



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

**TEMA:**

**ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS PARA  
INCREMENTAR EL FLUJO DE TURISTAS EN EL BALNEARIO  
DE BALLENTA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2025**

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

**AUTORA:**

**GINGER ELIZABETH HOLGUÍN MERO**

**TUTORA:**

**ING. STEPHANY NATALY NARANJO LARREA, MSc.**


**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**

## **APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA**

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, “**ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS PARA INCREMENTAR EL FLUJO DE TURISTAS EN EL BALNEARIO DE BALLENITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2025**”, elaborado por la Srta. **Ginger Elizabeth Holguín Mero**, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

  
**Ing. Stephany Nataly Naránjo Larrea, MSc.**  
**Profesora tutora**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS PARA INCREMENTAR EL FLUJO DE TURISTAS EN EL BALNEARIO DE BALENITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Ginger Elizabeth Holguin Mero**, con cédula de identidad número **0928275528** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



**Ginger Elizabeth Holguín Mero**

**C.C. No.: 0928275528**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero iniciar agradeciendo a Dios por darme la sabiduría y fortaleza durante este proceso, también por permitirme haber llegado a este momento a pesar de los altos y bajos que tuvo este trabajo.

A la institución UPSE por todos estos años que han sido llenos de muchos conocimientos.

A mí docente tutora Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea, MSc y especialista Lic. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD por la guía, orientación y retroalimentación durante el desarrollo de esta investigación académica.

A los docentes y compañeros, por estar siempre presentes, colaborar, apoyar y celebrar cada avance.

Para finalizar agradezco a todo aquel que ayudó durante el desarrollo de mi trabajo y sobre todo durante mi proceso de preparación académica.

*Ginger Elizabeth Holguín Mero*

## **DEDICATORIA**


A mis padres Juana y Wellington por el apoyo incondicional, constante, motivación y valores inculcados a través de los años, también a mis hermanos Carolina, David y a mí sobrino Milan por ser la motivación para seguir adelante.

A mis amigas Andrea y Ginger, que a pesar de los años me han apoyado, dado alientos y ayudado en el proceso.

A mis compañeros los "Funaditos" que han estado en este largo camino. A pesar de todo, siempre hemos estado juntos y hemos salido adelante con cada una de las actividades académicas.

A mí, por no rendirme, por cada sacrificio y cada paso dado en este largo trayecto.

*Ginger Elizabeth Holguín Mero*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

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



---

Lic. Myriam Y. Sarabia Molina, PhD.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



---

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



---

Ing. Edinson P. Palacios Trujillo, PhD.  
**PROFESOR GUÍA DE LA UIC**



---

Secret. Ejecut. Grace M. Lindao Quimi  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
DEDICATORIA .....	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	6
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7-8
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	10
ÍNDICE DE ANEXOS.....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14-16
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>17</b>
MARCO REFERENCIAL .....	17
1.1 Revisión de literatura.....	17-18
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos .....	19
1.2.1 Turismo .....	19
1.2.1.1 Recursos turísticos .....	19
1.2.1.2 Atractivos turísticos .....	20
1.2.1.3 Actividades turísticas .....	20
1.2.1.4 Oferta .....	20
1.2.1.5 Recreación .....	21
1.2.1.6 Turismo recreativo .....	21
1.2.1.7 Actividades recreativas .....	21
1.2.1.8 Clasificación de las actividades recreativas.....	21
1.2.2 Flujo turístico.....	22
1.2.2.1 Marketing.....	22
1.2.2.2 Marketing turístico.....	23

1.2.2.3 Estrategias de Marketing .....	23
1.2.2.4 Marketing online.....	23
1.3 Fundamentos legales .....	23-25
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>26</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
2.1 Diseño de investigación.....	26
2.1.1 Enfoque de investigación.....	26
2.1.2 Alcance de investigación .....	26
2.1.3 Tipo de investigación.....	26
2.2 Método de investigación.....	27
2.3 Población y Muestra. ....	27-28
2.4 Recolección y procesamiento de los datos. ....	29
2.4.1 Encuesta.....	29
2.4.2 Entrevista .....	29
2.4.3 Revisión bibliográfica.....	29
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Análisis de datos cuantitativos .....	30
3.1.1 Análisis de las encuestas aplicadas a turistas del balneario Ballenita .	30-47
3.2 Análisis de datos cualitativos .....	48
3.2.1 Análisis de las entrevistas dirigida a las autoridades.....	48-56
<b>DISCUSIÓN .....</b>	<b>57-58</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>59</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>60</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>61-64</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65-77</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Clasificación de los atractivos turísticos.....	20
<b>Tabla 2:</b> Clasificación de las actividades recreativas.....	22
<b>Tabla 3:</b> Edad.....	30
<b>Tabla 4:</b> Género.....	31
<b>Tabla 5:</b> Ocupación.....	32
<b>Tabla 6:</b> Nacionalidad.....	33
<b>Tabla 7:</b> Frecuencia de visitas.....	34
<b>Tabla 8:</b> Actividades turísticas que se realizan.....	35
<b>Tabla 9:</b> Motivación de visita.....	36
<b>Tabla 10:</b> Actividades que los turistas realizan durante su visita.....	37
<b>Tabla 11:</b> Presupuesto de gasto.....	38
<b>Tabla 12:</b> Perspectivas de los turistas sobre mejorar algún aspecto.....	39
<b>Tabla 13:</b> Aspectos a mejorar.....	40
<b>Tabla 14:</b> Interés en implementar más actividades turísticas recreativas.....	41
<b>Tabla 15:</b> Tipo de actividades turísticas recreativas propuestas.....	42
<b>Tabla 16:</b> Medios por los que se difunde al balneario de Ballenita.....	43
<b>Tabla 17:</b> Medios efectivos para la promoción.....	44
<b>Tabla 18:</b> Regresaría al balneario.....	45
<b>Tabla 19:</b> Motivación para volver a visitar el balneario.....	46
<b>Tabla 20:</b> Perspectiva sobre el aumento del flujo de visitantes.....	47

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Edad .....	30
<b>Gráfico 2:</b> Género.....	31
<b>Gráfico 3:</b> Ocupación .....	32
<b>Gráfico 4:</b> Nacionalidad .....	33
<b>Gráfico 5:</b> Frecuencia de visitas .....	34
<b>Gráfico 6:</b> Actividades turísticas que se realizan .....	35
<b>Gráfico 7:</b> Motivación de visita .....	36
<b>Gráfico 8:</b> Actividades que los turistas realizan durante su visita .....	37
<b>Gráfico 9:</b> Presupuesto de gasto .....	38
<b>Gráfico 10:</b> Perspectivas de los turistas sobre mejorar algún aspecto .....	39
<b>Gráfico 11:</b> Aspectos a mejorar .....	40
<b>Gráfico 12:</b> Interés en implementar más actividades turísticas recreativas .....	41
<b>Gráfico 13:</b> Tipo de actividades turísticas recreativas propuestas .....	42
<b>Gráfico 14:</b> Medios por los que se difunde al balneario de Ballenita .....	43
<b>Gráfico 15:</b> Medios efectivos para la promoción.....	44
<b>Gráfico 16:</b> Regresaría al balneario .....	45
<b>Gráfico 17:</b> Motivación para volver a visitar el balneario .....	46
<b>Gráfico 18:</b> Perspectiva sobre el aumento del flujo de visitantes .....	47
<b>Gráfico 19:</b> Propuesta de marca turística .....	69
<b>Gráfico 21:</b> Encuesta a turistas.....	76
<b>Gráfico 20:</b> Encuesta a turistas.....	76
<b>Gráfico 22:</b> Encuesta a turistas.....	76
<b>Gráfico 23:</b> Encuesta a turistas.....	76
<b>Gráfico 24:</b> Entrevista al ex presidente del comité de turismo de Ballenita. ....	77
<b>Gráfico 25:</b> Entrevista a la presidente del comité de gestión de playa Bandera Azul de Ballenita.....	77

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Propuesta de promoción para las actividades turísticas recreativas.....	66
<b>Anexo 2:</b> Creación de las redes sociales oficiales .....	67
<b>Anexo 3:</b> Marca turística de Ballenita .....	68
<b>Anexo 4:</b> Propuesta de marca turística .....	69
<b>Anexo 5:</b> Portafolio de las actividades .....	70
<b>Anexo 6:</b> Actividades turísticas recreativas propuestas.....	71
<b>Anexo 7:</b> Talleres dirigidos a la comunidad local .....	72
<b>Anexo 8:</b> Alianzas con operadores turísticos.....	73
<b>Anexo 9:</b> Encuesta .....	74
<b>Anexo 10:</b> Entrevista .....	75
<b>Anexo 11:</b> Fotos de las encuestas y entrevistas realizadas .....	76



## **ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS PARA INCREMENTAR EL FLUJO DE TURISTAS EN EL BALNEARIO DE BALLEINITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2025**

**AUTORA:**

Ginger Elizabeth Holguin Mero

**TUTORA:**

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea, MSc.

### **RESUMEN**

La investigación sobre las actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita se enfoca principalmente en determinar si se puede implementar actividades turísticas recreativas debido a que actualmente el balneario tiene una oferta enfocada en el turismo de sol y playa, lo que podría estar limitando el flujo de visitantes. Esta investigación es de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), con un alcance tipo descriptivo con un diseño no experimental de lo que se consideró un método deductivo, se pudo identificar factores que afectan negativamente el desarrollo del destino como la escasa variedad de actividades recreativas, limitada promoción turística y falta de infraestructura adecuada. En cuanto a los resultados del estudio se identificó el interés de los turistas por actividades deportivas, al aire libre y culturales, también se destaca la importancia de implementar estrategias de marketing digital para mejorar la visibilidad del balneario. Dentro de las entrevistas se identificó oportunidades como, la participación de la comunidad e implementación de proyectos como Bandera Azul. Por último, se concluye que es necesario diversificar la oferta, fortalecer la promoción en redes sociales y fomentar la inclusión de la comunidad local con el fin de mejorar el flujo de visitantes y dinamizar la economía del balneario.

**Palabras claves:** Turismo recreativo, actividades turísticas, promoción y afluencia turísticas.



**RECREATIONAL TOURISM ACTIVITIES TO INCREASE THE FLOW OF  
TOURISTS IN THE BEACH RESORT OF BALLENITA, PROVINCE OF  
SANTA ELENA. YEAR 2025**

**AUTHOR:**

Ginger Elizabeth Holguin Mero

**ADVISOR:**

Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea, MSc.

**ABSTRACT**

The research on recreational tourism activities in the Ballenita beach resort is mainly focused on determining if recreational tourism activities can be implemented because currently the resort has an offer focused on sun and beach tourism, which could be limiting the flow of visitors. This research is of mixed approach (quantitative and qualitative), with a descriptive type of scope with a non-experimental design of what was considered a deductive method, it was possible to identify factors that negatively affect the development of the destination such as the scarce variety of recreational activities, limited tourism promotion and lack of adequate infrastructure. As for the results of the study, the interest of tourists in sports, outdoor and cultural activities was identified, as well as the importance of implementing digital marketing strategies to improve the visibility of the resort. The interviews identified opportunities such as community participation and the implementation of projects such as the Blue Flag. Finally, it was concluded that it is necessary to diversify the offer, strengthen the promotion in social networks and encourage the inclusion of the local community in order to improve the flow of visitors and boost the resort's economy.

**Keywords:** Recreational tourism, tourism activities, tourism promotion and tourism inflow.

## INTRODUCCIÓN

El turismo ha contribuido al desarrollo y crecimiento de los países, además de representar un alto porcentaje en la economía de aquellos que han sabido aprovechar sus recursos turísticos. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014) menciona que el flujo turístico en América y el Caribe es de aproximadamente el 50%, siendo la principal motivación de viaje los diversos e innovadores productos que ofrecen los destinos. (González Olave, 2018)

El barómetro del Turismo Mundial el v.23 – n.1 publicado en Enero de 2025 (World Tourism Barometer – V.23 – I.1 - January 2025), destaca que el turismo internacional pudo recuperarse en un 99% después de la pandemia, por lo tanto, superó las cifras del 2019 por otro lado, se obtuvo que el 2024 fue el año en que se marca la recuperación del turismo internacional, teniendo destinos de Asia y el Pacífico que aumentaron la conectividad aérea y en otros casos se enfocaron en la facilitación de visados, lo que les permitió el incremento de viajes internacionales.

Según el Ministerio de Turismo (Mintur, 2014), el turismo es uno de los sectores que genera divisas, lo cual lo convierte en un área estratégica que representa la cuarta actividad en términos de importación económica (Santamaría-Freire & López-Pérez, 2019). Según la OMT (2019), el 10.4% del Producto Interno Bruto (PIB) global y la generación de empleo en varias partes del mundo se deben al turismo. Por otro lado, el Ministerio de Turismo (Mintur, 2019) indica que en Ecuador el turismo representó el 2.2% del PIB en 2019, lo cual es de gran interés y beneficioso para el país. (González Reyes, 2023).

Por ende, se considera que las actividades turísticas impulsan un aumento en la llegada de visitantes, lo que se relaciona con el turismo de eventos, ya sean culturales o recreativos (ferias, conciertos, entre otros). Las autoras Herrera, Oñate y Bolívar (2024), mencionan que la recreación es la actividad de ocio desarrollada en el tiempo libre y puede incluir actividades diferentes según el espacio donde se desarrolla. El balneario de Ballenita es muy concurrido y conocido por su playa, donde los visitantes pueden descansar. También cuenta con actividades o eventos relevantes como “El baño de la Cruz” que se desarrolla en una fecha determinada lo que

contribuyen a una mayor afluencia de turistas. Sin embargo, la **problemática** se centra en la falta de actividades turísticas recreativas, como determina González Olave, (2018), que la demanda turística del balneario de Ballenita está marcada por la estacionalidad, lo cual influye a que la única opción de esparcimiento que tienen los turistas es el sol y la playa. Por lo tanto, estableció que era evidente la falta de actividades turísticas.

Por otro lado, Zambrano Cedeño, (2020) expone que la ausencia de actividades recreativas son un problema en el sector de Ballenita ya que no existe motivación alguna para visitar. Lavayen, (2024) concluye que en el Balneario de Ballenita los turistas acostumbran a practicar un turismo tradicional (playa y malecón escénico), aunque determina que los turistas buscan practicar nuevas actividades turísticas. Otra problemática que surge es el escaso valor que se otorga a las tradiciones culturales, las cuales han ido perdiendo relevancia con el tiempo, como expone González Reyes, (2023) que cita a Torres, (2017) que la identidad cultural en Ballenita se ha ido perdiendo, por la adopción de algunas costumbres y comportamientos turísticos, lo que influye en que la comunidad local mantenga sus propias tradiciones y valores. Mientras que Lavayen, (2024) expone que existe la falta de información y conocimiento sobre el turismo cultural de los pobladores de la comunidad de Ballenita, pero los residentes se interesan por el turismo y los turistas se interesan por otras actividades turísticas. Por lo tanto, es importante comenzar a difundir y valorizar estas actividades, ya que pueden ayudar a fortalecer el turismo y desarrollar la localidad.

De esta problemática surgen las interrogantes: ¿Cuál son las actividades turísticas recreativas por las que se interesan los turistas del balneario de Ballenita?; ¿Cuál es la situación actual de la llegada de turistas al balneario de Ballenita?; ¿Qué actividades recreativas son óptimas en el balneario de Ballenita para potenciar el turismo?; ¿Qué estrategia de promoción se utilizará para la difusión de las actividades turísticas recreativas?

La presente investigación tiene como **objetivo general** investigar el interés de las personas en realizar actividades turísticas recreativas para incrementar el flujo turístico en el balneario de Ballenita. Así mismo los **objetivos específicos** planteados para cumplir con el objetivo general son: 1) Analizar la situación turística actual del

balneario de Ballenita con respecto a la afluencia de turistas; 2) Determinar las actividades turísticas recreativas para potenciar el flujo de turistas; 3) Establecer una estrategia de promoción efectiva para dar a conocer las actividades turísticas recreativas.

Esta investigación se **justifica** en que, actualmente, el turismo es una fuente económica para varias ciudades, lo que contribuye a su crecimiento y fortalecimiento. El turismo permite promover el desarrollo económico, la generación de empleo y la valoración de tradiciones y costumbres, para fomentar la identidad cultural local. También se destaca la importancia de las actividades recreativas, las cuales mencionan Herrera, Oñate y Bolívar (2024), en su estudio que las actividades al aire libre son importantes para el ser humano ya que les permite obtener nuevas experiencias y mejorar en su vida habitual. Mientras que López et al. (2019), define que Ballenita es un balneario del cantón Santa Elena que ofrece una amplia variedad de servicios por medio de los atractivos turísticos y los establecimientos que lo convierten en la fuente principal económica para la localidad. Para esta investigación se destacan las actividades y sus principales atractivos turísticos de Ballenita donde se busca impulsar actividades turísticas recreativas que involucren sus recursos naturales y culturales para proponer estrategias que permitan la promoción con la finalidad de aumentar el flujo turístico del destino.

En el Capítulo I se abordará parte del marco referencial, investigaciones relacionadas con el mismo fin que el tema a investigar. También se incluirá parte de la teoría que exponen las terminologías de turismo, actividades turísticas, recreación, entre otros términos de importancia en la investigación y los fundamentos legales que sustentan esta investigación.

A continuación, en el Capítulo II se presentará la metodología, que consistirá en la definición del diseño y los métodos con los que se desarrollará esta investigación. Además, se incluirá el método de recolección de información y se definirá la población y muestra óptima para la investigación.

Finalmente, en el Capítulo III se expondrán los resultados y la discusión de la investigación, esperando obtener resultados relevantes que contribuyan al turismo en la provincia de Santa Elena.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1 Revisión de literatura

En la investigación “Actividades recreativas lúdicas como estrategia para el acrecentamiento del turismo en el Cantón Patate - revisión documental”, de Herrera, Oñate y Bolívar (2024), tiene como objetivo principal analizar la importancia de las actividades recreativas lúdicas como estrategia para el incremento del turismo. Su metodología fue de un diseño documental a partir de una revisión sistemática de la literatura en bases de datos científicas con niveles exploratorios, descriptivos y correlacionales.

Los resultados de esta investigación destacan la importancia de la recreación para el desarrollo turístico público, y se la consideró como una herramienta que permitirá optimizarlo en las instituciones que realizan esta actividad turística.

Los autores Torres, Ortiz C. y Ortiz L. (2023), en la investigación titulada “Estrategias para el desarrollo turístico: caso Gachantivá Boyacá-Colombia”, mencionan que el objetivo principal fue el levantamiento de un inventario de atractivos, los tipos de turismo que se pueden desarrollar y el diseño de un calendario turístico integral. La metodología utilizada fue el enfoque de investigación-acción participativa (IAP), que permitió la participación de distintos actores. La recolección de información se realizó a través de cuestionarios y talleres.

En cuanto a los resultados obtenidos, se identificaron a los actores locales afines al turismo en el municipio de Gachantivá, y se definieron las bases para construir el calendario turístico integral, lo que aportó al desarrollo turístico de esta localidad.

Según Zambrano Cedeño (2020), en su trabajo de investigación “Eventos Culturales como Alternativa de Recreación en el Malecón Escénico del Balneario de Ballenita”, se plantea el objetivo de diseñar eventos culturales en el Malecón Escénico

de Ballenita como una alternativa de recreación, determinando que los eventos podrían ser una fuente de trabajo rentable para la comunidad local. Esta investigación utilizó una metodología descriptiva, que permitió recolectar información mediante instrumentos como encuestas a turistas y visitantes, así como entrevistas a los actores públicos que participarían en los eventos.

En cuanto a los resultados, se obtuvo que la motivación principal de los visitantes es la recreación; se identificaron actividades culturales propuestas, como festivales y obras artísticas, así como talleres de actuación y música, entre otros.

En la investigación titulada “Actividades Recreativas para incrementar el flujo turístico en el Mirador Cerro El Tablazo del cantón Santa Elena” de Cruz Ramírez, (2020), se establece como objetivo general diseñar actividades de recreación para incrementar el flujo turístico en el Mirador Cerro El Tablazo.

Respecto a la metodología que empleo para su investigación fue una investigación descriptiva, para el levantamiento de esta información utilizó la técnica de encuesta, obteniendo la tendencia que las actividades con más interés fueron el excursionismo, campismo, vuelo de cometas, entre otras, es así como obtiene que las actividades recreativas ayudan a que las personas tengan en cuenta los atractivos del área urbana para garantizarle un beneficio físico – deportivo y sobre todo mejorar la afluencia de visitantes.

Según Collay Salazar (2020), en su trabajo de investigación denominada “Actividades turístico-recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en las pampas de Salasaca”, define como objetivo principal de proponer actividades turístico-recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en las Pampas de Salasaca. En cuanto a la metodología que usa se basó en el enfoque cualicuantitativo, debido a que no solo es trascendental responder cuestiones relevantes de la misma, sino también analizar datos y estadísticas proporcionadas.

En los resultados se expone que existe una gran acogida sobre las propuestas implementadas tanto a turistas y gente local, quienes están de acuerdo en establecer mecanismos que favorezcan al crecimiento económico, social y turístico del cantón, y que existen escasas actividades.

Bazán, (2023) en su investigación titulada “Las necesidades del turismo recreativo en el sector malecón del cantón Salinas”, en la que propone como objetivo general analizar las diferentes necesidades recreacionales del turismo en el sector malecón del cantón Salinas, inventariando las variedades de este. Considerando la metodología se basó en un tipo de investigación exploratoria de análisis exploratorio bibliográfico.

Los resultados obtenidos se originan de la técnica de entrevista a turistas, prestadores de servicios y locales, de lo cual se identificó que tiene varias deficiencias con las actividades recreativas, lo cual induce al turista a que practique las actividades marítimas, debido a la escases de las demás.

## **1.2 Desarrollo de teorías y conceptos**

### **1.2.1 Turismo**

El italiano Troisi (1942), define al turismo como "un conjunto de traslados temporales de personas, originadas por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales". (Ramírez, 2012)

Según la Tourism Society of England (1976), “el turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación” (Guerrero y Ramos, 2015, p. 47)

#### **1.2.1.1 Recursos turísticos**

Están compuestos por atractivos turísticos, que son los bienes o elementos naturales, culturales o recreativos que motivan el desplazamiento del visitante. En cuanto a las actividades turísticas, se consideran la forma en que se utiliza el atractivo en cuestión (pasear, nadar). Según Guerrero y Ramos (2015), los recursos turísticos se dividen en:

- Recursos actuales
- Recursos potenciales

- Recursos básicos
- Recursos complementarios

### 1.2.1.2 Atractivos turísticos

“Son los elementos que tienen la capacidad de influir sobre la decisión del visitante, motivando la visita o flujo turístico, hacia un destino turístico” (Guerrero y Ramos, 2015, p. 81).

*Tabla 1: Clasificación de los atractivos turísticos*

<b>Atractivos naturales</b>	Montañas, ríos, lugares de observación de flora y fauna, entre otros
<b>Patrimonio histórico</b>	Museos y manifestaciones de la cultura tradicional, lugares históricos, etc.
<b>Folclore y manifestaciones religiosas</b>	Manifestaciones religiosas, mercados, música y danzas, artesanías comidas y bebidas típicas, etc.
<b>Realizaciones técnicas</b>	Científica o artísticas contemporáneas, etc.
<b>Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas</b>	Eventos artísticos, deportivos, exposiciones, concursos, carnavales, otros

Elaborado por: Holguin Ginger, 2025

Fuente: Guerrero y Ramos, (2015)

### 1.2.1.3 Actividades turísticas

Según Yagual (2015), es el desarrollo de productos turísticos que se pueden realizar durante un tiempo determinado.

### 1.2.1.4 Oferta

Cruz (2020) como se citó en Socatelli, (2013) menciona a la oferta turística como el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, de los que permiten, facilitan y proporcionan el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado.

### **1.2.1.5 Recreación**

Basado en la definición que da la Real Academia Española sobre la recreación “se considera que es una acción o efecto de recrearse y diversión para el alivio del trabajo. Por lo tanto, recrear significa divertir, alegrar o deleitar”. (Zapata, 2016).

Boullón (2009, pág. 88) define que “la recreación es el uso del tiempo libre que el hombre usa para realizar actividades placenteras y agradables, siendo el turismo una forma particular de recreación”. (Cruz, 2020)

### **1.2.1.6 Turismo recreativo**

Álvarez (2022) define al turismo recreativo como los viajes que realizan las personas por motivos de descanso, médico o salud, recreativo y esparcimiento, que buscan despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios y vacacionar. Este tipo de turismo se caracteriza por que se pueden realizar actividades de descanso, deportes y fiestas de integración en la que se puede interactuar con diferentes personas y conocer diferentes lugares. (Sarmiento, Villegas, Delgado y Valero, 2019)

### **1.2.1.7 Actividades recreativas**

Son actividades que se pueden realizar en el tiempo libre u ocio en espacios determinados. El autor Quispilema (1994), menciona que “las actividades que se pueden realizar son la música, los juegos, las atracciones, entre otros, donde los grupos pueden elegir qué realizar, permitirá crear una atmósfera agradable, aumentar la participación y facilitar la comunicación”. (Vera, 2017)

Por otro lado, el Ministerio de Turismo (2018) define que son las acciones que entretenga o divierta a los turistas, estas se pueden dar a través de juegos de mesa, juegos tradicionales u otros. (Mintur, 2018)

### **1.2.1.8 Clasificación de las actividades recreativas**

De acuerdo con el análisis que realiza Zapata (2016) respecto a varios autores sobre la clasificación de las actividades recreativas, llego a obtener una clasificación variada la cual es la siguiente:

**Tabla 2:** Clasificación de las actividades recreativas

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Actividades deportivas-recreativas	Suelen ser encuentros deportivos o competencias que pueden variar y ser deportes masivos y populares.
Actividades al aire libre	Actividades en pleno contacto con la naturaleza
Actividades lúdicas	Se centra en juegos de mesa, juegos de salón, juegos tradicionales, videojuegos, juegos de ordenador, etc.
Actividades de creación artística y manual	Se pueden realizar individuales o en grupo relacionadas con la creación artística o manual.
Actividades de lectura	Lectura de libros, revistas, periódicos, etc.
Actividades culturales participativas	Son actividades culturales que se originan de la cultura artística y de la cultura física
Actividades socio familiares	Normalmente son fiestas, visitas y encuentros con familiares y amigos o participación en actividades de la comunidad.
Asistencia a espectáculos	Son de índole artísticos-culturales o deportivos.
Visitas	Consiste en ir a sitios artístico-cultural, natural, histórico, social, físico-deportivo, etc.
Actividades audiovisuales	Se centra la visualizar videos o televisión, también en la reproducción de música.
Actividades de relajación	Meditación, auto relajación, masaje, auto masaje, etc.
Actividades de pasatiempos, aficiones o hobbies	Suelen ser la fotografía, el cuidado de plantas y jardinería doméstica, etc.

**Elaborado por:** Holguin Ginger, 2025

**Fuente:** Zapata, (2016)

### **1.2.2 Flujo turístico**

De acuerdo con Utrera (2015, pág. 23) el flujo turístico es la cantidad de desplazamiento temporal de los viajeros desde el lugar de su residencia habitual hacia otros destinos que ofrecen bienes y servicios turísticos. Es decir, son las cifras de turistas que se mueven en un destino turístico. (Cruz, 2020).

#### **1.2.2.1 Marketing**

De acuerdo con Jerome McCarthy (2005), “el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente” (Guerrero y Ramos, 2015, p. 212).

### **1.2.2.2 Marketing turístico**

La Editorial Vértice (2008) lo define como una modalidad dentro del marketing de servicios. Se define como una actividad humana que adapta sistemáticamente la política de las empresas turísticas, privadas o estatales, para satisfacer óptimamente las necesidades y deseos de los consumidores (Guerrero y Ramos, 2015, p. 214).

### **1.2.2.3 Estrategias de Marketing**

Espinosa, (2015) menciona que se refiere a cómo se van a cumplir los objetivos comerciales de las empresas. Para ello, se debe identificar los productos con mayor potencial y seleccionar al público objetivo, con el propósito de definir una estrategia que ayude al crecimiento de las empresas. (Panchana, 2025)

### **1.2.2.4 Marketing online**

Se define como una actividad de promoción que incluye la publicidad y utiliza diversos medios como blogs, sitios web, correo o redes sociales para difundir y vender productos y servicios (Putri y Marlien, 2022).

## **1.3 Fundamentos legales**

La investigación acogerá como base legal a las normativas y regulación que son esenciales para el país, a continuación, se presentan:

### **Constitución de la República del Ecuador**

#### **Art. 24.-**

Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre, de lo cual puede realizarse con diversas actividades como las turísticas.

## **Código Orgánico de Organización Territorial**

En el artículo 135, se destaca que el turismo es una actividad productiva que puede gestionarse con frecuencia en todos los niveles de gobierno.

### **Ley de turismo**

El artículo 1 de la ley de turismo determina el marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico; las potestades del estado, obligaciones, y derechos de los prestadores y de los usuarios.

#### **Art. 3:**

Este artículo establece en la actividad turística es importante la participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, en el marco de la descentralización.

#### **Art. 15:**

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministerio quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

- 1-. Determina las normas técnicas y de calidad de las actividades que se realizan en todo el territorio nacional.
- 2-. Se establecen políticas y marcos referenciales donde se destaca la obligatoriedad de la promoción internacional del país.
- 3-. Planificar la actividad turística del país.
- 4-. Mantiene actualizado el inventario de áreas o sitios de interés turístico.
- 5-. Determina a los funcionarios y empleados de la institución y se encarga de nombrar y remover a los mismos.
- 6-. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;

7-. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social. También ejecuta los proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

8-. Encargado de que la actividad turística se oriente, promueva y apoye la inversión nacional y extranjera.

9-. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional.

10-. Calificar los proyectos turísticos.

11-. Determinar los instructivos para de la marcha administración y financiera del Ministerio de Turismo.

12-. También incluye a las normas establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

### **Ley orgánica del fortalecimiento y fomento del empleo en las actividades turísticas**

La ley orgánica busca fomentar y fortalecer las actividades turísticas.

#### **Art. 7:**

A continuación del numeral 12 del artículo 15, agréguese los siguientes numerales: 18. Busca que los planes, programas y proyectos se coordinen con entes rectores de Trabajo y Educación Superior que contribuyen a mejorar la empleabilidad de los profesionales de turismo y la profesionalización del sector turístico.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Diseño de investigación**

##### **2.1.1 Enfoque de investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que el enfoque cuantitativo se usa para recolectar datos para probar hipótesis, basado en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cualitativo recolecta datos no numéricos que busca descubrir preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Se definen estos dos enfoques, ya que para esta investigación se utilizó el enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo, ya que por los objetivos definidos es la ideal, por lo que se permitió abordar la descripción de las preferencias, percepciones y actividades recreativas más interesantes para los turistas, y se obtuvieron datos estadísticos como el flujo de turistas, las características demográficas, el comportamiento turístico y tendencia actuales sobre las actividades recreativas.

##### **2.1.2 Alcance de investigación**

En cuanto al alcance de esta investigación se utilizó el tipo descriptivo que permitió mostrar la situación del turismo en el balneario, datos sobre el comportamiento de los visitantes y las actividades recreativas actuales, por lo que se pudo predeterminar el tipo de actividades que puede incrementar el flujo de turistas, según las respuestas de las necesidades de los visitantes y para satisfacerlo.

##### **2.1.3 Tipo de investigación**

En la investigación se aplicó el diseño no experimental, ya que busca recoger información para entender la situación de la afluencia turística y determinar

actividades turísticas recreativas para el balneario de Ballenita, por eso se aplicó el método transversal para obtener información.

## **2.2 Método de investigación**

Considerando la relevancia de otras investigaciones relacionadas con actividades turísticas recreativas, se determinó que el método a utilizar fue el método deductivo que sirve de base en la recolección de información ya que va de lo más general a lo más específico, es decir, que se obtuvieron resultados claros y que contribuyen al desarrollo del balneario. Como lo menciona Bernal (2010), que el método deductivo es de razonamiento el que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares.

## **2.3 Población y Muestra.**

### **2.3.1 Población**

Hernández, Fernández y Baptista (2014), determinan que la población tiene especificaciones similares. Mientras que Bernal (2010) cita a Jany (1994), define que la población son los elementos o individuos que tienen características similares de las que se desea hacer inferencia. (p. 48)

En base a aquello se definió que la población adecuada para esta investigación fueron los visitantes del balneario de Ballenita, por lo tanto, se tomaron los datos del número de afluencia de turistas de la provincia de Santa Elena del boletín n°1 emitido por el observatorio Turístico sostenible UPSE del feriado de carnaval 2025 en el cual destaca que el número de visitantes fue de 330.000 reportado por el GAD provincial de Santa Elena y el observatorio Turístico sostenible UPSE. Por otro lado, se determinó que se debía incluir los operadores turísticos, autoridades y las asociaciones.

### **2.3.2 Muestra**

En la investigación se aplicó el método de muestreo probabilístico ya que permitió tener una perspectiva clara sobre el comportamiento y necesidades de los turistas del balneario de Ballenita. Por lo tanto, se definió que el muestreo aleatorio

simple permitía obtener los datos de los turistas en distintas zonas del balneario de Ballenita.

Para la entrevista se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia ya que se requirió una pequeña parte de este grupo dado que los operadores turísticos, autoridades y las asociaciones suelen tener contacto directo entre ellos.

En consecuencia, se determinó que para conocer la cantidad de individuos a encuestar se debía aplicar fórmulas estadísticas, por ende, la ecuación que se utilizó fue la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2 (N - 1) + z^2 * PQ}$$

**Datos:**

**n**= tamaño de la muestra: 384

**Z**= Nivel de confianza (1.96)

**p**= probabilidad a favor (0.50)

**q**= probabilidad en contra (0.50)

**e**= Margen de error de estimación (0.05)

**N**= Universo: 330.000

Una vez aplicada la fórmula estadística, se determinó que la muestra a utilizar fue del tamaño de 384, lo que represento el número de encuestas aplicadas a turistas que visitan el balneario de Ballenita. Por otro lado, para la aplicación de la entrevista se determinó la selección de individuos que estaban disponibles y dispuestos a participar en dar información, lo cual permitió obtener diversas opiniones.

## **2.4 Recolección y procesamiento de los datos.**

Considerando al enfoque de la investigación se pudo determinar que los métodos de recolección de datos son las técnicas de encuesta, entrevista y revisión bibliográfica, lo cual se describe a continuación:

### **2.4.1 Encuesta**

Está técnica permitió obtener información sobre las opiniones de los visitantes del balneario de Ballenita obteniendo datos como: el perfil del visitante, motivaciones, preferencias, percepciones sobre el destino, actividades actuales y sobre las expectativas de nuevas actividades turísticas recreativas o las que les gustaría realizar. Para aplicar está técnica de recolección de datos se utilizó como instrumento el cuestionario.

### **2.4.2 Entrevista**

Bernal, (2010) cita a Colás y Hernández (2001) que mencionan que la entrevista es una técnica que recoge información por medio de la comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), que son planteadas previamente en una guía de entrevista.

Para el estudio se aplicó la técnica de entrevista semiestructurada, ya que permitió obtener información de los operadores turísticos, autoridades y las asociaciones. Con el instrumento de la guía de entrevistas se pudo conocer las percepciones del mercado y las oportunidades para desarrollar actividades recreativas.

### **2.4.3 Revisión bibliográfica**

Para la recolección y revisión bibliográfica se utilizó como principal instrumento la revisión de documentos científicos y fuentes como el Ministerio de Turismo, el observatorio turístico UPSE para recolectar datos relevantes sobre la afluencia de turistas en el balneario de Ballenita. Y para el procesamiento de la información o tabulación se usó el software SPSS, el cual permitió obtener de manera más efectiva los resultados.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis de datos cuantitativos

##### 3.1.1 Análisis de las encuestas aplicadas a turistas del balneario Ballenita

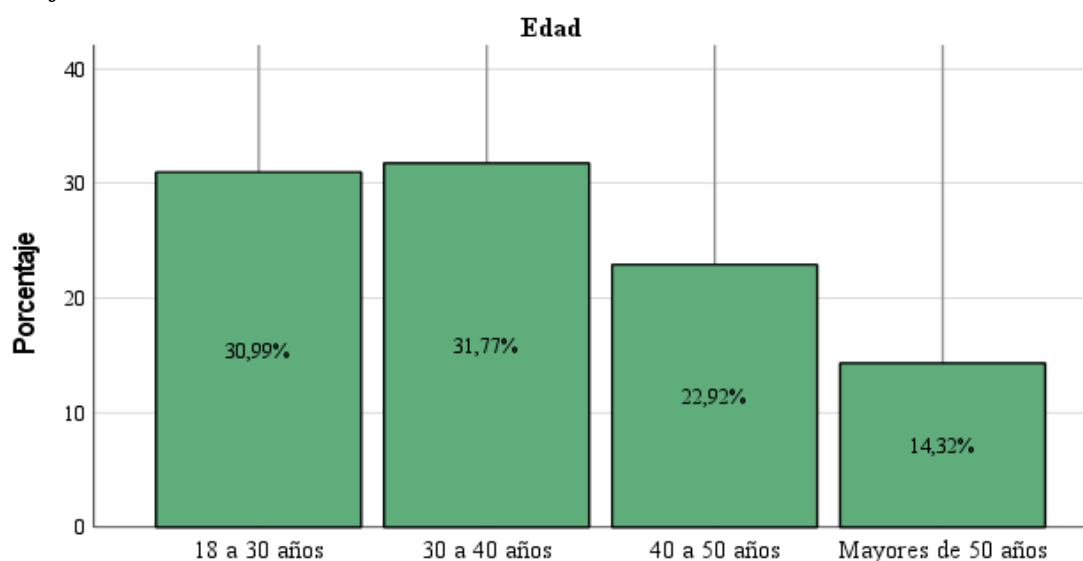
*Tabla 3: Edad*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años	119	31,0
30 a 40 años	122	31,8
40 a 50 años	88	22,9
Mayores de 50 años	55	14,3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

*Gráfico 1: Edad*



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

#### Análisis

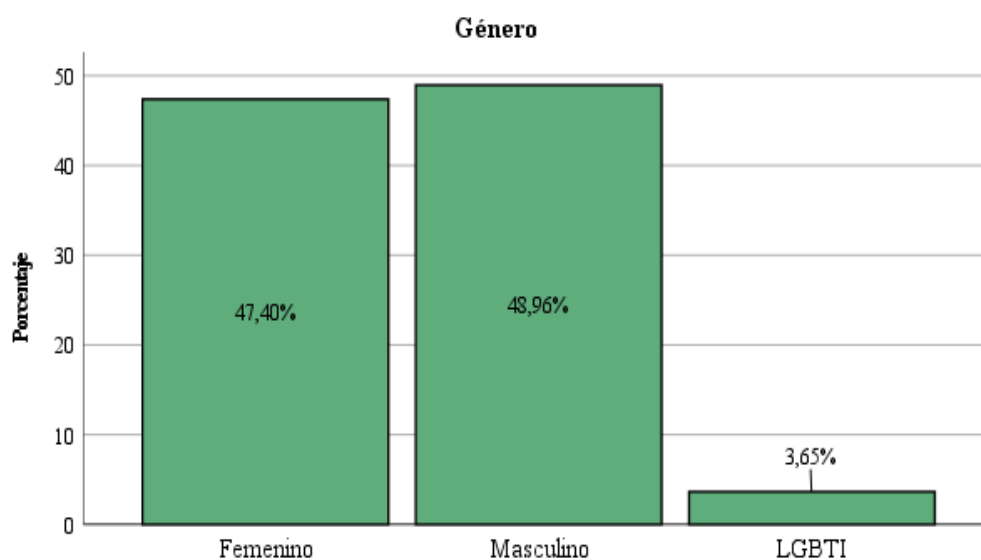
Del total de la población que visitan el balneario de Ballenita, los visitantes que están en el rango de 30 a 40 años, es decir adultos jóvenes, son los que frecuentan el balneario, seguido del rango entre 18 a 30 años. Siendo los rangos predominantes, lo cual permite tener una visión clara de las preferencias de los visitantes.

**Tabla 4: Género**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	182	47,4
Masculino	188	49,0
LGBTI	14	3,6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 2: Género**

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

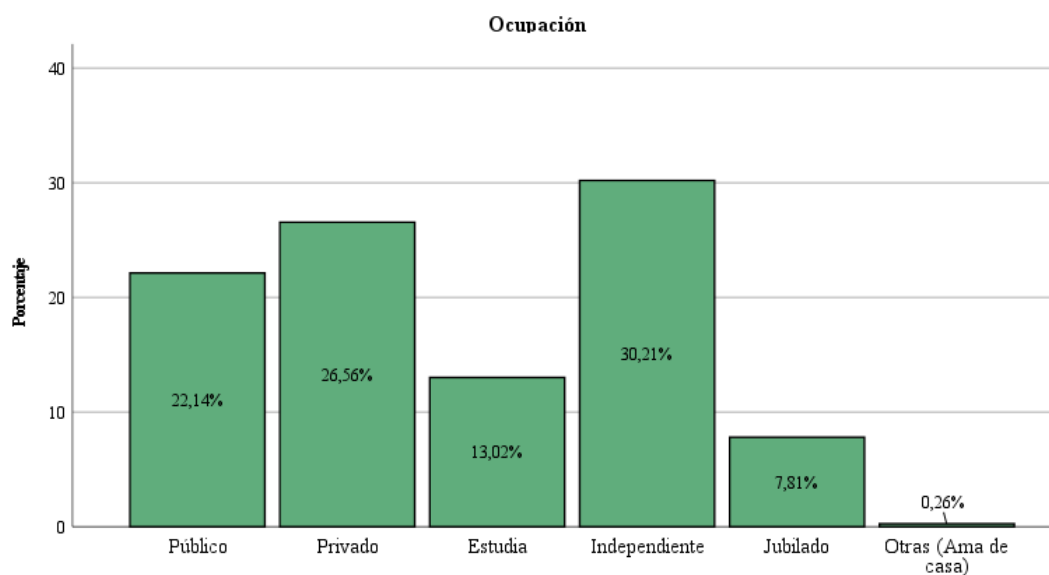
Según los resultados sobre el género de los visitantes del balneario se obtuvo una distribución equilibrada entre el género femenino y masculino. Siendo determinante para el diseño de actividades equilibradas.

**Tabla 5:** *Ocupación*

<b>Ocupación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Público	85	22,1
Privado	102	26,6
Estudia	50	13,0
Independiente	116	30,2
Jubilado	30	7,8
Otras (Ama de casa)	1	,3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 3:** *Ocupación*

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

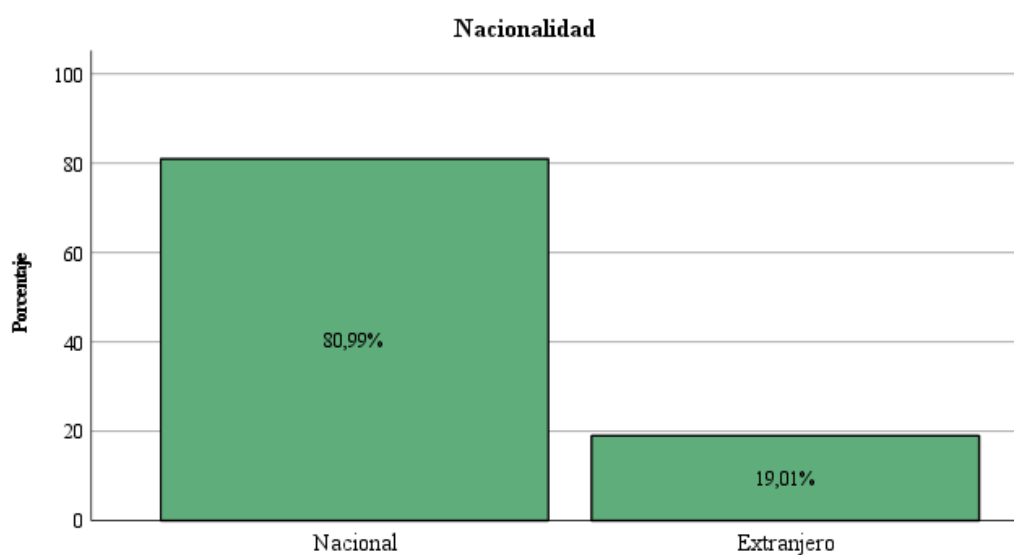
Del total de encuestados el 30% se dedican o son trabajadores independientes, seguido de empleados en el sector privado y público, siendo los estudiantes y jubilados con un menor número. Esto construye a tener una visión sobre el poder adquisitivo y expectativas de los visitantes.

**Tabla 6: Nacionalidad**

<b>Nacionalidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nacional	311	81,0
Extranjero	73	19,0
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 4: Nacionalidad**

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

## **Análisis**

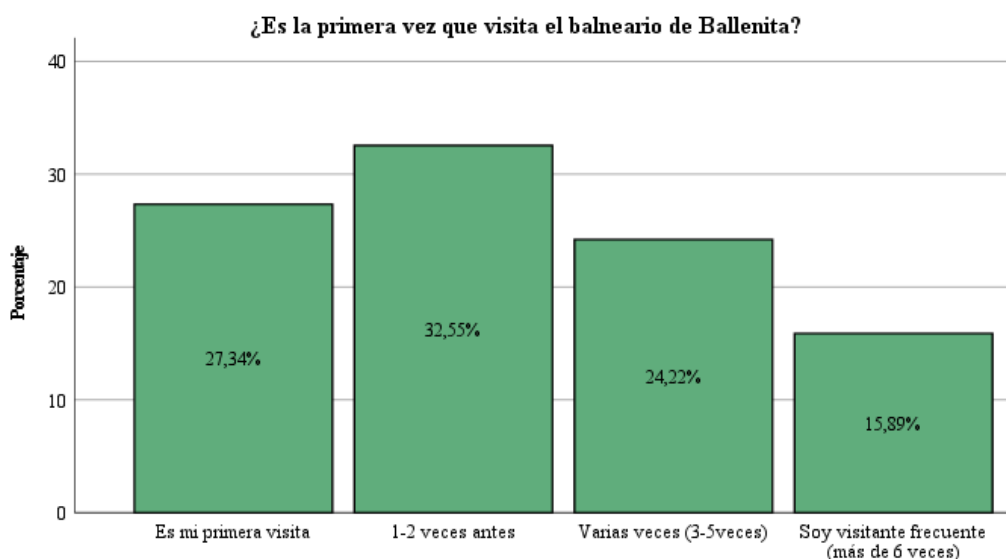
Según los resultados los turistas nacionales son los que más visitan el balneario de Ballenita, seguido de los extranjeros que son pocos en frecuentar el balneario. Lo que permite identificar el segmento del mercado que está comprendido por perspectivas demográficas (género, edad, estado civil, entre otros, y diferentes tipos de productos). (Cruz Ramírez, 2020)

**Tabla 7:** Frecuencia de visitas

<b>¿Es la primera vez que visita el balneario de Ballenita?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Es mi primera visita	105	27,3
1-2 veces antes	125	32,6
Varias veces (3-5 veces)	93	24,2
Soy visitante frecuente (más de 6 veces)	61	15,9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 5:** Frecuencia de visitas

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

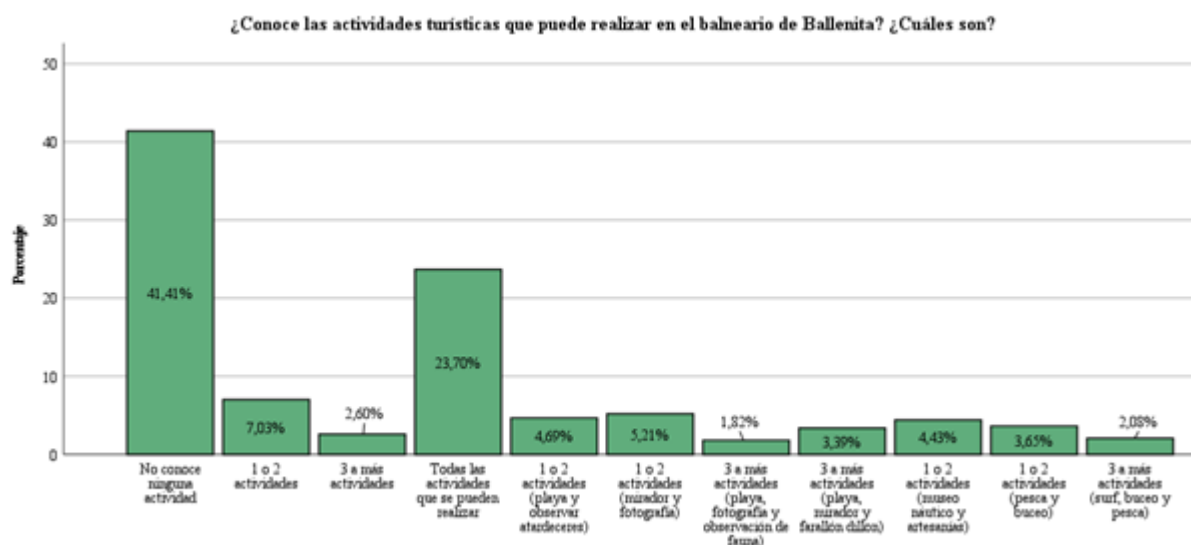
Del total de encuestados la mayor parte de los turistas visitó el balneario de una a dos veces antes, a la vez se obtuvo una menor cantidad de visitantes que acudían por primera vez al balneario. Por lo que se comprueba que el balneario es frecuentado por turistas que buscan distraerse y descansan por un momento.

**Tabla 8:** Actividades turísticas que se realizan

¿Conoce las actividades turísticas que puede realizar en el balneario de Ballenita? ¿Cuáles son?	Frecuencia	Porcentaje
No conoce ninguna actividad	159	41,4
1 o 2 actividades	27	7,0
3 a más actividades	10	2,6
Todas las actividades que se pueden realizar	91	23,7
1 o 2 actividades (playa y observar atardeceres)	18	4,7
1 o 2 actividades (mirador y fotografía)	20	5,2
3 a más actividades (playa, fotografía y observación de fauna)	7	1,8
3 a más actividades (playa, mirador y farallón dillon)	13	3,4
1 o 2 actividades (museo náutico y artesanías)	17	4,4
1 o 2 actividades (pesca y buceo)	14	3,6
3 a más actividades (surf, buceo y pesca)	8	2,1
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 6:** Actividades turísticas que se realizan

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

## Análisis

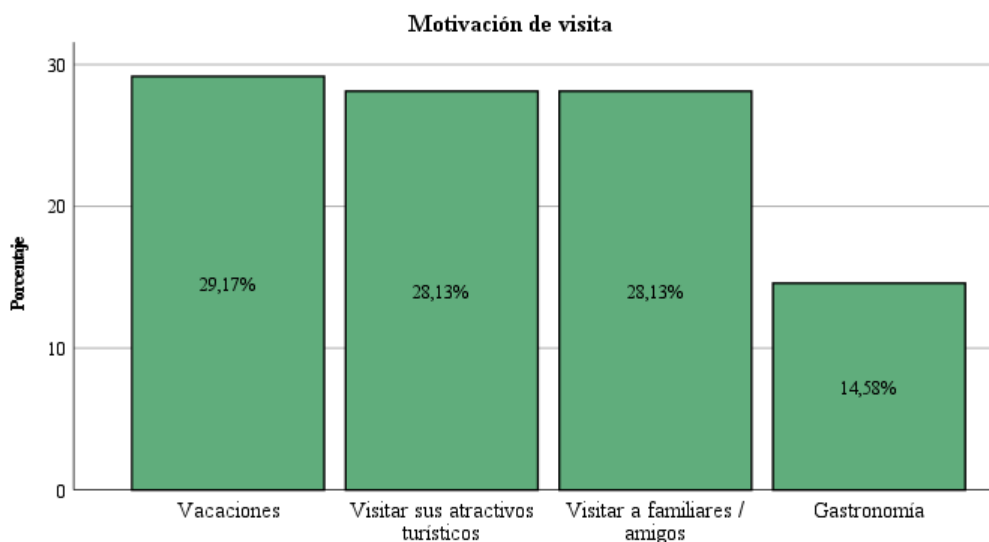
De acuerdo con los resultados la mayor parte manifiesta que no conoce ninguna actividad del balneario, mientras en un menor porcentaje conoce todas las actividades que se relacionan con la playa o la observación de atardeceres. Por lo tanto, se determina que cuenta con escasa promoción y oferta turística, siendo esta importante para cualquier destino turístico.

**Tabla 9:** Motivación de visita

<b>¿Cuál es su motivación para visitar el balneario de Ballenita?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Vacaciones	112	29,2
Visitar sus atractivos turísticos	108	28,1
Visitar a familiares / amigos	108	28,1
Gastronomía	56	14,6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 7:** Motivación de visita

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

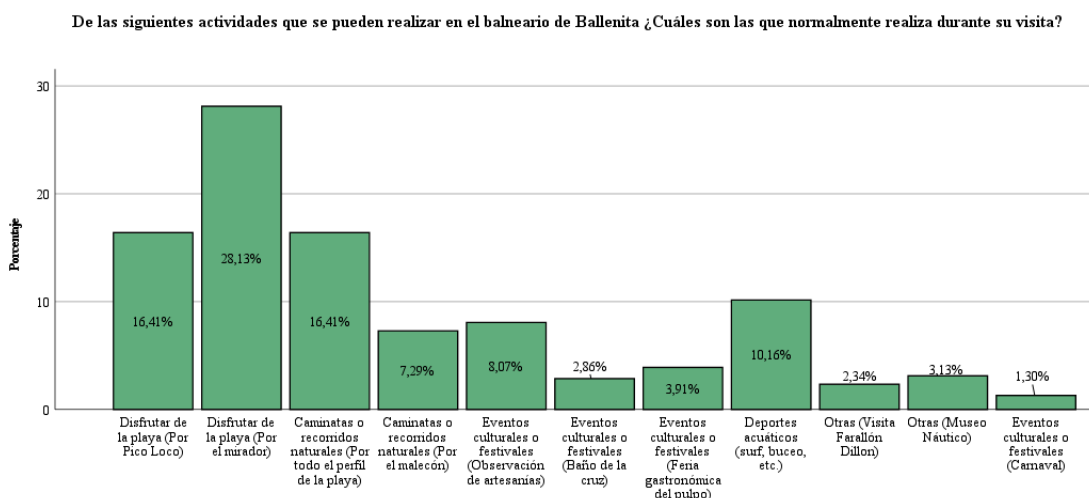
Según los resultados, la principal motivación de los turistas para visitar Ballenita son las vacaciones, sin embargo, existen turistas que llegan motivados por conocer sus atractivos turísticos y visitar a familiares/amigos. Por ende, es importante resaltar la motivación turística, la cual es el deseo de escapar, descansar, relajarse, aventurar o de interacción social que hacen que el turista se desplace. (Cruz Ramírez, 2020)

**Tabla 10:** Actividades que los turistas realizan durante su visita

De las siguientes actividades que se pueden realizar en el balneario de Ballenita ¿Cuáles son las que normalmente realiza durante su visita?	Frecuencia	Porcentaje
Disfrutar de la playa (Por Pico Loco)	63	16,4
Disfrutar de la playa (Por el mirador)	108	28,1
Caminatas o recorridos naturales (Por todo el perfil de la playa)	63	16,4
Caminatas o recorridos naturales (Por el malecón)	28	7,3
Eventos culturales o festivales (Observación de artesanías)	31	8,1
Eventos culturales o festivales (Baño de la cruz)	11	2,9
Eventos culturales o festivales (Feria gastronómica del pulpo)	15	3,9
Deportes acuáticos (surf, buceo, etc.)	39	10,2
Otras (Visita Farallón Dillon)	9	2,3
Otras (Museo Náutico)	12	3,1
Eventos culturales o festivales (Carnaval)	5	1,3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 8:** Actividades que los turistas realizan durante su visita

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

## Análisis

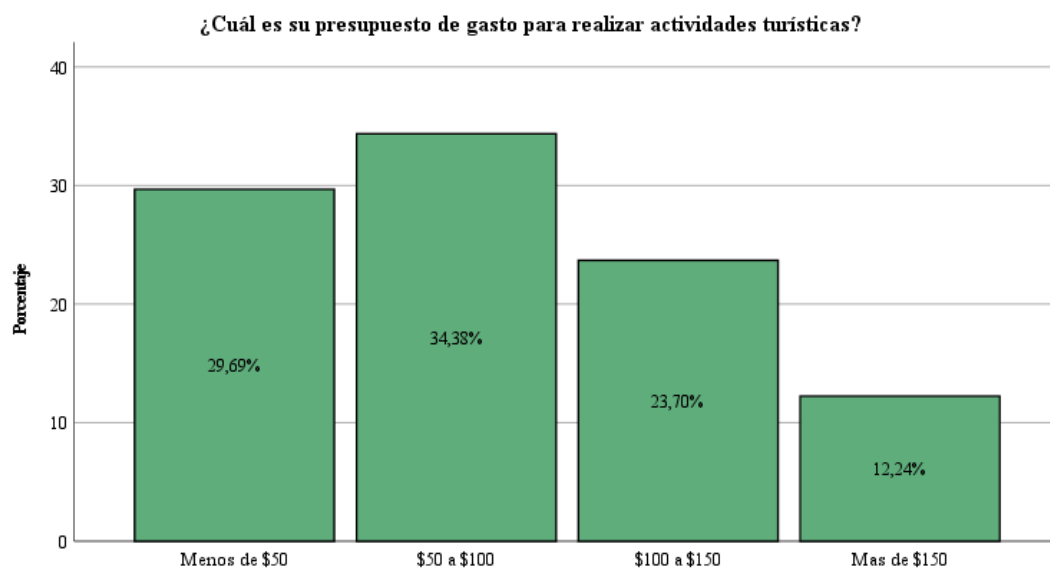
Del total de los encuestados, la actividad que mayormente los turistas realizan durante su visita es el disfrute de la playa en zonas cercanas al mirador y a Pico Loco. Por su parte las caminatas o recorridos naturales por toda la playa son otras de las actividades que prefieren los visitantes, siendo dos de las actividades más reconocidas lo cual influye en la oferta existente.

*Tabla 11: Presupuesto de gasto*

<b>¿Cuál es su presupuesto de gasto para realizar actividades turísticas?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de \$50	114	29,7
\$50 a \$100	132	34,4
\$100 a \$150	91	23,7
Mas de \$150	47	12,2
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

*Gráfico 9: Presupuesto de gasto*

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

De acuerdo con los resultados el 34% de los turistas tienen un presupuesto de \$50 a \$100 para realizar actividades turísticas, es decir que en su mayoría están dispuestos a pagar por servicios de calidad, mientras que otros destinaron menos de \$50 para realizar actividades turísticas, ya que consideran otros aspectos más importantes como la alimentación.

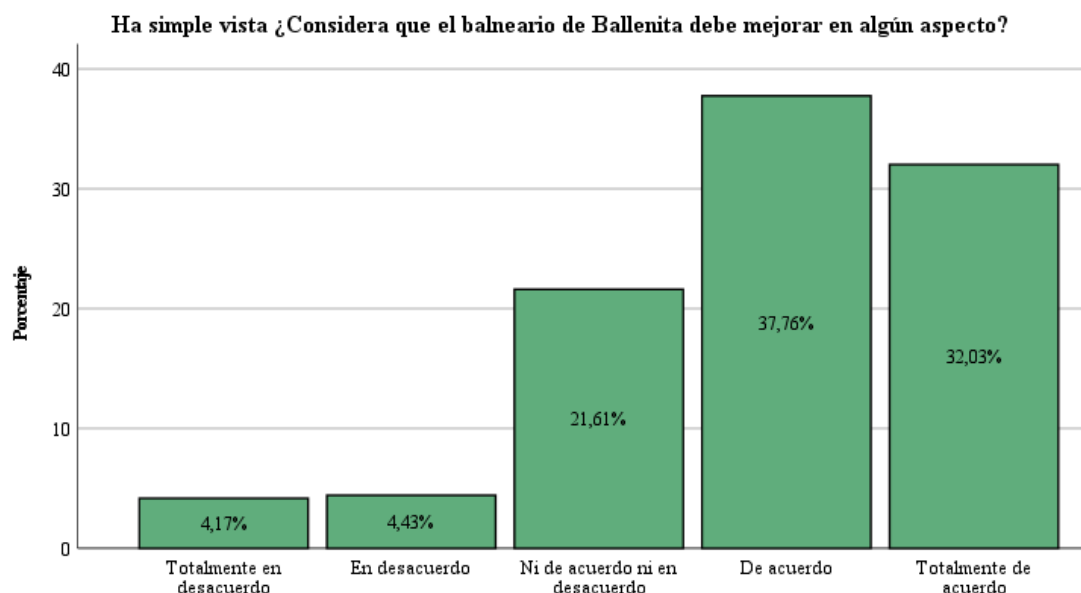
**Tabla 12:** Perspectivas de los turistas sobre mejorar algún aspecto

Ha simple vista ¿Considera que el balneario de Ballenita debe mejorar en algún aspecto?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	4,2
En desacuerdo	17	4,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	83	21,6
De acuerdo	145	37,8
Totalmente de acuerdo	123	32,0
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 10:** Perspectivas de los turistas sobre mejorar algún aspecto



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### Análisis

Del total de turista encuestados, la mayoría está de acuerdo en que el balneario de Ballenita debe mejorar en diferentes aspectos, lo que consideran que ayudará para tener una mayor afluencia de visitantes e impulsar a las mejoras tanto en la infraestructura como en los servicios turísticos.

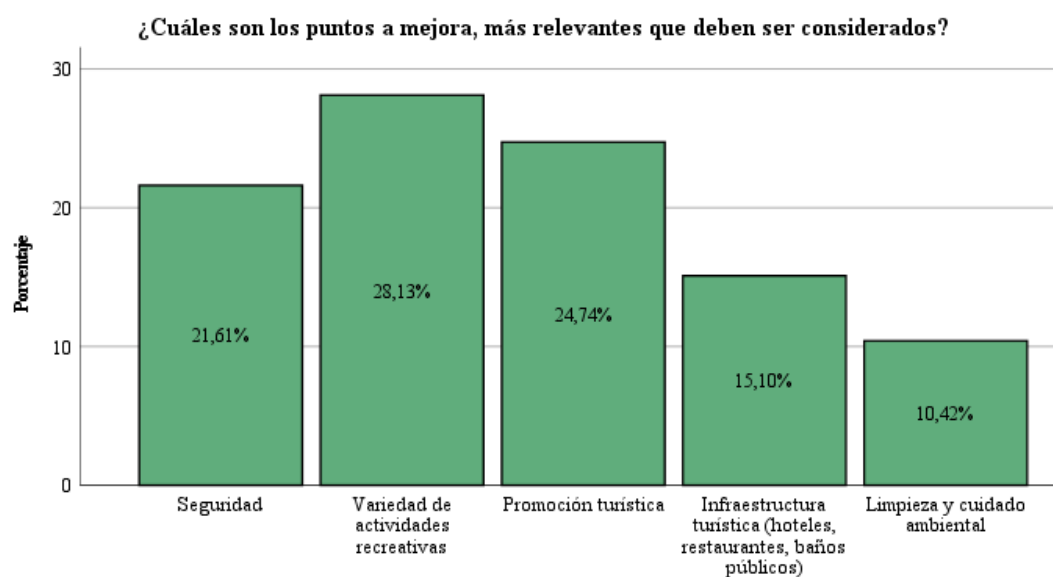
**Tabla 13:** Aspectos a mejorar

<b>¿Cuáles son los puntos a mejora, más relevantes que deben ser considerados?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Seguridad	83	21,6
Variedad de actividades recreativas	108	28,1
Promoción turística	95	24,7
Infraestructura turística (hoteles, restaurantes, baños públicos)	58	15,1
Limpieza y cuidado ambiental	40	10,4
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 11:** Aspectos a mejorar



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

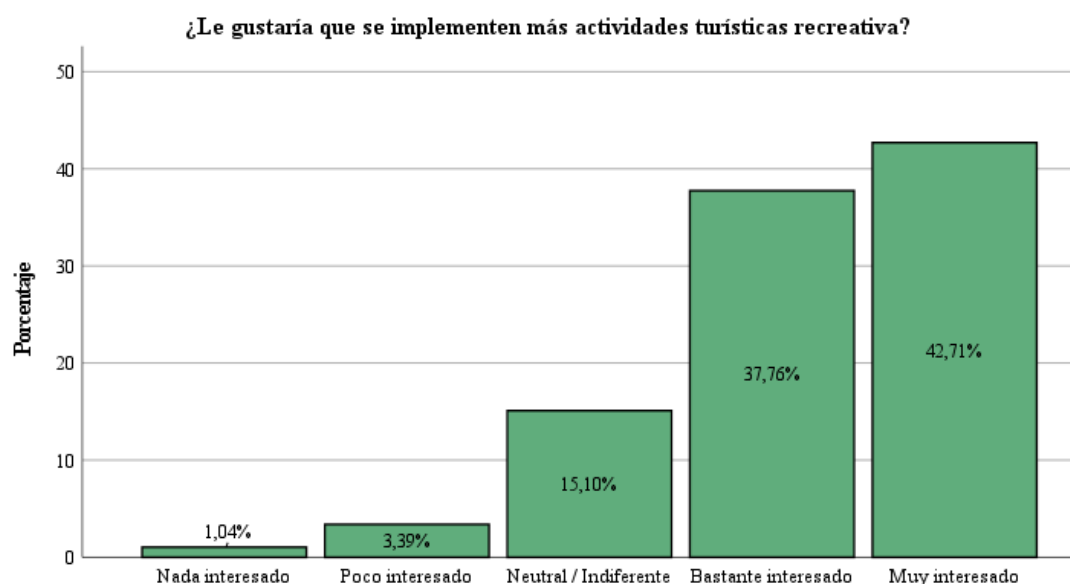
De acuerdo a los resultados de las encuestas, los turistas señalan que la principal área de mejora debe ser la variedad de actividades recreativas, ya que consideran que la oferta turística es limitada. Por otro lado, consideraron que aspectos como promoción turística, seguridad, infraestructura turística (hoteles, restaurantes, baños públicos), limpieza y cuidado ambiental son importantes para complementar y mejorar, para que el balneario de Ballenita tenga un mejor desarrollo.

**Tabla 14:** Interés en implementar más actividades turísticas recreativas

<b>¿Le gustaría que se implementen más actividades turísticas recreativa?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada interesado	4	1,0
Poco interesado	13	3,4
Neutral / Indiferente	58	15,1
Bastante interesado	145	37,8
Muy interesado	164	42,7
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 12:** Interés en implementar más actividades turísticas recreativas

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

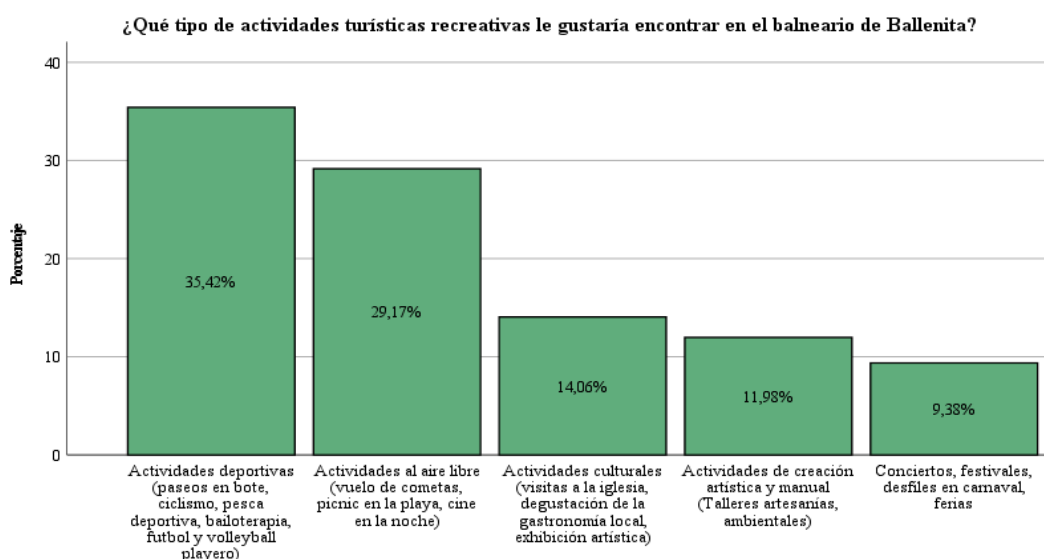
Según los resultados obtenidos, los visitantes se muestran bastantes interesados en que se implementen más actividades turísticas recreativas, por lo tanto se destaca la aceptación de la diversificación de las actividades turísticas. Cabe mencionar que desarrollar actividades recreativas según Bazán Coloma, (2023) que cita a Web escolar, (2011) permite a los viajeros salir del estrés de la ciudad o del aburrimiento y normalmente escogen sitios como balnearios o montañas.

**Tabla 15:** Tipo de actividades turísticas recreativas propuestas

¿Qué tipo de actividades turísticas recreativas le gustaría encontrar en el balneario de Ballenita?	Frecuencia	Porcentaje
Actividades deportivas (paseos en bote, ciclismo, pesca deportiva, bailoterapia, fútbol y volleyball playero)	136	35,4
Actividades al aire libre (vuelo de cometas, picnic en la playa, cine en la noche)	112	29,2
Actividades culturales (visitas a la iglesia, degustación de la gastronomía local, exhibición artística)	54	14,1
Actividades de creación artística y manual (Talleres artesanías, ambientales)	46	12,0
Conciertos, festivales, desfiles en carnaval, ferias	36	9,4
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 13:** Tipo de actividades turísticas recreativas propuestas

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### Análisis

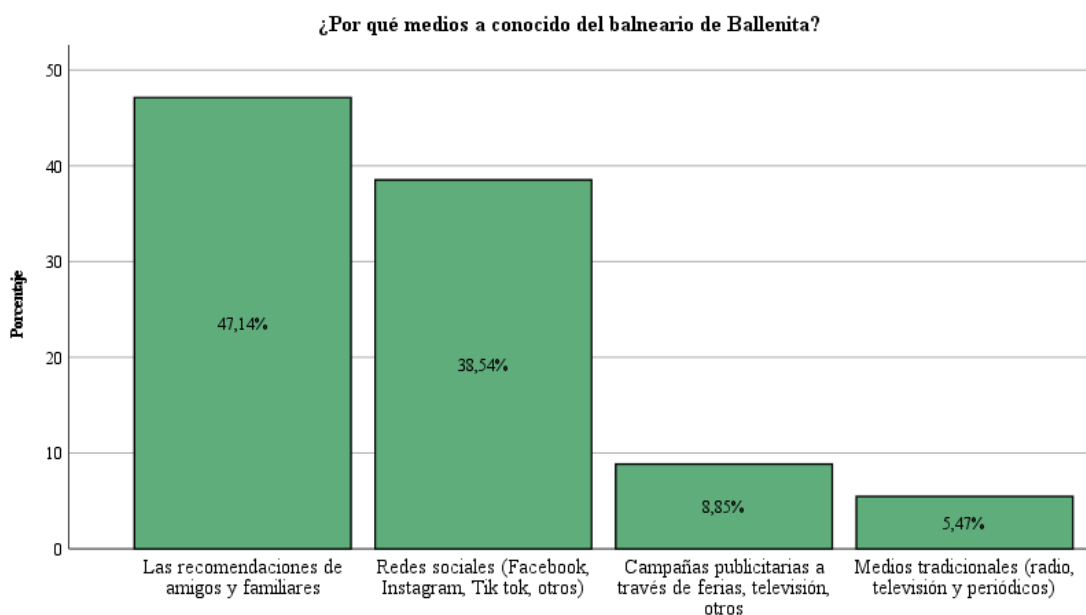
Según los resultados de las encuestas, el 35% de los turistas destacan a las actividades deportivas, como paseos en bote, ciclismo, pesca deportiva, bailoterapia, fútbol y voleibol playero, como uno una de las actividades que les gustaría encontrar en el balneario, seguido de las actividades al aire libre. Por lo general las actividades recreativas tienen beneficios, tanto física como emocional, permitiendo obtener nuevas experiencias (Herrera, Oñate y Bolívar 2024). Por su parte, se evidencia que el nicho de mercado potencial se encuentra en la cultura, arte y eventos, lo cual demuestra una gran demanda por la implementación de actividades que aprovechan el entorno costero del balneario.

**Tabla 16:** Medios por los que se difunde al balneario de Ballenita

<b>¿Por qué medios a conocido del balneario de Ballenita?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Las recomendaciones de amigos y familiares	181	47,1
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, otros)	148	38,5
Campañas publicitarias a través de ferias, televisión, otros	34	8,9
Medios tradicionales (radio, televisión y periódicos)	21	5,5
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 14:** Medios por los que se difunde al balneario de Ballenita

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

Del total de los encuestados, la mayor parte de turistas reconocen que han conocido el balneario por las recomendaciones de amigos y familiares, a la vez se destaca que otra parte de los turistas conocen el balneario por las redes sociales y una pequeña parte por campañas publicitarias y medios tradicionales. Por lo tanto, se demuestra que es importante fortalecer la presencia digital del destino y trabajar en la experiencia del visitante para potenciar el “boca a boca”.

**Tabla 17: Medios efectivos para la promoción**

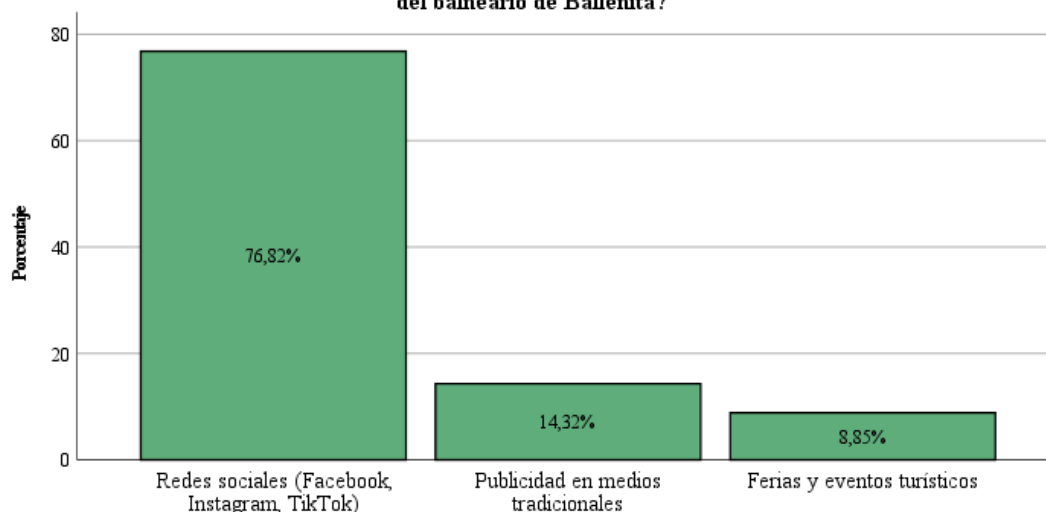
<b>Usted considera ¿Cuál es el medio más efectivo para promocionar las actividades turísticas recreativas del balneario de Ballenita?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)	295	76,8
Publicidad en medios tradicionales	55	14,3
Ferias y eventos turísticos	34	8,9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 15: Medios efectivos para la promoción**

**Usted considera ¿Cuál es el medio más efectivo para promocionar las actividades turísticas recreativas del balneario de Ballenita?**



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

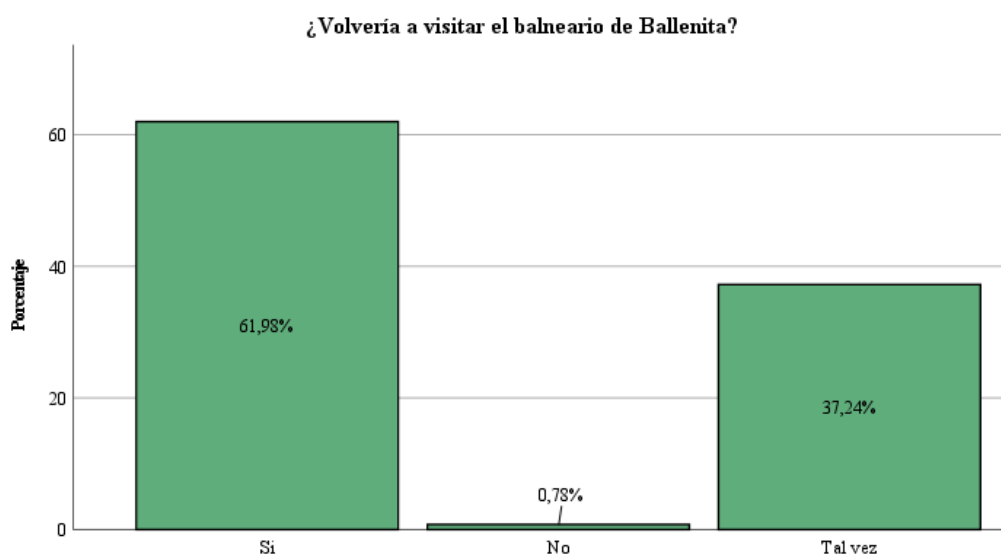
De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayoría de los turistas consideran que las redes sociales son el medio más efectivo para promocionar las actividades turísticas recreativas. Así mismo, una pequeña parte considera a los medios tradicionales, ferias y eventos turísticos. Por ende, se demuestra que las redes sociales son una herramienta de promoción turística que permite una difusión rápida, visual y viral de la oferta turística del destino.

**Tabla 18:** Regresaría al balneario

¿Volvería a visitar el balneario de Ballenita?	Frecuencia	Porcentaje
Si	238	62,0
No	3	,8
Tal vez	143	37,2
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 16:** Regresaría al balneario

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### Análisis

Según los resultados obtenidos, el 61% de los encuestados está interesado en volver a visitar el balneario, demostrando que el balneario tiene una acogida positiva. Sin embargo, el 37% expresó un interés neutral lo que indica que podría ser por áreas de mejora en la oferta o servicios del balneario.

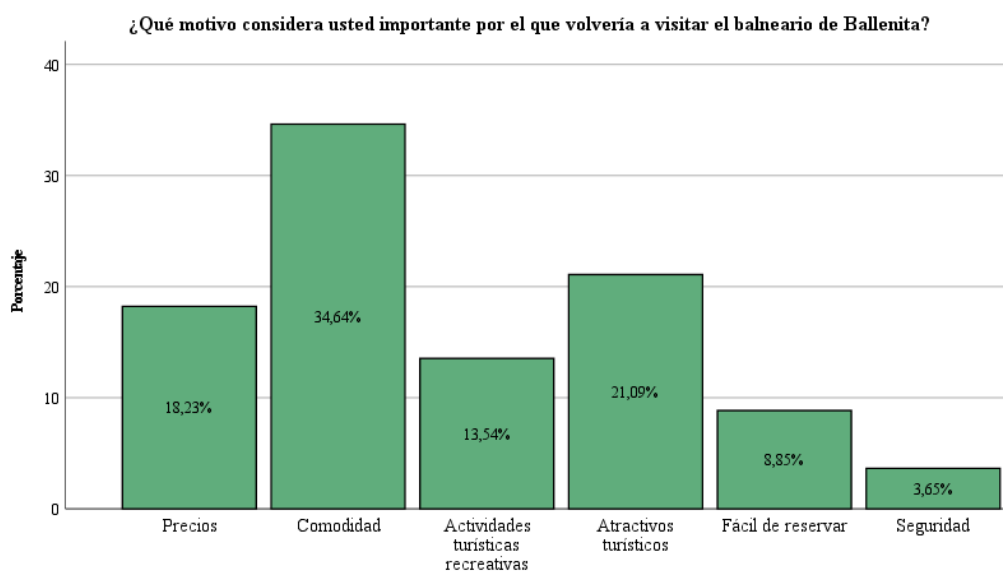
**Tabla 19:** Motivación para volver a visitar el balneario

¿Qué motivo considera usted importante por el que volvería a visitar el balneario de Ballenita?	Frecuencia	Porcentaje
Precios	70	18,2
Comodidad	133	34,6
Actividades turísticas recreativas	52	13,5
Atractivos turísticos	81	21,1
Fácil de reservar	34	8,9
Seguridad	14	3,6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 17:** Motivación para volver a visitar el balneario



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

## Análisis

Del total de encuestados, la mayor parte considera que la comodidad es la motivación principal por la que volverían a visitar el balneario de Ballenita, seguido de los atractivos turísticos y precios, que son factores significativos, reforzando la teoría de Mateos & García (2012) citado por Cruz Ramírez, (2020) que analiza los flujos turísticos los cuales deben tener claros que los factores combinados tienen un grado de influencia para motivar a los turistas visitar un lugar.

**Tabla 20:** Perspectiva sobre el aumento del flujo de visitantes

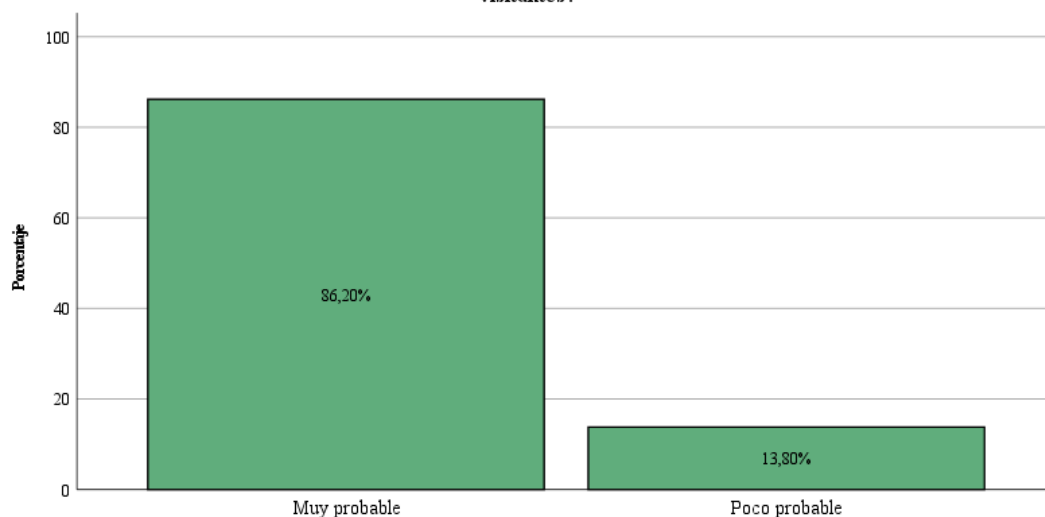
<b>¿Considera que al implementar otras actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita aumente el flujo de visitantes?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy probable	331	86,2
Poco probable	53	13,8
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Gráfico 18:** Perspectiva sobre el aumento del flujo de visitantes

¿Considera que al implementar otras actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita aumente el flujo de visitantes?



**Fuente:** Encuestas a turistas del balneario Ballenita

**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

### **Análisis**

De acuerdo con los encuestados, tienen una percepción positiva sobre implementar otras actividades turísticas recreativas, consideran que es muy probable que aumente el flujo de visitantes al implementar otras actividades como lo menciona Cruz Ramírez, (2020) que las nuevas ofertas turísticas pueden maximizar el potencial del destino teniendo como objetivo incrementar la llegada de visitantes.

### **3.2 Análisis de datos cualitativos**

#### **3.2.1 Análisis de las entrevistas dirigida a las autoridades**

##### **ENTREVISTA 1**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** BENICNO ROSALES ORRALA

**CARGO DEL ENTREVISTADO:** EX PRESIDENTE DEL COMITÉ DE TURISMO DE BALLEINITA.

**1. ¿Cuál es su perspectiva sobre la situación actual de la afluencia turística en el balneario de ballenita?**

Actualmente Ballenita recibe una afluencia masiva, más en temporada alta que inicia desde el 1 de enero, ya que es una fecha importante donde todo el mundo busca la playa, aunque no solamente Ballenita, sino que todas las playas. Es una situación que beneficia a los servidores turísticos, porque son ellos los que aprovechan de la oportunidad para sus negocios, como cevicherías, refresqueros, parasoleros, carperos y vendedores ambulantes. Otra fecha muy importante es carnaval. Cabe mencionar que la temporada alta terminó y se ve poca afluencia de turistas.

**2. ¿Cuáles considera usted que son las actividades turísticas recreativas que más se desarrollan en el balneario?**

Bueno, considero que es el disfrute de la playa en dos fechas importantes (enero y carnaval), aparte de que, si los directivos de turismo se proponen a realizar un acto festivo, entonces eso también atrae a la gente y el Festival del Pulpo que se desarrolla una vez cada año, la cual los directivos de Ballenita han llegado a un acuerdo de que un año hacer el evento en el malecón y al siguiente año en el área de Pico Loco. Por otro lado, está la Semana Santa en la que se desarrolla el Baño de la Cruz, que se lo hace el martes de la Semana Santa, que atrae a muchos visitantes.

**3. Desde su perspectiva ¿Qué elementos históricos, culturales o tradicionales locales considera que se deben aprovechar para crear nuevas actividades recreativas para incrementar la afluencia de visitantes en cualquier época del año?**

Considero que se puede aprovechar las historias que tiene la población local como la historia del malecón llamado Pico Loco, este nombre fue dado por surfistas, esto por una roca en el mar, porque las olas rompen y es el momento preciso para que los surfistas entren al mar. También se puede aprovechar las fiestas de Ballenita que se desarrollan en el mes de noviembre, la fiesta es dedicada a la Virgen del Cisne por las fechas del 22-23 de noviembre, y entonces se realizan eventos, desfiles, reinados, baile.

**4. ¿Qué tipo de estrategias han implementado para promocionar el balneario de Ballenita?**

Actualmente no se puede tener esa libertad de exponer los eventos por la inseguridad. Resulta que no hay estrategias sólidas que permitan la promoción de Ballenita como tal. Sin embargo, se está trabajando en el programa Bandera Azul, con el que Ballenita busca convertirse en playa calificada como Blue Flag o bandera azul y se ha podido avanzar con campañas y talleres con respecto al tema de la certificación

**5. ¿Qué estrategias desea que se implemente para una mayor promoción del balneario y sus actividades?**

Primero quisiera que la playa de Ballenita obtenga la certificación y por supuesto que cumpla con los criterios establecidos, al tener esta certificación puede tener una mayor promoción, como es el caso de una playa de Colombia, Santa Marta. También se espera trabajar por la seguridad al turista, orden de atención al cliente que son aspectos importantes, en cuanto a la infraestructura como en comedores, servicios de baterías higiénicas y la comodidad para aquellos que tienen alguna dificultad física que sea una playa inclusiva.

**6. ¿Cree que la implementación de tecnología (aplicaciones móviles, señalización digital, realidad aumentada) podría mejorar la experiencia de**

**las actividades turísticas recreativas en Ballenita? ¿En qué tipo de actividades la aplicaría?**

Sí, claro hoy en día la tecnología es importante y necesaria. La que podría ser aplicada es la señalética digital que muestren la ubicación del baño, que indique el significado de cada bandera (amarilla, la verde y roja), esto a su vez educaría a los turistas, ya que muchos no respetan, no son conscientes.

**7. ¿Considera que existen planes o proyectos específicos relacionados con el desarrollo de actividades turísticas recreativas en Ballenita?**

Positivo, si claro.

**8. ¿Existe alguna normativa que regule el uso de espacio público para el desarrollo de las actividades turísticas?**

Si existen, pero son deficientes, porque se cuenta con una dirección de turismo y justamente está en el malecón de Ballenita, sin embargo, no se encuentra abierto en los días en que el turista está, que son los feriados y fines de semana (sábado y domingo). Cuando debería permanecer a la orden y disposición para cualquier inconveniente que surja y actúe con rapidez y eficiencia. También para que controle el desorden.

**9. ¿Conoce si existe requisitos de seguridad y permisos que se deben considerar antes de implementar nuevas actividades recreativas en el balneario?**

Claro, principalmente el encargado de aquello es la alcaldía. Por ejemplo, cuando se va a realizar un evento se presenta una solicitud en el que se indica lo pertinente como la seguridad. Sin embargo, existen personas que no cumplen con lo requerido.

**10. Desde su perspectiva ¿Qué impacto ambiental y social podría tener la creación de nuevas actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita? ¿Qué medidas podrían tomarse para minimizar los impactos negativos?**

Considero que Ballenita tiene deficiencia en su infraestructura como es el sistema de alcantarillado que en ocasiones se ha visto que el agua sucia va hacia la playa, esto afecta directamente al medio ambiente del lugar. Las medidas que se pueden tomar es trabajar directamente con el director del ambiente del municipio para que haga cumplir esta insuficiencia de servicio. En cuanto a lo social, se observa que ya existe una conciencia sobre el cuidado del ambiente, para fortalecer este aspecto se recomienda colocar más tachos de basura.

**11. Usted considera ¿Qué las nuevas actividades turísticas recreativas deban ser dirigidas a algún segmento específico (familias, jóvenes, adultos mayores, turismo internacional, etc.)? ¿Por qué?**

Deben ser dirigidas para todos los segmentos ya que Ballenita es muy concurrido por familias, jóvenes, entre otros.

**12. En cuanto a la comunidad local, ¿Cómo describiría la actitud de la comunidad hacia el desarrollo de nuevas actividades turísticas recreativas?**

La actitud de la comunidad es positiva, ellos están dispuestos a colaborar y sobre todo a instruirse y participar en talleres que aporten para mejorar el servicio.

**13. Desde su perspectiva ¿Cuáles son las principales oportunidades y obstáculos para el desarrollo de actividades turísticas recreativas en el balneario Ballenita?**

Considero como oportunidad es promocionar más las actividades como es el festival del pulpo, también asistir a eventos como ferias en otras provincias, ya que son una oportunidad para dar a conocer Ballenita tanto sus actividades como su gastronomía. En cuanto a los obstáculos considero que no se cuenta con el personal adecuado para el desarrollo de las actividades y también el factor económico influye mucho.

## ENTREVISTA 2

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** ABOGADA YNELDA VERA

**CARGO DEL ENTREVISTADO:** PRESIDENTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE PLAYA BANDERA AZUL DE BALLEINITA

**1. ¿Cuál es su perspectiva sobre la situación actual de la afluencia turística en el balneario de ballenita?**

Ballenita es una playa reconocida porque es el primer balneario de la provincia de Santa Elena. Actualmente, la visita de turistas en Ballenita es muy alta en temporadas de feriado, fin de año, carnaval, también a diario una afluencia de turismo alta que son pobladores de la pro de Santa Elena.

Sin embargo, ha disminuido un poco la visita de los turistas debido a problemas de iluminación, ya que se robaron el cableado eléctrico, aunque ya se está gestionando, es por esto la afluencia de pocos turistas en los últimos tres meses. Pero en todo el año, Ballenita tiene una afluencia muy alta en el turismo.

**2. ¿Cuáles considera usted que son las actividades turísticas recreativas que más se desarrollan en el balneario?**

Bueno, en Ballenita se tiene el avistamiento de ballenas, ya que desde el mirador se puede observar cómo saltan las ballenas al fondo del mar. También se realizan campeonatos de vóley, surf, y campeonatos acuáticos que llaman la atención al turismo y a diferentes deportistas que visitan el balneario desde otros lugares a desarrollar estos deportes playeros.

**3. Desde su perspectiva ¿Qué elementos históricos, culturales o tradicionales locales considera que se deben aprovechar para crear nuevas actividades recreativas para incrementar la afluencia de visitantes en cualquier época del año?**

Considero que contamos con mucha cultura, hay fechas en que se realizan eventos culturales, se encuentra a la disposición la venta de artesanías, una hermosa caída de sol por las tardes, que es un avistamiento único que lo puedes

ver desde aquí en el mirador, en la época de frío se puede observar a las ballenas que nos visitan y la gastronomía que es muy buena y fresca, que los turistas pueden venir a degustar alimentos frescos con mariscos que son la degustación y agrado del paladar de los turistas que nos visitan.

**4. ¿Qué tipo de estrategias han implementado para promocionar el balneario de Ballenita?**

Actualmente se está trabajando con el proyecto de Bandera Azul, en el cual Ballenita está logrando certificarse por tener una de las aguas más limpias de los balnearios de Santa Elena. Por ende, se está trabajando en temas de medio ambiente, ecología, mingas de limpieza y concientización ambiental para mejorar la calidad del turismo y la calidad del agua que ofrece Ballenita, y que los turistas se sientan seguros de venirse a bañar y a recrear a un balneario limpio.

**5. ¿Qué estrategias desea que se implemente para una mayor promoción del balneario y sus actividades?**

Se necesita más publicidad (marketing). Ballenita es un balneario que tiene mucho que ofrecer, pero lastimosamente no se tiene mucha publicidad de parte de las autoridades y de los servidores turísticos. Aquí hay muchos servidores turísticos que ofrecen muchas cosas, pero no hay promoción y conocimiento de las actividades que se desarrollan en Ballenita. Si hubiese más publicidad, tal vez existiera más visita de turista en Ballenita.

**6. ¿Cree que la implementación de tecnología (aplicaciones móviles, señalización digital, realidad aumentada) podría mejorar la experiencia de las actividades turísticas recreativas en Ballenita? ¿En qué tipo de actividades la aplicaría?**

Claro que sí, hoy en día se observa que, en las redes sociales, pueden ayudar a muchos emprendimientos. Actualmente casi todos cuentan con Facebook, Instagram, TikTok y grandes plataformas que ayudan a promocionar emprendimientos y sobre todo que ayuden a promocionar la playa y todos los servicios que ofrece Ballenita.

**7. ¿Considera que existen planes o proyectos específicos relacionados con el desarrollo de actividades turísticas recreativas en Ballenita?**

Sí, como Blue Flag se está trabajando conjuntamente con el GAD Municipal, Obras Públicas, EMASA, Departamento de Turismo, para incrementar más mingas de limpieza, atractivo turístico, arreglo del mirador de Ballenita, sin embargo, para que se dé esto hay que generar recursos, aunque el GAD municipal está esperando que se desembolsen estos recursos para empezar a trabajar, a iluminar el malecón y a arreglar todo lo que está pendiente, como la ballena, que hay que hacerle mantenimiento para que bote el agua y la iluminación, que es lo más importante.

**8. ¿Existe alguna normativa que regule el uso de espacio público para el desarrollo de las actividades turísticas?**

Claro que sí. Aquí hay ordenanzas municipales. También en Ballenita existe el comité de Turismo, que se encarga de mantener el orden la limpieza, el cuidado y el control de todo el malecón.

**9. ¿Conoce si existe requisitos de seguridad y permisos que se deben considerar antes de implementar nuevas actividades recreativas en el balneario?**

Claro que sí. Todas las actividades que vayan a realizarse tienen que venir con una orden del GAD municipal. Tienen que estar aprobados primeramente por la alcaldía y una vez que ella de la aprobación, se puede gestionar todo lo nuevo que se quiere incrementar en el balneario.

**10. Desde su perspectiva ¿Qué impacto ambiental y social podría tener la creación de nuevas actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita? ¿Qué medidas podrían tomarse para minimizar los impactos negativos?**

Considero que en todas las actividades generan un impacto, sin embargo, si se lograra incrementar más actividades, atraeríamos más al turismo, se beneficiaría la comunidad, ya que la mayoría de los habitantes de Ballenita son

servidores turísticos, viven de la atención, hospedaje, carpas, comedores y de todos los negocios que funcionan cerca. Se debería concientizar al visitante para que no deje sucia la playa, porque entre más turismo, más atracción de turistas, pero más suciedad también.

Por eso, como comité de gestión de Blue Flag, se está trabajando para hacer señalización, las mismas que serán con la colaboración de artesanos de Ballenita, se prevé elaborar señalizaciones como la de los baños, bajada a la rampa, las duchas, las escaleras. También trabajar en la concientización ambiental, dar charlas a los sectores turísticos y a la comunidad para trabajar en la ecología y en el medio ambiente, y para hacer conciencia de que las personas que vengan, por favor, no ensucien las playas.

**11. Usted considera ¿Qué las nuevas actividades turísticas recreativas deban ser dirigido a algún segmento específico (familias, jóvenes, adultos mayores, turismo internacional, entre otros)? ¿Por qué?**

A todos los segmentos, porque siempre tenemos que atraer al turismo, llamar la atención de los extranjeros, de los locales y de todas las personas de provincias que nos visitan. Entonces, el mayor atractivo es atraer más al turista, porque si vienen más turistas, incrementa la economía en Ballenita y el crecimiento, el desarrollo económico y social de esta comunidad.

**12. En cuanto a la comunidad local, ¿Cómo describiría la actitud de la comunidad hacia el desarrollo de nuevas actividades turísticas recreativas?**

La comunidad al principio no se sumaba proyectos que vienen de alguna asociación, comité o fundación. Poco a poco se está logrando socializar y concientizar a que la comunidad debe de unirse, ya que los únicos beneficiados son todos los habitantes de Ballenita, porque un turista viene y dice Ballenita está bonita, algo está pasando. Es que hay una comunidad unida que está trabajando por el servicio y el bienestar para el turista que visita día a día el balneario.

**13. Desde su perspectiva ¿Cuáles son las principales oportunidades y obstáculos para el desarrollo de actividades turísticas recreativas en el balneario Ballenita?**

Bueno, oportunidades tenemos muchas, porque contamos con una playa muy amplia y extensa. También se cuenta con la apertura del GAD municipal de Santa Elena, la aprobación de las asociaciones y comités que funcionan dentro de Ballenita.

Lo negativo es lo económico, que muchas veces se pide ayuda al GAD municipal y mencionan que no hay recursos. Por ende, en muchas ocasiones se ha tenido que auto gestionar, con la contribución, de cada local, cada emprendedor o cada miembro de la comunidad. Cuando el gobierno, el GAD municipal, no da la ayuda económica, Ballenita se une y entre todos ahorramos un dinero o contribuimos con algo económico para lograr este objetivo.

Ballenita es un balneario que tiene mucho potencial, mucho atractivo turístico, que está por explorar aún más y que tiene muchas cosas por brindar. Todo está en la unidad de la comunidad y en que se siga trabajando en beneficio de la comunidad y de la población.

**Análisis**

Según las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas a las autoridades, mencionan que el balneario de Ballenita posee una riqueza natural y cultural muestra que Ballenita cuenta con un alto potencial turístico. Sin embargo, enfrenta desafíos como la promoción, infraestructura, gestión ambiental e implementación de políticas que ayuden a su desarrollo.

Por lo tanto, se destaca que se debe fortalecer la organización comunitaria, diversificación de la oferta y mejorar los servicios, lo que permite atraer y la fidelización de turistas.

## DISCUSIÓN

La presente investigación dio como resultado que la diversificación y la promoción de las actividades turísticas en Ballenita son claves para incrementar el ingreso de turistas, en primer lugar se muestra que la mayoría de visitantes están motivados principalmente por el deseo de descansar y disfrutar de la playa pero sin embargo existe un alto porcentaje de los encuestados que mostró desconocimiento de las actividades recreativas de Ballenita, lo que es una importante deficiencia de la promoción turística.

Esto tiene relación con los resultados obtenidos de turistas que se muestran interesados en las actividades deportivas y las de aire libre, lo que destaca, la importancia de incorporar opciones como los paseos en bote, ciclismo y distintos deportes acuáticos que son altamente demandados. (Bazán, 2023)

Mientras que también se resalta la necesidad de mejorar la infraestructura y la seguridad de Ballenita para que se pueda garantizar una experiencia atractiva para los turistas donde se mostró que estos aspectos deben priorizarse para incrementar el número de turistas en la zona.

Estas preocupaciones coinciden con las obtenidas por Cruz Ramírez (2020) quien logró identificar la infraestructura y la promoción turística como factores fundamentales para mejorar la competitividad entre destinos. Por lo tanto, otro indicador es la falta de promoción efectiva porque el balneario es reconocido por los turistas por la recomendación de amigos y familiares, aunque los medios digitales y redes sociales juegan un papel crucial, no han sido aprovechadas completamente.

Según los datos obtenidos, las redes sociales son percibidas como una herramienta de gran potencial para lograr difundir la oferta turística de Ballenita esto coincide con un estudio previo de la relevancia que destaca la importancia de una promoción en el turismo (Vera, 2017) con la implementación de las estrategias de marketing en línea se lograría aumentar la visibilidad de Ballenita como un destino turístico.

Finalmente, con el análisis de entrevistas con las autoridades determinaron que existen proyectos como el de Bandera Azul, pero existe obstáculos relacionados con la falta de recursos y personal capacitado con el desarrollo de actividades recreativas muchos de estos retos son comunes en destinos turísticos como lo muestran los estudios similares realizados por (Gonzales Olave, 2018).

No obstante, la participación activa de la comunidad local y el interés para mejorar la calidad de los servicios que abren la puerta para lograr implementar mejoras y aumentar la competitividad del destino. Por lo que es fundamental lograr fortalecer una cooperación entre las autoridades, empresarios turísticos y la comunidad local, para conseguir el éxito de las actividades recreativas y como resultado un aumento en el flujo turístico del balneario de Ballenita.

## CONCLUSIONES

El estudio demostró que el balneario de Ballenita tiene una alta demanda de personas, que muestran interés en que se oferten nuevas actividades turísticas. En cuanto a su afluencia turística se pudo identificar que es alta especialmente en feriados y fines de semana, lo que demuestra que los visitantes se interesan por conocer el balneario y a su vez lo recomiendan. Sin embargo, se ha podido determinar que es en temporada alta que se observa más llegada de visitantes, por lo tanto, tiene una mayor afluencia de turista que buscan actividades de sol y playa lo que marca su estacionalidad.

Además, se reconoció que los turistas muestran un gran interés por realizar actividades turísticas recreativas que les permitan distraerse, experimentar, liberarse del estrés y disfrutar del destino. En este sentido se determinó que las actividades turísticas recreativas que más les interesan a los visitantes son las actividades deportivas (paseos en bote, ciclismo, pesca deportiva, bailoterapia, fútbol y volleyball playero), actividades al aire libre (vuelo de cometas, picnic en la playa, cine en la noche) y actividades culturales (visitas a la Iglesia, degustación de la gastronomía local, exhibición artística) esto se pudo determinar de las encuestas realizadas a los visitantes.

Además, se identificó que es importante establecer estrategias para promocionar tanto las actividades como el destino, por lo tanto, se determinó que implementar estrategias de marketing digital mejorarán la difusión del destino y sus actividades, a su vez tendría una presencia digital.

## RECOMENDACIONES

Se sugiere, que se implementen otras actividades turísticas que se puedan realizar en cualquier época del año, lo que permitirá la diversificación de la oferta con el fin de incrementar el flujo de turistas y a su vez proporcionar un plan de monitoreo del flujo turístico que permita recolectar datos de forma permanente sobre la afluencia, satisfacción y perfil de los visitantes.

Se recomienda crear un portafolio o calendario de actividades recreativas donde se visualicen las actividades, fecha o temporada en la que se las puede realizar. También es importante la participación de la comunidad local, por ende, se sugiere la integración y formación de los mismos, con el fin de que ejecuten las actividades, generando empleo y fortaleciendo la economía local.

Es recomendable, la creación de los perfiles oficiales del destino en las redes sociales con el fin de poder promocionar las actividades turísticas recreativas, y a su vez se recomienda realizar una campaña promocional a través videos, fotografías y afiches, lo que permitirá el posicionamiento del destino como un espacio recreativo.

## REFERENCIAS

Barómetro de ONU Turismo. (2025). Unwto.org. [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/UNWTO\\_Barom25\\_01\\_January\\_EXCERPT\\_v3.pdf?VersionId=AzILN6U4VW.RbM2oMF2DBpGQreisL4Xa](https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/UNWTO_Barom25_01_January_EXCERPT_v3.pdf?VersionId=AzILN6U4VW.RbM2oMF2DBpGQreisL4Xa)

Bazán Coloma, L. A. (2023). Las necesidades del turismo recreativo en el sector malecón del cantón Salinas. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9061>

Bernal (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Tercera edición. PEARSON EDUCACIÓN

Boletín Turístico. (2025). OTS Website. [https://www.upse.edu.ec/images/2025/MARZO/Boletin\\_1\\_CARNAVAL\\_25\\_compressed.pdf](https://www.upse.edu.ec/images/2025/MARZO/Boletin_1_CARNAVAL_25_compressed.pdf)

Carrizo Moreira, A., & Vieira Batista, A. (2009). Turismo de eventos: desafíos estratégicos de la Ciudad de João Pessoa (Brasil). Cuadernos de Turismo, (23), 31–46. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70161>

Collay Salazar, J. D. (2020). Actividades turístico-recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en las Pampas de Salasaca. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31661>

Cruz Ramírez, L. W. (2020). Actividades recreativas para incrementar el flujo de turistas en el Mirador Cerro El Tablazo del cantón Santa Elena. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2020]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5355>

De Planificación, D., & Desarrollo, Y. (2021). SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO TURÍSTICO. <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022\_compressed.pdf

Glosario de términos de turismo | OMT. (n.d.). [Www.unwto.org](http://www.unwto.org).  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

González Olave, M. V. (2018). La diversificación del turismo como aporte al desarrollo del malecón de Ballenita cantón Santa Elena, año 2016. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4358>

González Reyes, R. E. (2023). Las actividades turísticas y su impacto en la parroquia Ballenita, provincia de Santa Elena, año 2023. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10135>

Guerreo, P. E. & Ramos Mendoza, J. R. (2015). Introducción al turismo: (ed.). Grupo Editorial Patria.

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología De la investigación. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V

Herrera, Oñate y Bolivar (2024). Actividades recreativas lúdicas como estrategia para el acrecentamiento del turismo en el Cantón Patate; revisión documental. Revista Científica de Ciencias Humanas y Sociales RECIHYS, 2(1), 34-41. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/RECIHYS/article/view/3501>

Honores, J y Cojitambo, J. (2022). Actividades turísticas recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en el Cerro de Cristo, Cantón Piñas. Universidad Técnica de Machala. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/21244>

Lavayen Triviño, H. F. (2024). Turismo cultural: Oportunidades y desafíos para el turismo cultural en el malecón de Ballenita. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2024. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11097>

Manual. (2018). Manual de atractivos turísticos\_dic2018.pdf. Google Docs. [https://drive.google.com/file/d/1yni2vpaj\\_JmIpZOkjwyFfYiO9WhGYJx0/view?usp=drivesdk](https://drive.google.com/file/d/1yni2vpaj_JmIpZOkjwyFfYiO9WhGYJx0/view?usp=drivesdk)

Mintur (2020) Ley de Turismo

Pág. 1 de 22 Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa y Consultas Ley Orgánica Para El Fortalecimiento De Las Actividades Turísticas Y Fomento Del Empleo. (n.d.). [https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/23a2312a-4d25-4012-ba03-ae5cb5d4061f/LOFATFE\\_ultima\\_actualizacion\\_25042024.pdf](https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/23a2312a-4d25-4012-ba03-ae5cb5d4061f/LOFATFE_ultima_actualizacion_25042024.pdf)

Panchana, (2025). Estrategias de marketing online para promocionar los atractivos turísticos de Anconcito cantón Salinas de la provincia de Santa Elena. La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/13163>

Putri y Marlien, (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

Ramírez, C. C (2012). *Visión integral del turismo: fenómeno dinámico del universo*. Editorial Trillas, S. A

Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417–434. [https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/#redalyc\\_29059356007\\_ref23](https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/#redalyc_29059356007_ref23)

Sarmiento, Villegas, Delgado y Valero (2019). Análisis del turismo recreativo y su impacto en el desarrollo socio económico de la ciudad de guayaquil: caso área nacional de recreación Parque Lago. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*.

Torres, LIM, Melo, CLO y Melo, LTO (2023). Estrategias para el desarrollo turístico: caso Gachantivá Boyacá-Colombia. *Revista De Gestão E Secretariado*, 14 (8), 14672–14691. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i8.2708>

Vera Chiquito, M. (2017). Actividades recreacionales como aporte al desarrollo turístico sostenible en el cantón La Libertad, año 2017. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4139>

Yagual Solano, J. G. (2015). Rescate y puesta en valor turístico de las actividades culturales de la parroquia Ballenita cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 206. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/2597>

Yessenia, E. (2017). Estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario para la comunidad El Naranjal. Universidad Uniandes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5828>

Zambrano Cedeño, K. L. (2020). Eventos culturales como alternativa de recreación en el malecón escénico del balneario de Ballenita. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2020. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5358>

Zapata Calvopiña, A. (2016). Actividades recreativas en el aprovechamiento del tiempo libre de los estudiantes de La Unidad Educativa 14 de Julio del cantón Latacunga. Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/2dfd81b8-43f9-419e-942e-d31871e365a8>

**ANEXOS**

## ANEXOS

### *Anexo 1: Propuesta de promoción para las actividades turísticas recreativas*

N°	Estrategias	Objetivo	Tipo
1	Creación de las redes sociales oficiales para ofertar las actividades turísticas recreativas y el destino.	Aumentar la presencia digital del balneario de Ballenita destacando los atractivos y las actividades recreativas.	Comunicación digital y promoción turística
2	Marca turística de Ballenita adaptada a redes sociales	Diseñar la marca turística para promocionar las actividades turísticas recreativas y posicionar a Ballenita como destino recreativo.	Posicionamiento de destino y actividades
3	Portafolio de las actividades turísticas recreativas	Dinamizar el flujo turístico a través de las actividades recreativas promocionadas en redes sociales	Comunicación digital y promoción turística
4	Talleres dirigidos a la comunidad local sobre redes sociales, edición básica y fotografía turística	Dar a conocer a la comunidad local sobre la importancia del uso de las herramientas digitales y a su vez que ellos mismos sean los creadores de contenido y promocionen el destino.	Comunicación y fortalecimiento
5	Alianzas estratégicas con operadores turísticos	Incorporar al balneario de Ballenita en paquetes turísticos o rutas que ofrecen los operadores turísticos	Coordinación interinstitucional y comercial

**Elaborado por:** Holguín Ginger (2025)

**Estrategia 1:** Creación de las redes sociales oficiales para ofertar las actividades turísticas recreativas y el destino

*Anexo 2: Creación de las redes sociales oficiales*

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Aumentar la presencia digital del balneario de Ballenita destacando los atractivos y las actividades recreativas.	Diseño de los perfiles oficiales en Instagram, Facebook y TikTok	2 meses	Community manager, camarógrafo, editores de video	Celular inteligente o cámaras, conexión a internet, equipo audiovisual básico	\$700	Universidad Estatal Península de Santa Elena (estudiantes y docentes de comunicación/turismo)	Gad municipal – departamento de turismo y comunicación	
	Producción y publicación de imágenes y videos cortos							
	Uso de hashtags oficiales como: #ExperienciaBallenita, #BallenitaRecreativa, #playaballenita							
<b>TOTAL</b>					\$700			
<b>Control de estrategia 1</b>								
<b>Gestión de las redes sociales</b>		Se realizará la revisión de las estadísticas de alcance, vistas, likes, comentarios y compartidos						
<b>Instrumento</b>		Reportes mensuales de engagement, estadísticas de redes sociales, encuestas digitales de percepción de marca.						


Elaborado por: Holguin Ginger (2025)

**Estrategia 2:** Marca turística de Ballenita adaptada a redes sociales*Anexo 3: Marca turística de Ballenita*

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Diseñar la marca turística para promocionar las actividades turísticas recreativas y posicionar a Ballenita como destino recreativo	Diseño del logo, eslogan y estilos visuales	5 mes	Diseñadores gráficos	Software de diseño, elementos impresos, equipo de cómputo.	\$3.000	Dirección de Turismo del GAD Municipal	Dirección de Turismo del GAD Municipal	
	Integrarlos en souvenirs, publicaciones, y plantillas digitales.							
	Adaptarlos a Instagram, Facebook y TikTok							
<b>TOTAL</b>					\$3.000			
<b>Control de estrategia 2</b>								
<b>Monitoreo de la marca turística</b>		Seguimiento por parte de la dirección de turismo y presentación de la marca turística						
<b>Instrumento</b>		Informe de diseño final de la marca turística, retroalimentación y validación comunitaria						

Elaborado por: Holguin Ginger (2025)

*Anexo 4: Propuesta de marca turística*

MARCA	DESCRIPCIÓN
 <p data-bbox="427 991 887 1018"><i>Gráfico 19: Propuesta de marca turística</i></p>	<p>La propuesta de marca turística se la realizo con la finalidad de promover al balneario de ballenita y las actividades turísticas recreativas que se están proponiendo. Teniendo en cuenta aquello tiene como objetivo que se reconozca el destino a través de este logo.</p>
	<p>Se trata de representar que el destino tiene tradición y experiencias únicas. Lo que busca transmitir la vitalidad del balneario, su riqueza natural y cultural, y el deseo de invitar al turista a vivirlo más allá de la playa: a través de actividades recreativas, eventos culturales, deportes al aire libre y la calidez de su gente. Slogan “Vive la Experiencia Costera”</p>
	<p>Se resalta a la Ballena, ya que se debe al nombre del balneario Balenita, también porque desde el mirador se puede observar a las ballenas de cola blanca, que llegan cada año a las costas para aparearse.</p>

**Estrategia 3:** Portafolio de las actividades turísticas recreativas

*Anexo 5: Portafolio de las actividades*

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Dinamizar el flujo turístico a través de las actividades recreativas promocionadas en redes sociales	Organización mensual de eventos y actividades	12 meses (mensual)	Promotores, community managers, experto en turismo	Equipo de cómputo, equipo de grabación, escenario, acceso a internet	\$2,500	GAD Municipal de Santa Elena	Dirección de Turismo del GAD Municipal	
	Crear eventos en Facebook, campañas en Instagram y TikTok							
	Realizar publicaciones y transmisiones en vivo del evento antes, durante y después							
<b>TOTAL</b>					\$2,500			
<b>Control de estrategia 3</b>								
<b>Gestión de las actividades turísticas recreativas</b>		Seguimiento de parte de dirección de turismo verificando el número de eventos realizados, métricas de redes (alcance, interacción), flujo de visitantes.						
<b>Instrumento</b>		Informe de cada evento realizado, encuestas.						
<b>Periodicidad</b>		Priorizar fines de semana, feriados y vacaciones escolares						

Elaborado por: Holguin Ginger (2025)

*Anexo 6: Actividades turísticas recreativas propuestas*

ACTIVIDAD TURÍSTICA RECREATIVA	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
Actividades deportivas	Organización de torneos o prácticas de deportes como vóley de playa, fútbol, yoga, pilates, zumba y juegos acuáticos	Ideal para turistas de todas las edades, en especial jóvenes y grupos familiares.
	Realizar un circuito de ciclismo recreativo que conecte Ballenita con puntos turísticos cercanos (Museo Amantes de Sumpa, mirador el tablazo, mercados)	Se podrá implementar el alquiler de bicicletas. También los turistas tendrán la opción de participar con equipo propio.
Actividades al aire libre	Organizar un festival de cometas y juegos tradicionales, que permitan al visitante la elaboración y vuelo de cometas en familia, junto con juegos tradicionales ecuatorianos como el trompo, rayuela, carrera de sacos, y concursos de destrezas.	Se realizarán en vacaciones escolares o fines de semana largos.
	Organizar cine al aire libre y espectáculos culturales, esto incluirá la proyección de cine nacional y latinoamericano en la playa o malecón escénico, acompañadas de presentaciones artísticas como música en vivo, danza tradicional y teatro costumbrista.	Ideal para realizar una vez al mes o en feriados
Actividades culturales	Organizar de eventos mensuales donde se expongan productos locales: comida típica (ceviches, mariscos, empanadas), postres tradicionales, bebidas naturales, así como artesanías elaboradas por habitantes del sector (tejidos, cerámica, arte marino)	Se recomienda se los realice en el Malecón escénico o Pico loco.

**Estrategia 4:** Talleres dirigidos a la comunidad local sobre redes sociales, edición básica y fotografía turística*Anexo 7: Talleres dirigidos a la comunidad local*

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Dar a conocer a la comunidad local sobre la importancia del uso de las herramientas digitales y a su vez que ellos mismos sean los creadores de contenido y promocionen el destino.	Organización de talleres presenciales sobre redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) y herramientas como Canva	1 mes	Facilitadores o capacitadores	Proyector, laptops, guías impresas, conexión a internet, aula	\$300	Universidad Estatal Península de Santa Elena	Dirección de Turismo del GAD Municipal y Asociaciones locales	
	Organización de talleres sobre edición básica y fotografía turística							
	Invitación a experto en fotografía y marketing digital							
<b>TOTAL</b>								\$300
<b>Control de estrategia 4</b>								
<b>Gestión de talleres</b>		Monitoreo del número de asistencias a los talleres, se ponga en práctica lo aprendido						
<b>Instrumento</b>		Registro de asistencia, encuestas de satisfacción, seguimiento de contenidos generados por comuneros.						


**Elaborado por:** Holguin Ginger (2025)

**Estrategia 5:** Alianzas estratégicas con operadores turísticos*Anexo 8: Alianzas con operadores turísticos*

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo	Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
			Humanos	Materiales	Presupuesto			
Incorporar al balneario de Ballenita en paquetes turísticos o rutas que ofrecen los operadores turísticos	Organizar reuniones y firma de convenios con los operadores turísticos	3 meses	Equipo técnico del GAD y promotores turísticos	Papelería oficial, material promocional, carpetas de presentación, laptop, sala	\$700	Dirección de Turismo del GAD Municipal	Cámara de Turismo de Santa Elena, Operadores privados	
	Coordinación para que las actividades turísticas recreativas sean integradas en paquetes turísticos							
	Incentivar la promoción de Ballenita como “destino recreativo” en plataformas de agencias							
<b>TOTAL</b>								\$700
<b>Control de estrategia 5</b>								
<i>Gestión de las alianzas con operadores turísticos</i>		Seguimiento del número de alianzas y monitoreo del contenido promocional						
<i>Instrumento</i>		Informe del número de convenios firmados, reportes de visitantes captados por operadores y del número de visualizaciones del contenido compartido.						

Elaborado por: Holguin Ginger (2025)

## Anexo 9: Encuesta

 <b>UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO</b>		Encuesta N°
		Fecha
<b>ENCUESTA A TURISTAS</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Identificar las preferencias de los visitantes del balneario de Ballenita y conocer las actividades que realizan o les gustaría realizar, teniendo como objetivo potenciar el flujo de turistas a través de actividades turísticas recreativas.	
<b>INSTRUCCIONES</b>	Marcar con una (x) la alternativa que considera adecuada se recomienda responder con mayor sinceridad.	
<b>SECCIÓN I: DATOS DEMOGRÁFICOS</b>		
<b>Edad</b> <input type="radio"/> 18 a 30 años <input type="radio"/> 30 a 40 años <input type="radio"/> 40 a 50 años <input type="radio"/> Mayores de 50 años	<b>Género</b> <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> LGBTI	<b>Ocupación</b> <input type="radio"/> Público <input type="radio"/> Privado <input type="radio"/> Estudia <input type="radio"/> Independiente <input type="radio"/> Jubilado <input type="radio"/> Otras (especifique):
<b>Nacionalidad</b> <input type="radio"/> Nacional <input type="radio"/> Extranjero		
<b>SECCIÓN II</b>		
<b>Es la primera vez que visita el balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Es mi primera visita <input type="radio"/> 1-2 veces antes. <input type="radio"/> Varias veces (3-5 veces). <input type="radio"/> Soy visitante frecuente (más de 6 veces).	<b>Conoce las actividades turísticas que puede realizar en el balneario de Ballenita? ¿Cuáles son?</b> <input type="radio"/> No conoce ninguna actividad <input type="radio"/> 1 o 2 actividades _____ <input type="radio"/> 3 a más actividades _____ <input type="radio"/> Todas las actividades que se pueden realizar	
<b>Cuál es su motivación para visitar el balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Vacaciones <input type="radio"/> Visitar sus atractivos turísticos <input type="radio"/> Visitar a familiares / amigos <input type="radio"/> Gastronomía	<b>De las siguientes actividades que se pueden realizar en el balneario de Ballenita ¿Cuáles son las que normalmente realiza durante su visita?</b> <input type="radio"/> Disfrutar de la playa (indique que parte de la playa) <input type="radio"/> Caminatas o recorridos naturales (indique en que área) <input type="radio"/> Eventos culturales o festivos (indique los eventos) <input type="radio"/> Deportes acuáticos (surf, buceo, etc.) <input type="radio"/> Otras (especifique)	
<b>Cuál es su presupuesto de gasto para realizar actividades turísticas?</b> <input type="radio"/> Menos de \$50 <input type="radio"/> \$50 a \$100 <input type="radio"/> \$100 a \$150 <input type="radio"/> Mas de \$150	<b>En la simple vista ¿Considera que el balneario de Ballenita debe mejorar en algún aspecto?</b> <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo	
<b>Cuáles son los puntos a mejora, más relevantes que deben ser considerados?</b> <input type="radio"/> Seguridad <input type="radio"/> Variedad de actividades recreativas <input type="radio"/> Promoción turística <input type="radio"/> Infraestructura turística (hoteles, restaurantes, baños públicos) <input type="radio"/> Limpieza y cuidado ambiental	<b>Le gustaría que se implementen más actividades turísticas recreativas?</b> <input type="radio"/> Nada interesado <input type="radio"/> Poco interesado <input type="radio"/> Neutral / Indiferente <input type="radio"/> Bastante interesado <input type="radio"/> Muy interesado	
<b>Qué tipo de actividades turísticas recreativas le gustaría encontrar en el balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Actividades deportivas (paseos en bote, ciclismo, pesca deportiva, bailoterapia, futbol y volleyball playero) <input type="radio"/> Actividades al aire libre (vuelo de cometas, picnic en la playa, cine en la noche) <input type="radio"/> Actividades culturales (visitas a la iglesia "Nuestra Señora de la nube", degustación de la gastronomía local, exhibición artística) <input type="radio"/> Actividades de creación artística y manual (Talleres artesanías, ambientales) <input type="radio"/> Conciertos, festivales, desfiles en carnaval, ferias. <input type="radio"/> Otros (especifique)	<b>Por qué medios a conocido del balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Las recomendaciones de amigos y familiares <input type="radio"/> Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik tok, otros) <input type="radio"/> Campañas publicitarias a través de ferias, televisión, otros. <input type="radio"/> Medios tradicionales (radio, televisión y periódicos)	
<b>¿Usted considera ¿Cuál es el medio más efectivo para promocionar las actividades turísticas recreativas del balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok) <input type="radio"/> Publicidad en medios tradicionales <input type="radio"/> Ferias y eventos turísticos	<b>Volvería a visitar el balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Tal vez	
<b>Qué motivo considera usted importante por el que volvería a visitar el balneario de Ballenita?</b> <input type="radio"/> Precios <input type="radio"/> Comodidad <input type="radio"/> Actividades turísticas recreativas <input type="radio"/> Atractivos turísticos <input type="radio"/> Fácil de reservar <input type="radio"/> Seguridad	<b>Considera que al implementar otras actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita aumente el flujo de visitantes?</b> <input type="radio"/> Muy probable <input type="radio"/> Poco probable <input type="radio"/> Nada probable	

## Anexo 10: Entrevista



### UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

#### Entrevista dirigida a operadores turísticos, autoridades y las asociaciones del balneario de Ballenita

Las actividades turísticas recreativas son las acciones que se realizan en el tiempo libre u ocio, lo cual permite a los visitantes disfrutar, aprender o interactuar en el destino, como deportes, talleres, rutas culturales, actividades en la naturaleza, festivales.

**Objetivo:** Conocer la situación actual de la actividad turística del balneario de Ballenita e identificar las oportunidades para desarrollar nuevas actividades recreativas.

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo del entrevistado:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es su perspectiva sobre la situación actual de la afluencia turística en el balneario de Ballenita?
2. Usted considera ¿Cuáles son las actividades turísticas recreativas que más se desarrollan en el balneario?
3. Desde su perspectiva ¿Qué elementos históricos, culturales o tradicionales locales considera que se deben aprovechar para crear nuevas actividades recreativas para incrementar la afluencia de visitantes en cualquier época del año?
4. ¿Qué tipo de estrategias han implementado para promocionar el balneario de Ballenita?
5. ¿Qué estrategias desea que se implemente para una mayor promoción del balneario y sus actividades?
6. ¿Cree que la implementación de tecnología (aplicaciones móviles, señalización digital, realidad aumentada) podría mejorar la experiencia de las actividades turísticas recreativas en Ballenita? ¿En qué tipo de actividades la aplicaría?
7. ¿Considera que existen planes o proyectos específicos relacionados con el desarrollo de actividades turísticas recreativas en Ballenita?
8. ¿Existe alguna normativa que regule el uso de espacio público para el desarrollo de las actividades turísticas?
9. ¿Conoce si existe requisitos de seguridad y permisos que se deben considerar antes de implementar nuevas actividades recreativas en el balneario?
10. Desde su perspectiva ¿Qué impacto ambiental y social podría tener la creación de nuevas actividades turísticas recreativas en el balneario de Ballenita? ¿Qué medidas podrían tomarse para minimizar los impactos negativos?
11. Usted considera ¿Qué las nuevas actividades turísticas recreativas deban ser dirigido a algún segmento específico (familias, jóvenes, adultos mayores, turismo internacional, etc.)? ¿Por qué?
12. En cuanto a la comunidad local, ¿Cómo describiría la actitud de la comunidad hacia el desarrollo de nuevas actividades turísticas recreativas?
13. Desde su perspectiva ¿Cuáles son las principales oportunidades y obstáculos para el desarrollo de actividades turísticas recreativas en el balneario Ballenita?

*Anexo 11: Fotos de las encuestas y entrevistas realizadas*



*Gráfico 20: Encuesta a turistas*



*Gráfico 21: Encuesta a turistas*



*Gráfico 22: Encuesta a turistas*



*Gráfico 23: Encuesta a turistas*



*Gráfico 24: Entrevista al ex presidente del comité de turismo de Ballenita.*



*Gráfico 25: Entrevista a la presidente del comité de gestión de playa Bandera Azul de Ballenita*