turístico del cantón.

Piensa usted que el desarrollo turístico del cantón es	
Excelente	62
Muy bueno	163
Bueno	143
Regular	15
Total	383

TABLA 41. Percepción acerca de la actividad turística en el cantón.

Como usted califica las actividades que se realizan dentro del cantón en beneficio de la población	
Excelente	72
Muy bueno	99
Bueno	160
Regular	52
Total	383

TABLA 42. Postura acerca de los servicios turísticos del cantón.

Existe en este lugar los servicios turísticos necesarios para atender al turista	Tabulación
Mucho	78
Poco	108
Muy poco	89
Nada	53
Total	328

TABLA 43. Postura acerca de la infraestructura turística.

Considera usted que el cantón posee suficiente infraestructura turística	
Mucho	60
Poco	185
Muy poco	136
Nada	2
Total	383

TABLA 44. Postura acerca de la coordinación entre GAD y miembros de la localidad

¿cree usted que existe coordinación entre el GAD, el cabildo y los pobladores para el desarrollo de proyectos	
Si	71
No	312
Total	383

TABLA 45. Criterio acerca de decisiones tomadas por la asamblea.

Se cumplen todas las decisiones tomadas en la asamblea general cantonal.	
si	117
no	266
Total	383

TABLA 46. Criterio acerca de la adecuada promoción del cantón Santa Elena.

Cree usted que existe una debida promoción turística del cantón	
si	224
no	159
Total	383

Tabla 47. Postura sobre capacitaciones sobre la actividad turística.

Le gustaría participar a usted en capacitaciones sobre turismo	
Si	321
No	62
Total	383

TABLA 48. Postura acerca de las actividades turística que le gustaría realizar.

Que actividades le gustaría realizar a usted para el desarrollo de la actividad turística del cantón	
Rutas turísticas	184
Guianza turística	112
circuito turístico	87
Total	383

Tabla 49. Postura acerca de diseño de una ruta de aventura para el cantón de Santa Elena.

Estaría de acuerdo usted en que se realice el proyecto de diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística existente	
Si	296
No	87
Total	383

TABLA 50. Criterio acerca si la ruta de aventura beneficiara al cantón de Santa Elena.

Considera usted como habitante del sector, que se beneficiaría con la creación de la ruta turística de aventura	
Si	209
No	174
Total	383

TABLA 51. Postura si estaría dispuesto a participar en la ruta de aventura.

Estaría dispuesto usted a participar en la ruta de aventura	
Si	233
No	150
Total	383

TABLA 52. Criterio acerca si el diseño de la ruta de aventura impulsara el desarrollo turístico del cantón Santa Elena.

La implementación o diseño de una ruta de aventura, impulsara el desarrollo del cantón	
Si	297
No	86
Total	383

	f. Salud ()
8. ¿A través de que fuentes se informa de los lugares turísticos de la provincia? a. Amigos () b. Radio/ televisión () c. Internet () d. Prensa () e. Volantes ()	9. ¿Ha realizado usted actividades de aventura en la Provincia de Santa Elena? Si () No ()
10. ¿Estaría dispuesto/ gustaría usted a realizar actividades de aventura en la Provincia de Santa Elena? Si () No ()	11. ¿De las siguientes actividades de aventura a usted cuales le gustaría practicar? a. Ciclismo de montaña () b. Cabalgata () c. Canopy () d. Kayak () e. Parapente () f. Snorkeling () g. Senderismo () h. Otros: _____
12. ¿Cuántos días estaría dispuesto usted a pernoctar en el cantón Santa Elena? a. 1-2 días b. 3-4 días c. 5-6 días	13. ¿Considera usted que el cantón de Santa Elena necesita innovar/diversificar su actual oferta turística? Si () No ()
14. ¿Una ruta de aventura aportaría e impulsaría al desarrollo económico y turístico del cantón? Si () No ()	15. ¿Estaría usted dispuesto en recorrer una ruta de aventura dentro del cantón de Santa Elena? Si () No ()
16. ¿Si se realiza o se implementa la ruta de aventura cree usted que se aprovecharan, mejor sus recursos turísticos del cantón y por ende se mejorará la experiencia de su viaje? Si () No ()	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Universidad Estatal Península de Santa Elena.



**Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.**

TORISTIC INTERVIEW

Dear,

OBJECTIVE: To define tourists' profiles who visit Santa Elena Province and know what are the likes and preferences at the moment to make tourism, as the information will be transcendental for the design of the route of adventure in Santa Elena Canton.

General Information:

Native place: _____	Sex: Male () Female ()
Age: 15 – 25 () 26 - 36 () 37 – 47 () 48 – 58 () > 65 ()	Education level: Elementary () High School () Superior () Postgrad ()
Occupation: Student () Public employee () Private employee () Own bussiness () Retiree () Other: _____	17. How long do you travel? h. Once a year () i. Twice or more () j. Always ()
18. Reason of your visit j. Vacations () k. Study () l. Bussiness () m. Visit to relatives () n. Others: _____	19. ¿ Level of income monthly Basic income () More than 500 () 550-700 () 701-850 () More than 1000 ()
20. When you travel you do it: i. Alone () j. With a partner () k. With friends () l. With family ()	21. In what time do you prefer to travel? i. At the beginning of the year (January to April) () j. Around the middle of the year (May to August) () k. At the end of the year (September to December) () l. In any time of the year ()
22. ¿What is the average diary outgoing when you travel? 10 a 25 dollars () 26 a 50 dollars () 51 a 75 dollars () More than 100 ()	23. ¿What are the likes or preferences at the moment to travel? g. Ecotourism () h. Communitary () i. Adventure () j. Cultural and historical ()

	k. Sun and beach () l. Health ()
24. ¿Through what sources do you inform about touristic places in the Province? f. Friends () g. Radio/ tv set () h. Internet () i. Press release () j. Flysheet ()	25. Have you do adventure activities in Santa Elena Province? Yes () No ()
26. Will you be prepared to do adventure activities Santa Elena Province? Yes () No ()	27. Of the following adventures activities, what would you like to practice? i. Cyclism in a mountain () j. Cabalgata () k. Canopy () l. Kayak () m. Parapente () n. Snorkeling () o. Hiking () p. Others: _____
28. How many days will you willing to be in Santa Elena Canton? d. 1-2 days e. 3-4 days f. 5-6 days	29. Do you consider Santa Elena province needs to innovate its actual offer touristic? Yes () No ()
30. Routes of adventure stimulate economic and touristic evolution in the Province? Yes () No ()	31. Will you willing to tour the adventure route inside the Santa Elena Province? Yes () No ()
32. If it implement the adventure route, do you believe that it embraces better the touristic resources in the Province and it improves the experience of your travel? Yes () No ()	

THANKS FOR YOUR HELP!

ANEXO 6. Tabla de frecuencia de los resultados de encuestas a turistas.

Tabla 53. Sexo de los turistas encuestados.

Sexo	Masculino	Femenino	Total
	200	183	384

TABLA 54. Lugar de procedencia de los turistas.

Lugar de procedencia	Tabulación
Guayaquil	127
Puyo	19
Milagro	8
Cayambe	5
Quito	21
Medellin	58
Rosario	37
Ambato	29
Macas	6
Asunción	12
Zaragoza	6
Lima	17
Carolina	39
Total	384

TABLA 55. Nivel de instrucción de los turistas.

Nivel de instrucción	Tabulación
Primaria	16
Secundaria	145
Superior	218
Postgrado	4
Sin instrucción	0
Total	384

TABLA 56. Ocupación de los turistas.

Ocupación	Tabulación
Estudiante	78
Empleado publico	85
Empleado privado	118
Negocio propio	78
Jubilado	25
Otro	0
Total	384

TABLA 57. Edad de los turistas encuestados.

EDAD	Tabulación
15 - 25años	72
26 - 36 años	140
37 - 47 años	78
48 - 58 años	61
más de 60 años	33
Total	384

TABLA58. Frecuencia de viaje

con que frecuencia usted viaja	Tabulación
Una vez al año	62
Dos veces o mas	136
Siempre	186
Total	384

TABLA 59. Motivo de su visita.

Motivo de su visita	Tabulación
Vacaciones	265
Estudio	56
Negocio	22
visita a familiares	41
otros	0
Total	384

TABLA 60. Nivel de ingreso de los turistas encuestados.

Nivel de ingreso mensual	
Sueldo básico	83
más de 500	103
550 - 700	126
701 - 850	58
más de 1000	14
Total	384

TABLA 61. Postura de viaje del turista

cuando usted viaja lo hace:	
Solo	71
En pareja	85
Con amigos	129
Con familia	99
Total	384

TABLA 62. Postura al momento de viajar en que época del año.

Cuando usted viaja prefiere hacerlo	Tabulación
A comienzo de año	78
A mediados de año	51
A final de año	99
En cualquier época del año	156
Total	384

TABLA 63. Gasto promedio de viaje.

Cuál es el gasto promedio diario cuando usted viaja	
10 a 25 dólares	23
26 a 50 dólares	196
51 a 75 dólares	121
más de 100	44
Total	384

TABLA 64. Gustos y preferencias al momento de viajar.

Cuáles son sus gustos o preferencias al momento de viajar	
Ecoturismo	84
Comunitario	18
Aventura	163
Cultural e Histórico	12
Sol y playa	99
Salud	8
Total	384

TABLA 65. Medios por el cual e informa de los atractivos turísticos del cantón Santa Elena.

A través de que fuentes se informa de los lugares turísticos de la provincia	
Amigos	59
Radio/televisión	77
Internet	134
Prensa	96
volante	18
Total	384

TABLA 66. Criterio acerca si ha realizado actividades de aventura en la provincia de Santa Elena.

Ha realizado usted actividades de aventura en la Provincia de Santa Elena	
Si	51
No	333
Total	384

TABLA 67. Criterio acerca si le gustaría realizar actividades dentro de la provincia de Santa Elena.

Estaría dispuesto/gustaría a usted realizar actividades de aventura en la Provincia de Santa Elena	
Si	318
No	66
Total	384

TABLA 68. Criterio acerca de que actividades de aventura le gustaría practicar.

De las siguientes actividades de aventura a usted cuales le gustaría practicar.	
ciclismo de montaña	63
cabalgata	46
canopy	81
kayak	24
parapente	83
snorkeling	51
senderismo	36
otros	
Total	384

TABLA 69. Postura acerca de cuantos días pernocharía en el cantón Santa Elena.

¿Cuántos días estaría dispuesto usted a pernoctar en el cantón Santa Elena?	
1 - 2 días	223
3 - 4 días	99
5- 6 días	62
Total	384

TABLA 70. Criterio sobre si el cantón Santa Elena necesita innovar su actual oferta turística.

Considera usted que el cantón Santa Elena necesita innovar/ diversificar su actual oferta turística	
Si	289
No	95
Total	384

Tabla 71. Criterio acerca si una ruta de aventura impulsaría el desarrollo del cantón.

una ruta de aventura aportaría e impulsaría al desarrollo económico y turístico del cantón	
Si	358
No	26
Total	384

TABLA 72. Postura acerca de si está dispuesto a participar en la ruta de aventura.

Estaría usted dispuesto a recorrer una ruta de aventura dentro del cantón Santa Elena	
Si	338
No	46
Total	384

TABLA 73. Criterio acerca si con la implementación de la ruta de aventura se aprovecharan mejor sus recursos.

Si se realiza o se implementa la ruta de aventura cree usted que se aprovecharan, mejor sus recursos turísticos del cantón y por ende se mejorará la experiencia de su viaje	
Si	297
No	87
Total	384

ANEXO 7. Formato de entrevistas a Autoridades.



Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.

ENTREVISTAS A AUTORIDADES

Estimado(a)

OBJETIVO: Determinar el nivel de aceptación por parte de las principales autoridades de la Provincia de Santa Elena, con el diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística, que producirá beneficios para toda la población.

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Sexo: Masculino _____ Femenino _____ Profesión _____

Institución a la que pertenece _____ Cargo que desempeña _____

¿Cuál es la perspectiva que tiene usted en cuanto a la actividad turística que se viene desarrollando en el cantón de Santa Elena?

¿Considera usted que es importante diversificar o innovar la actual oferta turística en el cantón y la provincia entera?

¿Qué piensa usted acerca de las rutas turísticas de aventura?

¿Qué planes está desarrollando la institución a la que usted representa para impulsar el desarrollo turístico del cantón?

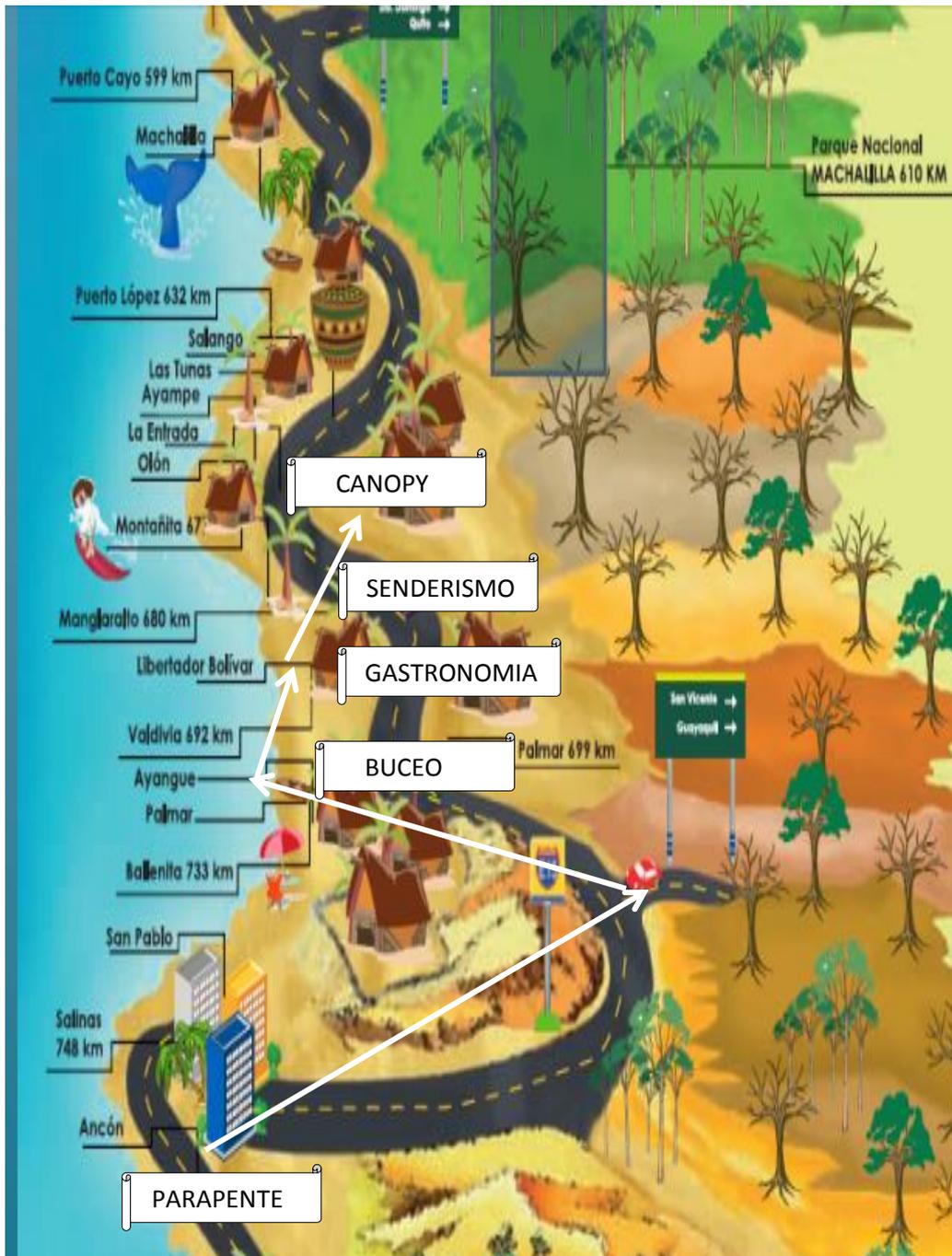
¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de una ruta turística de aventura para el cantón de Santa Elena?

¿Usted o a la institución que representa, de qué manera apoyaría la ejecución del proyecto “Diseño de una ruta de aventura para diversificar la actual oferta turística en el cantón de Santa Elena”?

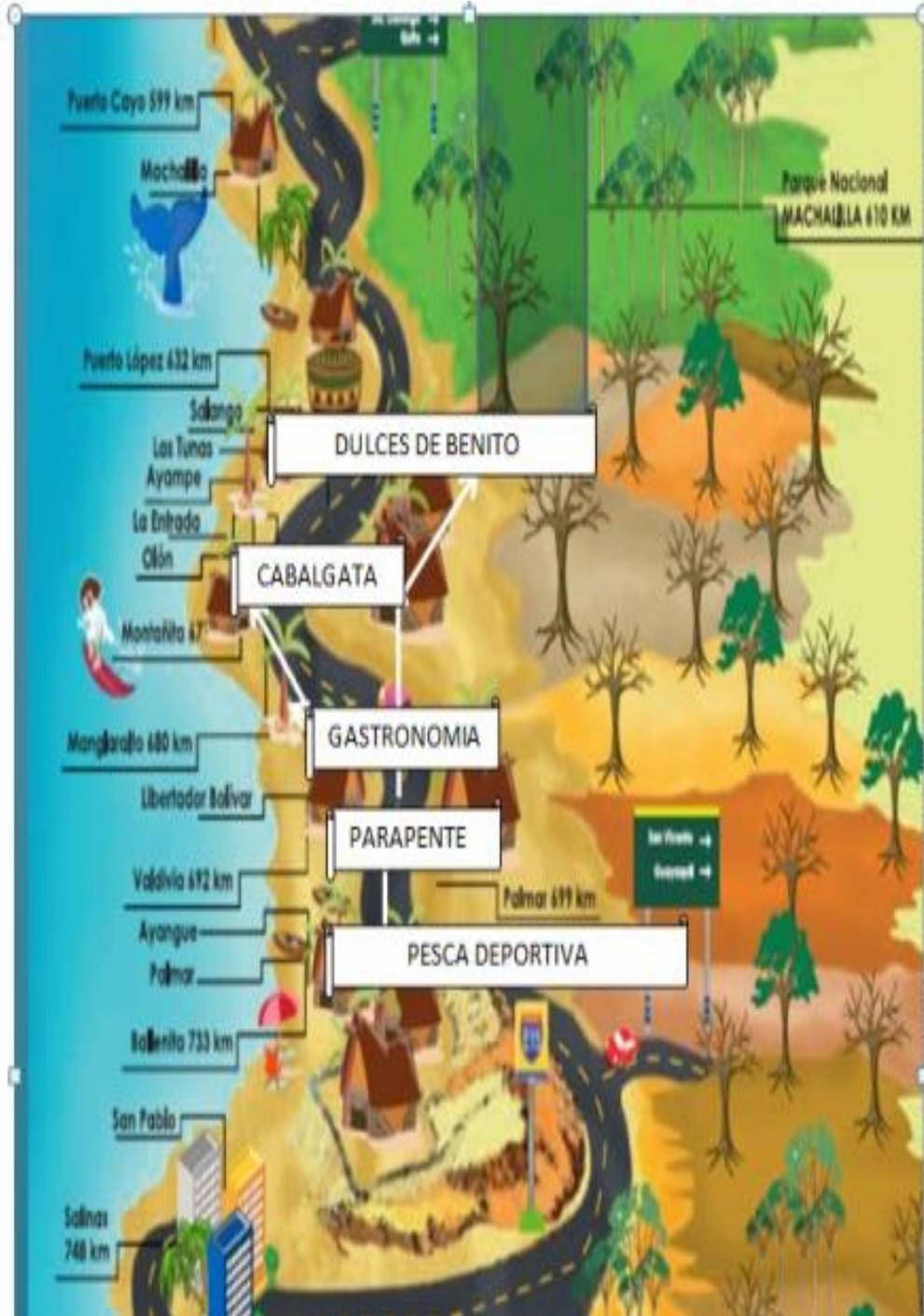
¿Considera usted que con el diseño de la ruta turística de aventura contribuirá a fortalecer el desarrollo de la economía y del sector turístico del cantón?

¿Considera usted que el cantón Santa Elena o la provincia puedan convertirse en un destino turístico consolidado con un turismo los 365 días del año?

MAPA DE LA RUTA DE AVENTURA
ANEXO 8 “SANTA ELENA EXTREME“



MAPA DE LA RUTA
ANEXO 9 “AVENTURAS EN SANTA ELENA “



ENCUESTAS A POBLACION LOCAL Y TURISTAS.

ANEXO 10. Encuesta a población.



ANEXO 11. Encuesta a turistas



ENTREVISTAS A AUTORIDADES

ANEXO 12. Entrevista a Ruth Villao Flores - Técnica en Proyectos Turísticos de la Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena



ANEXO 13. Entrevista a Paulina León – Analista de gestión y promoción turística del Ministerio de Turismo- Santa Elena.



ANEXO 14. Entrevista a Mercedes Guerra – Jefa de Turismo, Cultura y Patrimonio- Prefectura de Santa Elena.



ANEXO 15. Inventariando y llenando las fichas de caracterización de atractivos.



ANEXO 16. Certificados de validación de instrumentos.



**Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.**

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TESIS

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en la tesis **“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURISTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA”** planteado por el egresado Christian Jorge Sánchez Sánchez, doy valido por valido los siguientes formatos presentados.

- ✓ Encuesta a la población
- ✓ Encuesta a turistas
- ✓ Entrevista a autoridades

Las herramientas mencionadas anteriormente reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el egresado.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando este documento para los fines que, él peticionario crea conveniente.

La Libertad, Septiembre del 2015

**Lcda. Narcisa Vasquet Farfán, Msc.
DOCENTE DE LA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



**Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.**

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TESIS

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en la tesis **“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURISTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA”** planteado por el egresado Christian Jorge Sánchez Sánchez, doy valido por valido los siguientes formatos presentados.

- ✓ Encuesta a la población
- ✓ Encuesta a turistas
- ✓ Entrevista a autoridades

Las herramientas mencionadas anteriormente reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el egresado.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando este documento para los fines que, él peticionario crea conveniente.

La Libertad, Septiembre del 2015

**Ing. Sabina Villón, Msc.
DOCENTE DE LA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**



**Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.
Escuela de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico.**

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TESIS

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en la tesis **“DISEÑO DE UNA RUTA DE AVENTURA PARA DIVERSIFICAR LA ACTUAL OFERTA TURISTICA, EN EL CANTÓN SANTA ELENA”** planteado por el egresado Christian Jorge Sánchez Sánchez, doy valido por valido los siguientes formatos presentados.

- ✓ Encuesta a la población
- ✓ Encuesta a turistas
- ✓ Entrevista a autoridades

Las herramientas mencionadas anteriormente reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el egresado.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando este documento para los fines que él peticionario crea conveniente.

La libertad, Septiembre del 2015

**Lcda. Tannia Aguirre Suarez, Msc.
DOCENTE DE LA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**