



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**"ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA DE TURISMO  
RECEPTIVO E INTERNO PARA LA RUTA VALDIVIA-SAN  
JOSÉ."**

**TESIS DE GRADO**

Previa la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN TURISMO**

Presentada por:

**Rosa Bourne Zambrano**

**Cristina Gualavisí Albán**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2007-2008**



## **AGRADECIMIENTO**

Al Master **WILMER CARVACHE FRANCO** nuestro Director de Tesis, por su valiosa ayuda, paciencia y colaboración para la realización de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

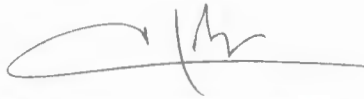
**Rosa Bourne Z.**

A mi padre y obviamente a mi madre que no alcanzó a ver los resultados pues partió tempranamente de ésta vida, y a todas las personas que contribuyeron a la culminación de nuestra tesis. En especial a nuestros amigos Tannia Marca y Xavier González oriundos de Montañita quienes nos apoyaron incondicionalmente.


**Cristina Gualavisí A.**

A Dios, por bendecirme con una madre sabia, valiente y cariñosa y con un padre responsable, amigo y cálido. Gracias amados padres por creer en mi, por guiarme y ser mi apoyo en los momentos más difíciles y celebrar conmigo aquellos gratos recuerdos.

## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



.....  
**Ing Héctor Ayón Jó**  
**Presidente del Tribunal**




.....  
**Msc. Wilmer Carvache Franco**  
**Director de Tesis**



.....  
**Lcda. María Dolores Cazoria Suna**  
**Miembro Principal**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL".

  
Rosa Eleria Bourne Zambrano

  
Cristina Isabel Gualavisí Albán

## RESUMEN

En el Capítulo I, se explica y analiza el marco teórico que sirvió para la elaboración de la presente tesis. Se detallan los tipos de turismo para entender los factores y componentes de las tendencias actuales del turismo.

En el Capítulo II, se da a conocer una guía de los aspectos turísticos de la ruta Valdivia-San José con sus principales atractivos.

En el Capítulo III, se hace un análisis del mercado y estudio de la oferta y demanda de la ruta Valdivia-San José.

En el Capítulo IV, se presenta la cartera de productos propuesta, se analizan los beneficios esperados y se hace un análisis FODA de los productos.

En el Capítulo V, se analizan las estrategias de promoción y distribución de los productos turísticos propuestos para la ruta Valdivia-San José.

## **INDICE GENERAL**

RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
ÍNDICE DE PRODUCTOS.....	XIV
ÍNDICE DE MAPAS.....	XV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1

### **I. MARCO TEÓRICO**

1.1 Turismo: Concepto.....	3
1.1.1 Tipos de turismo.....	4
1.1.2 Turismo receptivo.....	17
1.1.3 Turismo interno.....	19
1.2 Atractivo turístico.....	20
1.3 Producto turístico.....	20
1.4 Paquete turístico.....	25

1.5 Tour.....	25
1.6 Ruta.....	26
1.7 Itinerario.....	27
1.8 Agencias de viajes.....	27
1.8.1 Operadora de turismo.....	29

## **II. ASPECTOS TURISTICOS DE LA RUTA VALDIVIA-SAN JOSE**

2.1 Delimitación del sector investigado: Ruta Valdivia-San José.....	31
2.2 Principales atractivos turísticos.....	34
2.3 Facilidades.....	52
2.3.1 Alojamiento.....	52
2.3.2 Alimentación.....	58
2.3.3 Actividades lúdicas.....	60
2.3.4 Complementarios.....	62
2.4 Acceso. ....	63
2.4.1 Transportación. ....	64

## **III ANÁLISIS DEL MERCADO**

3.1 Metodología utilizada.....	65
3.2 Análisis de la demanda.....	81
3.3 Análisis de la oferta.....	86



#### **IV. CARTERA DE PRODUCTOS PROPUESTA**

4.1 Elaboración de la cartera de productos. ....	89
4.1.1 Productos turísticos propuestos. ....	89
4.1.2 Beneficios esperados. ....	128
4.1.3 Análisis FODA.....	128

#### **V. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

<b>DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS.....</b>	<b>130</b>
--	------------

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>139</b>
--------------------------	------------

<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>141</b>
-----------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>152</b>
--------------------------	------------

## INDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>1.-</b> Componentes básicos del producto turístico.....	22
<b>2.-</b> Planta turística registrada en el Ministerio de Turismo por provincias año 2006.....	53
<b>3.-</b> Frecuencia de buses Guayaquil-Santa Elena.....	64
<b>4.-</b> Segmentación de la demanda.....	83
<b>5.-</b> Entradas y salidas en el Ecuador 2003-2006 (Datos provisionales para los años 2006 - 2007).....	84
<b>6.-</b> Cartera de productos turísticos.....	91
<b>7.-</b> Cálculo de costos del producto observación de la elaboración de artesanías en Libertador Bolívar.....	94
<b>8.-</b> Cálculo de costos del producto recorrido cultural por la ruta Valdivia – Olón.....	97
<b>9.-</b> Cálculo de costos del producto descubriendo la biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a pie).....	100
<b>10.-</b> Cálculo de costos del producto descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en bicicleta y a pie).....	103
<b>11.-</b> Cálculo de costos del producto descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a caballo).....	106
<b>12.-</b> Cálculo de costos del producto recorriendo el sendero La Mona	

	en Loma Alta (A pie – pernociación y transporte).....	110
<b>13.-</b>	Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (A pie y transporte).....	113
<b>14.-</b>	Cálculo de costos del producto recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo – pernociación y transporte).....	117
<b>15.-</b>	Cálculo de costos del producto recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo – pernociación y transporte).....	120
<b>16.-</b>	Cálculo de costos del producto pedaleando desde Montañita a Olón.....	123
<b>17.-</b>	Cálculo de costos del producto recorriendo la ruta Valdivia - San José.....	127
<b>18.-</b>	Análisis FODA.....	129

## INDICE DE FIGURAS

	<b>Pág</b>
1.- Exterior del acuario de Valdivia.....	34
2.- Interior del acuario de Valdivia.....	35
3.- Museo de Valdivia.....	36
4.- Elaboración sombrero de paja toquilla.....	38
5.- Artesanía en fibras de toquilla, sapan y cabuya.....	39
6.- Artesanía en tagua y marfil vegetal.....	39
7.- Reserva Ecológica de Loma Alta.....	43
8.- Comuna Dos Mangas.....	45
9.- Montañita.....	47
10.- Santuario de Olón.....	48
11.- Las cascadas Alex.....	49
12.- San José.....	51
13.- Hotel baja Montañita.....	56
14.- Ubicación finca-hostería El Retiro.....	57
15.- Ceviche de camarón.....	60
16.- Práctica de buceo frente al islote El Pelado.....	61
17.- Histograma de frecuencia para el sexo.....	75
18.- Histograma de frecuencias para la edad.....	76
19.- Histograma de frecuencias para la ocupación.....	76

20.- Histograma para la frecuencia de origen.....	77
21.- Histograma de frecuencia de permanencia.....	78
22.- Histograma de frecuencia de número de visitas.....	78
23.- Histograma de frecuencia de meses de visita.....	79
24.- Histograma de frecuencia de las actividades desarrolladas durante la visita.....	80
25.- Histograma de frecuencia de alternativas de esparcimiento no comunes.....	80
26.- Histograma de frecuencia de disposición a adquirir el producto.....	81
27.- Cuadro estadístico de turistas extranjeros que visitaron nuestras playas.....	85
28.- Cocción paja toquilla.....	103
29.- Caídas Dos Mangas.....	106
30.- Vista panorámica de Loma Alta.....	115
31.- Sendero Las Botijas.....	118
32.- Sendero La Mona a caballo.....	121

## ÍNDICE DE PRODUCTOS

	<b>Pág</b>
<b>1.-</b> Observación de la elaboración de artesanías en Libertador Bolívar.....	92
<b>2.-</b> Recorrido cultural por la ruta Valdivia - Olón.....	95
<b>3.-</b> Descubriendo la biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a pie).....	98
<b>4.-</b> Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en bicicleta y a pie).....	101
<b>5.-</b> Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a caballo).....	104
<b>6.-</b> Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (A pie – pernociación y transporte).....	107
<b>7.-</b> Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (A pie y transporte).....	111
<b>8.-</b> Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo – pernociación y transporte).....	114
<b>9.-</b> Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (Caballo y Transporte).....	118
<b>10.-</b> Pedaleando desde Montañita a Olón.....	121
<b>11.-</b> Recorriendo la ruta Valdivia - San José.....	124

## INDICE DE MAPAS

	Pág
<b>1.-</b> Mapa ruta Valdivia-San José.....	33
<b>2.-</b> Observación de la elaboración de artesanías en Libertador Bolívar.....	94
<b>3.-</b> Recorrido cultural por la ruta Valdivia - Olón.....	97
<b>4.-</b> Descubriendo la biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a pie).....	100
<b>5.-</b> Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en bicicleta y a pie).....	103
<b>6.-</b> Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a caballo).....	106
<b>7.-</b> Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (A pie – pernóctación y transporte).....	109
<b>8.-</b> Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (A pie y transporte).....	113
<b>9.-</b> Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo – pernóctación y transporte).....	116
<b>10.-</b> Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (Caballo y Transporte).....	120
<b>11.-</b> Pedaleando desde Montañita a Olón.....	123

**12.-** Recorriendo la ruta Valdivia - San José.....

127



## INDICE DE ANEXOS

	Pág
<b>A.-</b> Entrevista en comuna Sitio Nuevo.....	144
<b>B.-</b> Entrevista en comuna Libertador Bolívar.....	146
<b>C.-</b> Boletín de playas - N° 54 Principales resultados de monitoreo de playas.....	148
<b>D.-</b> Boletín de playas - N° 55 Principales resultados de monitoreo de playas.....	149
<b>E.-</b> Encuesta de aceptación para la ruta Valdivia – San José.....	150

## INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador, si bien es cierto, es un rubro económico joven en los cuadros de ingresos de capital, pero además, es un sector que exige atención, publicidad y políticas ambientales, direccionadas todas estas a la conservación de sus recursos, los cuales pueden desaparecer si no se los maneja sustentablemente.

La costa ecuatoriana posee diferentes atractivos tanto naturales y culturales aún desconocidos por la mayoría de los visitantes que año a año se incrementan en esta región, los cuales no solo buscan entretenimiento sino que además se muestran interesados en el ecosistema dado a esta nueva tendencia mundial de conservación ambiental. La región costa por lo general, es conocida por el turismo de sol y playa que ofrece, esto, vinculado a la diversión, deporte y relax, encasilla a esta región, dejando a un lado la parte histórica, cultural y ecológica que posee.

Es por ello que el objetivo de la presente tesis es proponer nuevas alternativas de productos turísticos en la ruta Valdivia- San José, para contribuir con la diversificación de la oferta del destino y el desarrollo del turismo local y de sus comunidades.

Como objetivos específicos tenemos los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para determinar los principales aspectos para la elaboración de la cartera de productos propuesta.
- Elaborar una cartera de productos turísticos de la ruta Valdivia-San José la cual promocionará una oferta diversificada.
- Diseñar un plan de promoción de los productos turísticos propuestos.
- Involucrar en los productos propuestos la participación de la comunidad.

Si se elabora una cartera de nuevos productos se diversificará la oferta turística de la ruta Valdivia-San José contribuyendo de esta manera con el desarrollo del turismo local.

# **CAPITULO I**

## **MARCO TEORICO**

### **1.1 Concepto de turismo**

De acuerdo con la nueva definición de la OMT (Organización Mundial del Turismo), por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por razones lucrativas. (Montaner 1996:21)

### **1.1.1 Tipos de turismo**

Según Montaner, autor del libro Estructura del Mercado Turístico (1996:248), expone los siguientes tipos de turismo.

#### **Turismo de sol y playa**

El turismo de sol y playa es el producto y la actividad tradicional de nuestro siglo XX, la moda más extendida en la población turística mundial, aunque haya zonas del mundo en que comienzan a dejar de serlo.

La infraestructura fundamental está basada en:

- a) El clima: sol, temperatura cálida.
- b) El litoral, con sus correspondientes costas y playas, acondicionados para tomar el sol y practicar actividades deportivas, recreativas y de esparcimiento.
- c) Las comunicaciones y el transporte para llegar a las playas.
- d) Los correspondientes servicios de limpieza de la arena y aguas; servicio de evacuación de aguas residuales, basuras, etc.

**Tipo de clientela:** En principio de cualquier segmento de la población turística, tanto individual como colectiva; de todas las edades y todos los poderes adquisitivos. Clientela masificada por touroperadores.

La ruta Valdivia-San José ofrecerá al turista la opción de sol y playa como alternativa de descanso y recreación luego de haber visitado los senderos o los recorridos culturales propuestos. Tal es el caso de Montañita donde se puede disfrutar del sol y la playa practicando las diversas actividades deportivas que ofrece este sector o admirando los campeonatos de surf que se organizan durante la temporada playera.

Olón y San José son playas ideales para el descanso, donde el vaivén de las olas del mar son la música de fondo para el descanso perfecto. Libertador Bolívar cuenta con chozas, hamacas y parasoles para comodidad del turista, talleres artesanales así como también servicio de alimentación sea en restaurantes u hospederías comunitarias del sector.

Algunas de las playas de esta ruta se encuentran acondicionadas con recipientes para basura, alquiler de carpas, actividades deportivas, transporte, servicio de alimentación y hospedaje generando de esta manera la práctica de este tipo de turismo.

El tipo de turista que visita las playas ubicadas a lo largo de la ruta Valdivia-San José es aquel que busca el descanso y la recreación durante el día sin distinción de edad o condición económica.

## **Turismo cultural**

Por turismo cultural se entiende, el conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar al turista conocimientos y ampliar su cultura desde una perspectiva del tiempo libre y de la civilización del ocio.

Podemos agrupar las siguientes actividades culturales:

- a) Entrar en contacto con las distintas épocas históricas, artísticas y culturales, a través de la visita de conjuntos monumentales, museos, rutas e itinerarios histórico-artístico, monumentales, etc.
- b) Las manifestaciones culturales y de espectáculos a través de festivales de música, cine, teatro, representaciones religiosas, corridas de toros, conciertos y ciclos de ópera, exposiciones de arte: Pintura, escultura, fotografía, etc.
- c) Asistencia a cursos, seminarios, simposios culturales, cursos de idiomas en el extranjero. Ejemplo: Las universidades de verano.
- d) Manifestaciones folclóricas, gastronómicas y de artesanía, a través de fiestas mayores y típicas, festivales folclóricos musicales, jornadas gastronómicas o de cursos de cocina, exposiciones y cursos de artesanía, etc.

**Tipo de clientela:** Turista, en principio de cualquier edad, con un nivel cultural e interesado por el pasado histórico, monumental, artístico y antropológico, así como motivado por una formación cultural permanente.

El turismo cultural de la ruta Valdivia-San José se encuentra concentrado en la zona de Valdivia, donde la visita a su museo deleitará al turista con la historia de la cultura Valdivia (4200-1500AC), principal referente arqueológico de la región costa del Ecuador, donde se podrán observar estatuillas de las Venus de Valdivia y maquetas explicativas sobre la forma de vida de las civilizaciones que habitaban esta región, así como piezas arqueológicas de la cultura Chorrera (4200-500AC)

Las comunas de Sitio Nuevo, Loma Alta, Dos Mangas, Barcelona y Libertador Bolívar cuentan con hábiles artesanos, pescadores, agricultores, en general gente trabajadora y cálida con el turista, dispuestos a dar a conocer su técnica de elaboración de artesanías sean estas sombreros de paja toquilla, adornos en tagua, pesca artesanal, artículos de sapán, etc. además de la historia y costumbres de sus comunas.



### **Turismo verde**

El turismo verde es la actividad turística que implica interés científico e instructivo por la montaña, el paisaje, la flora y fauna, especialmente en espacios protegidos como parques nacionales, parques naturales, reservas de la biosfera y parajes naturales.

**Tipología de clientela:** El turista que tiene inquietudes ecológicas y está interesado por la cultura de la naturaleza. En principio, el perfil del segmento de la población es el turista de cualquier edad, sensibilizado por estos temas y por la preservación del espacio natural.

En la ruta Valdivia-San José los principales exponentes de este tipo de turismo son los senderos ofertados hacia las comunas de Dos Mangas y Loma Alta donde el contacto con la naturaleza es ineludible, la flora y fauna de estas comunas brindan la combinación perfecta para la práctica del turismo verde.

### **Turismo deportivo**

El turismo deportivo es una actividad ya tradicional en el tiempo libre y vacacional. Sin embargo, con la incorporación de nuevos deportes, sobre todo deporte de aventura, esta actividad ha vuelto a tener auge en estos últimos años.



Las principales actividades deportivas que se consideran incluidas dentro del turismo deportivo son:

### **1. Turismo náutico**

Es una actividad tradicional que se ha desarrollado en los países turísticos con recursos acuáticos desde hace ya varios años, pero que hoy, con la incorporación de nuevas modalidades deportivo náuticas vuelve a tener auge, con embarcaciones propias o de alquiler de diversa tipología que combinan la vela con el motor.

**Tipo de clientela:** Los turistas amantes del mar con alto poder adquisitivo.

### **2. Deportes de invierno**

La práctica de los deportes de invierno es otra actividad tradicional dentro de los deportes turísticos, con sus diferentes modalidades de esquí alpino, esquí de fondo, "cars", trineos, etc.

**Tipo de clientela:** Turista amante de los deportes de nieve.

### **3. Caza y pesca**

También es una actividad deportiva tradicional sujeta a las normas, licencias y permisos que adoptan las autoridades competentes de los diferentes países que tienen reservas importantes de animales.

En cuanto a la caza, tanto la caza mayor como la caza menor, está regulada geográfica y temporalmente con las correspondientes autorizaciones y prohibiciones con el fin de preservar las distintas especies.

En cuanto a la pesca, las características son similares a las de la caza, tanto por lo que se refiere a la pesca en ríos, como en lagos y mares.

**Tipo de clientela:** Ambas actividades han sido siempre una práctica de turismo de calidad y selectivo para los amantes de la caza y la pesca con poder adquisitivo alto. Turismo individual o en grupo.

#### 4. Golf

El golf es otra actividad turística, cuya infraestructura está basada en los campos de golf.

**Tipo de clientela:** Turismo individual de alto poder adquisitivo y con libertad de viajar en cualquier época del año. Es una actividad de turismo de élite o minorías.

Los campeonatos de surf que se realizan en la comuna de Montañita forman parte de este tipo de turismo los cuales convocan a un gran número de espectadores y participantes nacionales y extranjeros durante la temporada de playa. Además se organizan campeonatos de volley y fútbol playero durante todo el año.

## **Turismo de aventura**

En el turismo de aventura podemos distinguir dos actividades: Deportes de aventura, y viajes o circuitos de aventura.

### **a. Deportes de aventura**

Aparte de los deportes tradicionales, hoy han surgido nuevos deportes y actividades, denominados de aventura, que se han incorporado a la actividad del turismo. Entre estos, destacan:

1. Aerostación: Paseo en globo que combina la calma, la emoción y el vértigo.
2. "Bus-Bob": Descenso por el río en una barca especial de forma alargada en la que montan todos los participantes.
3. "Cars" de montaña: Descenso en "car" por prados y laderas. Este deporte puede practicarse tanto en verano, sobre la hierba, como en invierno, sobre la nieve.
4. "Rappels": Descenso por barrancos y montañas.
5. Escalada: Los participantes se inician en un muro artificial antes de emprender la subida por las paredes naturales de la montaña.
6. "Hydrospeed": Descenso por el río en "giny" (embarcación parecida al trineo).

7. "Kayak": Descenso en canoas individuales por las aguas bravas de los ríos.
8. Paracaidismo: Descenso en paracaídas tanto en la montaña como en el mar.
9. Parapente o delta: Lanzamiento y descenso planeado desde lo alto de una montaña en vuelo libre con alas o paracaídas.
10. "Puenting": Salto desde un puente con una cuerda atada al cuerpo.
11. "Rafting": Descenso colectivo por rápidos y ríos con fuerte desnivel y corriente de aguas bravas, empleando balsas neumáticas.
12. "River-ski" acuático: Esquí sobre ríos, lagos o mares.
13. "Windsurfing": La navegación en el mar y en los lagos, sobre una tabla con una vela que se ha de denominar del viento.
14. Marchas a caballo - "Horseback" - y en bicicleta (ciclo-turismo o "mountain bike" con recorridos por el campo y la montaña).
15. Tiro con arco: Deporte que combina la precisión y la concentración.
16. Parques acuáticos: En los parques acuáticos también pueden desarrollarse una serie de actividades de aventura acuática en sus instalaciones de toboganes y otros aparatos e instalaciones, etc.
17. Senderismos y "trekking": Marchas a pie por el campo, la selva o la montaña que se van desde un día, una semana o más tiempo, para

practicar el excursionismo, hacer deporte y conocer de cerca la naturaleza a través de los paisajes, montañas, ríos, flora y fauna.

**Tipo de clientela:** Turismo juvenil, nómada, aventurero, amantes del riesgo, con fortaleza, con motivaciones culturales, antropológicas, deportivas y recreativas. Poder adquisitivo mediano.

### **Viajes y circuitos de aventura**

El turismo de aventura no consiste solamente en la práctica de una serie de deportes, con un mayor o menor grado de riesgo, de dominio y fortaleza, sino también existen viajes, cuyos itinerarios y circuitos ofrecen dificultades no tanto por los accidentes geográficos que se han de sortear – descenso de ríos (Amazonas, etc.), travesías de desiertos o zonas montañosas (Sahara, Himalaya) -, sino por el sistema de transporte que se ha de utilizar –vehículos todoterreno-, por el sistema de alojamiento disponible – tiendas de campaña, refugios de montaña, etc.-, por el sistema de manutención – autopreparación de las comidas, o comidas preparadas-, y por el tipo de equipaje y su transporte – mochilas, bolsas, etc.-

**Tipo de clientela:** Turismo juvenil que por las características de riesgo, fortaleza, motivaciones culturales, deportivas y recreativas y poder

adquisitivo, es el que está más interesado en este tipo de actividades turísticas.

Tanto la actividad del "trekking" como los viajes y circuitos de aventura, requieren presupuestos relativamente baratos, en comparación a otro tipo de servicios combinados.

En este tipo de turismo anotamos la práctica de alas delta, parapente y excursiones submarinas en la zona de Valdivia ideal para aquellos turistas amantes de la adrenalina y las situaciones extremas.

### **Turismo religioso**

La actividad de las peregrinaciones es otra actividad turística que tiene una gran importancia no solamente religiosa, sino también histórica, económica, cultural y social.

Las grandes religiones del mundo han establecido a lo largo de la historia una serie de lugares y espacios sagrados de veneración, según las diferentes creencias religiosas – cristiana católica, musulmana, judía, hinduista, budista-.

Las corrientes turísticas a esos lugares de peregrinación han motivado la creación de una infraestructura para poder atender sus necesidades

materiales y espirituales, en cuanto a: Alojamiento, transporte, lugares de acogida, de reunión, de culto, etc.

**Tipo de clientela:** Peregrinos de diferentes edades, situación social y económica, creyentes y practicantes de una religión determinada.

En Olón encontraremos el santuario de la virgen Blanca Estrella de Mar donde cuenta la leyenda que durante el año de 1990 la imagen de la virgen lloró sangre. Es por tal motivo que cada 11 de Noviembre un número significativo de peregrinos visitan este santuario ubicado en la cima de un peñasco. La decoración del altar atrae además a los no religiosos quienes encantados con la belleza del tablado acuden a este santuario a admirarlo.

### **Turismo de viaje de incentivo y de familiarización**

El viaje de incentivo es una actividad turística que consiste en organizar viajes turísticos, de esparcimiento y de recreo para empleados de empresas con el fin de motivarles, estimularles, premiarles por su labor profesional o para premiar a vendedores y clientes por su actividad de venta o de compra.

El viaje de familiarización-"fam trip"- es una actividad turística que consiste en organizar viajes, visitas y estancias para vendedores profesionales con el fin de que se informen y conozcan el producto o el servicio que posteriormente van a vender. Esta actividad se desarrolla con mucha



frecuencia entre agentes de viajes, transportistas, hoteleros, etc., para conocer de cerca la realidad de los productos y servicios que posteriormente serán vendidos a los clientes.

**Tipo de clientela:** Estaría integrado por profesionales comerciales, empleados y clientes de empresas, profesionales de medios de comunicación, etc.

### **Turismo científico**

Aunque puede estar relacionado con el turismo cultural o el turismo verde, el turismo científico se ha constituido ya en una actividad turística con personalidad propia, basada en visitas, estancias o viajes a lugares geográficos donde la naturaleza a través de su orografía, fauna, flora, fenómenos y paisajes naturales ofrecen posibilidades para conocer más de cerca todo lo relacionado con las ciencias naturales.

**Tipo de clientela:** El segmento de la población turística interesado en este tipo de actividad está concentrado básicamente en la población estudiantil, académica y cualquier otra amante de la naturaleza y de la ciencia.

Turistas extranjeros visitan nuestro país para practicar la actividad de bird-watching (avistamiento de aves) así como también para conocer la flora y fauna silvestre del lugar mediante los recorridos ofertados en Dos Mangas y Loma Alta.

### 1.1.2 Turismo receptivo

Según Montaner (1996:24) el turismo receptor es el de los no residentes que viajan dentro de un país dado.

**Turismo emisor:** el de los residentes de un país dado que viajan a otro país.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse a su vez, dando lugar a las categorías de turismo siguientes:

- a) Turismo interior, que comprende el turismo interno y el turismo receptor.
- b) Turismo nacional, que comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- c) Turismo internacional, que comprende el turismo receptor y el turismo emisor.

### Turismo internacional (Receptor y Emisor)

1. **Residente:** una persona es residente en un país si ha permanecido en dicho país durante al menos un año o doce meses consecutivos,

- precedentes al momento de su entrada en otro país por un periodo no superior a un año.

**Visitante:** toda persona que viaja, por un período no superior a un año, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

- Turista:** todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- Excursionista:** todo visitante que viaja a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero distinto al de su entorno habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernóctación en el país visitado, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

### 1.1.3 Turismo interno

Según Montaner (1996:23) el turismo interno es el de los residentes de un país que viajan únicamente dentro de este mismo.

**1. Residente:** se considera que una persona es residente en un lugar si ha permanecido en él al menos seis meses consecutivos, precedentes al momento de su entrada en otro lugar del mismo país por un periodo no superior a seis meses.

**2. Visitante:** toda persona que reside en un país y que viaja, por seis meses o menos, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**3. Turista:** todo visitante que reside en un país y que viaja a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a seis meses, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**4. Excursionista:** todo visitante que reside en un país, que viaja a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, por un período

- inferior a 24 horas sin incluir pernoctación en el lugar visitado y cuyo
- motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se
- remunere en el lugar visitado.

## 1.2 Atractivo turístico

Los atractivos turísticos son un conjunto de elementos del producto turístico que determinan la selección que hace el turista del sitio en que pasará sus vacaciones. Se dividen en:

De sitio y de evento

**De sitio:** Naturales, manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas y acontecimientos programados.

**De eventos:** Ferias y exposiciones, congresos y convenciones, acontecimientos especiales. (Materia Operación Turística. Espol. Carvache: 2006)

## 1.3 Producto turístico

Según Cárdenas autor del libro Producto Turístico (1991:13), el producto constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidores, lo que se venden son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de este producto.

Dentro de la actividad turística, está constituida por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad; los tres aspectos que en la actualidad integran el producto turístico, se muestran a continuación:

**Producto turístico** = atractivos+ facilidades+ accesibilidad (Ver tabla N° 1)

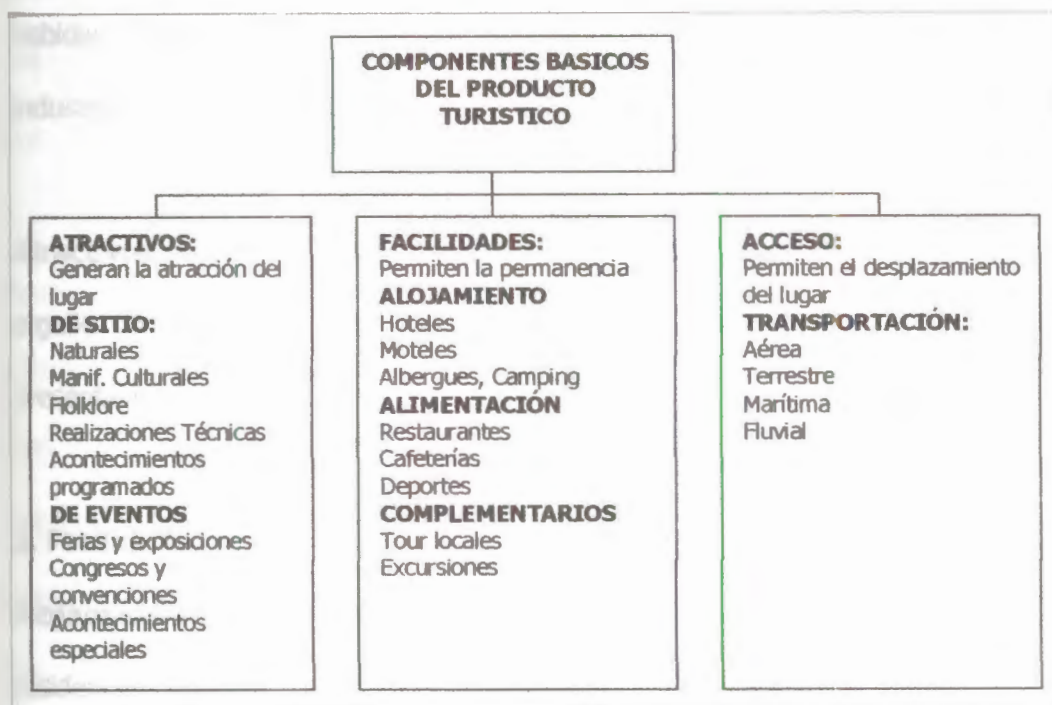
El producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y los humanos. Estos últimos configuran la denominada hospitalidad, quizá más importante que los dos anteriores.

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viajes; a las arrendadoras de automóviles y, en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.

Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión, autobús o automóvil; de ahí la denominación con que se le conoce actualmente: Accesibilidad.

Los tres componentes del producto turístico reflejan claramente la razón por la cual constituye un error realizar su promoción por separado, ya que en el fondo implica desintegrar el producto.

**Tabla N° 1: Componentes básicos del producto turístico**



**Fuente:** Materia Operación Turística Espol, año 2006

La composición amplia del producto turístico puede observarse a continuación:

### 1. Atractivos

**Atractivos naturales:** Montañas, planicies, costas; lagos; ríos y caídas de agua; grutas y cavernas; lugares de caza y pesca; lugares de observación de flora y fauna; caminos pintorescos, termas y parques nacionales.

**Atractivos artificiales:** Museos, obras de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos; manifestaciones religiosas y creencias

populares, ferias y mercados, música y danza, artesanías y arte; comidas y bebidas típicas; grupos étnicos; explotaciones mineras, agropecuarias e industriales; centros científicos, técnicos, artísticos y deportivos.

**Atractivos humanos (recursos): Hospitalidad:** buen trato y atenciones; orgullo por la cultura y el pueblo; precios moderados, limpieza y buena presentación.

## 2. Facilidades

**Alojamiento:** Hoteles, hosterías, moteles, pensiones; campings; albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales, etc.

**Alimentos y bebidas:** Restaurantes, cafeterías, bares y cantinas; lugares de comida típica cerrados o al aire libre, etc.

**Entretenimiento y diversión:** Clubes nocturnos (night clubs), casinos, cines y teatros; plazas de toros; palenques (pelea de gallos); parques de diversiones y deportivos, etc.

**Agencias de viajes:** Detallistas y mayoristas.

**Arrendadoras de carros:** Incluye además todo el transporte turístico para city tours y excursiones.



**Capacitación:** A nivel básico, técnico, superior y posgrado.

**Otros:** Oficinas de información, servicios de guías y comercios turísticos; cambio de moneda; dotaciones para convenciones.

### **3. Accesibilidad**

**Marítimo (acuático):** Barcos, cruceros; aliscafos (hidrofoil o aerobarco), incluye transporte lacustre.

**Terrestre:** Ferrocarril, automóvil, autobús y otros.

**Aéreo:** Aviones estatales, de empresas privadas y avionetas particulares.

Desde el punto de vista del consumidor final – en este caso denominado turista- si los atractivos de un país, región o lugar, no están acompañados por las facilidades y la accesibilidad, es como si no existieran: no constituyen un producto para la venta.

Si a esos atractivos no llegan los hoteleros, restauranteros y los que realizan las amenidades, así como aquellos que nos permiten acercarnos por barco, avión u otro medio de transporte, siempre carecerán de valor económico. Ésta es la razón por la cual el proceso productivo comprende los servicios, siendo el turismo uno de ellos, se desprende que el operador turístico es un trabajador productivo al igual que el agricultor y el industrial.

## 1.4 Paquete Turístico

Paquete turístico es la combinación previa de al menos dos de los siguientes elementos:

- Transporte
- Alojamiento
- Otros servicios turísticos relevantes.

Vendido u ofrecido en venta con arreglo a un precio global, cuando dicha prestación sobrepasa las 24 horas o incluye una noche de estancia. (Materia Operación Turística. Espol. Carvache: 2006)

## 1.5 Tour

Según la Nueva Enciclopedia Planeta (1987:1680) tour (voz francesa) vuelta. Excursión turística, viaje y es una palabra que se usa en casi todas las lenguas del mundo. La palabra "tour", deriva de la palabra judía "Tora" que significa estudio, conocimiento, búsqueda y de la latina "tornos" que significa movimiento circular. Por lo tanto podemos definir que Tour es el desplazamiento de personas hacia un destino con el fin de conocer organizadamente mediante el uso de un itinerario los principales atractivos del lugar.

Palabra inglesa que significa: 1." Realizar un viaje de un punto a otro regresando al lugar de origen. Visitar lugares de recreación o negocios en viajes largos o cortos en secuencia o circuito." 2. El diccionario de la academia señala: "Tour (Voz fr.) Excursión, gira o viaje por distracción<sup>1</sup>.

## 1.6 Ruta

Ruta es el eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos:

Para efectos de un mejor entendimiento se expresan dos conceptos de ruta

En el primero ruta es el itinerario cuya salida y llegada no coinciden en el mismo lugar.

En el segundo concepto se enfoca como el tipo de itinerario que tiene como objetivo dar a conocer un determinado espacio en forma de visitas de corta duración y enlazar enclaves relativamente cercanos con el fin de producir una sinergia entre ellos<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup><http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,ruta.xhtml>, Glosario de turismo y hostelería (Consulta: octubre 30 del 2007)

<sup>2</sup><http://www.boletin-turistico.com/diccionario/default.asp?Letra=T>, Boletín Turístico (Consulta: octubre 30 del 2007)

## **1.7 Itinerario**

Es el programa completo de un viaje donde se especifica la descripción y dirección del desplazamiento, expresando los lugares y posadas por donde se ha de transitar.

En general, describe la fecha de los viajes, el transporte, los días de permanencia, los puntos de salida, conexión y destino de un viaje. Cada porción de un itinerario lo compone uno o más segmentos cada uno de los cuales tiene un punto de origen o ciudad de salida y un punto de destino o ciudad de llegada.

## **1.8 Agencias de viajes**

Según la materia de Operación Turística (Carvache:2006) "son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros".

Las actividades de las agencias de viaje son:

- a. Reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte;

- b. La reserva, y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas;
- c. La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos;
- d. La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial;
- e. El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte;
- f. La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras;
- g. La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- h. La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- i. La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;
- j. El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;

- k. La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,
- l. La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

### **1.8.1 Operadora de turismo**

Según la materia de Operación Turística (Carvache:2006), las operadoras de turismo son las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Los servicios que ofrecen las agencias operadoras de turismo son:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional.
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;

- d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

## **CAPITULO II**

### **ASPECTOS TURISTICOS DE LA RUTA VALDIVIA-SAN JOSE**

#### **2.1 Delimitación del sector investigado: Ruta Valdivia-San José.**

Uno de los principales recorridos en el Ecuador es la ya reconocida Ruta del Sol. Una ruta decorada por su colorida naturaleza rodeada por mar y sus elevaciones, aromatizada por la comida típica de la región y acariciada por la brisa marina, una ruta dispuesta a regalarle inolvidables días de playa, sol, naturaleza, historia y diversión.



Esta ruta empieza en la ciudad de Santa Elena (Provincia de Santa Elena) y se extiende hacia el norte hasta Puerto Cayo (Provincia de Manabí). Al recorrerla se encuentran increíbles playas, coloridos pueblos de ancestrales costumbres, un fabuloso parque nacional, una cordillera que se detiene casi frente al mar y muchas otras sorpresas que hacen de este un lugar lleno de encanto.

En Santa Elena se inicia esta aventura donde el malecón es un estupendo lugar para apreciar el paisaje marino que lo acompañará hasta el final de este recorrido. Salinas es la próxima parada, esta es la playa mas visitada ya que se encuentra cerca de Guayaquil. La Ruta del Sol continúa, Ballenita se encuentra junto a un pintoresco poblado y a partir de aquí se encuentran ubicadas pequeñas comunidades de pescadores como San Pablo, Palmar y Monte Verde esta comuna no es muy conocida, sin embargo, es hermosa, aquí se encuentra la oficina de turismo "Prodecos" (Programa de Desarrollo Ecoturístico Comunitario), en donde se encontrará toda la información necesaria para un viaje por la Ruta del Sol. Playa Rosada y Ayangué cuentan con aguas tranquilas ideales para descansar.

A partir del Km. 42 en la carretera principal de la vía del Pacífico en la provincia Santa Elena se encuentra el inicio de la ruta estudiada en esta tesis, que inicia en la comunidad de Valdivia, siguiendo hacia el norte se



## 2.2 Principales atractivos turísticos

### Valdivia

Ubicada en el Km. 42, en la carretera principal de la vía del Pacífico en la provincia Santa Elena, esta playa cuenta con dos atracciones turísticas, el acuario y el museo. El acuario cuenta con cabañas donde se encuentran diferentes especies acuáticas como peces, crustáceos, anfibios y moluscos, así como aves vivas y restos de esqueletos de otras. El costo de entrada en el acuario es de \$ 1.00 adultos, \$ 0.50 niños hasta 15 años y estudiantes, el horario de atención es todos los días de 08H00 a 18H00 (ver figura N° 1 y 2).

**Figura N° 1: Exterior del acuario de Valdivia**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena. 2007

**Figura N° 2: Interior del acuario de Valdivia**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

El museo de Valdivia cuenta con piezas pertenecientes a la cultura Chorrera (4200 a 500 a.C.) y Valdivia (4200 a 1500 a.C.) además de algunas maquetas y réplicas que nos informan de la forma de vida de las civilizaciones que habitaban esta región. Las anfitrionas de este museo son la Venus de Valdivia, icono de la cultura de la cual llevan su nombre considerada la más antigua de América. El costo es para adulto nacional \$ 0.80, extranjero \$ 1.00 y niños \$ 0.30, el horario es de 09H00 a 17H00 todos los días (ver figura N° 3).

**Figura N° 3: Museo de Valdivia**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

### **Libertador Bolívar**

Ubicado en el Km. 50 de la vía Libertad - Puerto López, 3 Km. antes de Montañita. Tiene una población aproximada de 2.000 habitantes que se dedican principalmente a la producción de artesanías en diferentes materiales, entre las que constan la paja toquilla y la madera principalmente. Escondidos en esta comunidad están los tesoros artísticos del Ecuador. En ningún otro lado del Ecuador se puede ir y aprender estos oficios, de los maestros directamente. Arte que se muestra en museos, iglesias, tiendas, y casas a través del Ecuador e internacionalmente es creada en esta pequeña comunidad.

En cuanto a la bisutería de Libertador Bolívar todos los diseños son creados por la gente local con materiales inmersos en la comunidad. Padres, madres e incluso niños trabajan para crear hermosos ornamentos para personas de todas las preferencias.

Gracias a la iniciativa de la empresa privada, desde el año 2000 se promovió dentro de esta comunidad el retomar la tradición de tejer sombreros, tal como lo hacían sus antepasados. Esto inició con un grupo de 6 artesanas. Actualmente es una población que constituye un referente regional para la producción de sombreros de paja toquilla en toda la provincia del Guayas. Sus sombreros son exportados a diferentes partes del mundo.

La ropa es confeccionada por jóvenes inspiradas por su tradición. Ellas pueden elaborar cualquier modelo que el cliente solicite.

Su trabajo en madera es perfecto, hasta el último detalle y cepillado, usando la madera más fina, y la mejor mano de obra. Realizan trabajos en bambú como sillas, sofás, mesas, lámparas, vasos y todo tipo de trabajo que el cliente requiera.

Los resultados de una comunidad que ha progresado en los últimos años, se debe principalmente a sus propios habitantes, mismos que gracias a la empresa privada, y al constante apoyo de varias organizaciones como el

PMRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros), han desarrollado la habilidad en sus manos para rescatar algunas tradiciones artesanales, como el tejido de sombreros en paja toquilla (ver figura N° 4).

### **Sinchal, Barcelona, San Antonio y Cadeate**

Pequeñas comunas de hábiles artesanos donde se elaboran joyas de plata, diferentes objetos de paja toquilla además de artesanías a base de madera.

#### **Figura N° 4: Elaboración del sombrero de paja toquilla**



**Fuente:** [http://www.corpei.org/data/boletines/boletin\\_200702.pdf](http://www.corpei.org/data/boletines/boletin_200702.pdf) (consulta: octubre 30 de 2007)

### **Manglaralto**

Pueblo de gran importancia en el desarrollo de las comunidades de la zona. Aquí se encuentra la Fundación Propueblo que se encarga de comercializar

las artesanías elaboradas a base de sapán (fibra de plátano), paja toquilla, marfil vegetal o tagua, entre otras (ver figura N° 5 y 6).

**Figura N° 5: Artesanía en fibras de toquilla, sapan y cabuya**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

**Figura N° 6: Artesanía en tagua y marfil vegetal**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007



En este apartado balneario, ahora centro de exportación de finos sombreros de paja toquilla, las aguas de su río se mezclan con las del Océano Pacífico, a través de un estrecho canal de 500 metros de longitud y 1,70 de profundidad. Aquí los pequeños se convierten en ciclonautas; mientras que los adultos aprenden el arte de pescar; tanto con redes, como con finos alambres utilizados para la cosecha de michuya (una pequeña concha similar al mejillón), crustáceo apetecido por los habitantes de la zona.

A un costado, entre el estero y el mar, catorce cabañas de caña y paja, esperan por los turistas. Estos llegan en mayor número durante los fines de semana en vehículos particulares. De lunes a viernes, los lugareños aprovechan el tiempo para pulir sus conocimientos gastronómicos, a base de mariscos. Julio Lainez es uno de los maestros en el arte culinario que les ofrece capacitación.

Para quienes buscan diversión, la comuna ofrece a los turistas o a las jóvenes de la región la cabaña de uso múltiple, lugar en donde se pueden celebrar las fiestas.

En el sector hay alrededor de trescientos comerciantes dedicados al turismo. De ellos, siete son dueños de hoteles y dos de hospederías comunitarias; en

donde se ofrecen habitaciones por módicos precios; más aún si la temporada ha terminado.

Es un apacible poblado en donde existen una escuela y un colegio fiscal; al igual que una extensión de la universidad de Santa Elena, donde los jóvenes de la región estudian hotelería y turismo. En tanto, los turistas podrán disfrutar de caminatas por la playa o de cabalgatas. Para quienes prefieren que su adrenalina fluya, los guías de la región les sugieren paseos en yate, en donde se les ofrece además los equipos para bucear en la isla de "El Pelado", que está ubicada a tres horas del sector.

Por las noches funciona una discoteca para quienes gustan del baile. Para las parejas, en cambio, una de las alternativas es disfrutar del ocaso del sol o de la espuma del mar bajo la luz de los pequeños mecheros colocados en la playa.

Navegar y bucear en la isla de El Pelado es otra de las alternativas, por un grupo de ocho ó diez personas, los turistas deberán pagar entre noventa y cien dólares por una embarcación. Este valor incluye equipo para buceo para quienes sepan de esta actividad; además de chalecos salvavidas.



### **Loma Alta**

La comuna por iniciativa de sus comuneros creó la Reserva Ecológica de Loma Alta (RECLA). La RECLA tiene una extensión de 3.500 hectáreas. Conscientes de las necesidades locales, y para apoyar la conservación del bosque, Loma Alta impulsa el desarrollo del ecoturismo en la zona, donde se destaca la diversidad de la flora y fauna local, entre las cuáles se destacan mamíferos como los monos aulladores y las 343 especies de aves.

La comuna Loma Alta está ubicada en la zona costera de la provincia de Santa Elena, a 160 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, y forma parte de la cordillera Chongón Colonche. La comuna tiene una extensión de 6.846 hectáreas y comprende cuatro poblados: Loma Alta, El Suspiro, La Unión y La Ponga. Las principales actividades productivas son la agricultura, la ganadería y la artesanía en tagua.

Al momento la comuna cuenta con seis senderos para que disfruten turistas y visitantes. Los senderos conducen a la cordillera Chongón Colonche, donde se ofrece el servicio de guianza y hospedaje en refugios rústicos (ver figura N° 7).

### Figura N° 7: Reserva ecológica de Loma Alta



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007

#### Dos Mangas

Ubicada por el desvío de la comisión de tránsito, antes de llegar a Montañita.

Dos mangas, es una comunidad de alrededor de 900 personas, ubicada al interior de la costa en el bosque tropical de la Cordillera Chongón Colonche, a 15 minutos (7km) de Manglaralto. Capital Santa Elena, provincia de Santa Elena.

La mayoría de sus habitantes se dedican a la agricultura, la ganadería, y la artesanía.

Es conocida principalmente por sus artesanías de paja toquilla y tagua, también por su maravillosa flora y fauna, su bosque, sus hermosas cascadas y piscinas naturales.

La Cordillera Chongón Colonche es parte de un centro endémico biológico ubicada entre el suroeste de Ecuador y el noroeste de Perú. El bosque de la cordillera es rico en megadiversidad de organismos. Parte de él es el bosque circundante de Dos Mangas que posee una maravillosa biodiversidad que se ha mantenido a pesar de la contaminación ambiental.

Uno de sus más notables tesoros son las cascadas y los pozos de agua, verdaderas piscinas naturales.

Existen 116 especies de aves de 41 familias diferentes, 23 especies de mamíferos identificados de 15 familias diferentes, y 129 especies de 61 familias diferentes.

Atravesando el bosque para llegar a las cascadas, hay dos recorridos principales:

- 1) El sendero de La Cascada (5.2km), tiene como atractivos una cascada de 200mt, pequeñas caídas de agua, caseta de acampar, pozas, sitio arqueológico, guardabosques.
- 2) El sendero del río Colín (3.8km), tiene como atractivos pozas, pequeñas caídas de agua, vista al mar, cultivos agrícolas tradicionales, se puede

apreciar el bosque tropical y observar aves, insectos, y mamíferos en cualquiera de los senderos. Además, se recomienda al turista tomar un baño en las piscinas naturales (pozas) (ver figura N° 8).

**Figura N° 8: Comuna Dos Mangas**



**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007

### **Montañita**

En el Km. 59 se encuentra Montañita, es una aldea rústica colorida pequeña situada a 4 kilómetros al norte de Manglaralto, es la mejor playa para practicar surf, muy popular entre las personas que practican surf, tanto internacionales como gente local. Tiene una población de alrededor 1.000 habitantes. Las temperaturas del agua se extienden a partir de 56-68 grados. En el lugar se celebran competencias de surf todo el año entero

especialmente en la alta estación (febrero a marzo), cuando las porciones de gente de Guayaquil y los extranjeros llegan a la aldea.

De febrero a julio, las mejores y más altas olas (hasta 3 m de altura), golpean la costa de este pintoresco pueblo lleno de casas de madera pintadas artísticamente, realmente es un lugar en donde el descanso es tan placentero como en la playa. La playa de Montañita se ubica a tres horas de Guayaquil, a 60 Km. de la ciudad de Santa Elena.

Su atractivo principal es su diversidad cultural que ha convertido a esta playa en un lugar singular donde hippies, bohemios, surfistas, artesanos y curiosos conviven en un ambiente relajado pero lleno de diversión y deporte.

Con el tiempo, Montañita comenzó a levantarse con casas de veraneo, pequeños hoteles y restaurantes rústicos, creado por guayaquileños y algunos extranjeros que se enamoraron de este lugar y quisieron establecerse ahí, desde surfers a personas que gustaban del trópico, el mar, el agua tibia y la paz de Montañita.

Hoy en día Montañita es un balneario multicultural, con turistas de todo el mundo que gozan desde unas lecciones de surf hasta de una pizza con camarones.

La vida nocturna es un tema aparte en Montañita: bares que se transforman en discotecas y música en las esquinas principales del balneario, gracias a los artesanos y músicos que siempre deciden quedarse en Montañita un tiempo mayor de lo pensado.

Las fiestas playeras y eventos de belleza que se organizan concentran a un gran número de visitantes nacionales y extranjeros (ver figura N° 9).

**Figura N° 9: Montañita**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007



### **Olón**

Ubicado al norte de Montañita, cada 11 de noviembre, se celebra el día del aniversario del milagro, en el que cuenta la leyenda la virgen lloró, cientos de peregrinos acuden a esta iglesia a rendirle honores a la venerada imagen. En el santuario, construido en la cima de un peñasco de aproximadamente 100 metros de altura sobre el nivel del mar, podrá sentir el fervor y la devoción de este pueblo y admirar uno de los más hermosos escenarios costeros, factores que juntos, crean un ambiente de gran espiritualidad (ver figura N° 10).

**Figura N° 10: Santuario de Olón**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

Construido en 1984, el santuario tiene forma de barco. En su interior permanece guardada la imagen de la Virgen, en su advocación de Rosa Mística, que según sus devotos lloró sangre en 1990<sup>3</sup>.

Las cascadas de Alex se encuentran a 5 minutos de Olón, para llegar a las mismas se debe atravesar el bosque virgen que lo conducirá hacia las caídas de agua donde se puede disfrutar de la naturaleza. La entrada tiene un costo de \$5.00 los adultos y \$2.50 niños, los horarios son de 8H00 a 17H00 todos los días (ver figura N° 11).

**Figura N° 11: Las cascadas Alex**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

<sup>3</sup> [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com). Visita Guayaquil (Consulta: septiembre 30 de 2007)

Otro lugar de interés es el cangrejal de Olón, un remanente de manglares donde habita el cangrejo azul.

Su amplia playa es ideal para disfrutar de las apacibles y mansas aguas del Océano Pacífico. Por la vía que bordea la costa y que pasa por esta población se podrá admirar la inmensidad del mar.

Esta playa con una extensión de 3 Km se caracteriza por su belleza escénica debido a la longitud de la misma, es ideal para el turista que gusta del hedonismo<sup>4</sup>, cuenta con hoteles y restaurantes para todos los gustos y exigencias; e inclusive posee el sistema de hospederías comunitaria donde se puede convivir con una familia de la población.

Además se puede visitar el Santuario de la Virgen Estrella del Mar, el cual se encuentra sobre el acantilado y se caracteriza por tener forma de una embarcación de vela, también encontrará otros atractivos que el turista no podrá dejar de visitar.

La majestuosidad del mar y sus alrededores hacen de este sitio, el lugar perfecto para la meditación y la oración.

---

<sup>4</sup> Doctrina que proclama como fin supremo de la vida la consecución del placer.

También es muy reconocida la calidez de su gente donde el turista podrá hospedarse en las viviendas de la localidad y sentirse como en su propia casa. Razón por la cual se recomienda al turista no dejar de visitar todo el encanto de esta maravillosa región del Ecuador.

### **San José**

Ubicado en el Km. 68, posee una hermosa playa de 10 kilómetros que se extiende hasta el límite con la provincia de Manabí (La Entrada) en Ecuador, la increíble playa de San José es una de las más extensas de la Ruta del Sol, son kilómetros de arena limpia, en donde los niños pueden correr sin peligro, y los adultos junto a ellos, disfrutar el mar que no tiene corrientes peligrosas, el ambiente de calma es el principal atractivo de esta comuna, situada al norte de la provincia Santa Elena.

**Figura N° 12: San José**



**Fuente:**<http://www.eluniverso.com/2007/02/09/0001/18/4FA014D4346840638E9B7CF4093351B2.aspx> (consulta: octubre 30 de 2007)

Rodeado de bosques de transición (seco – húmedo tropical) con gran cantidad de fauna y flora propias, San José está situado en el mismo centro de todas las poblaciones costeras desde donde se puede observar ballenas jorobadas entre junio y septiembre, o realizar otras actividades de ecoturismo como observación de aves, visita a centros arqueológicos de la zona, acceso a centros artesanales, caminatas en el bosque, camping, buceo, pesca, surf, o visitar la isla de "La Plata" (reducto de vida marina similar a la de las islas Galápagos, dentro del Parque Nacional Machalilla).

## **2.3 Facilidades**

### **2.3.1 Alojamiento**

La provincia de Santa Elena cuenta con una planta turística eficiente capaz de satisfacer los requerimientos de los visitantes (ver tabla N° 2).

En este capítulo se sugieren los principales sitios de alojamiento, alimentación, actividades lúdicas, y servicios complementarios que ofrece la ruta Valdivia - San José.

**Tabla N° 2: Planta turística registrada en el Ministerio de Turismo por provincias año 2006**

PROVINCIAS	TOTAL PLANTA TURISTICA INSTALADA							
	ESTAB.	HAB.	PLAZ.	MESAS	SILLAS	VEHÍCULOS	ASIENTOS	P.O
AZUAY	943	3.138	6.782	10.531	45.124	57	297	4.820
BOLIVAR	45	301	872	368	1.890			174
CAÑAR	241	621	1.205	2.136	8.837			802
CARCHI	125	689	1.565	1.162	4.746			672
COTOPAXI	101	612	1.299	842	3.290			467
CHIMBORAZO	370	1.764	5.280	3.078	13.334			1.433
EL ORO	434	2.148	3.685	3.776	14.827	7	105	2.101
ESMERALDAS	480	5.026	16.478	3.310	13.490			1.992
GUAYAS	3.799	11.260	24.286	34.833	139.254	245	1.056	22.999
IMBABURA	438	2.572	6.232	4.115	16.693	23	332	2.592
LOJA	341	2.076	4.004	3.049	12.207	33	132	1.726
LOS RÍOS	203	1.187	2.208	1.719	7.205			865
MANABÍ	746	5.085	12.851	6.345	25.540	30	171	3.801
MORONA SANTIAGO	98	611	1.155	857	3.436			321
NAPO	204	1.531	3.691	1.351	5.436			796
PASTAZA	154	744	1.703	1.337	5.328			631
PICHINCHA	3.639	13.821	30.180	47.942	191.956	725	6.331	27.154
TUNGURAHUA	554	2.986	6.329	3.975	16.301	5	60	2.391
ZAMORA CHINCHIPE	65	293	549	348	1.394	3	12	223
GALÁPAGOS	316	1.644	3.757	1.774	7.164	4	48	1.883
SUCUMBIOS	104	928	1.659	730	2.763			390
ORELLANA	103	655	1.165	596	2.404			298
<b>TOTAL</b>	<b>13.503</b>	<b>59.692</b>	<b>136.935</b>	<b>134.174</b>	<b>542.619</b>	<b>1.132</b>	<b>8.544</b>	<b>78.531</b>

**Fuente:** Catastro de servicios turísticos – MT 2007

### **Libertador Bolívar**

La comuna está preparada para atender y dar un servicio completo. Se ofrece a los turistas alojamiento en cómodas cabañas u hospederías comunitarias pertenecientes a familias, la estadía en las hospederías cuesta 8 dólares. El desayuno \$ 1,50, almuerzo \$ 2 y merienda \$ 2.

### **Manglaralto**

Uno de los hoteles que se encuentran en Manglaralto es el Tagua Lodge el mismo que tiene capacidad para 18 personas y cuenta con 4 habitaciones, área de camping y sala de conferencia. El Manglaralto Sunset Hostel, el cual tiene capacidad para 40 personas y cuenta con 7 habitaciones y un área de camping, el Marakaya tiene capacidad para 15 personas y cuenta con 6 habitaciones, la hostería Kamala, entre Manglaralto y Montañita, el Alegre Calamar que tiene capacidad para 33 personas y cuenta con 11 habitaciones, la hospedería comunitaria de Paquita Jara tiene capacidad para 21 personas y cuenta con 4 habitaciones, hospedería comunitaria Los Tulipanes tiene capacidad para 12 personas y tiene 4 habitaciones y el hostel Bamboo Paraíso cuenta con 8 cabañas para parejas.

### **Montañita**

Debido a la gran afluencia de turistas a través de los años, Montañita ha desarrollado su sector hotelero ofreciendo a los turistas una diversa gama de opciones al momento de elegir alojamiento.

Entre los mejores hoteles se encuentra el Baja Montañita ubicado frente al mar, el cual cuenta con 18 habitaciones, 15 cabañas y 2 suites además de una sala de conferencias (ver figura N° 13).

El Ecolodge Cabañas Nativa Bambú entra en esta categoría con 8 cabañas y 3 suites que garantizan una estancia de primera, estos dos hoteles cuentan con los servicios básicos además de restaurantes y servicio de TV Cable. La Casa del Sol cuenta con 10 habitaciones y es más económica, al igual que la hostería Centro del Mundo cuya singularidad se basa en que además de las habitaciones, ofrece en su último piso alrededor de 20 camas con cajones de madera para guardar las pertenencias de los turistas por \$5 la noche.



**Figura N° 13: Hotel Baja Montañita**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

Además el turista podrá encontrar otros hoteles y hostales tales como Balsa & Totorá, Tikilimbo, hotel Montañita, Pícoloro, Funki Monkey, Tierra Prometida, Paradise South, Cabañas Pakaloro, Casa Blanca, hostel Tabuba, hostel Papaya, hostel de Ricky, hostel South Point, Surfing Inn Hostel, hostel Rosa Mística, hostel Las Palmeras, hostel Mauna Loa, hostel Viejamar, hostel Charos, cabañas Tsunami, entre otros.

### **Olón**

La finca-hostería El Retiro está ubicada en esta población, su atención es exclusiva y de primera ideal para relajarse ya que se encuentra rodeada de naturaleza. (ver figura N° 14)

**Figura N° 14: Ubicación finca-hostería El Retiro**



**Fuente:** <http://www.elretiro.com.ec/ubicacion.htm> (Consulta: octubre 30 de 2007)

Otras opciones más económicas son el Olón Beach que cuenta con 8 habitaciones y el Paradise South N & J con 12 habitaciones, el hostel Oloncito, hostel Rosa Mística, Ruta del Mar, Pajarito, Sol y Luna entre otros. Las personas de la comunidad se han organizado y está ofertando, alojamiento en 5 cabañas familiares en las cuales han adecuado una habitación para brindar hospedaje por un costo de \$ 5.00 en habitaciones dobles, no incluye servicios extras como bebidas y gastos varios.

### **San José**

San José cuenta con la hostería Cuna Luna, la cual es una alternativa de trabajo y aprendizaje para los habitantes de esta pequeña localidad, es un lugar diferente para alojar tanto a quienes buscan descanso, privacidad y paz, como para quienes prefieren el contacto y el conocimiento de la naturaleza y de la vida al aire libre, tiene 8 habitaciones con terraza, hamacas y todos los servicios básicos; el hospedaje oscila entre los \$ 40 y \$ 60.

También funcionan tres hospederías comunitarias cuyo precio es de \$ 8 la estadía, e incluye el desayuno, almuerzo y la merienda.

### **2.3.2 Alimentación**

Por lo general los platos que se ofrecen tienen como ingrediente principal los productos de mar tales como pescados, camarones, pulpos, conchas, etc. (ver figura N° 15), los cuales son preparados de una manera muy variada entre los cuales encontramos pescado frito, tallarín de mariscos, encebollado, ceviches etc., todo esto acompañado de jugos de frutas frescas o batidos con leche.

En Valdivia, Simón Bolívar y Olón sus pobladores han edificado cabañas comedores donde tanto propios como extraños pueden degustar la sazón criolla de las mujeres de la región.

En Manglaralto la gastronomía es uno de los principales atractivos para los turistas, se ofrece pescado asado con arroz, patacones y ensalada, como uno de sus platos tradicionales. Su costo es de 2 dólares. Si busca un alimento afrodisíaco, se recomienda al turista un cebiche de picuda, por 3 dólares; podrá visitar el restaurante El Calamar Alegre o La Caldera de Isabel Pérez, reconocidos por su atención y excelente sazón.

Montañita ofrece a los turistas diversas cabañas y restaurantes donde se elaboran desde batidos hasta comida italiana. Los hoteles por lo general cuentan con sus propios restaurantes. Uno de los restaurantes mas visitados es La Lojanita que cuenta con locales tanto en Salinas como en Guayaquil. En el restaurante del hotel Tierra Prometida ubicado en la calle principal se pueden degustar especialidades internacionales entre ellas la pizza y en el restaurante El Velero donde la especialidad es la comida vegetariana.

**Figura N° 15: Ceviche de camarón**



**Fuente:** Oficina de información turística de Santa Elena.2007

### **2.3.3 Actividades lúdicas**

Las costas ecuatorianas ofrecen diversas actividades para el turista, su brisa marina favorece para el desarrollo de la actividad de alas delta y parapente en el sector de Valdivia, además se puede alquilar el equipo necesario para una estupenda excursión submarina.

En Libertador Bolívar se pueden realizar paseos a caballo, el alquiler por día tiene un costo de \$25 por persona, si es por hora el precio oscila entre los 2,50 y 3 dólares según el tiempo; deportes acuáticos, paseos en lancha, (el paseo en bote a la isla El Pelado cuesta 12 dólares por persona e incluye binoculares para observar a las aves. El alquiler de equipo de buceo y las clases (5 horas) con equipo completo es de 100 dólares) (ver figura N° 16).

caminatas, campamento, visitas a talleres artesanales, para aprender y participar de su elaboración.

**Figura N° 16: Práctica de buceo frente al islote El Pelado**



**Fuente:**<http://www.eluniverso.com/2007/02/02/0001/18/3F2DE86CA5B3469E84E1849B2FB20281.aspx> El Universo (Consulta: octubre 30 de 2007)

Por su parte en Cadeate los pobladores enseñan a los turistas el arte de la pesca artesanal y en las diversas poblaciones también se ofrecen explicaciones sobre la elaboración de las artesanías de balsa, tagua o paja toquilla. Manglaralto ofrece el servicio de alquiler de caballos cuyos precios varían de \$2 hasta \$10 dólares según el tiempo. Para los amantes del

deporte, en Montañita se ofrecen clases de surf y alquiler de bicicletas. En Olón la pesca deportiva es una de las opciones preferidas por el turista, además de la participación del visitante en las labores artesanales como la elaboración de sombreros de paja toquilla.

En Montañita las fogatas se realizan todas las noches, en el único bar que da a la playa, en donde los turistas van toman unas cervezas y cuentan sus experiencias. Lugareños y turistas unidos comparten conocimientos, mientras escuchan música y empieza el show de la noche.

En San José a más de la playa se podrá realizar un turismo de aventura, como el paseo a caballo hacia el bosque Los Bajos (15 kilómetros de recorrido), donde el visitante puede admirar la flora (árboles de guayacán, figueroa y jigua) y fauna (venados, saínos y guantas). El turista podrá encontrar una tienda artesanal donde se trabaja en materiales como paja toquilla y tagua.

#### **2.3.4 Complementarios**

Montañita, debido a su acelerado desarrollo y acorde a las exigencias de sus visitantes, cuenta con servicio de internet, cabinas telefónicas, cajeros automáticos, servicio de fax, impresiones y fotocopiado además de

operadores turísticos tales como: Montañita Expeditions y Montañita Extreme. En las diversas discotecas temáticas se tocan diferentes tipos de música donde se ofrecen cocteles, servicio de alimentación, pipas arábicas, juegos de mesa, piscinas, etc. Estas discotecas son: Alta Montañita, Tres Palmas, Duende, Muyuyo Bar entre otras.

#### **2.4 Acceso.**

Desde hace dos años, ciertos tramos de la Ruta del Sol, se están deteriorando, sin que las autoridades rehabiliten la vía, los vigilantes acostados o rompe velocidades ocasionan daños a los vehículos cuando circulan por la Ruta del Sol.

En la carretera, especialmente en el kilómetro 30, se han formado centenares de agujeros de todo tamaño, los que a más de causar daño a los vehículos y constituir un serio peligro para accidentes de tránsito ocasionan la pérdida de tiempo para quienes se movilizan por allí, lo cual complica el flujo del turismo en la zona.

Han pasado dos temporadas playeras y el sufrimiento para turistas y pobladores continúa: para los turistas, porque vienen a tan promocionadas playas por una vía (Guayaquil-Salinas) casi en buen estado, pero al llegar a Ballenita el viaje se torna desagradable; y los habitantes de Libertador



Bolívar, Montañita, Ayangue, Olón, entre otros, ven que los turista (de cuyas divisas viven) cada vez llegan menos a esos puntos.

### 2.4.1 Transportación.

El valor del transporte desde Guayaquil a Olón oscila entren los \$3 y \$5 dólares y las cooperativas que van hacia la ruta son Costa Azul, Liberpesa, y Libertad Peninsular CLP (ver tabla N° 3).

Desde Santa Elena los buses que recorren la Ruta del Sol cobran un valor de \$0.75 a \$1.50 dependiendo el destino y son las cooperativas CITM (Cooperativa TransManglaralto) y CITUP (Cooperativa Interprovincial de Transportes Unidos Peninsulares).

**Tabla N° 3: Frecuencia de buses Guayaquil-Santa Elena**

	<b>COOPERATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>SALIDA</b>	<b>RUTAS O DESTINOS</b>
1	<b>Costa Azul, CICA</b>	cada 15 minutos	desde 4:00 a.m. - hasta 9:00 p.m.	Guayaquil - Santa Elena - Libertad - Salinas
2	<b>Liberpesa</b>	cada 15 minutos	desde 3.30a.m. - hasta 9:40 p.m.	Guayaquil - Santa Elena - Salinas - Libertad
3	<b>Libertad Peninsular, CLP</b>	cada 15 minutos	desde 3:30 a.m. - hasta 10:30 p.m.	Guayaquil - Santa Elena - Salinas - Libertad - Montañita - Olón

**Fuente:** Terminal terrestre Guayaquil (visita: diciembre 15 del 2007)

## **CAPITULO III**

### **ANÁLISIS DEL MERCADO**

#### **3.1 Metodología utilizada**

El método que se utilizó para la presente investigación es el descriptivo y el exploratorio. Se utilizaron tanto técnicas cuantitativas como cualitativas de la investigación. Entre las cualitativas se utilizó la observación y referente a la técnica cuantitativa se empleó la encuesta.

## Observación

Para tener una visión mas real y objetiva de la tendencia turística de los visitantes de la provincia de Santa Elena, tanto de quienes las realizan, cuando, donde y como, se utilizó como herramienta de investigación la observación.

Muchas investigaciones utilizan este procedimiento de observación para establecer lo que determinadas personas hacen en sus labores habituales, la forma en que emplean su tiempo, las acciones que ejecutan en circunstancias específicas, etc. (Muñoz 2004:130)

Existen varios tipos de observación para lo cual se ha tomado de acuerdo a los objetivos planteados la observación no participante, colectiva y de campo.

- **La observación no participante** consiste en estar en contacto con la comunidad o hecho que se estudia pero manteniéndose ajeno al mismo. El investigador se comporta como un espectador de teatro que ve ante si como desarrollan las acciones en el escenario pero sin intervenir en ningún momento.
- **La observación colectiva** es aquella en la que participa todo el equipo de investigación.
- **La observación de campo** permite observar los hechos tal cual se presentan.

## **Encuestas**

La encuesta se utiliza para recabar información sobre un tema en particular, elaborando un listado de preguntas lógicamente ordenadas. De acuerdo a la información que se desee obtener, las preguntas se pueden clasificar en:

**Preguntas abiertas:** El encuestado las responde con su propio vocabulario. Tiene la ventaja de que la persona se puede expresar libremente pero son difíciles de tabular.

**Preguntas cerradas o dicotómicas:** Solo permiten un "sí" o un "no" como respuesta. A este tipo de preguntas se presenta siempre una tercera alternativa "No sabe-no responde", son fáciles de tabular y evita que el entrevistado tenga que pensar mucho.

**Preguntas de elección múltiple:** Son similares a las anteriores pero en vez de limitar las opciones a dos, brindan un abanico de posibilidades. Generalmente se le da la posibilidad de hacer referencia a un ítem que no aparece en el abanico bajo la opción "otros".

Tomando en consideración nuestros objetivos, se utilizó para la elaboración de la encuesta las preguntas cerradas o dicotómicas y las de elección múltiple.

### **Procedimientos de la recolección de datos.**

El objetivo de las técnicas de recolección de datos es brindar información, lo mas certera posible, relevante a la investigación. Los instrumentos utilizados para recoger la información surgen de la definición de las variables y cuentan determinadas características para la medición de un fenómeno. Hay tres formas principales de recolección de datos. La primera es la que obtiene el investigador al observar el fenómeno. La segunda es la que se obtiene mediante la comunicación con el objeto de estudio. También se puede obtener información de fuentes secundarias que fueron recogidas con otro propósito.

En este estudio se recolectaron los datos de las siguientes maneras:

Primeramente se visitó los diferentes senderos propuestos de la ruta Valdivia-San José para recorrer todos sus encantos, tratar de conversar con las personas que puedan dar mayor información del tema y con los diferentes tipos de turistas. Así se conversó con Tania Marca y Xavier Gonzáles oriundos de Montañita quienes nos guiaron por dichos senderos entre los meses de mayo a noviembre.

Las encuestas se realizaron en el mes de Noviembre y las realizaron las estudiantes autores de esta tesis de grado a los turistas de la playa de

Montañita en la provincia de Santa Elena. La observación se realizó en todos los viajes realizados.

### **Análisis de datos**

#### **Análisis de la observación**

Se observó la conducta del componente principal que eran los turistas de la provincia de Santa Elena durante siete visitas en tiempos distintos, así como su interacción tanto con las personas que vivían en las diferentes comunidades y de la preferencia de los mismos hacia las diferentes playas del sector.

#### **Material**

Se utilizó una cámara fotográfica para captar las imágenes de los senderos y el paisaje. Para el registro de los datos se utilizó papel, lápiz y una grabadora de mano.

#### **Procedimiento**

Tras una primera visita a la ruta Valdivia-San José se procedió a observar el área de trabajo y lugares claves de visita para la obtención de información, la cual serviría como herramienta indispensable para la posterior recogida y análisis de los datos. Posteriormente se regresó a la ruta Valdivia-San José

para hacer la observación de la conducta y comportamiento de los turistas de la provincia de Santa Elena, se contó con personas que trabajan en el área, quienes informaron referente a los atractivos poco conocidos además del comportamiento de los turistas. Las visitas fueron realizadas durante la época de invierno y verano para poder constatar el estado de la ruta Valdivia-San José y la afluencia de los turistas en las diferentes épocas del año.

### **Resultados de la observación**

El análisis revela algunas conductas que resultan significativamente relacionadas entre sí. Por ejemplo, la mayoría de los turistas se dirigen a las playas de Montañita durante la época de invierno y verano teniendo como punto de enlace el cantón Santa Elena. Otro resultado que podemos anotar es el hecho de que los turistas en su mayoría son jóvenes aventureros.

Como un tercer resultado significativo es que las frecuencias de los buses que prestan su servicio dentro de la provincia de Santa Elena es escaso fuera de temporada y regular pero no suficiente en la temporada de playa.

## Análisis de encuestas

### Determinación de las variables a ser investigadas

#### Introducción

El propósito de este capítulo es recaudar información sobre la opinión de los turistas de la playa de Montañita.

Para recaudar la información se utilizó el muestreo aleatorio simple. El mismo consiste en tomar datos de manera aleatoria simple y proceder a tabular los datos para luego hacer el respectivo análisis descriptivo de las variables.

Para determinar nuestra muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Según datos proporcionados por el POP (Programa de ordenamiento de playas), los fines de semana del mes de octubre del 2007 ingresaron 842 turistas (ver anexo C y D). Para calcular el número de entrevistas a realizar tamaño de muestra donde:

- N = Tamaño de la muestra
- z = Variable de confianza la cual es 95% que equivale a 1.96
- p = Valor aproximado de la proporción poblacional
- E = Margen de error



Reemplazando:

$$\begin{array}{l}
 N = 842 \\
 z = 1.96 \\
 p = 0.5 \\
 E = 0.08
 \end{array}
 \quad
 n = \frac{(1.96)^2 \times 842 \times 0.5 (1-0.5)}{0.08^2 \times (842-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times (1-0.5)} =$$

$$\frac{3.84 \times 842 \times 0.5 (0.5)}{0.0064 \times (841) + 3.84 \times 0.5 \times (0.5)} = 127$$

**n= 127 encuestas**

### **Objetivo**

El estudio realizado a continuación está enfocado en las preferencias en turismo de los visitantes de la playa de Montañita además de su predisposición para aceptar nuevas tendencias.

### **Marco**

El marco lo conforman una proporción de los turistas que visitan Montañita ubicada en la Provincia de Santa Elena conformando un listado de 127 turistas.

### **Instrumento de medida**

El instrumento de medida que se utilizó para recoger la información fue un cuestionario que consta de información acerca de la persona como la edad, sexo, ocupación además de preguntas que contienen nuestras variables de interés. (ver anexo E)

### **Descripción de las variables a ser investigadas**

En el cuestionario que se utilizó para la recolección de la información de los turistas de Santa Elena, se utilizaron nueve variables las cuales se describen a continuación:

**Variable N° 1: Sexo**

El sexo de los turistas nos brindará información de quienes son las personas que mas visitan la provincia.

**Variable N° 2: Edad**

En esta variable nos referimos a la edad en años que tiene la persona el día en que fue entrevistada.

**Variable N° 3: Ocupación**

Ocupación, se refiere a la actividad económica que ejerce el entrevistado.

**Variable N° 4: Origen**

Esta variable nos indica si el turista es nacional o extranjero.

**Variable N° 5: Permanencia**

Esta variable refleja la permanencia de los turistas en las visitas realizadas durante el año a la provincia de Santa Elena.

**Variable N° 6: Frecuencia de visita**

La frecuencia de visita se refiere al número de veces que el entrevistado visita la provincia de Santa Elena durante el año.

**Variable N° 7: Meses de visita**

Los meses de visita nos brinda la información acerca de los meses de mayor visita a la provincia de Santa Elena.

**Variable N° 8: Actividades desarrolladas en las visitas**

Con esta variable se sabrá que actividad se realiza durante la visita a la provincia de Santa Elena.

**Variable N° 9: Alternativas de esparcimiento no comunes**

De esta manera observaremos si los turistas tienen conocimiento de actividades ligadas a la presente tesis.

**Variable N° 10: Disposición a adquirir el producto**

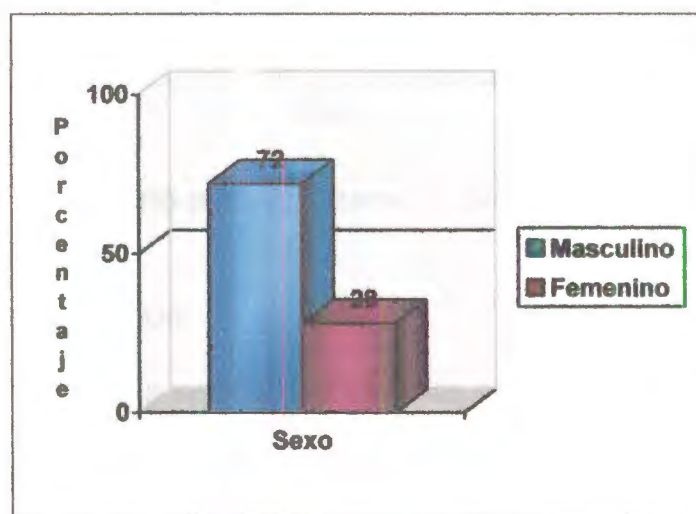
Se refiere si la ruta Valdivia-San José cuenta con la aceptación de los turistas.

**Análisis univariado**

El análisis univariado consiste en realizar el análisis descriptivo de cada una de las variables objeto de estudio.

**Variable N° 1: Sexo**

Según la información recaudada en las encuestas observamos que el 72% de los entrevistados fueron del sexo masculino mientras que el 28% fue del sexo femenino (ver figura N° 17).

**Figura N° 17: Histograma de frecuencia para el sexo**

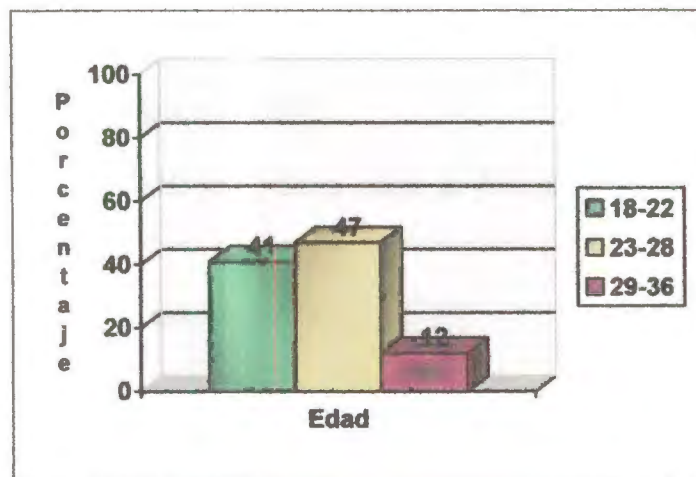
Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable No. 2: Edad**

Observando el histograma de frecuencia se puede notar que la edad de los entrevistados varía entre 18 y 36 años de edad.

Debido al rango de la variable de edad, que es de 18, se dispuso a utilizar grupo de edades para la construcción del histograma de frecuencias. El 41% de los entrevistados tiene menos de 22 años, el 47% está entre los 23 y 28 años y el 12% entre 29 y 36 años (ver figura N° 18).

**Figura N° 18: Histograma de frecuencias para la edad**

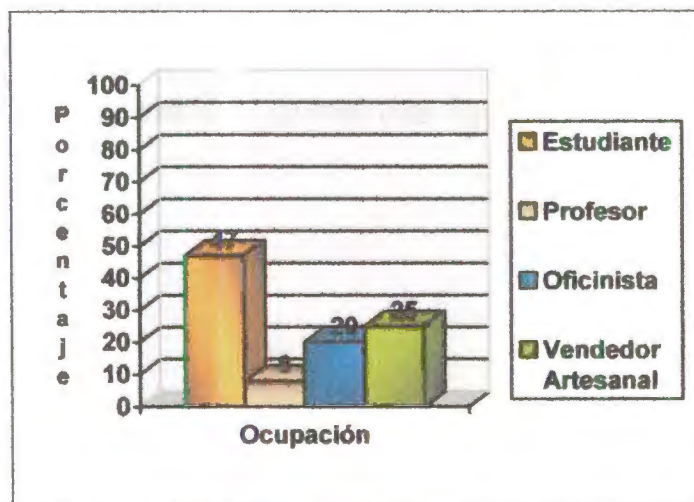


Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 3: Ocupación**

Ocupación se refiere a la actividad económica que ejerce el entrevistado, en la cual se puede notar que el 47% no tiene una actividad económica activa en tanto que el 53% sí la tiene (Ver figura N° 19).

**Figura N° 19: Histograma de frecuencias para la ocupación**

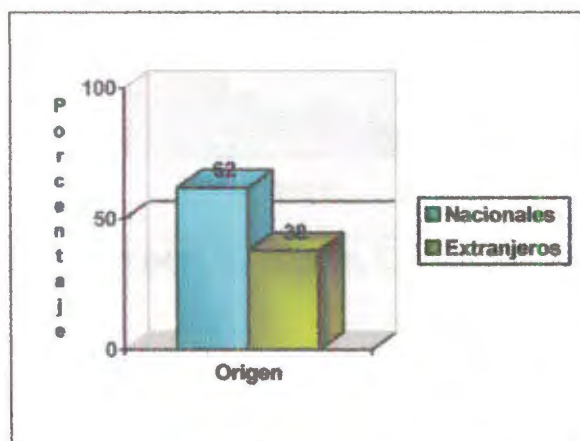


Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 4: Origen**

En esta variable podemos notar que el 62% de los turistas son nacionales y el 38% extranjeros (ver figura N° 20).

**Figura N° 20: Histograma para la frecuencia de origen**

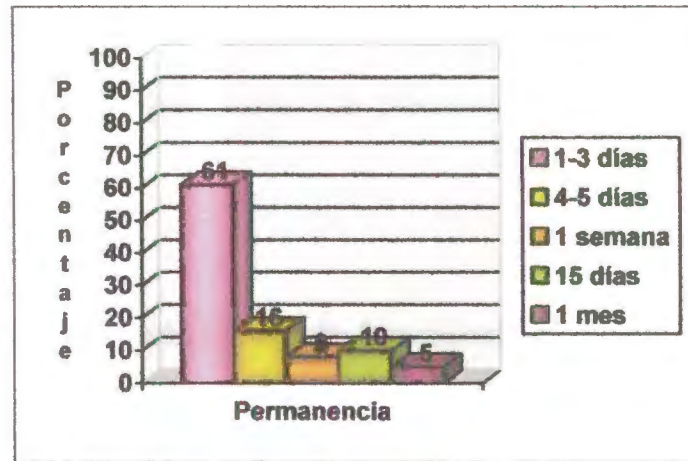


**Elaborado por:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 5: Permanencia**

Analizando el histograma se puede notar que el 61% de los turistas permanece de 1 a 3 días en las playas de la Provincia de Santa Elena mientras que el 5% permanece un mes (ver figura N° 21).

**Figura N° 21: Histograma de frecuencia de permanencia**

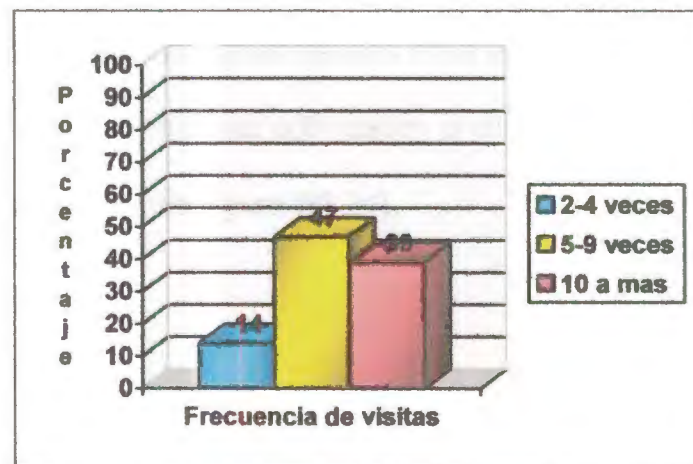


Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 6: Frecuencia de visita**

De acuerdo al resultado podemos observar que el número de visitas promedio es de 5 a 9 veces al año (ver figura N° 22).

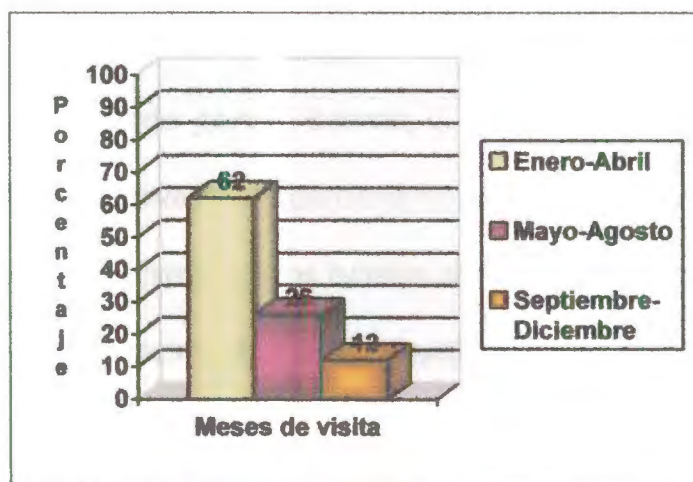
**Figura N° 22: Histograma de frecuencia de número de visitas**



Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 7: Meses de visita**

El resultado de esta variable claramente demuestra que los meses de enero a abril son los preferidos para visitar las playas de Santa Elena (ver figura N° 23).

**Figura N° 23: Histograma de frecuencia de meses de visita**

**Elaborado por:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 8: Actividades desarrolladas en la visita**

Esta variable nos revela que las actividades preferidas por los turistas son los deportes y la diversión (ver figura N° 24).



**Figura N° 24: Histograma de frecuencia de las actividades desarrolladas durante la visita**

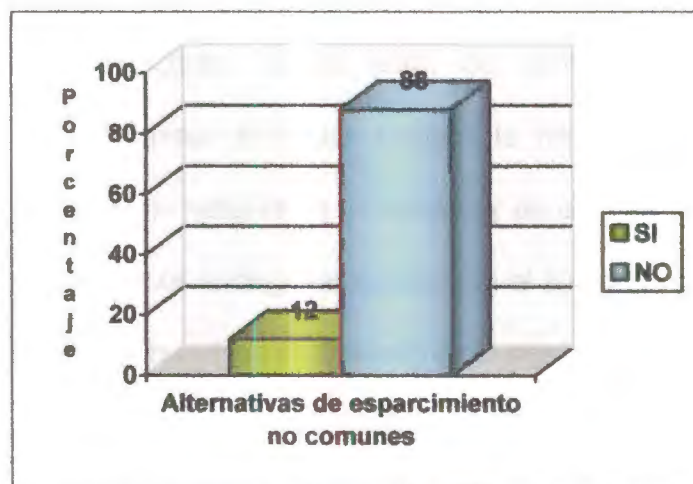


Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Variable N° 9: Alternativas de esparcimiento no comunes**

Esta variable nos demuestra que los turistas desconocen otras alternativas de esparcimiento durante sus visitas a las playas de Santa Elena (ver figura N° 25).

**Figura N° 25: Histograma de frecuencia de alternativas de esparcimiento no comunes**

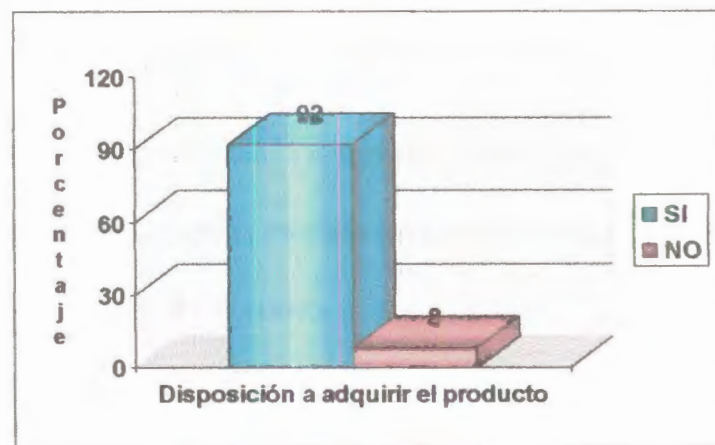


Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

### Variable N° 10: Disposición a adquirir el producto

Esta variable definió la realización de la presente tesis debido a que el 92% de los encuestados está dispuesto a adquirir el producto ofertado (ver figura N° 26).

**Figura N° 26 Histograma de frecuencia de disposición a adquirir el producto**



Elaborado por: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

### 3.2 Análisis de la demanda

Según Jean-Jacques Lambin autor del libro Marketing Estratégico (1995:49), el movimiento ecológico traduce la toma de conciencia de la escasez de los recursos naturales y es revelador de un cambio de óptica en la visión del consumo. Los ecologistas cuestionan el impacto del consumo y del marketing en el entorno. El razonamiento es el siguiente:

Todo consumo tiene utilidades positivas y negativas. El marketing, con su insistencia en el crecimiento cuantitativo del consumo ha contribuido al olvido de las repercusiones negativas; estas repercusiones negativas tienen un costo elevado que también es un costo olvidado. Frente a la escasez de los recursos, es necesario tomar explícitamente en consideración el costo social del consumo.

Al contrario de los consumeristas, los ecologistas no aceptan el principio de la soberanía del consumidor, en la medida en que la aplicación de este principio conduce a la destrucción del entorno.

Actualmente una corriente ecológica se mueve alrededor del mundo, logrando a su paso la concientización de grupos de personas conocidos como "los verdes", muchos de las cuales se organizan para proteger y conservar el medio ambiente arrastrando con ello la necesidad de conocer la variedad de lugares donde la naturaleza sea el principal actor.

Combinando esta tendencia con una propuesta de destinos donde se pueda realizar desde deportes hasta investigaciones científicas nos da como resultado el interés de los turistas por nuevas propuestas.

En la presente tesis se propone un turismo verde no solo para las personas interesadas en el ambiente, sino en general, a los visitantes de la provincia de Santa Elena (ver tabla N° 4).

**Tabla N° 4: Segmentación de la demanda**

DEMOGRÁFICAS	GEOGRÁFICAS	PSICOGRÁFICAS	MOTIVACIONES	POSIBILIDADES ECONÓMICAS
<b>Edad:</b> 23 y 36 años	<b>Nacional:</b> Si	<b>Urbanos:</b> Si	<b>Turismo:</b> Aventura, verde, científico, cultural, religioso	<b>Altas:</b> Si
<b>Sexo:</b> Indistinto	<b>Internacional:</b> Si	<b>Metropolitanos:</b> Si	<b>Eventos:</b> campeonatos de surf	<b>Medias:</b> Si
<b>Religión:</b> Indistinto				

**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

Datos proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) permite observar que la visita de extranjeros al Ecuador crece cada año (Ver tabla N° 5).

**Tabla N° 5: Entradas y salidas en el Ecuador 2003-2006**

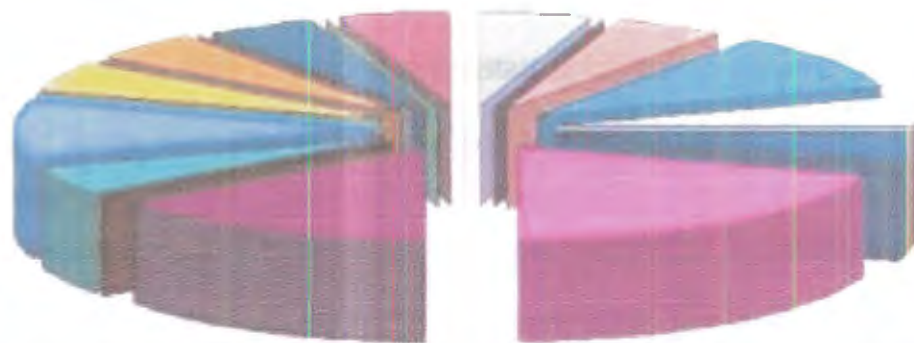
**(Datos provisionales para los años 2006 - 2007)**

LLEGADA DE EXTRANJEROS						
	2003	2004	2005	2006	2007	VAR%
						2007/2006
<b>ENE</b>	61.688	70.868	79.118	78.121	84.707	8,43
<b>FEB</b>	56.922	60.761	66.052	58.203	72.235	24,11
<b>MAR</b>	58.492	65.619	72.880	73.930	73.458	-0,64
<b>ABR</b>	56.327	61.874	60.489	62.732	69.687	11,09
<b>MAY</b>	55.770	59.509	63.792	57.039	70.321	23,29
<b>JUN</b>	67.527	70.373	77.059	74.717	85.965	15,05
<b>JUL</b>	86.293	90.882	95.621	94.923	103.747	9,30
<b>AGO</b>	72.795	73.697	80.181	98.938	89.564	-9,47
<b>Sub total</b>	<b>515.814</b>	<b>553.583</b>	<b>595.192</b>	<b>598.603</b>	<b>649.684</b>	<b>8,53</b>
<b>SEP</b>	58.155	59.541	59.431	62.191		
<b>OCT</b>	59.966	68.377	63.755	60.046		
<b>NOV</b>	60.589	64.036	65.896	49.929		
<b>DIC</b>	66.252	73.390	75.614	70.232		
<b>TOTAL</b>	<b>760.776</b>	<b>818.927</b>	<b>859.888</b>	<b>841.001</b>		

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Un estudio realizado en el año 2005 por la Muy Ilustre Municipalidad de Santa Elena, arrojó como resultado que la mayoría de turistas que visitan las playas ecuatorianas provienen de Estados Unidos y Alemania atraídos por sus paisajes y su mar poco peligroso (ver figura N° 27). A continuación se adjunta cuadro estadístico de turistas extranjeros que visitaron las playas.

**Figura N° 27: Cuadro estadístico de turistas extranjeros que visitaron nuestras playas.**



1. Alemania	2. Argentina	3. Australia	4. Austria
5. Bélgica	6. Brasil	7. Canadá	8. Chile
9. Colombia	10. Corea del Sur	11. España	12. Estados Unidos
13. Francia	14. Alemania Occidental	15. Alemania Oriental	16. Grecia
17. Irlanda	18. Italia	19. Japón	20. México
21. Noruega	22. Países Bajos	23. Polonia	24. Portugal
25. Reino Unido	26. República Checa	27. Suecia	28. Suiza
29. Taiwán	30. Tailandia	31. Turquía	32. Uruguay
33. Venezuela	34. Otros	35. Sin especificar	36. No especificado

**Fuente:** <http://www.municipiosantaelena.gov.ec/WebPages/php/TURISM04.PHP> (Consulta: septiembre 21 del 2007)

### 3.3 Análisis de la oferta

Los destinos ofertados cuentan al mismo tiempo con un grado de aventura y relax en lugares poco conocidos, los cuales poseen paisajes espectaculares, flora y fauna que deleitan al turista en un ambiente puro y natural donde los ruidos de la ciudad son un vago recuerdo.

El contacto con la naturaleza es inevitable, recorridos a caballo llevarán al turista por un recorrido de arena y sol refrescado por la brisa marina. La práctica de deportes extremos como alas delta o parapente contribuirán con la dosis de aventura que todo turista necesita sin dejar a un lado la parte cultural y social de las comunidades asentadas en la ruta Valdivia-San José.

Existen ofertas tanto de alojamiento, restauración y transportación que satisfacen las necesidades básicas para todo tipo de turistas, sean estos mochileros, exclusivos o de masas, lo que convierte a la ruta Valdivia – San José en un lugar de fácil acceso, hospedaje variado, cultura y deporte que brindará al turista no solo la comodidad necesaria sino además una experiencia inolvidable.

## **Análisis FODA de la oferta turística de la ruta Valdivia - San José**

A continuación se analiza el FODA de la oferta turística de la ruta Valdivia-San José.

### **Fortalezas**

- Cuenta con recursos naturales y culturales poco explotados.
- Comunidad con ánimo de involucrarse como parte del desarrollo turístico de la ruta Valdivia – San José ofreciendo sus servicios tanto de restauración, alojamiento, guianza y venta de productos que elaboran artesanalmente con los materiales propios de la región.
- Oferta de productos culturales, de naturaleza y aventura en la ruta.

### **Oportunidades**

- Nueva oferta de turismo alternativo diferente al de sol y playa.
- Mejoramiento de infraestructura y empleo para los pobladores.
- Diversificación de la oferta para atraer el turismo ecológico.

### **Debilidades**

- Falta de accesibilidad a los atractivos turísticos.
- Deficiente sistema sanitario.
- Falta de señalización impide la correcta ubicación del atractivo turístico.
- Falta de planta hotelera en los poblados pequeños.



**Amenazas**

- La falta de inversión por parte de las empresas públicas y privadas de la provincia de Santa Elena.
- Las nuevas propuestas de turismo para las playas de la provincia del Guayas las cuales cuentan con el apoyo del Municipio de Guayaquil y la Prefectura del Guayas.

## **CAPITULO IV**

### **CARTERA DE PRODUCTOS PROPUESTA**

#### **4.1 Elaboración de la cartera de productos**

##### **4.1.1 Productos turísticos propuestos**

Uno de los objetivos de la presente tesis es elaborar una cartera de productos turísticos para la ruta Valdivia-San José (Ver tabla N° 6), se presentan los productos que ofrecerán visitas a los lugares mas importantes y menos explotados de la provincia de Santa Elena, para mayor comprensión del turista se detallan los itinerarios, mapas con la ubicación de los sitios propuestos y se hace un cálculo estimado de los costos del producto

considerando grupos de diez personas, se han tomado en cuenta servicios de alojamiento, transporte, alimentación y cada uno de los servicios adicionales que se detallan en cada producto.

Se han considerado dos guías por grupo de diez personas, estimando que cada uno de ellos cobre diez dólares por la guianza, el transporte en furgonetas con capacidad de doce personas aproximadamente a un costo entre veinte y sesenta dólares y las tarifas de observación entre cinco y ocho dólares, estos costos se dividieron para diez y se obtuvo el costo unitario por persona para un grupo de diez turistas.

Los costos de transporte se consideran únicamente saliendo desde Montañita y no desde otro punto del país. Para turistas que tienen como punto de partida Guayaquil se acota la información del costo del servicio de transporte de la furgoneta Guayaquil-Montañita el cual será de \$130.00 ida y vuelta incluido el chofer con la compañía Vansertrans S.A. Para aquellos turistas que deseen alquilar un vehículo tipo van para diez personas sin chofer en la empresa Budget, lo podrán hacer a un costo de \$111.00 diarios con kilometraje libre.

El perfil del turista que se quiere captar es el que se encuentra entre los 23 y 36 años de edad, nacionales y extranjeros que tengan como motivación

disfrutar de un turismo de aventura, científico, verde, cultural y religioso; que cuenten con un poder adquisitivo medio y alto.

**Tabla N° 6: Cartera de productos turísticos**

N°	Nombre del producto	Lugar	Tipo de turismo	Temporada
1	Observación de la elaboración de artesanías en Libertador Bolívar	Libertador Bolívar	Cultural	Todo el año
2	Recorrido cultural por la ruta Valdivia - Olón	Olón -Libertador Bolívar- Valdivia- Barcelona	Cultural y religioso	Todo el año
3	Descubriendo la biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a pie)	Dos Mangas	Verde y científico	mayo - diciembre
4	Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en bicideta y a pie)	Dos Mangas	Verde, científico y aventura	mayo - diciembre
5	Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a caballo)	Dos Mangas	Verde, científico y aventura	mayo - diciembre
6	Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (A pie - pernactación y transporte)	Loma Alta	Verde y científico	mayo - diciembre
7	Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (A pie y transporte)	Loma Alta	Verde y científico	mayo - diciembre
8	Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo - pernactación y transporte)	Loma Alta	Verde, científico y aventura	mayo - diciembre
9	Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (Caballo y Transporte)	Loma Alta	Verde, científico y aventura	mayo - diciembre
10	Pedaleando desde Montañita a Olón	Olón	Cultural, verde, aventura y religioso	Todo el año.
11	Recorriendo la ruta Valdivia - San José	San José	Verde, cultural, sol y playa	Todo el año.

**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Producto N° 1: OBSERVACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE  
ARTESANÍAS EN LIBERTADOR BOLÍVAR  
(Recorrido en bicicleta)**

**08:30** Salida desde Montañita

**09:30** Llegada a la comunidad de Sitio Nuevo (Taller de tagua)

**10:30** Partida hacia la comunidad de Libertador Bolívar

**11:00** Llegada a la comunidad de Libertador Bolívar y visita taller de elaboración de adornos en concha

**11:45** Visita taller de madera (elaboración carros)

**12:20** Visita al Centro Comercial JEPSE Shopping (Jóvenes Emprendedores de la Península de Santa Elena)

**13:00** Almuerzo cabañas Libertador Bolívar

**14:00** Visita taller de balsa

**14:45** Regreso a Montañita

**Resumen de Actividades:**

- Visita al taller de tagua en Sitio Nuevo (Ciclo-turismo)
- Visita al taller de elaboración de adornos en concha (Ciclo-turismo)
- Visita al taller de madera para observar elaboración de carros (Ciclo-turismo)

- Visita al Centro Comercial JEPSE Shopping (Jóvenes Emprendedores de la Península de Santa Elena).

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol

**Incluye:**

- Guía
- Tarifa de observación de elaboración de artículos de balsa, madera y concha
- Almuerzo
- Bicicleta

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

**Mapa N° 2: OBSERVACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS  
EN LIBERTADOR BOLÍVAR**



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 7: Cálculo de costos del producto Observación de la elaboración de artesanías en Libertador Bolívar**

Bicicleta	10,00
Guía	2,00
Tarifa de observación	0,75
Alimentación	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>15,25</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>152,50</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

## **Producto N° 2: RECORRIDO CULTURAL POR LA RUTA VALDIVIA - OLÓN**

**Figura N° 28: Cocción paja toquilla**



**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**08:30** Salida desde Montañita

**08:40** Visita al santuario "Blanca Estrella de la Mar" Olón

**09:10** Salida hacia la comunidad de Libertador Bolívar

**09:20** Visita al taller de balsa en Libertador Bolívar

**10:00** Visita tienda artesanal "Artesanías del Litoral" Libertador Bolívar

**10:30** Salida hacia la comunidad de Valdivia

**10:45** Visita al acuario de Valdivia

**11:30** Visita al museo de Valdivia

**12:10** Salida hacia la comunidad de Barcelona

**12:20** Observación del proceso y técnica de la paja toquilla

**13:20** Salida hacia la comunidad de Libertador Bolívar

**13:40** Almuerzo en Libertador Bolívar

**14:30** Regreso a Montañita



**Resumen de actividades:**

- Visita al santuario "Blanca Estrella de la Mar" Olón
- Visita al taller de balsa en Libertador Bolívar
- Visita tienda artesanal "Artesanías del Litoral" Libertador Bolívar
- Visita al museo y acuario de Valdivia
- Visita a la comunidad de Barcelona para la observación del proceso y técnica de la paja toquilla

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol

**Incluye:**

- Guía
- Almuerzo
- Transporte
- Observación del proceso y técnica de la paja toquilla

**No incluye:** La entrada al museo y acuario, y todo lo que no esta especificado en el paquete.

### Mapa N° 3: RECORRIDO CULTURAL POR LA RUTA VALDIVIA - OLÓN



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 8: Cálculo de costos del producto Recorrido cultural por la ruta Valdivia – Olón**

	<b>En Dólares</b>
Transporte	4,00
Guía	1,00
Tarifa de observación	0,50
Alimentación	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>8,00</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>80,00</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Producto N° 3: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS****MANGAS****(Recorrido en transporte y a pie)****Figura N° 29: Caídas Dos Mangas****Fuente: Xavier Gonzáles, 2007**

- 08:00** Salida desde Montañita a Dos Mangas distancia 7 Km.
- 08:30** Llegada a Dos Mangas
- 08:45** Partida hacia el sendero "La Cascada" 5.2 Km. (Trekking)
- 11:45** Llegada a la cabaña y pozas
- 12:00** Lunch
- 13:00** Retorno a la comunidad
- 16:00** Llegada y almuerzo en la comunidad de Dos Mangas
- 16:30** Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla
- 17:00** Regreso a Montañita

**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "La Cascada" (Trekking)
- Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Alimentos livianos
- Binoculares (opcional)

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Almuerzo
- Transporte Montañita – Dos Mangas – Montañita

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

### Mapa N° 4: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS MANGAS

(Recorrido en transporte y a pie)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 9: Cálculo de costos del producto Descubriendo la biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a pie)**

	En Dólares
Transporte	2,00
Guía	2,00
Alimentación	3,25
Entradas a senderos	1,00
<b>Costo neto por persona</b>	<b>8,25</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>82,50</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Producto N° 4: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS****MANGAS****(Recorrido en bicicleta y a pie)****07:30** Salida desde Montañita a dos Mangas distancia 7 Km. (Mountain bike)**08:30** Llegada a Dos Mangas**08:45** Partida hacia el sendero "La Cascada" 5.2 km (Trekking)**11:45** Llegada a la cabaña y pozas**12:00** Lunch**13:00** Retorno a la comunidad**16:00** Llegada y almuerzo en la Comunidad de Dos Mangas**16:30** Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla**17:00** Regreso a Montañita**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "La Cascada" (Trekking)
- Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho

- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Alimentos livianos
- Binoculares (opcional)

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Bicicleta
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Almuerzo

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

## Mapa N° 5: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS MANGAS

(Recorrido en bicicleta y a pie)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 10: Cálculo de costos del producto Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en bicicleta y a pie)**

	En Dólares
Bicicleta	10,00
Guía	2,00
Alimentación	3,25
Entradas a senderos	1,00
<b>Costo neto por persona</b>	<b>16,25</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>162,50</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.



**Producto N° 5: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS****MANGAS****(Recorrido en transporte y caballo)**

**08:00** Salida desde Montañita a dos Mangas distancia 7 Km.

**08:30** Llegada a Dos Mangas

**08:45** Partida hacia el sendero "La Cascada" 5.2 km (Horseback riding)

**11:45** Llegada a la cabaña y pozas

**12:00** Lunch

**13:00** Retorno a la comunidad

**16:00** Llegada y almuerzo en la comunidad de Dos Mangas

**16:30** Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla

**17:00** Regreso a Montañita

**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "La Cascada" (Horseback riding)
- Observación de elaboración de artesanías en tagua y paja toquilla

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho

- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Alimentos livianos
- Binoculares (opcional)

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Caballo
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Almuerzo
- Transporte Montañita – Dos Mangas – Montañita

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

## Mapa N° 6: DESCUBRIENDO LA BIODIVERSIDAD DE DOS MANGAS

(Recorrido en transporte y caballo)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 11: Cálculo de costos de producto Descubriendo La biodiversidad de Dos Mangas (Recorrido en transporte y a caballo)**

	En Dólares
Transporte	2,00
Caballo	3,00
Guía	2,00
Alimentación	3,25
Entradas a senderos	1,00
<b>Costo neto por persona</b>	<b>11,25</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>112,50</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Producto N° 6: RECORRIENDO EL SENDERO LA MONA EN LOMA****ALTA****(A pie – Pernoctación y transporte)****Figura N° 30: Vista panorámica de Loma Alta****Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.**Día 1****07:00** Salida desde Montañita a Loma Alta 22 Km.**07:40** Llegada a Loma Alta**08:00** Partida hacia el sendero "La Mona" 18 Km. (Trekking)**11:30** Lunch**15:30** Llegada a la cabaña refugio y almuerzo**16:30** Libre**18:30** Cena

**Día 2**

**07:30** Desayuno

**08:00** Partida hacia la comunidad de Loma Alta

**11:00** Lunch

**15:00** Llegada y almuerzo en la comunidad de Loma Alta

**16:00** Retorno a Montañita

**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "La Mona" 18 Km. (Trekking)

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho
- Ropa cómoda
- Bolsa para dormir o sábanas
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Linterna
- Alimentos livianos

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Cabaña
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- 1 Almuerzo, cena y desayuno.
- Transporte Montañita – Loma Alta – Montañita

**No incluye:** Un almuerzo y todo lo que no esta especificado en el paquete

**Mapa N° 7: RECORRIENDO EL SENDERO LA MONA EN LOMA ALTA**

**(A pie – Pernoctación y transporte)**



**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 12: Cálculo de costos del producto Recorriendo el sendero  
La Mona en Loma Alta  
(A pie – pernoctación y transporte)**

	<b>En Dólares</b>
Transporte	4,00
Guía	3,00
Alojamiento	1,50
Alimentación	1,50
Entradas a senderos	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>12,50</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>125,00</b>

**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Observación:** Para extranjeros el costo de la entrada al sendero es de 5,00 dólares.

**Producto N° 7: RECORRIENDO EL SENDERO LAS BOTIJAS EN LOMA****ALTA****(A pie y transporte)****Figura N° 31: Sendero Las Botijas****Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.**08:00** Salida desde Montañita a Loma Alta 22 Km.**08:30** Llegada a Loma Alta**08:45** Partida hacia el sendero "Las Botijas" 10 Km. (Trekking)**11:45** Llegada a Las Botijas (pozas)**12:00** Lunch**13:30** Retorno a la comunidad**16:30** Llegada y almuerzo en la comunidad de Loma Alta**17:30** Regreso a Montañita



**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "Las Botijas" (Trekking)

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Alimentos livianos

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Almuerzo
- Transporte Montañita – Loma Alta – Montañita

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete

## Mapa N° 8: RECORRIENDO EL SENDERO LAS BOTIJAS EN LOMA

### ALTA (A pie y Transporte)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 13: Recorriendo el sendero Las Botijas en Loma Alta (A pie y transporte)**

	<b>En Dólares</b>
Transporte	2,00
Guía	2,00
Alimentación	1,50
Entradas a senderos	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>8,00</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>80,00</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Observación:** Para extranjeros el costo de la entrada al sendero es de 5,00 dólares.

**Producto N° 8: RECORRIENDO EL SENDERO LA MONA EN LOMA****ALTA****(Caballo – Pernoctación y transporte)****Figura N° 32: Sendero La Mona a caballo****Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.**Día 1****07:00** Salida desde Montañita a Loma Alta 22 Km.**07:40** Llegada a Loma Alta**08:00** Partida hacia el sendero "La Mona" 18 Km. (Horseback riding)**11:30** Lunch**15:30** Llegada a la cabaña refugio y almuerzo**16:30** Libre**18:30** Cena

**Día 2****07:30** Desayuno**08:00** Partida hacia la comunidad de Loma Alta**11:00** Lunch**15:00** Llegada y almuerzo en la comunidad de Loma Alta**16:00** Retorno a Montañita**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "La Mona" 18 Km. (Horseback riding)

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho
- Ropa cómoda
- Bolsa para dormir o sábanas
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño
- Fundas para basura
- Linterna
- Alimentos livianos

**Incluye:**

- Entrada al sendero



LACTUR BIBLIOTECA

- Guía
- Caballo
- Cabaña
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- 1 Almuerzo, desayuno y cena
- Transporte Montañita – Loma Alta – Montañita

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

### Mapa N° 9: RECORRIENDO EL SENDERO LA MONA EN LOMA ALTA

(Caballo – Pernoctación y transporte)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 14: Cálculo de costos del producto Recorriendo el sendero  
La Mona en Loma Alta  
(Caballo – pernoctación y transporte)**

	<b>En Dólares</b>
Transporte	4,00
Alojamiento	1,50
Caballo	10,00
Guía	3,00
Alimentación	4,00
Entradas a senderos	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>25,00</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>250,00</b>

**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Observación:** Para extranjeros el costo de la entrada al sendero es de 5,00 dólares.

**Producto N° 9: RECORRIENDO EL SENDERO LAS BOTIJAS EN LOMA****ALTA****(Caballo y transporte)**

**08:00** Salida desde Montañita a Loma Alta 22 Km.

**08:30** Llegada a Loma Alta

**08:45** Partida hacia el sendero "Las Botijas" 10 Km. (Horseback riding)

**11:45** Llegada a Las Botijas (pozas)

**12:00** Lunch

**13:30** Retorno a la comunidad

**16:30** Llegada y almuerzo en la comunidad de Loma Alta

**17:30** Regreso a Montañita

**Resumen de actividades:**

- Recorrido por el sendero "Las Botijas" 10 Km. (Horseback riding)

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Zapatos deportivos para mojar o botas de caucho
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Ropa de baño

- Fundas para basura
- Alimentos livianos

**Incluye:**

- Entrada al sendero
- Guía
- Caballo
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Almuerzo
- Transporte Montañita – Loma Alta – Montañita

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete



### Mapa N° 10: RECORRIENDO EL SENDERO LAS BOTIJAS EN LOMA

#### ALTA (Caballo y Transporte)



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 15: Cálculo de costos del producto Recorriendo el sendero La Mona en Loma Alta (Caballo – pernoctación y transporte)**

	En Dólares
Transporte	4,00
Caballo	10,00
Guía	2,00
Alimentación	1,50
Entradas a senderos	2,50
<b>Costo neto por persona</b>	<b>20,00</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>200,00</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Observación:** Para extranjeros el costo de la entrada al sendero es de \$ 5,00.

**Producto N° 10: PEDALEANDO DESDE MONTAÑITA A OLÓN**

**09:00** Salida desde Montañita al Santuario de Olón (Ciclo-turismo).

**10:00** Llegada a la comunidad y visita al taller de balsa.

**11:00** Visita y observación de elaboración de sombreros, carteras, tapetes de paja toquilla.

**11:45** Visita a la finca hostería "El Retiro" para observar diversos tipos de aves tales como cacatúas, faisanes, venados, avestruces y codornices.  
(Práctica de canopíng)

**13:00** Nos dirigimos al mirador de la hacienda.

**14:30** Retorno y almuerzo en la comunidad de Olón.

**16:00** Regreso a Montañita.

**Resumen de actividades:**

- Visita al taller de balsa
- Visita al taller de elaboración de productos en paja toquilla
- Visita a la finca hostería "El Retiro" para observar diversos tipos de aves  
(Práctica de actividades de aventura como el canopíng)

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Repelente y bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Alimentos livianos
- Binoculares (opcional)

**Incluye:**

- Entrada a la hacienda.
- Guía
- Lunch: sándwich de queso y jamón, jugo o agua y fruta
- Tarifa de observación de elaboración de artículos de balsa
- Tarifa de observación de elaboración de artículos de paja Toquilla.
- Almuerzo
- Bicicleta

**No incluye:** Todo lo que no esta especificado en el paquete.

### Mapa N° 11: PEDALEANDO DESDE MONTAÑITA A OLÓN



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Tabla N° 16: Cálculo de costos del producto  
Pedaleando desde Montaña a Olón**

	En Dólares
Bicicleta	10,00
Guía	2,00
Tarifa de Observación	0,80
Alimentación	2,00
Entrada Hacienda	5,00
<b>Costo neto por persona</b>	<b>19,80</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>198,00</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

**Observación:** Para extranjeros el costo de la entrada al sendero es de \$ 15,00

**Producto Nº 11: RECORRIENDO LA RUTA VALDIVIA - SAN JOSÉ****Duración del recorrido (2 días y 1 noche)****Día 1**

**07:45** Salida desde Montañita a San José

**08:00** Llegada a San José Hospedería Los Crotos. (Desayuno)

**08:30** Partida hacia el sendero. (Avistamiento de monos y otros mamíferos)

**10:30** Llegada a la comunidad

**10:30** Salida hacia la comunidad de Valdivia.

**11:00** Visita al museo de Valdivia.

**11:40** Visita al acuario de Valdivia

**12:20** Salida hacia la comunidad de Libertador Bolívar.

**12:35** Almuerzo (L.Bolívar).

**13:30** Visita tienda artesanal "Litoral"

**14:00** Salida hacia la comunidad de Montañita

**14:15** Visita y recorrido por Montañita

**16:00** Partida hacia San José.

Tarde Libre

**19:00** Cena

**20:30** Fogata en la playa

**Día 2**

**08:30** Desayuno

**09:00** Mañana libre para la playa

**12:30** Almuerzo

**13:30** Salida hacia el Santuario de Olón

**13:40** Visita al santuario

**14:00** Salida hacia Montañita

**Resumen de actividades:**

- Visita al sendero (Avistamiento de monos y otros mamíferos)
- Visita al museo y acuario de Valdivia
- Visita a la tienda artesanal "Litoral"
- Fogata en la playa
- Visita al Santuario de Olón

**Indicaciones:**

- Llevar agua
- Bloqueador solar
- Gorra y gafas de sol
- Traje de baño

**Incluye:**

- Guía
- 2 desayunos
- 2 Almuerzos
- 1 cena
- Transporte
- Hospedaje

**No incluye:** Todo lo que no está especificado en el paquete.

**Observación:** En San José se puede practicar barro terapia, el valor no está incluido en el paquete.

## Mapa N° 12: RECORRIENDO LA RUTA VALDIVIA - SAN JOSÉ



Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

Tabla N° 17: Cálculo de costos del producto Recorriendo la ruta Valdivia - San José

	En Dólares
Transporte	6,00
Alojamiento	5,00
Guía	2,00
Alimentación	9,00
Entrada al sendero	3,00
<b>Costo neto por persona</b>	<b>25,00</b>
<b>Costo neto para grupo de 10 personas</b>	<b>250,00</b>

Fuente: R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.



### **4.1.2 Beneficios esperados**

Tomando como base los objetivos planteados en la presente tesis se propone alcanzar:

- ▶ La participación de la comunidad mejorando su calidad de vida.
- ▶ El desarrollo de destinos turísticos poco explotados.
- ▶ Concienciar a pobladores y turistas sobre la conservación de los destinos turísticos.
- ▶ Diversificar la oferta turística, ofreciendo nuevos productos de cultura, naturaleza y ecológicos.
- ▶ Incentivar a operadoras turísticas a que oferten la ruta Valdivia-San José.
- ▶ Incentivar la inversión de los organismos públicos y privados.
- ▶ Involucrar a la comunidad en la participación de los productos propuestos, tales como guianza realizada por guías nativos, restauración, la alimentación en la visita a los senderos será preparada por mujeres de la comuna y el alojamiento en hospederías comunitarias.

### **4.1.3 Análisis FODA**

El análisis FODA permitirá visualizar la situación actual del producto, permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos planteados en la presente tesis (Ver tabla Nº 18).

**Tabla N° 18: Análisis FODA**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Destino potencial aún no explotado por la competencia.</li> <li>*Apoyo de guía nativo el cual conoce bien el sector, historia y costumbres.</li> <li>*Punto de origen: Montañita, cuenta con todos los servicios básicos además de ser un destino muy visitado.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Durante época invernal los senderos se tornan difíciles de transitar.</li> <li>*Falta de servicios básicos en buen estado en los pueblos adyacentes a la ruta.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Alianzas con operadoras y agencias de viajes.</li> <li>*Se relaciona con el boom del turismo verde.</li> <li>*Ofertar actividades distintas a sol y playa durante temporada baja</li> <li>*Nuevo producto en un mercado saturado.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Destrucción del bosque.</li> <li>*Sequías, inundaciones, fenómenos naturales.</li> </ul>

**Fuente:** R. Bourne, C. Gualavisí, 2007.

Este análisis nos indica que el producto ofertado cuenta con dificultades ambientales las cuales son imposibles de reparar o predecir pero si de prevenir mediante un plan de contingencia en caso de presentarse eventos naturales que pongan en riesgo a la ruta visitada.

## **CAPITULO V**

### **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS.**

La mercadotecnia moderna requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes meta. Por lo tanto se propone en la presente tesis las cuatro herramientas más utilizadas para un efectivo mercadeo, las cuales se analizarán sus conceptos además de realizar las respectivas ideas para la concepción de las mismas.

**La publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido, es decir, la utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto u organización.

### **Estrategia**

- Promocionar los productos turísticos propuestos a fin de generar un mayor número de visitas en la ruta Valdivia - San José.

### **Acciones**

- Diseñar una página web.
- Distribución de folletería, material audiovisual y carteles que se exhibirán en las distintas agencias de viajes y operadoras de turismo.
- Anuncios en las páginas de internet de nuestros auspiciantes.
- Reportajes para las diferentes revistas turísticas del Ecuador, donde se resaltarán las características de actividades ecológicas en la Ruta del Sol.
- Publicidad del producto turístico vía emailing.

### **Diseño de un sitio web**

La creación de un sitio web será indispensable para la promoción de los senderos donde esperamos contar con el apoyo de las agencias de viajes,

operadoras, entidades gubernamentales relacionadas al área, universidades, empresas, etc., para lograr una mayor difusión del mismo.

Además se debe explotar el potencial de las nuevas tecnologías para el marketing turístico y, especialmente, la capacidad de Internet como herramienta para la información, la promoción y la facilidad del comercio.

#### **Distribución de folletería, material audiovisual y carteles.**

Nuestro principal target son las agencias de viajes y Operadoras de Turismo, las cuales promoverán mediante folletos, cartas de presentación y CDs las opciones de senderos expuestas en el Capítulo IV.

Se espera conseguir el apoyo de la Sub-secretaría de Turismo del Litoral para el diseño e impresión de los mismos sin dejar a un lado la promoción e información de la ruta Valdivia-San José en sus oficinas.

Además se propone repartir folletería de la ruta Valdivia-San José en el Terminal Terrestre de Guayaquil para dar a conocer esta opción a los turistas que se dirigen hacia la costa ecuatoriana donde se detallen los atractivos turísticos de la ruta.

**Anuncios en páginas de internet.**

Para ello se debe trabajar conjuntamente con la Cámara de Turismo del Guayas, donde se incorporará las herramientas de información y marketing on line a la estrategia definida para la promoción turística y el apoyo a la comercialización en los diferentes mercados.

La acción en la red se orienta tanto al sector profesional, ofreciéndole un producto poco explotado, y al público en general, mediante un intenso trabajo para dar a conocer la oferta en internet y facilitar el contacto entre usuarios y profesionales llegando así a una comercialización electrónica del producto que a su vez tiene como objetivo su posicionamiento en los buscadores, alianzas estratégicas con portales, inserciones publicitarias en medios on line y e-mail marketing.

Por lo tanto se puede solicitar un espacio para publicitar la ruta Valdivia – San José en las páginas web de las diferentes entidades gubernamentales y privadas, tales como:

- Ministerio de Turismo
- Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- Muy Ilustre Municipalidad de Santa Elena
- Programa de Manejo de Recursos Costeros
- Transport

- Turismo comunitario
- Ruta del Sol

### **Reportajes para revistas**

Es necesario contar con el apoyo de un medio de comunicación conocido donde se de apertura a las diferentes propuestas turísticas que ofrece la costa ecuatoriana, entre los más opcionados tenemos:

- Diario el Universo dominical
- Transport
- Vistazo
- Focus
- Revista Pacificard
- Revista Diners

### **Publicidad del producto turístico vía emailing**

Muchos ven como mala la publicidad en internet, pero ésta debe ser correctamente enfocada, así se asegura al proveedor el uso de un canal y promoción correctos, para que el cliente encuentre la solución que desea y no sea bombardeado al punto de no consumir ni una cosa ni la otra.

Se deberá hacer el envío controlado, justo y correcto de una propuesta ó promoción a una persona que lo solicitó tácita ó expresamente.

### **Estrategia**

- Negociar con los operadores de turismo a fin de captar el turismo receptivo e interno de la ruta Valdivia – San José.

### **Acciones**

- Visitar a las diversas operadoras de turismo y agencias de viajes las cuales se encargarán de promocionar la cartera de productos turísticos propuestos en la presente tesis; las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

**La promoción de ventas:** Son los incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio, mediante la utilización de cupones, premios, concursos, descuentos, cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía.

El gasto en la promoción de ventas ha aumentado más rápidamente que el de publicidad en los últimos años. La promoción de ventas exige que se fijen unos objetivos, se seleccionen las herramientas, se desarrolle y prueben los programas antes de instrumentarlo, y se evalúen sus resultados.



Existen varios tipos de promoción como la **promoción de consumo** las cuales se tratan de ventas promocionales para estimular las adquisiciones de los consumidores, en el caso de la ruta Valdivia-San José se puede ofertar:

### **Estrategia**

Incentivar con gratuidades a los clientes frecuentes por la adquisición de productos turísticos.

### **Acciones**

- Paseos a caballo
- Charlas ecológicas
- Entradas gratuitas a museos
- Visita a un sendero como premio o recompensa a aquellos clientes regulares.

**La promoción comercial** se refiere a la recompensa que se otorga a los vendedores motivando así su esfuerzo por vender consiguiendo de esta manera eficacia en la venta y mejor servicio.

**Las relaciones públicas**: Es el instrumento menos utilizado de las principales herramientas de promoción, aunque su potencial sea dar a conocer y hacer que se prefiera un producto.

La creación de buenas relaciones con los diversos públicos, de una buena "imagen", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos, son el establecimiento de buenas relaciones, lo que implica una publicidad favorable y la creación de una imagen positiva de la ruta ofertada.

Las relaciones públicas implican la determinación de objetivos, la elección de los mensajes y vehículos, la instrumentación del plan y la evaluación de los resultados.

**Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

Dentro de estas categorías se encuentran instrumentos específicos, como las presentaciones de ventas, las exhibiciones en los puntos de venta, los anuncios especiales, las presentaciones comerciales, las ferias, las demostraciones, los catálogos, la literatura, los paquetes de prensa, los carteles, los concursos, las bonificaciones y los cupones.

Al mismo tiempo, la comunicación rebasa estas herramientas de promoción específicas. El diseño del producto, su precio, la forma, color de su empaque y las tiendas que los venden todo comunica algo a los compradores. Así, aunque la mezcla promocional es la principal actividad de comunicación de

una compañía, toda la mezcla de mercadotecnia - la promoción y el producto, el precio y el lugar deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

Los tres principales instrumentos de la promoción masiva son la **publicidad**, la **promoción de las ventas** y las **relaciones públicas**. Se trata de herramientas de mercadotecnia en gran escala que se oponen a las ventas personales, dirigidas a compradores específicos. En la presente tesis se ha aumentado esta herramienta ya que es de gran importancia en la venta de productos intangibles, para lo cual se realizará en las siguientes actividades:

- Participación en la FITE (Feria Internacional de Turismo en Ecuador)
- Ferias de turismo realizadas por universidades o colegios
- Presentación de la cartera de productos en universidades, colegios y empresas.
- Contactar a clientes potenciales mediante el telemarketing
- Visitas directa a clientes.

El fin es atraer al turista potencial con la publicidad, promoción y las relaciones públicas, las cuales atraen masas, para luego de captar su atención, brindarle un servicio personalizado donde se le proporcionará la información necesaria e incentivará a conocer la ruta Valdivia-San José.

### CONCLUSIONES

1. La riqueza natural y cultural que poseen las diferentes comunidades que conforman la ruta Valdivia-San José no es muy conocida por los diferentes turistas que visitan la provincia de Santa Elena, esto es debido a la moda actual o a la casi nula promoción de las mismas por parte de los gobiernos locales y seccionales.
2. Las tendencias que mas predominan en el comportamiento de los turistas que visitan la provincia de Santa Elena son las relacionadas al relax, deporte y diversión especialmente realizadas por jóvenes.
3. Existen jóvenes de las distintas poblaciones de la ruta Valdivia-San José que luego de haber realizado sus estudios en las ciudades principales han regresado a sus comunidades para reactivar la actividad económica mediante la puesta en práctica de sus conocimientos adquiridos.

4. El potencial con el que cuenta la ruta Valdivia-San José está ligado al ecoturismo contribuyendo así, a fomentar el interés de los turistas.
5. Los habitantes de la ruta Valdivia-San José están dispuestos a proyectar sus costumbres y dar a conocer los atractivos de la ruta siempre y cuando sean ellos los actores principales de esta propuesta.
6. El turismo ecológico del Ecuador ha estado concentrado en la región sierra, amazónica e insular principalmente, por lo tanto esta propuesta contribuye a proyectar a la región costa en lo referente al ecoturismo.

### RECOMENDACIONES

1. El Gobierno local de la provincia de Santa Elena debería emprender programas de promoción turística durante la temporada baja de visitas a las playas, ya que durante la misma la actividad económica y turística decrece, afectando así a sus habitantes.
2. Se debería ofrecer charlas o talleres para enseñar a las personas de las diferentes comunidades de la ruta Valdivia-San José sobre atención a los turistas y para conocer más acerca de los atractivos turísticos que poseen.
3. Realizar tours para los propios pobladores, con guías nativos y guías profesionales para de esta manera enseñar la correcta forma de guiar a los futuros turistas y como expresarse ante los mismos.

4. Se debería ejecutar planes de mejoramiento para la infraestructura, donde se involucre el mejoramiento de las vías de acceso a los diferentes atractivos proporcionándoles las señalizaciones correspondientes.
5. Crear campañas de motivación dirigidas por jóvenes estudiantes de turismo de las diferentes universidades o institutos tecnológicos del sector costa del País.
6. El Estado además debería preocuparse por estos sectores de la patria olvidados, donde los servicios básicos, a pesar de encontrarse a pocos minutos de ciudades desarrolladas, aún son ineficientes generando así un mal aspecto a estas pequeñas poblaciones.
7. Es indispensable la participación de las comunas visitadas durante los recorridos, por lo tanto se debería contactar personas que presten sus servicios de alimentación o esparcimiento (alquiler de caballos, cometas, carpas, etc.) con un nivel de atención digna y cordial.

## **ANEXOS**



## **Anexo A**

### **Entrevista en comuna Sitio Nuevo**

**Entrevistado:** Sr. Javier Pincay

**Lugar:** Sitio Nuevo

**Celular:** 088143882

**Establecimiento:** Taller de artesanías en tagua "Pincay"

#### **1.- ¿Cuántos años tiene en este negocio?**

Tenemos 6 años trabajando con la tagua, es un negocio familiar ya que los niños, mi esposa y yo, de una u otra forma aportamos al negocio.

#### **2.- ¿En donde comercializan sus productos?**

Trabajamos bajo pedido, Propueblo es uno de nuestros clientes, además los hippies entran a nuestra comuna donde existen más de 20 talleres de elaboración de artesanías de tagua, compran la mercadería para luego venderla en la Ruta del Sol y en la Sierra. Existen personas que conocen de nuestro trabajo y vienen exclusivamente a Sitio Nuevo con los diseños que quieren que le elaboremos en tagua aunque en época de lluvia es casi imposible llegar.

#### **3.- ¿Cuentan con ayuda del Gobierno Central?**

Por el momento no, estamos esperando el préstamo del 555 ofrecido en la campaña. Por su lado Prodecos nos ha ayudado con capacitación y préstamos con intereses bajos los cuales pagamos puntualmente. En su momento la

ESPOL nos ayudó con folletos publicitarios acerca de las artesanías elaboradas con tagua.

Nuestro proyecto Ruta Valdivia-San José tiene como objetivo promocionar las comunidades que se encuentran en la misma especializándose en el turismo ecológico y cultural.

#### **4.- ¿Qué opina sobre nuestra propuesta?**

Me parece una buena propuesta ya que las comunidades casi no son conocidas por los turistas especialmente comunas como Sitio Nuevo que se encuentran casi a 20 minutos camino adentro de la vía principal. Existen lugares muy bonitos como Loma Alta que los turistas desconocen.

#### **5.- ¿Usted estaría dispuesto a explicar a los turistas el proceso de la elaboración de las artesanías?**

Siempre estamos dispuestos a atender a nuestros clientes o turistas interesados en este proceso y agradecemos por tomar en cuenta a Sitio Nuevo para la elaboración de su tesis.

#### **6.- ¿Algún comentario o recomendación final?**

Lo único que pedimos es que las autoridades se preocupen por sembrar tagua ya que antes desde aquí se podía observar los árboles de tagua, ahora tenemos que caminar bosque adentro para conseguir la materia prima de nuestras artesanías por que cuando se acabe la tagua ya no tendremos de que vivir.

## **Anexo B**

### **Entrevista en comuna Libertador Bolívar**

**Entrevistado:** Sra. Anabell Barzola

**Lugar:** Libertador Simón Bolívar

**Celular:** 094574376

**Establecimiento:** Hospedería Familiar "Laurita"

#### **¿Cuánto tiempo tiene en este negocio?**

Hace cinco años empezamos alquilando un dormitorio de nuestra casa, con la ayuda de Prodecos y Organizaciones Españolas y Guayaquileñas pudimos adecuar nuestra casa y ahora contamos con tres dormitorios que albergan hasta 10 personas. Prodecos nos ha ayudado con capacitación y materiales que se han adquirido mediante préstamos, por lo tanto los manteles, sábanas y toallas tienen el sello de ellos.

#### **¿Cuál es el precio de dichas habitaciones?**

Las habitaciones sin baño cuestan \$8 y las que tienen baño \$10, la comida es aparte y van desde \$2.00 hasta \$4.50, depende del plato.

#### **¿Se podría decir que es un buen negocio?**

Como todo negocio existen buenas y malas épocas, son los meses de Enero, Febrero y Marzo buenos para nosotros además del 12 de Octubre que se celebra la fiesta de la Virgen del Pilar. Actualmente se celebra el inicio de la temporada, esta fiesta atrae muchos turistas ya que hay presentaciones en

vivo, competencias de surf etc. Con este negocio he podido mantener a mi familia y todos colaboramos para mantenerla.

### **¿Existe ayuda del Gobierno Central?**

Cuando realizan la promoción de la Ruta del Sol nos toman en cuenta pero quien está realizando el adoquinado de Simón Bolívar es el Municipio de Santa Elena.

Nuestro proyecto Ruta Valdivia-San José tiene como objetivo promocionar las comunidades que se encuentran en la misma especializándose en el turismo ecológico y cultural.

### **¿Qué opina sobre nuestra propuesta?**

Estoy de acuerdo con el interés que tienen de promocionar estos pequeños poblados que cuentan con lindas playas, algunas cuentan con salvavidas y tachos de basura, somos gente trabajadora que desea salir adelante, como puede apreciar aquí existen tiendas de artesanías en madera, tagua, hospederías comunitarias, restaurantes etc. A 10 minutos encontrarán el JEPSE (Jóvenes emprendedores de Santa Elena) y frente al mismo la entrada a Sitio Nuevo, hay muchos lugares hermosos en esta Ruta y que mejor si los promocionan ya que nos beneficiaría mucho.

## Anexo C

**BOLETIN DE PLAYAS - N° 54**  
**Sábado 06, domingo 07, viernes 12, sábado 13, domingo 14 de**  
**octubre del 2007**

**Principales resultados de monitoreo de playas**

MONTAÑITA	Sábado, 06 de octubre			Domingo, 07 de octubre					
	# de Turistas	250			138				
# de Buses	--			2					
Distribución de turistas en la playa (turistas/15 m <sup>2</sup> )	Sobra espacio (0,2 turistas / 15m <sup>2</sup> )			Playa cómoda (0,2 turistas / 15m <sup>2</sup> )					
# de Comerciantes	30			18					
Desechos sólidos (los)	273			223					
Sucesos	--			--					
Presencia de organismos Públicos	# Organismo	Entrada	Salida	# Organismo	Entrada	Salida			
	--	--	--	--	--	--			
	Viernes, 12 de octubre			Sábado, 13 de octubre			Domingo, 14 de octubre		
# de Turistas	20			22			45		
# de Buses	--			--			2**		
Distribución de turistas en la playa (turistas/15 m <sup>2</sup> )	Playa cómoda (0,22 turistas / 15m <sup>2</sup> )			Playa cómoda (0,02 turistas / 15m <sup>2</sup> )			Sobra espacio (0,04 turistas / 15m <sup>2</sup> )		
# de Comerciantes	--			1			4		
Desechos sólidos (los)	119			83,5			150,5		
Sucesos	--			--			--		
Presencia de organismos Públicos	# Organismo	Entrada	Salida	# Organismo	Entrada	Salida	# Organismo	Entrada	Salida
	--	--	--	--	--	--	--	--	--

\* De acuerdo a los estudios del PMRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros), se recomienda que cada turista al menos cuente con 15 metros cuadrados de espacio (1 turista / 15 m<sup>2</sup>).

\*\* Dom. 14 1 bus Portoviejo, 1 bus Crucita.

## Anexo D

**BOLETIN DE PLAYAS - N° 55**  
**Sábado 20, domingo 21, sábado 27 y domingo 28 de octubre del**  
**2007**

**Principales resultados de monitoreo de playas**

MONTAÑITA	Sábado, 20 de octubre				Domingo, 21 de octubre			
# de Turistas en la playa	66				94			
# de Buses	--				--**			
Distribución de turistas en la playa (turistas/15 m <sup>2</sup> )	Sobra espacio (0,09 turistas /15m <sup>2</sup> )				Sobra espacio (0,09 turistas /15m <sup>2</sup> )			
# de Comerciantes en la playa	9				5			
Basura – Desechos originados / peso en kilos	203,5				183			
Sucesos	--				--			
Presencia de organismos Públicos	#	Organismo	Entrada	Salida	#	Organismo	Entrada	Salida
	-	--	--	--	-	--	--	--
	Sábado, 27 de octubre				Domingo, 28 de octubre			
# de Turistas en la playa	36				69			
# de Buses	2***				2****			
Distribución de turistas en la playa (turistas/15 m <sup>2</sup> )	Sobra espacio (0,04 turistas /15m <sup>2</sup> )				Sobra espacio (0,09 turistas /15m <sup>2</sup> )			
# de Comerciantes en la playa	6				--			
Basura – Desechos originados / peso en kilos	224,5				65			
Sucesos	--				--			
Presencia de organismos Públicos	#	Organismo	Entrada	Salida	#	Organismo	Entrada	Salida
	-	--	--	--	-	--	--	--

\* De acuerdo a los estudios del PNRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros), se recomienda que cada turista al menos cuente con 15 metros cuadrados de espacio (1 turista = 15 m<sup>2</sup>).

\*\*Dom. 21: 1 bus de Portoviejo, 1 bus de Chone.

\*\*\*Sáb. 27: 2 Transportes escolares

\*\*\*\*Dom. 28: 2 Transportes escolares

**Anexo E****Encuesta de aceptación para la ruta Valdivia – San José**

Edad:

Sexo: M  F 

Ocupación:

**1.- ¿Cuál es su procedencia?**Nacional  Extranjero **2.- ¿Cuál es su permanencia cuando visita las playas de Santa Elena?**1 a 3 días  4 a 5 días  1 semana  15 días  1 mes **3.- ¿Con que frecuencia visita las playas de Santa Elena al año?**2 a 4 veces  5 a 9 veces  10 a + **4.- ¿Durante que meses visita con más frecuencia las playas de Santa Elena?**enero-abril  mayo-agosto  septiembre-diciembre

**5.- ¿Qué actividades desarrolla durante su visita?**

Deporte  Cultural  Científica  Diversión  Ecológica

**6.- ¿Conoce otras alternativas de esparcimiento en la Ruta del Sol que no solo sean de sol y playa?**

Sí  No  No sabe

(Explicación breve de nuestra propuesta)

**7.- ¿Estaría dispuesto a adquirir el producto turístico ofertado en la Ruta Valdivia-San José?**

Sí  No  No Sabe



## **BIBLIOGRAFIA**

- 1.** Wikipedia. La enciclopedia libre. <http://es.wikipedia.org/wiki/Forfait>.  
(consulta: octubre 30 del 2007)
- 2.** Glosario de turismo y hostelería  
<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,ruta.xhtml>. (Consulta: octubre 30 del 2007)
- 3.** Boletín Turístico. <http://www.boletinturistico.com/diccionario/default.asp?Letra=T>. (Consulta: octubre 30 del 2007)
- 4.** Visita Guayaquil. [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com) (Consulta: septiembre 30 de 2007)
- 5.** Boullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas, 1994.
- 6.** Cárdenas, Tabares Fabio. Producto Turístico. Trillas, México, 1982
- 7.** Carvache, Wilmer. Materia Operación Turística, Espol, 2006.