

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

## **Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Propuesta de desarrollo turístico para la comuna La Entrada, Santa  
Elena

### **PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Nombre de la titulación**

**Licenciatura en turismo**

Presentado por:

María Gabriela Rivas Oviedo

Jonathan Nolberto Duran Cabrera

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres y hermanos, quienes me han apoyado incondicionalmente a lo largo de mi carrera universitaria. Los amo mucho.

**Gabriela**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios que ha sido mi pilar fundamental en toda la etapa universitaria en segundo lugar a mi familia que ha apoyado en todo lo que este a su alcance para que yo pueda culminar los estudios.

**Jonathan**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por darme la paciencia necesaria para culminar este proyecto. De la misma forma, agradezco a mi hermana Jackie por siempre apoyarme y ayudarme siempre.

Finalmente, a mi amigo Jonathan, quien fue pieza clave para culminar este proyecto.

**Gabriela**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a los profesores y demás personas que han sido parte de todo este proceso de aprendizaje y por lo que podido lograr hacer en esta etapa universitaria.

Finalmente, a mi amiga Gabriela, quien fue pieza clave para culminar este proyecto.

**Jonathan**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Jonathan Duran Cabrera* y *Gabriela Rivas Oviedo* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

*Gabriela Rivas O.*

**Gabriela Rivas Oviedo**



**Jonathan Duran Cabrera**

## EVALUADORES

*Olguiza Martín M.*

M.sc. Olga Martín Moreno

PROFESOR DE LA MATERIA

*Andrea Yáñez Rojas*

Lcda. Andrea Yáñez Rojas

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación que se realizó en la comuna La Entrada perteneciente a la parroquia Manglaralto, la cual forma parte de la provincia de Santa Elena. El objetivo principal fue conocer la perspectiva de la demanda hacia la comuna, para saber aquello se aplicaron varias técnicas de investigación, con las cuales se recolectó información relevante que fue de mucho uso e importancia para el desarrollo de la investigación. De modo que se realizaron encuestas, de manera que se determinaron cuáles serían las actividades y servicios que la demanda espera encontrar en La Entrada. A su vez, se hicieron entrevistas a actores claves, no solo para obtener información sobre la situación de la comuna, sino también para conocer la opinión en torno a las actividades y servicios turísticos. De igual modo, se utilizó una ficha de observación para conocer el estado general de la comuna. En respuesta a los resultados obtenidos se propondrán trabajar en temas de perfeccionamiento de las facilidades turísticas, formación en capacidades en servicio turístico y en el fortalecimiento en la promoción de las actividades y sitios de interés que capten la atención de la demanda.

**Palabras Clave:** propuesta, desarrollo turístico, demanda, promoción.

## **ABSTRACT**

*The next investigation carried out in La Entrada community, belonging to Manglaralto parish, which is part of the Santa Elena province. The main objective was to understand the demand perspective towards the community, multiple investigation techniques were applied to achieve this, through which relevant information was gathered that was very important and useful in the development of this investigation. So, surveys were done to establish the activities and services that the demand expect in La Entrada. At the same time, surveys were done to key actors, not only to obtain situational information about La Entrada, but to know the opinion around the activities and community touristic services. In the same way, observation forms were used to understand the general situation of the community. In response of the obtained results, it will be proposed to work on improvement topics of the tourism facilities, building the capacities on touristic service and strengthening the promotion of activities and points of interest that enhances the demand's attention.*

*Keywords: proffer, touristic development, demand, promotion.*

## ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	7
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i> .....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS .....	VII
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
ÍNDICE DE ECUACIONES .....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
CAPÍTULO 1.....	14
1.    Introducción .....	14
1.1    Descripción del problema .....	14
1.2    Justificación del problema.....	15
1.3    Objetivos.....	17
1.3.1    Objetivo General .....	17
1.3.2    Objetivos Específicos.....	17
1.4    Marco teórico .....	17
1.4.1    Componentes del sistema turístico .....	17
1.4.2    Oferta Turística.....	17
1.4.3    Demanda turística .....	18
1.4.4    Demanda real.....	18
1.4.5    Demanda potencial .....	18
1.4.6    Superestructura.....	18

1.4.7	Sistema turístico según la OMT .....	18
1.4.8	Casos de estudio.....	19
CAPÍTULO 2.....		21
2.	Metodología .....	21
2.1	Metodología design thinking .....	22
2.1.1	El actor .....	23
2.1.2	Mapa de actores involucrados.....	23
2.2	Enfoque de la investigación .....	26
2.3	Técnicas de investigación.....	27
2.4	Método cualitativo.....	27
2.4.1	Observación directa .....	27
2.4.2	Entrevistas .....	28
2.5	Descripción de actores .....	28
2.6	Investigación de mercado .....	29
2.7	Método cuantitativo.....	29
2.7.1	Encuesta .....	29
2.7.2	Determinación del tamaño de la muestra.....	30
CAPÍTULO 3.....		32
3.	Resultados Y ANÁLISIS.....	32
3.1	Análisis Situacional.....	32
3.1.1	Caracterización del lugar.....	32
3.1.2	Análisis de los prestadores de servicios.....	34
3.1.3	Caracterización de la demanda.....	35
3.2	Análisis de los resultados de las entrevistas.....	37
3.3	análisis de los resultados de las encuestas .....	38

3.3.1	Conclusión general.....	39
3.4	Análisis del entorno.....	40
3.4.1	Factores de análisis PESTEL.....	41
3.4.2	Análisis de la competencia.....	42
3.4.3	Tendencias de mercado.....	43
3.5	Estudio Técnico .....	44
3.5.1	Atractivos que predominan en la comuna La Entrada.....	44
3.6	Determinación del proceso .....	45
3.6.1	Aplicación de herramientas .....	45
CAPÍTULO 4.....		46
4.	Planteamiento de estrategia Y PRESUPUESTO.....	46
4.1	Desarrollo de destinos y facilidades turísticas .....	47
4.1.1	Plan de equipamiento y comercialización en alojamiento .....	47
4.1.2	Reestructuración física de los comedores.....	47
4.1.3	Facilitación turística.....	48
4.2	Formación y capacitación de recursos humanos.....	49
4.2.1	Desarrollo de capacidad en servicios turísticos .....	49
4.3	Marketing y promoción turística .....	50
4.3.1	Fortalecimiento en marketing turístico.....	50
4.4	Análisis económico .....	51
4.5	COSTOS FIJOS .....	53
4.6	Costos variables .....	53
CAPÍTULO 5.....		58
5.	Conclusiones Y RECOMENDACIONES .....	58
5.1	Conclusiones .....	58

Recomendaciones .....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
6. Trabajos citados.....	60
APÉNDICE .....	63
APÉNDICE A .....	65
1. Ficha técnica de caracterización de comunas .....	65
2. Gráficos de resultados de las encuestas .....	82
2.1 Demanda real .....	82
2.2 Demanda potencial.....	92
3. Ficha de evaluación de restauración y alojamiento.....	103
4. Encuesta demanda real .....	105
5. Encuesta de la demanda potencial .....	107
APÉNDICE B .....	110
1. Detalle de inversión en actividades .....	110

## **ABREVIATURAS**

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
BPM	Buenas Prácticas de manufactura
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
OMT	Organización Mundial del Turismo
PESTEL	Político Económico Social Tecnológico Ecológico Legal
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno
UPC	Unidad de Policía Comunitaria

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2.1 Etapas del método design thinking.....	22
Gráfico 2.2 Mapa de actores.....	25
Gráfico 3.1 Frecuencia de visitantes.....	36
Gráfico 3.2 Que servicios le gustaría que brinde la comuna.....	36
Gráfico 3.3 Que no le gustó de la comuna.....	36
Gráfico 3.4 PESTEL.....	41
Gráfico 3.5 Atractivos de la comuna La Entrada.....	44
Gráfico A.1 Genero.....	82
Gráfico A.2 Edad.....	83
Gráfico A.3 Nivel de educación.....	83
Gráfico A.4 Estado civil.....	84
Gráfico A.5 Nacionalidad.....	84
Gráfico A.6 Conoce las playas de Santa Elena.....	85
Gráfico A.7 Frecuencia con la que visitan la playa.....	85
Gráfico A.8 Playas apropiadas para visitar.....	86
Gráfico A.9 Días que permanecería en La Entrada.....	86
Gráfico A.10 Con quien viaja.....	87
Gráfico A.11 Medio de transporte.....	87
Gráfico A.12 Medio por el que conoce La Entrada.....	88
Gráfico A.13 Lugares que visitó en La Entrada.....	88
Gráfico A.14 Que no le agradó en La Entrada.....	89
Gráfico A.15 Actividades que le gustaría realizar.....	89
Gráfico A.16 Servicios que debería proporcionar La Entrada.....	90
Gráfico A.17 Número de días que permanecería en La Entrada.....	90
Gráfico A.18 Volvería a La Entrada.....	91
Gráfico A.19 Aspectos considerados para visitar un destino.....	91
Gráfico A.20 Recomendaría visitar La Entrada.....	92
Gráfico A.21 Género.....	92
Gráfico A.22 Edad.....	93

Gráfico A.23 Nivel de educación.....	93
Gráfico A.24 Estado civil.....	94
Gráfico A.25 Nacionalidad .....	94
Gráfico A.26 Conocen las playas.....	95
Gráfico A.27 Número de veces que visita la playa.....	95
Gráfico A.28 Medio de transporte .....	96
Gráfico A.29 Playas apropiadas para visitar .....	96
Gráfico A.30 Número de días que permanecería en el sitio .....	97
Gráfico A.31 Con quien visita la playa .....	98
Gráfico A.32 Conoce La Entrada .....	98
Gráfico A.33 Medio por el que conoce La Entrada .....	99
Gráfico A.34 Lugares interesantes en La Entrada .....	99
Gráfico A.35 Actividades que les gustaría realizar.....	100
Gráfico A.36 Servicios que le gustaría que brinde la comuna .....	100
Gráfico A.37 Días que permanecería en La Entrada .....	101
Gráfico A.38 Volvería a visitar la comuna .....	101
Gráfico A.39 Aspectos considerados al momento de visitar un lugar .....	102
Gráfico A.40 Recomendaría visitar La Entrada.....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Cálculo tamaño de la muestra .....	32
Figura A.1 Encuesta demanda real.....	105
Figura A.1 Encuesta demanda real.....	107
Figura A.2 Encuesta demanda potencial.....	107
Figura A.3 Acta de aprobación.....	109

## ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 2.1 Fórmula de muestreo para la estimación de población .....	30
Ecuación 2.2 Fórmula de muestreo .....	31

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Tabla de actores .....	23
Tabla 2.2 Perfil de actores involucrados .....	26
Tabla 2.3 Determinación del tamaño de la muestra.....	31
Tabla 3.1 Interpretación de ficha de observación .....	33
Tabla 3.2 Variables demográficas.....	35
Tabla 3.3 Porcentaje de personas que conocen la comuna La Entrada.....	35
Tabla 3.4 Interpretación de entrevistas.....	37
Tabla 3.5 Resultados generales de la encuesta .....	38
Tabla 3.6 Comunidades turísticas cercanas .....	40
Tabla 3.7 Análisis según PESTEL .....	41
Tabla 3.8 Análisis de competidores .....	42
Tabla 3.9 Recursos naturales de la comuna La Entrada .....	45
Tabla 3.10 Servicios turísticos .....	45
Tabla 4.1 Estrategias para comuna La Entrada.....	46
Tabla 4.2 Mejoramiento de hospedería .....	47
Tabla 4.3 Reestructuración física.....	47
Tabla 4.4 Formación y capacitaciones.....	49
Tabla 4.5 Fortalecimiento en marketing turístico .....	50
Tabla 19 equipo y mobiliarios .....	51
Tabla 20 costos en construcción y mano de obra.....	52
Tabla 21 costo de capacitación y diseño .....	52
Tabla 22 costos fijos .....	53
Tabla.23 Costo fijos sin depreciación .....	53
Tabla 24 Costo variable .....	54
Tabla.25 Ingresos Proyectos Mensual.....	54

Tabla.26 Costos Variables Proyectados .....	55
Tabla 27 Flujo De Caja Mensual.....	55
Tabla.28 Flujo de caja.....	56
Tabla 4.6 Cronograma de ejecución de proyectos.....	57
Tabla A.1 Opinión de entrevistas.....	80
Tabla A.2 Ficha de evaluación para restauración.....	103
Tabla A.3 Ficha de evaluación para alojamiento.....	104
Tabla B.1 Equipos para habitaciones.....	110
Tabla B.2 Estructura metálica.....	110

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo de la provincia de Santa Elena, se caracteriza por lo general actividades de sol y playa, siendo este, el factor de ingreso económico que más aporta a diferentes sectores de la península, por otro lado, existen poblaciones cercanas ubicadas en el perfil costero de la provincia que ven al turismo como una oportunidad para progresar, y a su vez ser referentes como destino turístico, de tal manera que este proyecto tiene como fin elaborar propuesta de desarrollo turístico para la comuna La Entrada perteneciente a la parroquia Manglaralto, buscando determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades e identificar el estado actual de la localidad aplicando diferentes métodos de investigación.

Dentro de la investigación se considera todos los aspectos y factores políticos, sociales, económicos, culturales y turísticos, como también se analiza el entorno referente a la competencia directa e indirecta que mantiene con localidades de mayor renombre y estas misma contribuyeron como el estudio de la demanda se sobre las necesidades y preferencias de los visitantes.

Además, la comuna posee recursos naturales y culturales que son de vital importancia para el objeto del proyecto, no obstante, los resultados fijan los pasos por seguir para hacer propuestas con el fin de establecer una mejor adaptación de los servicios con los que cuenta y buen manejo de recursos sin alterar el entorno.

### 1.1 Descripción del problema

La comuna La Entrada ubicada en la parroquia Manglaralto perteneciente al cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, es un territorio de la zona rural y se encuentra al límite con la provincia de Manabí. Cuenta con una superficie de 16,6 km<sup>2</sup> y una población de 1500 habitantes de acuerdo con el plan de desarrollo y ordenamiento territorial provincial 2015 – 2019 del GAD de Santa Elena.

La comuna se dedica a actividades habituales como la pesca artesanal que se realiza mar adentro debido a que se complica encontrar el producto cerca de la costa, por lo tanto, es limitada. La actividad agrícola se presenta únicamente de acuerdo con la estacionalidad para cultivar ciertos productos que se dan en este tipo de suelo, otra

parte de ingresos económicos se da por la mano de obra, siempre y cuando existan construcciones en las comunas o zonas cercanas. Cabe mencionar que un porcentaje menor de la población se dedica al turismo, este se desarrolla mayormente en las temporadas altas de la región costa, aunque para las temporadas de la región sierra no existe mayor afluencia de visitantes al ser un destino desconocido en este segmento. No obstante, cabe mencionar que la comuna de acuerdo con su posición geográfica posee recursos naturales como bosque y playa, esta última a pesar de ser extensa, no es accesible para bañistas por tener acantilados rocosos en todo su perfil.

Se realizó una reunión con las personas de la comuna, antes de iniciar el proyecto, los cuales reconocen que la comuna La Entrada no es destino con una cantidad significativa de turistas, pero existe el deseo de ser reconocidos ya que esto significa ingresos y desarrollo económico.

Por otra parte, no existen estudios previos que analicen la demanda, en la que se identifique las necesidades de los turistas para visitar este destino, sin embargo, el estudio realizado en la península Santa Elena, en el cual analizar el perfil sociodemográfico del turista, concluyen que la península orienta a nuevas estrategias de desarrollo en actividades, entre la oferta y la demanda, con el objetivo de satisfacer a la demanda potencial y prolongue la estancia del visitantes (2017, pág. 58).

Por consiguiente, este proyecto busca analizar en el ámbito turístico con lo que cuenta hasta el momento, para luego mejorar e implementar actividades destinadas al turismo. Para el desarrollo del turismo se debe tomar en cuenta la estructura y calidad de los servicios para satisfacer a la demanda.

## **1.2 Justificación del problema**

El siguiente proyecto da a conocer la perspectiva de la demanda real sobre la comuna La Entrada, a su vez se requiere analizar los gustos y preferencias de la demanda potencial. Es relevante conocer la opinión, ya que esto ayudará a la mejora y desarrollo en la comuna en cuanto a actividades y servicios turísticos. Es

importante llevar a cabo esta tarea, visto que nos permitirá demostrar a las personas de la comuna lo que se debe implementar y mejorar, puesto que un destino no solo tiene que verse bien, sino prestar servicios que sean de calidad. Dicho lo anterior la opinión de la demanda potencial servirá para fijar lo que se debe implementar y así de esta manera ser visitados.

La aplicación de las estrategias de desarrollo que se propongan puede en un futuro generar beneficios económicos para los pobladores de la comuna. Para esto se necesita inversiones de empresas privadas o públicas. Hay que mencionar, además, que es muy importante conocer a la demanda, ya que de esta forma se tiene una idea inicial de lo que esperan encontrar en un destino. Es importante desarrollar ideas que sean novedosas y que sobre todo llenen sus expectativas. Dicho lo anterior, podemos decir que esto no sucede frecuentemente en las poblaciones aledañas. Dado que se invierte muchas veces en obras de construcción que la demanda no encuentra llamativa o necesarias, por lo que estos sitios no son visitados.

Lo innovador de este proyecto es que se está tomando el punto de vista de los que serán los futuros clientes que llegarán a la comuna, esto facilita su desarrollo que serán acordes favorablemente promoviendo el destino y su dinamización económica por la afluencia creciente. Es decir, incrementara el número de visitas. Hay que mencionar, además que el trabajo que se realizara en conjunto con la comuna dejara conocimientos a la población, considerando que se tiene pensado impartir capacitaciones relacionadas al ámbito turístico.

En definitiva, este proyecto busca beneficiar y aportar a la comunidad, para que en un futuro sean reconocidos y distinguidos entre los destinos de preferencia de las personas que asisten a las diferentes playas de la costa del país.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Diseñar una propuesta de desarrollo turístico mediante el análisis de las necesidades de la demanda actual para el crecimiento turístico de la comuna La Entrada en la provincia de Santa Elena.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Aplicar una ficha de caracterización, para determinar el estado general y actual de la comuna La Entrada.
2. Analizar las preferencias en cuanto a servicios turísticos de la demanda real y potencial mediante el uso de técnicas de investigación.
3. Elaborar una investigación de mercado para implementación de estrategias que aporten al desarrollo turístico de la comuna La Entrada.
4. Elaborar un presupuesto para la estimación de costos que requerirá la propuesta de desarrollo turístico en La Entrada.

## **1.4 Marco teórico**

### **1.4.1 Componentes del sistema turístico**

El Sistema Turístico es el conjunto de elementos interrelacionados entre sí y que van evolucionan al mismo tiempo. El Sistema Turístico según Bullón (2006, págs. 31-36) está compuesto por:

- Oferta turística
- Demanda turística
- Superestructura

### **1.4.2 Oferta Turística**

La oferta es el conjunto de bienes y servicios que se encuentran en un lugar determinado y su principal función es satisfacer las necesidades de los clientes. Por tanto, la oferta turística según la (Organizacion Mundial del Turismo) es el “conjunto

de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (pág. 48).

#### **1.4.3 Demanda turística**

Según Klotler, García, Flores , Bowen, & Makens (2011) indica que “los individuos tienen deseos casi limitados, pero cuentan con recursos limitados. Eligen los productos que producen la mayor satisfacción en función de la renta con la que cuentan. Cuando los deseos se acompañan de poder adquisitivo, se convierte en demanda” (pág. 15).

La demanda turística se compone por el conjunto de consumidores de bienes y servicios relacionados al turismo.

#### **1.4.4 Demanda real**

De acuerdo con Panosso y Lohmann (2012), la demanda real, es aquella que viaja constantemente, es medible y comprende los análisis estadísticos sobre el turismo.

#### **1.4.5 Demanda potencial**

Para Panosso y Lohmann (2012), es aquella demanda reprimida que está a la espera de una oportunidad para viajar, pero si está decidida a viajar, tardan un poco además existen factores que le impiden tomar una decisión como: permiso de vacaciones, aún está ahorrando, etc.

#### **1.4.6 Superestructura**

Según Pannoso (2012) ,son las organizaciones del sector público y privado, los cuales se encargan de desarrollar leyes, regulaciones, proyectos y programas (pág. 24).

#### **1.4.7 Sistema turístico según la OMT**

Para la Organización Mundial del Turismo, el Sistema Turístico se compone de la siguiente manera:

- La demanda
- La oferta
- El espacio geográfico

- Los operadores del mercado

#### **1.4.8 Casos de estudio**

##### **a) Estudio para selección de sitio y especies maderables para la construcción de un muelle pesquero artesanal, turístico y recreacional**

En la Bahía de Amuay, perteneciente al municipio Los Tanques del Estado Falcón, Venezuela. Se realizó un estudio para la creación de un muelle pesquero artesanal con especies maderables propios del lugar tomando en consideración análisis oceanográficas, batimétricas, técnicas y legales. De tal manera que sea un aporte en el desarrollo de actividades de ámbito: pesca artesanal, turístico y recreacional. Siendo esencial para los pobladores locales (Reyes, 2004).

##### **b) Estudio para los Pescadores artesanales y desarrollo turístico del borde costero de Atacama, Chile.**

En la localidad de Atacama ubicada en el centro norte del borde costero de Chile, los pobladores de la región ven al turismo como una oportunidad de crecimiento, complementado con sus actividades principales como es la pesca artesanal, en el cual se realizó un diagnóstico real desde la opinión de los pobladores y pescadores el cual determina que, aunque existe un gran interés para integrar el turismo, aún carece de políticas regionales en la actividad, además que para llegar un resultado depende de varias etapas para llegar a su ejecución. Sin embargo, el lugar posee atractivos de carácter natural que es la principal fuente de ingreso económica, existe una falta de una organización entre los prestadores de servicios que no están regularmente presentes y eso genera impactos negativos para lo que desea alcanzar (2005).

##### **c) Desarrollo turístico para la comuna San Pedro de Chongón.**

El estudio de un plan de desarrollo turístico para San Pedro de Chongón pretende diversificar fuentes de ingreso para los pobladores, mejorando su

calidad de vida, aprovechando los recursos naturales y culturales de la localidad, esto permite identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades como un destino en desarrollo.

Dentro de sus resultados se determina que la localidad carece de una oferta turística, el cual no cubre todas las expectativas sobre la calidad de servicios, a nivel general existe poca organización, sus competidores son muy bajos, además, identifiqué el tipo de visitantes de acuerdo con sus motivos, preferencias o forma de viajes.

Para cubrir todas las falencias, la localidad debe identificar mediante una planificación adecuada que es lo que se debe implementar o aprovechar para luego emprender en propuestas para el aumento de visitantes conforme al servicio y oferta que la localidad disponga (Priscila & Eddyson, 2018).

**d) Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna costera palmar provincia de Santa Elena**

Este plan pretende gestionar de una mejor manera la organización de los comuneros con la elaboración de un plan estratégico que permita conocer cuáles son los factores que afecten a los pobladores en un ámbito social y económico.

Para su propuesta, el plan ayuda a gestionar el ordenamiento social, proporcionando soluciones y brindando oportunidades a las ventajas que pueden ser aprovechadas por la localidad con resultados positivos. Con se aporta al desarrollo económico y sustentable. Además de constituir él trabaja en equipo y liderazgo para crecimiento de la comunidad de manera responsable (Franco, 2018).

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

Sampieri (2014) definen a la investigación como el “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. En la investigación existen dos tipos de enfoques, los cuales son cualitativo y cuantitativo.

Según Malhotra (2008) define a la investigación cualitativa como una “Metodología de investigación exploratoria, no estructurada, que se basa en pequeñas muestras y que tiene el propósito de brindar conocimientos y comprensión del entorno de un problema”

Mientras que a la investigación cuantitativa según Sampieri (2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

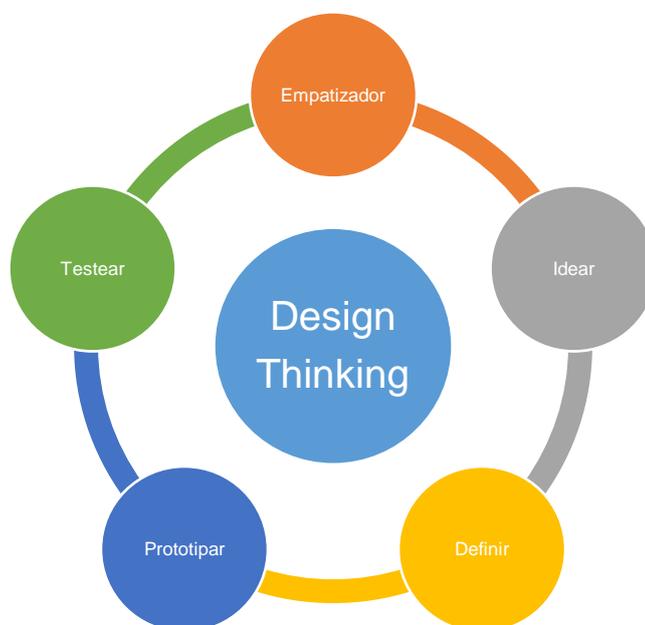
En la investigación científica existen dos tipos de diseño de investigación, los cuales son diseño de investigación exploratoria y diseño de investigación concluyente. Respectivamente el diseño de investigación exploratorio consiste proporcionar información real y necesaria en la fase de exploración y ayuda a la comprensión del problema que el investigador tiene en ese momento; utiliza una muestra pequeña y su proceso investigativo no es estructurado. Por otro lado, Malhotra (2008) dice que la investigación concluyente está diseñada para ayudar a quien toma las decisiones, evaluar y elegir el mejor curso de acción en una situación específica. El diseño de investigación concluyente se divide en investigación descriptiva y causal.

Este proyecto recopila los dos tipos de investigación ya que se realizará una investigación de mercados, por lo cual usaremos el método cuantitativo basándonos en la investigación descriptiva, realizando encuestas. Es decir que aplicando esta técnica de investigación se nos facilitará conocer gustos y preferencias de la demanda, con la cual se podrá determinar propuestas que buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

## 2.1 Metodología design thinking

Para realizar el trabajo de campo se utilizó la herramienta design thinking como método de generar ideas proponiendo eficiencia y solución a las necesidades del usuario. Con todo, esta herramienta brinda solución a un problema. Genera empatía y trabajo en equipo, además, da soporte al estudio mediante elementos de viabilidad, validez y factibilidad.

**Gráfico 2.1 Etapas del método design thinking**



Fuente: Elaboración propia (2019)

El proceso de design thinking lo componen cinco etapas ordenadas consecutivamente y que pueden ser usadas sin un orden en específico. A continuación, se muestran las etapas metodológicas de la herramienta

De esta manera facilitó el uso de un mapa de actores para identificar cuáles pueden ser las organizaciones o personas importantes para el desarrollo de la propuesta a este proyecto.

### 2.1.1 El actor

Los actores influyen en las acciones para determinar cualquier actividad que ayuden a definir estrategias y el nivel de interés.

#### Preguntas acordes a los Indicadores de acción

- ¿Su gestión es importante dentro de las decisiones?
- ¿Las acciones del actor son de gran beneficio en el proceso?
- ¿Cuál es el grado de impacto que contribuye el actor?

### 2.1.2 Mapa de actores involucrados

Para la identificación de actores que pueden poseer iniciativa, además de destacar los roles más relevantes de cada uno conociendo sus objetivos y acciones por el cual desean participar, se procedió a realizar un análisis general de la situación.

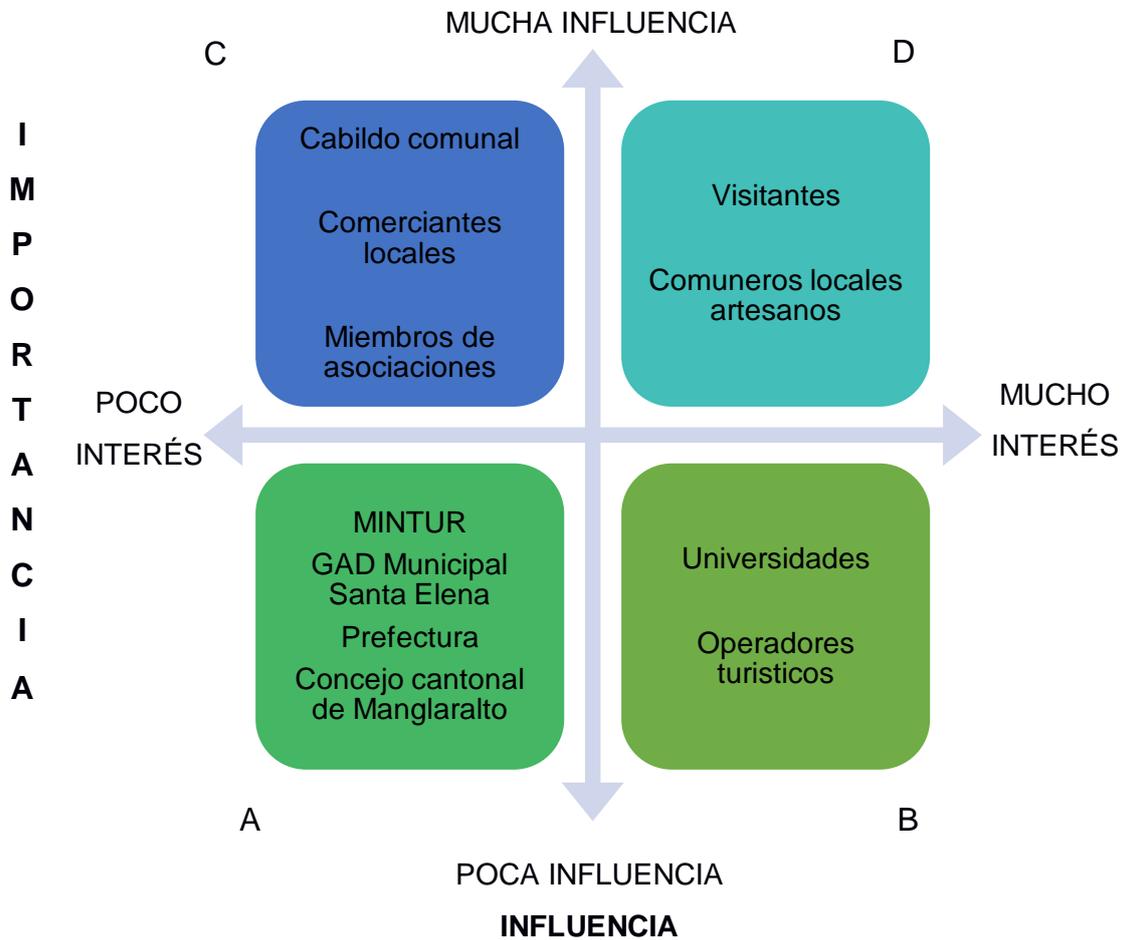
**Tabla 2.1 Tabla de actores**

<b>Actores</b>	<b>Sector</b>	<b>Actor clave</b>
MINTUR	Público	No
GAD municipal Santa Elena	Público	No
Prefectura	Público	No
Concejal cantonal de Manglaralto	Público	No
Universidades	Público	Si
Cabildo comunal	Público	Si
Comerciantes locales	Privado	Si
GAD municipal Santa Elena	Público	No

Visitantes	Privado	Si
Comuneros locales artesanos	Privado	Si
Operadores turísticos de santa Elena	Privado	Si
Miembros de Asociaciones	Privada	Si

Fuente: elaboración propia

**Gráfico 2.2 Mapa de actores**



Fuente: elaboración propia

<b>N</b>	<b>TIPO</b>	<b>ACTOR</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
1	<b>Público</b>	Cabildo comunal	<b>Sr. Benito Pincay</b>	Ex presidente del Cabildo comunal "La Entrada"
2	<b>Público</b>	Visitantes	<b>Sr. Jonny Tómalá</b>	Entrenador de la escuela de ciclismo de Ayangué
3	<b>Público</b>	Comerciantes locales	<b>Sr. Eleuterio Guzmán Pozo</b>	Comerciante/Dueño de un puesto de abarrotes
4	<b>Público</b>	Comuneros locales artesanos	<b>Sr. Hipólito Rivera</b>	Pescador artesanal
5	<b>Público</b>	Miembros de Asociaciones	<b>Sra. Narcisa Pozo</b>	Miembro de la asociación Santa GEMA
6	<b>Público</b>	Visitantes	<b>Sr. Damián González</b>	Turista

**Tabla 2.2 Perfil de actores involucrados**

Fuente: elaboración propia

## 2.2 Enfoque de la investigación

La investigación es un proceso sistemático comprometido para resolver e identificar problemas o soluciones, mediante la aplicación de enfoques que ayudan a comprender, siguiendo la idea general de los objetivos.

Para Hernández, Fernández, & Baptista (2010) en el libro Metodología de la Investigación describen como *"La investigación es un conjunto comprendido por varios procesos empíricos, críticos y sistemáticos aplicados en un estudio"*

En cuanto a los enfoques de investigación según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) definen que el *"Enfoque cualitativo, utiliza la recolección de datos basados en una medición numérica, para diseñar y establecer variables que determinan resultados mediante el análisis. Por otro lado, el enfoque Cuantitativo, maneja información sin mediciones numéricas, con el fin de obtener información mediante acciones dinámicas siendo estas subjetivas"*

Este trabajo está compuesto por dos enfoques que son el: cuantitativo y cualitativo, que ayudarán a establecer e identificar las variables en torno a las actividades y

atractivos que posee la comuna “la Entrada” conociendo la opinión de la demanda real que visita la comuna La Entrada, a su vez, se analizará el mercado potencial que

puede sentirse motivado a visitar el destino, para generar una propuesta de desarrollo turístico.

## **2.3 Técnicas de investigación**

Para la obtención de la información fue necesario aplicar técnicas de investigación que son un conjunto de herramientas metodológicas, sistemáticas mediante procesos de recolección y serán debidamente registradas para su análisis, estas fueron elegidas en base a la finalidad del estudio.

A continuación, se usarán las siguientes técnicas de investigación:

- Observación directa
- Entrevistas
- Encuestas

## **2.4 Método cualitativo**

### **2.4.1 Observación directa**

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010) la observación cualitativa, “Implica recolectar la mayor cantidad de información in situ con énfasis en la realidad social, deliberación manifestadas, etc. y estar atento ante cualquier circunstancia que amerite tomar acciones”.

Esta técnica de investigación consiste en observar sin alterar ni intervenir el ambiente en donde se desenvuelve el objeto de estudio. Para este proyecto utilizaremos esta técnica, ya que se debe identificar las necesidades y el estado en el que se encuentra la comuna. Dicho lo anterior, se utilizará una ficha de observación con la cual se podrán determinar varios ámbitos como lo son:

- Ámbito social

- Ámbito turístico
- Ámbito económico
- Infraestructura

Para el complemento de esta ficha técnica, fue necesario la asistencia del Sr. Benito Pincay que en ese entonces era el presidente del cabildo comuna La Entrada.

#### 2.4.2 Entrevistas

Para Díaz, Torruco, Martínez y Valera (2013) *“La entrevista en una investigación cualitativa que parte de una conversación. Siendo un instrumento técnico con un diálogo oral, recolecta información real acorde a la investigación que se está realizando. Asimismo, para estudios descriptivos atribuyen información precisa y concordante al tema”*.

Las entrevistas realizadas en la comuna La Entrada fueron no estructuradas, con preguntas abiertas, sin ningún orden establecido en un cuestionario, por lo que las preguntas surgían en torno a las repuestas durante la entrevista.

Para el respectivo enlace inicial de las entrevistas se formuló las siguientes preguntas con el cual se fue profundizando el tema conforme a las respuestas:

- ¿Para usted, la comuna “La Entrada” está totalmente desarrolla turísticamente?
- ¿Piensa que se deben elaborar estrategias para el desarrollo social y económico de la localidad?

#### 2.5 Descripción de actores

- **Dirigente comunal:** Se eligió el señor Benito Pincay para la entrevista por ser el presidente actual en ese momento del periodo 2019 además es donde nace la solicitud del proyecto.
- **Comerciantes:** Se lo consideró como un actor importante al tener un puesto de abarrotes en la vía principal donde también se abastecen las personas que pasan por la carretera y pobladores del sector.

- **Visitantes:** La opinión del visitante sobre la comuna es un factor clave porque da a entender su punto de vista y orienta en que se debe mejorar para hacerlo más atractivo.
- **Miembros de asociaciones:** El aporte que brindan las asociaciones complementan al trabajo de investigación al ser parte del desarrollo económico y social.
- **Pescador artesanal:** La acción de estos actores ayuda a entender la realidad económica que la mayor parte de los comuneros y pescadores enfrentan por lo cual deben buscar otras actividades que aporte una economía extra.

## 2.6 Investigación de mercado

La investigación de mercado es una herramienta que permite obtener resultados reales mediante el diseño de estudio, recopilación y análisis de datos, determinando las necesidades y deseos del mercado específico para la toma de decisiones.

Para Kotler y Keller (2006), la investigación de mercado “es la prueba de recopilación y análisis de información sobre una situación que enfrenta una empresa” (pág. 101). Mientras que para Malhotra (2008) la investigación de mercados es aquella que “recopila, analiza y difunde información con la finalidad de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (pág. 7).

## 2.7 Método cuantitativo

### 2.7.1 Encuesta

Para Casas, Repullo y Donado (2002) “*La encuesta es una técnica de investigación sociológica que lograr conseguir datos de manera rápida y eficaz*” (pág. 143).

De la misma forma, (Sandhunsen, 2002) define a la encuesta como “un método para recolectar información sistemática de los encuestados a través de preguntas previamente formuladas ya se de forma presencial, telefónica o correo”

Para este trabajo de investigación se elaboraron dos modelos de cuestionarios con preguntas cerradas las cuales se formularon previamente y nos permitirá analizar la opinión de los encuestados en torno al tema de investigación. Las encuestas fueron dirigidas para públicos objetivos y se desarrollaron de manera presencial, cada encuesta tuvo una duración promedio de 5 minutos.

El primer modelo de encuesta está dirigido a la demanda real, que en otras palabras son los turistas que visitan la comuna La Entrada. El segundo modelo es para la demanda potencial que son turistas que visitan las poblaciones cercanas a la comuna La Entrada como son: Salinas, Olón y Montañita. Además, otro parte de encuestas se la realizaron en la ciudad de Guayaquil como punto de distribución principal para actividades de sol y playa.

### **2.7.2 Determinación del tamaño de la muestra**

La muestra es un subconjunto de la población (Anderson, 2008, pág. 17). El tamaño de la muestra es importante en proyectos de investigación, ya que determina el número de personas que serán sujeto de estudio. Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomó como referencia el libro de “Elementos de muestreo” (Scheaffer, Mendenhall, & Ott, 2006).

#### **Ecuación 2.1 Fórmula de muestreo para la estimación de población**

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)D + p * q} \quad (2.1)$$

Fuente: Libro elemento de muestreo

Para determinar el número de encuestas por realizarse en la comuna La Entrada, tomamos como datos la cantidad de personas que visitan la comuna en los feriados, los cuales son considerados temporada alta en las playas de Santa Elena. Esta información fue facilitada por parte del presidente de la comuna, el señor Benito Pincay. Aplicando la fórmula del tamaño de la muestra se determinó que la encuesta debe ir dirigida a 103 personas en total.

### Ecuación 2.2 Fórmula de muestreo

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)D + p * q}$$

$$n = \frac{150 (0.5)(0.5)}{(150 - 1) \frac{(0.5)^2}{4} + (0.5)^2}$$

$$n = 103$$

Fuente: Libro elemento de muestreo

**Tabla 2.3 Determinación del tamaño de la muestra**

<b>N= población meta</b>	<b>150</b>
<b>Z= nivel de confianza</b>	95%
<b>P= probabilidad de éxito, o proporción esperada</b>	0.5
<b>q= probabilidad de fracaso</b>	(1-p) =0.5
<b>D= precisión (error)</b>	$\frac{\beta^2}{4}$
<b>n= tamaño de la muestra</b>	103

Fuente: elaboración propia

Para calcular el número de encuestas a realizarse en Guayaquil, Salinas, Montañita y Olón se tomaron datos del número de personas en el último feriado, el cual fue de 300.000 personas. Esta información fue sustraída de la página web del diario El comercio, ya que el Ministerio de turismo no lleva un conteo oficial del número de personas que visitaron las diferentes playas de la península. Dado que el número de personas que visitaron las playas de Santa Elena es mayor a 100.000, se utilizó un tamaño muestra equivalente a 400 personas.

El cálculo de la muestra se lo realizó a través de la página de internet Survey Monkey.

**Figura 2.1 Cálculo tamaño de la muestra**

Fuente: Survey monkey

## CAPÍTULO 3

### 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

#### 3.1 Análisis Situacional

##### 3.1.1 Caracterización del lugar

**Ubicación:** La comuna La Entrada se encuentra ubicada aproximadamente a 72.1 km de la cabecera provincial Santa Elena, cuenta con una población aproximada de 700 habitantes, pertenece a la parroquia de Manglaralto.

**Economía y desarrollo:** Esta localidad al encontrarse en el perfil costero de la península, la principal actividad económica para los pobladores de acuerdo con los datos obtenidos por la observación indica que el 60% se dedica a actividades como la pesca artesanal, comercio y agricultura, el 30% se dedica a la construcción y el 10% se dedica al turismo. Cabe recalcar que estas actividades no se realizan con mucha frecuencia.

Además, han trabajado con diferentes instituciones que han brindado su aporte para mejorar a la comuna en todos los aspectos como: infraestructura, capacitaciones, talleres, etc.

**Administración:** Toda función que se realice dentro de la comuna, está dirigida por un líder comunal que actúa como presidente y toma las decisiones en conjunto con los demás miembros de la directiva (1 vicepresidente, 1 tesorero y 3 vocales). Las directivas son elegidas anualmente mediante asambleas generales en mayoría de votos. Además, poseen asociaciones y grupos con diferentes enfoques los cuales velan por sus intereses acorde a sus objetivos planteados.

**Establecimientos:** Dentro de la misma existen instituciones propias de la comunidad como guardería, casa comunal, hospedería y por parte de las instituciones públicas una escuela primaria, una parte de la población cuenta con todos servicios básico: agua, luz, teléfono.

A continuación, se detallará el análisis de la información relevante recopilada de manera presencial. Estos resultados pertenecen a la ficha de caracterización para comunas anexada en el (Apéndice B).

**Tabla 3.1 Interpretación de ficha de observación**

Ámbitos generales	Descripción
Señalización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una señalización vial en buen estado en ambas direcciones</li> <li>• No existe una señalización turística vial y mucho menos dentro de la comuna</li> </ul>
Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para movilizarse hacia otras poblaciones cercanas, hace uso de vehículos propios, taxi que circulen en el momento, además cuenta con una cooperativa que circulan cada 10 a 15 minutos y su recorrido finaliza en la terminal de ballenita.</li> </ul>
Servicio de sanidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posee red de agua entubada</li> <li>• Para la eliminación de excretas se hace uso de los pozos sépticos, no cuentan con alcantarillado, ya que este colapso hace más de 30 años.</li> <li>• Para el tratamiento de estos se contrata a la empresa pública para extraer mediante el cobro de un rubro ya estipulado.</li> </ul>
Servicios básicos (Agua, Luz, teléfono, Internet)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% población cuentan con red pública apta para el consumo               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si cuenta con energía eléctrica</li> </ul> </li> <li>• La mayor parte de la población cuenta con servicios de telefonía celular de varias operadoras.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los servicios de internet fijos y móviles dependen mucho de su nivel económico para poder costear estos servicios.</li> </ul>
Salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen personas capacitadas para primeros auxilios, centro de salud más cercanos está ubicado en Olón y el hospital público se encuentra en Manglaralto.</li> </ul>
Vivienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tipo de vivienda en la comuna varía entre hechas con cemento, construcción mixta y de caña las cuales no presentan riesgo alguno.</li> </ul>
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comuna no cuenta con una UPC, pero la más cercana se encuentra a 15 minutos y está ubicada en Montañita.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.1.2 Análisis de los prestadores de servicios

Los prestadores de servicios que se encuentran actualmente operativos son escasos, la mayor parte se mantiene abiertos todos los días y otros no. El movimiento de estos locales depende de muchos factores acorde al tipo de servicio que brindan.

Los prestadores de servicios descritos a continuación son resultados que pertenecen a la ficha de caracterización para comunas.

**Alojamiento:** La comuna posee dos establecimientos:

1 hospedería comunitaria que está actualmente activa, administrado por el presidente de la comuna, en la cual se cobra un precio de cinco dólares por persona.

1 hotel, el cual es privado, actualmente se encuentra en proceso de venta.

**Esparcimiento:** existen 2 cantinas que están ubicadas dentro de las casas, atienden fines de semana y entre semana por lo que su funcionamiento es esporádico, depende de la demanda que requiera.

**Alimentación:** existen cuatro restaurantes, los cuales funcionan todos los días, son puestos ubicados en el paradero central de la comunal, ofrecen variedad de platos elaborados con productos del mar con precios muy accesibles para las personas. Además, existe una cafetería y pastelería llamada “los dulces de Benito “, la cual está ubicada en la vía principal que dirige hacia otras localidades cercanas, atienden todos los días en horarios regulares.

**Otros servicios:** existe aproximadamente 18 locales o tiendas que venden productos de abarrotes y papelería, estos servicios funcionan dentro de las viviendas de los pobladores de la comuna.

### 3.1.3 Caracterización de la demanda

Para caracterizar a la demanda se diseñó cuadros de comparación entre la demanda real y potencial con relación a los resultados de la técnica de investigación dirigida a la población de estudio.

De tal manera que se usaron las variables de mayor influencia para aplicar propuestas de desarrollo turístico para contribuir con la diversificación del destino.

**Tabla 3.2 Variables demográficas**

Variables demográficas	Demanda real	Demanda potencial
<b>Edad</b>	25 -36 años	18 – 25 años
<b>Estado civil</b>	49 % soltero	59.3% soltero
<b>Nacionalidad Ecuatoriana</b>	98 %	99.3 %

Fuente: elaboración propia

En este cuadro se observan las variables que más predominan como lo son la edad, estado civil y nacionalidad, lo que indica que la mayoría de la población que visita las playas de Santa Elena mantiene su estado civil soltero con rango promedio entre los 18 a 36 años, estableciendo que se estaría hablando de estudiantes y profesionales ecuatorianos.

**Tabla 3.3 Porcentaje de personas que conocen la comuna La Entrada**

Cuantos conocen le entrada	Demanda real Población encuestada: 103	Demanda potencial Población encuestada: 400
<b>SI</b>	100%	19.5%
<b>NO</b>	0%	80.5%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados entre la demanda real y potencial se determina que la mayoría de visitantes de las localidades cercanas no tienen conocimiento de la comuna La Entrada, y eso al encontrarse ubicado de 10 a 15 minutos de los destinos con mayor afluencia en temporada alta dentro de Santa Elena como son Olòn y Montañita, además, es parte de la ruta del Spondylus que dirige a otros destinos turísticos.

### Frecuencia de visitas a las playas

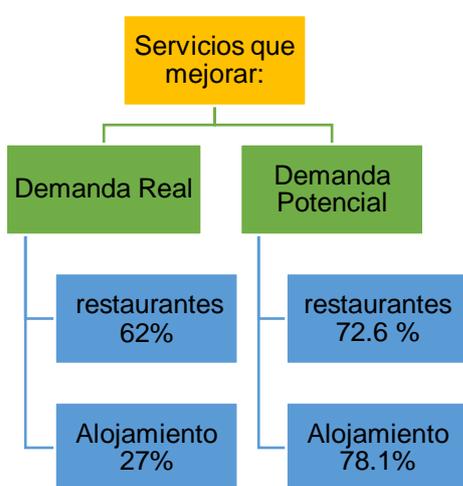
A continuación, se representa el número de días que frecuentan los turistas cuando visitan alguna playa en particular.

**Gráfico 3.1 Frecuencia de visitantes**



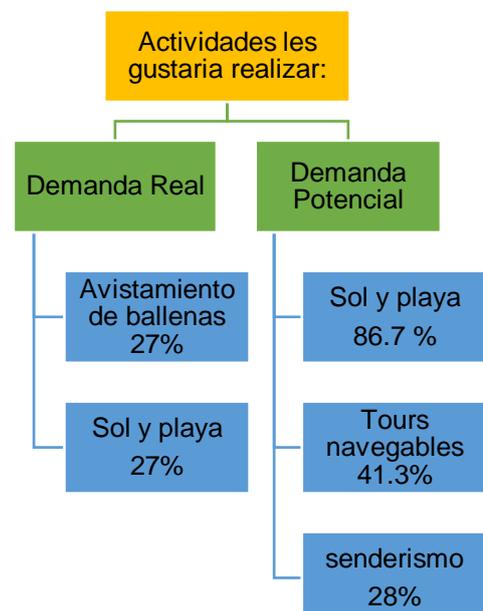
Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.3 Que no le gustó de la comuna**



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.2 Que servicios le gustaría que brinde la comuna**



### 3.2 Análisis de los resultados de las entrevistas

De acuerdo con las entrevistas presenciales que fueron realizadas en la comuna La Entrada a diferentes grupos de personas, tanto visitantes como pobladores, se logró transcribir mediante un análisis descriptivo las opiniones más relevantes por parte de los entrevistados.

**Tabla 3.4 Interpretación de entrevistas**

OPINIÓN DE ENTREVISTADOS	
VARIABLE	RESULTADOS
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrevistado 1:</b> <i>“Promocionar la comuna como un punto turístico”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 2:</b> <i>“Les hace falta darse a conocer”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 5:</b> <i>“Hace falta promocionar para que la gente venga”</i></li> </ul>
VARIABLE	RESULTADOS
Inversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrevistado 1:</b> El presidente de la comuna mencionó que hace les falta el <i>“Apoyo por parte de empresas privadas y públicas para mejoras de la comuna”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 3:</b> <i>“Falta inversión para avanzar en lo turístico”</i></li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>Atractivos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrevistado 2:</b> <i>“Desconocemos de los atractivos”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 3:</b> <i>“Ahora están visitando es por los murales que es lo llamativo y tomarse fotos con la ballena”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 4:</b> <i>“Los visitantes llegan por un momento se toman fotos con la ballena”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 5:</b> <i>“Ahora están llegando turistas por la iglesia que fue remodelada”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 6:</b> <i>“La comuna ha tenido sus cambios en estos últimos años, está muy pintoresco por las casitas de colores, eso atrae”</i></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Creación del muelle</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrevistado 1:</b> <i>“Tener cuanto antes un muelle para pesca artesanal y poder realizar tours”</i></li> <li>• <b>Entrevistado 5:</b> <i>“La comuna si está progresando, pero aún le falta para que sea turístico, quizá cuando construyan el puerto”</i></li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.3 análisis de los resultados de las encuestas

**Tabla 3.5 Resultados generales de la encuesta**

Demanda real	Demanda potencial
<p>La encuesta se realizó en el feriado de noviembre 2019</p> <p>Los resultados obtenidos de la demanda real señalaron que aún hace falta mucho por trabajar en el destino, con respecto a una mejor promoción de los atractivos y mejoras en servicios e instalaciones, además indicaron que permanecerían al menos uno a dos días en la comuna si existiera una mejor oferta de actividades que complementen el tiempo de estancia. Finalmente, la mayoría expresó que volverían a visitar la comuna La Entrada.</p>	<p>La encuesta se realizó en el feriado de noviembre 2019</p> <p>Las actividades turísticas juegan un rol importante ya que esto hace que las personas quieran visitar un lugar, en el caso de la comuna no existe una oferta clara de servicios y atractivos, de acuerdo con lo recolectado en las encuestas, además de que 80% de encuestados admitieron no conocer la comuna, pero los que si conocen fue durante un traslado o comentarios. Por último,</p>

	manifestaron que la higiene de un sitio es muy importante.
--	--

Fuente: elaboración propia

### 3.3.1 Conclusión general

En conclusión, las técnicas de investigación aplicadas ayudaron a identificar de manera general las situaciones que afronta la comuna La Entrada, en torno a una propuesta para desarrollarse turísticamente, estos resultados fueron analizados y se destaca lo siguiente:

Mediante la observación, haciendo uso de la ficha de caracterización, se destacó ámbitos de mayor influencia entre estos, la accesibilidad vial es la principal conexión entre varios destinos por encontrarse dentro de la ruta de sol y playa preferido por los visitantes, los servicios públicos como agua, luz y teléfono son eficaces para todas las familias, por otro lado, el servicio de acueducto o alcantarillado se encuentra colapsado desde hace mucho tiempo atrás, por lo que optan por usar pozo séptico.

Alrededor del 80% de la población no cuenta con un empleo formal en ninguna institución pública o privada de tal forma que sus ingresos provienen de actividades que realizan dentro y fuera de la localidad. La comuna se ha desarrollado gracias a proyectos que se han venido trabajando desde hace mucho tiempo con empresas públicas y privadas e instituciones educativas. Estos planes de mejoras están enfocados en ámbitos sociales, culturales y turísticos. El ámbito turístico aún carece de una planta turística adecuada para los visitantes.

Los resultados por medio de las entrevistas fueron ubicados a través de variables con mayor relevancia dicho por los entrevistados, los cuales son: promoción, inversión, atractivo e infraestructura. Actualmente está siendo visitada en menor cantidad, de tal manera que existe poco conocimiento sobre la comuna La Entrada en torno a los atractivos y servicios que ofrece, también no existe registro e información promocional en medios de comunicación que podrían ayudar a incrementar las visitas.

Las encuestas por la parte de la demanda real y potencial determinaron que la comuna carece de una organización entorno a la planta turística, posee recursos naturales que no cuentan con una gestión correcta para su respectivo manejo y sus atractivos son limitados, ya que el tiempo de visita es muy corto y es usado con un punto de traslados hacia otros destinos.

### 3.4 Análisis del entorno

Para el análisis del entorno se procede a identificar cuáles son las localidades más cercanas a la comuna La Entrada y que tienen mayor relevancia como destino de sol y playa para los visitantes, además de determinar cuáles son las actividades que más prevalecen e implementar la herramienta de análisis de PESTEL, que nos permitirá conocer cuales el impacto del sector competitivo con relación a los factores analizados.

Esta información fue obtenida de acuerdo con la situación geográfica de la provincia de Santa Elena.

**Tabla 3.6 Comunidades turísticas cercanas**

<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA (km)</b>	<b>TIEMPO EN BUS (min)</b>	<b>TIEMPO EN CARRO PARTICULAR (min)</b>	<b>TIEMPO EN BOTE (min)</b>
Olón	7,8 km	15 min	10 min	S/N
Montañita	11.1 km	20 min	15 min	S/N

Fuente: elaboración propia

### 3.4.1 Factores de análisis PESTEL

Gráfico 3.4 PESTEL



Fuente: elaboración propia

Tabla 3.7 Análisis según PESTEL

FACTORES	Comuna Olón	Comuna Montañita
Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El turismo</li> <li>• Comercio</li> <li>• Artesanías en madera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El turismo</li> <li>• Comercio</li> </ul>
Político	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabecera cantonal Manglaralto</li> <li>• Cuenta con una organización comunitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabecera cantonal Manglaralto</li> <li>• Mantienen una organización de comerciantes locales</li> </ul>
Socio – cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subcentro de salud</li> <li>• Santuario (jerarquía I)</li> <li>• Unidades móviles de policía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades móviles de policía                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iglesia comunal</li> </ul> </li> <li>• Servicios de recolección de basura</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de recolección de basura</li> <li>• Agricultura</li> <li>• Ganadería</li> </ul>	
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señal telefónica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajeros automáticos</li> <li>• Señal telefónica</li> </ul>
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todas las comunas de Manglaralto se encuentran ubicadas en zonas de alto riesgo (amenaza de tsunami).</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisión de gases por parte de vehículos</li> <li>• Control de los desechos</li> <li>• Aún carece de una infraestructura adecuada para el tratamiento de desecho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisión de gases por parte de vehículos</li> <li>• Falta de control para la basura desechada</li> </ul>
Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad turística está regida por reglamentos y ordenanzas del sistema turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad turística está regida por reglamentos y ordenanzas del sistema turístico</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.4.2 Análisis de la competencia

Para fijar cual es posicionamiento actual de la comuna La Entrada con relación a los competidores claves como: Olón y Montañita, se analizó los segmentos más relevantes como actividades y servicios que estas localidades ofertan.

**Tabla 3.8 Análisis de competidores**

	Olón	Montañita
<b>Atractivos</b>	Natural: playa (jerarquía II) Fuente:	Natural: playa (jerarquía I) Fuente:
<b>Accesibilidad</b>	Terrestre: E35	Terrestre: E35
<b>Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Turismo de naturaleza</li> <li>· Sol y playa</li> <li>· Deportes y aventura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sol y playa</li> <li>· Deportes y aventura</li> </ul>

<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cabalgatas</li> <li>· Senderismo</li> <li>· Avistamiento de ballenas <ul style="list-style-type: none"> <li>· Surf</li> <li>· Buceo</li> <li>· Parapente</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Surf</li> <li>· Actividades nocturnas</li> </ul>
<b>Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Alojamiento</li> <li>· Restauración</li> <li>· Transporte</li> <li>· Seguridad en la playa: Torre salvavidas 4</li> <li>· Servicios higiénicos públicos 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Alojamiento</li> <li>· Restauración</li> <li>· Transporte</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.4.3 Tendencias de mercado

Para analizar las tendencias del mercado dentro de la provincia de Santa Elena por el cual la motivación de los visitantes está dirigida a ocio y reacción, así mismo el estudio del perfil socio demográfico de Santa Elena indica que un 45,21% de los turistas viajan para realizar actividades de sol y playa (Yumisaca, Mendoza, & Villon, 2017).

Es importante deducir que la visita de turistas hacia una localidad genera ingresos económicos de tal forma que la población beneficiada ve al turismo como una oportunidad de progreso.

Para el 2018 el número de visitantes que obtuvo la provincia de Santa Elena por feriados fue de 301.000 turistas, el cual alcanzó un incremento del 20%, sobreponiéndose al 2017 (El universo, 2018).

La cámara de turismo de Santa Elena realizó una estimación sobre el número visitantes que obtuvo la provincia por el feriado de carnaval de marzo del 2019, dando como resultado que 300.000 turistas disfrutaron de los principales balnearios de la península. Los servicios de alojamiento y servidores turísticos de Salinas, La libertad, Montañita, Ayangue, etc. registraron una alta ocupación, en la que se vieron beneficiados económicamente (El comercio, 2019).

Por lo tanto, las tendencias del consumidor indican que los turistas nacionales prefieren las playas, ya que abarcan una alta demanda durante todo el año, tomando en cuenta también los feriados, vacaciones, etc.

### 3.5 Estudio Técnico

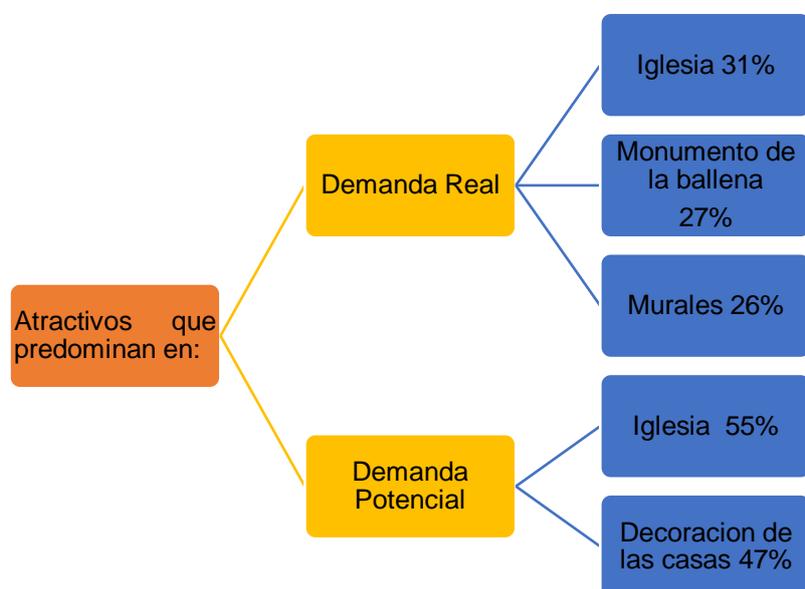
Los resultados exponen cuales son las variantes que la demanda consideró de mayor importancia dentro de la comuna.

Además, estos datos ayudan a percibir los procesos que se deben implementar con la finalidad de obtener mejoras en el sector turístico de La Entrada.

- Atractivos que más predominan
- Recursos naturales

#### 3.5.1 Atractivos que predominan en la comuna La Entrada

Gráfico 3.5 Atractivos de la comuna La Entrada



Fuente: elaboracion propia

**Tabla 3.9 Recursos naturales de la comuna La Entrada**

<b>Playa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La playa se compone de los recursos que se encuentran en el agua como:</li> <li>• La arena de la playa es considerado recurso ya que sin arena no existiría playa que permitiría la recreación.</li> </ul>
<b>Bosque</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente la comuna cuenta con un bosque en el cual se pueden realizar varias actividades involucrando la flora y fauna que ofrece el sitio.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.6 Determinación del proceso

#### 3.6.1 Aplicación de herramientas

Mediante el análisis de la ficha de observación, se determinaron varios elementos con los que cuenta la comuna, relacionadas a actividades turísticas. Además, están bajo la administración del cabildo, se realizó una ficha para evaluar sus actividades. (ver apéndice A).

**Tabla 3.10 Servicios turísticos**

<b>Restauración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 restaurantes, los cuales no están abiertos todo el año.</li> <li>• Cada uno de estos puestos de comida cuentan con dos mesa y seis sillas, se debería implementar un espacio en donde entren más sillas y mesas.</li> </ul>
<b>Alojamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento comunal, cuenta con 6 habitaciones. Cada una cuenta con una cama y un baño privado.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• El alojamiento comunal no presenta deterioro, se puede implementar mejoras estéticas en cada habitación</li> </ul> </li> <li>• Existe un hotel cercano a la comuna, el cual pertenece a una empresa privada.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

# CAPÍTULO 4

## 4. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO

En La inversión del proyecto implica mejoramiento en el área de servidores por el cual se detallan actividades que se deben ejecutar. Además, se tomaron muy en cuenta las necesidades de la demanda por el cual se elaboraron propuestas.

**Tabla 4.1 Estrategias para comuna La Entrada**

PROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDADES
4.1 Desarrollo de destinos y facilidades turísticas	4.1.1 Mejoramiento en la hospedería comunal	Implementación con servicios complementarios
		Implementación de equipos para habitación
	4.1.2 Reestructuración física de los comedores	Mantenimiento físico de los comedores
		Remodelación de la estructura del techo de los comedores
		Estandarizar letreros
		Mejoras de estructuras en los mesones
		Reparación de grietas en el piso de los comedores
	4.1.3 Facilitación turística	Diseño georreferenciado de señalización turística para la comuna.
		Trabajo de planificación en accesibilidad turística para los senderos del bosque.
4.2 Formación y capacitación de recursos humanos	4.2.1 Desarrollo de capacidad en servicios turísticos	Capacitación técnica en servicios de alojamiento
		Capacitaciones presenciales en BPM para restauración
		Capitaciones en guianza y manejo de grupos
		Capacitaciones en redes sociales
4.3 Marketing y promoción turística	4.3.1 Fortalecimiento en marketing turístico	Creación de logotipo
		Creación de una página en Instagram
		Comercialización de habitaciones mediante plataforma Airbnb

Fuente: elaboración propia

## 4.1 Desarrollo de destinos y facilidades turísticas

### 4.1.1 Plan de equipamiento y comercialización en alojamiento

**Tabla 4.2 Mejoramiento de hospedería**

Descripción	Plazo
<b>Actividades: Implementación con servicios complementarios</b>	
Mediante los servicios que ofrece la empresa CNT, se requiere implementar sistema de wifi en las habitaciones de la casa comunal. Para esto se deberá realizar la instalación de línea telefónica.	Inicio: junio 2020
<b>Actividades: Implementación de equipos para habitación</b>	
Para contribuir al mejoramiento de las habitaciones de la casa comunal se propone la instalación de equipos eléctricos para las habitaciones, como: 6 televisores de 32 pulgadas marca Riviera y 6 ventiladores marca Global. Detalle del costo (APENDICE B)	Inicio: marzo 2020 Duración: permanente

Fuente: elaboración propia

### 4.1.2 Restructuración física de los comedores

**Tabla 4.3 Restructuración física**

Descripción	Plazo
<b>Actividades: Mantenimiento físico de los comedores</b>	
Realizar cambios en la imagen de los comedores, como pintar las fachada e interiores de los comedores Detalle del costo (APENDICE B).	Inicio: marzo 2020 Duración: cada 6 meses dar mantenimiento
<b>Actividad: Remodelación de la estructura del techo de los comedores</b>	
Reemplazar toda la estructura del techo, la cual está hecha de madera por una estructura de metal, de tal manera que se busca que perdure en el tiempo. Detalle del costo (APENDICE B).	Inicio: junio 2020 3era y 4ta semana Duración: Permanente

<b>Actividades: Estandarizar letreros</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Plazo</b>
<p>Se optimizará la implementación de carteles donde se exponga los menús que se ofrecen en cada comedor.</p> <p>Cartas de menú: formato A4</p> <p>Letrero de comida y bebidas: 1m x 60 cm</p> <p>Detalle del costo (APENDICE B).</p>	<p>Inicio: agosto 2020</p> <p>1era y 2da semana</p> <p>Duración: permanente</p>
<b>Actividades: Mejoras de estructuras en los mesones</b>	
<p>Reemplazar los materiales en mal estado como el porcelanato de los mesones en cada comedor</p> <p>Detalle del costo (APENDICE B).</p>	<p>Inicio: julio 2020</p> <p>3era semana</p> <p>Duración: permanente</p>
<b>Actividades: Reparación de grietas en el piso de los comedores</b>	
<p>Retirar las baldosas del comedor de la comuna que se encuentran cuarteadas, por unas nuevas, así mismo sanear fisura cuarteadas en el piso. Con se busca hacer este lugar más agradable para los futuros visitantes.</p> <p>Detalle del costo (APENDICE B).</p>	<p>Inicio: julio 2020</p> <p>1era y 2da semana</p> <p>Duración: Permanente</p>

Fuente: elaboración propia

#### 4.1.3 Facilitación turística

<b>Descripción</b>	<b>Plazo</b>
<b>Actividades: Diseño georreferenciado de señalización turística para la comuna</b>	
<p>Por medio de convenio con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, se plantea realizar prácticas de vinculación con la sociedad. El área de planificación con el componente señalética turística se encargarán de identificar los atractivos turísticos con los que cuenta la comuna, además se implementara señalización vial. El beneficio que obtendrán los estudiantes, serán horas prácticas en el ámbito de vinculación, mientras que los</p>	<p>Inicio:</p> <p>Desde mayo hasta agosto</p>

visitantes podrán conocer donde se encuentran ubicado cada atractivo.	
<b>Proyecto: Trabajo de planificación en accesibilidad turística para los senderos del bosque</b>	
<p>Por medio de convenio con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, se plantea realizar prácticas de vinculación con la sociedad. El área de planificación realizara el levantamiento de información de línea base para determinar cuál es el estado actual del sendero y si es accesible para los visitantes, partiendo de estos resultados se implementará la respectiva señalización turística. El beneficio que obtendrán los estudiantes, serán horas prácticas en el ámbito de vinculación, por otro lado, los visitantes podrán conocer el atractivo natural mientras realizan deporte.</p>	<p>Inicio:  Julio – septiembre</p>

Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Formación y capacitación de recursos humanos

### 4.2.1 Desarrollo de capacidad en servicios turísticos

**Tabla 4.4 Formación y capacitaciones**

Descripción	Plazo
<b>Proyecto: Capacitación técnica en servicios de alojamiento</b>	
Capacitaciones sobre recepción hotelera dictadas por el ministerio de turismo, esta estará dada de manera online. Se hará uso de una computadora.	<p>Inicio: junio 2020</p> <p>Duración: 2 veces al año</p>
<b>Proyecto: Capacitaciones presenciales en BPM para restauración</b>	
<p>Por medio de convenio con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, se plantea realizar prácticas de vinculación con sociedad del área de Alimentos y Bebidas que se encargaran de capacitar a los dueños de los restaurantes. El beneficio que obtendrán los estudiantes, serán horas prácticas en el ámbito de vinculación, mientras que los dueños de</p>	<p>Inicio: junio 2020</p> <p>Duración: 1 periodo académico</p>

los restaurantes obtendrán conocimientos. Ambas partes ganaran.	
<b>Proyecto: Capacitaciones en guianza y manejo de grupos</b>	
Mediante el club de guías 593 de la universidad ESPOL, se planea dictar capacitaciones de guianza y manejo de grupos. El cual otorgara certificados de participación a los asistentes.	Inicio: Julio Duración: 8 horas Se estima que se realizaran entre la 1era y 2da semana
<b>Proyecto: Capacitaciones en redes sociales</b>	
Se deberá contratar por un día a un freelance durante 4 horas, el cual se encargará de capacitar a las personas en la utilización y generación de contenido en redes sociales como Instagram.	Inicio: septiembre Duración: 4 horas

Fuente: elaboración propia

### 4.3 Marketing y promoción turística

#### 4.3.1 Fortalecimiento en marketing turístico

**Tabla 4.5 Fortalecimiento en marketing turístico**

Descripción	Plazo
<b>Proyecto: Creación de logotipo</b>	
Crean un logo y marca emblema para la comuna, que sirva para la promoción turística de la comuna. Detalle del costo (APENDICE B).	Inicio: abril Duración: permanente
<b>Proyecto: Creación de una página en Instagram</b>	
Diseñar una página web en donde se expongan los atractivos y servicios que ofrece la comuna, además actualizar la página de Facebook, la cual ya existe con información de los sitios y atractivos.	Inicio: Agosto Duración: permanente
<b>Proyecto: Comercialización de habitaciones mediante plataforma Airbnb</b>	

<p>Realizar suscripción de la casa comunal mostrando las habitaciones e imágenes de la localidad mediante el sitio web Airbnb, esto ayudará a comercializar el área de alojamiento, además se realizar una tabla de proyección con precio y el número de ocupaciones podrá tener en tiempos prudente para la recuperación de la inversión en equipamiento. Detalle del costo (APENDICE B).</p>	<p>Inicio: abril 2020 Duración: Permanente</p>
--	--

Fuente: elaboración propia

#### 4.4 Análisis económico

Para la elaboración de la tabla de presupuesto, se tomaron en cuenta los proyecto que generan rentabilidad y que son viables para la recuperación del valor invertido en 3 años, además se elaboran proyecciones en costos e ingresos para determinar cuál es la rentabilidad del mismo en 1 año.

Estas actividades pertenecen a la parte de proyectos en donde se ha referencia al área de servicios como son: restauración y alojamiento.

- Implementación con servicios complementarios
- Implementación de equipos para habitación
- Mantenimiento físico de los comedores
- Remodelación de la estructura del techo de los comedores
- Estandarizar letreros
- Mejoras de estructuras en los mesones
- Reparación de grietas en el piso de los comedores
- Comercialización de habitaciones mediante plataforma Airbnb

Esta última actividad pertenece al área de marketing y promoción con el cual se logra generar ingresos.

Una vez ya realizada las tablas de costos anexas los detalles en el (apéndice B), se procede a realizar un resumen y detalle de los equipos/ mobiliarios, construcción/ adecuación y la capacitación y marketing, con el cual se describe cuáles son las inversiones que se deben realizar conforme a las actividades antes mencionadas.

**Tabla 6 equipo y mobiliarios**

Equipos y mobiliarios	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Depreciación
-----------------------	----------	----------------	-------------	--------------

Televisor 32 p. Riviera	6	\$350,00	\$2.100,00	\$700,00
Ventiladores global	6	\$30,00	\$180,00	\$60,00
Dispensadores de papel higiénico	6	\$9,65	\$57,90	\$19,30
Stand de información	1	\$50,00	\$50,00	\$16,67
<b>TOTAL</b>			\$2.387,90	\$795,97

Fuente: elaboración propia

En el cuadro anterior se describe los costos unitarios y total para los equipos que se deben implementar en la casa comunal, de igual forma se muestra la depreciación a 3 años para cada equipo.

En el siguiente cuadro se demuestran los valores que tienen cada remodelación incluyendo la mano de obra además de la capacitación de guianza y diseño de logo.

**Tabla 7 costos en construcción y mano de obra**

Construcción y adecuación	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pisos área de restaurante	5 mtrs2	\$28,88	\$144,40
Remodelación de mesones	3	\$36,83	\$110,49
Estructuras metálicas	6	\$226,92	\$1.361,52
Mantenimiento de los comedores	4	\$95,79	\$383,14
Instalación de equipos televisores y ventiladores	12	\$5,00	\$60,00
Diseño de letreros	4	\$20,00	\$80,00
Letreros metálicos	4	\$45,50	\$182,00
<b>TOTAL</b>			\$2.321,55

Fuente: elaboración propia

**Tabla 8 costo de capacitación y diseño**

Capacitación y marketing	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Diseño de logo	1	\$80,00	\$80,00
Certificados de guianza	4	\$2,00	\$16,00
<b>TOTAL</b>			\$96,00

Fuente: elaboración propia

## 4.5 COSTOS FIJOS

Los costos fijos corresponden a aquellos gastos que no dependen de la cantidad de producción. Es decir, los costos fijos no varían con el nivel de producción sino más bien por el tiempo y se incurrirán siempre en ellos, aunque no haya actividad. A continuación, se detalla los costos del área de alojamiento con el cual fija e incluyen dentro de la propuesta de comercialización de alojamiento de Airbnb.

**Tabla 9 costos fijos**

<b>Costo fijos</b>	<b>Valores mensuales</b>	<b>Valores anuales</b>
Energía eléctrica	\$25,00	\$300,00
Agua potable	\$20,00	\$240,00
Internet	\$23,41	\$280,92
Suministros de oficina	\$5,00	\$60,00
Servicio de limpieza	\$160,00	\$1.920,00
Gastos de depreciación	\$795,97	\$9.551,60
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$1.029,38</b>	<b>\$12.352,52</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla.10 Costo fijos sin depreciación**

<b>Costo fijos sin depreciación</b>	<b>Valores mensuales</b>	<b>Valores anuales</b>
Energía eléctrica	\$25,00	\$300,00
Agua potable	\$20,00	\$240,00
Internet	\$23,41	\$280,92
Suministros de oficina	\$5,00	\$60,00
Servicio de limpieza	\$160,00	\$1.920,00
Total costos fijos	\$233,41	\$2.800,92

Fuente: elaboración propia

## 4.6 Costos variables

Los costos variables corresponden a aquellos gastos que se incurren por unidad anual producida, es decir varían con la producción. A continuación, un detalle de los mismos.

**Tabla 11 Costo variable**

Costos variables	Costo
<b>Alquiler de habitaciones</b>	
sachet 12ml de shampoo Personalizado	0,10
papel higiénico triple hoja familia	0,50
jabón	0,10
Comisión AIRBNB	0,50
<b>Recorrido turístico en la comuna</b>	
flyer informativo	0,15
botella de agua	0,35
Comisión guía turístico	1,00

Fuente: elaboración propia

Se realizaron proyecciones en el área de servidores turísticos como también en la guianza dentro de la comuna, para determinar cuan factible es la rentabilidad con tiempo de recuperación de la inversión 3 años.

Estas cantidades reflejan el número de ocupaciones que deben generar para recuperar lo invertido dependiendo del área. Así mismo se muestran la cantidad de visitantes que debe generar al mes, esta se lo determino de acuerdo a las épocas del año siendo estos feriados, vacaciones o días festivos, en el cual existe la movilización de turistas a diferentes puntos del Ecuador incluyendo destinos de sol y playa.

El área alojamiento se propone el cobro de \$10 por persona una noche hotelera,

El área de restauración se propuso un aporte mensual de \$20 por cada local de comida, este aporte va a la tesorería del cabildo comunal.

Para la guianza se propone un cobro de 3 dólares por persona de las cuales 0.50 centavos para para el cabildo comunal.

**Tabla.12 Ingresos Proyectos Mensual**

INGRESOS PROYECTOS MENSUAL							
Meses/Actividades	Alquiler de habitaciones		Comisión por restaurantes		Recorrido Turístico en la comuna		Total
	Cantidad	Ingreso	Cantidad	Ingreso	Cantidad	Ingreso	
ENERO	64	640	4	80	32	96	816
FEBRERO	64	640	4	80	32	96	816
MARZO	32	320	4	80	16	48	448

ABRIL	24	240	4	80	12	36	356
MAYO	24	240	4	80	12	36	356
JUNIO	24	240	4	80	12	36	356
JULIO	32	320	4	80	16	48	448
AGOSTO	24	240	4	80	12	36	356
SEPTIEMBRE	24	240	4	80	12	36	356
OCTUBRE	32	320	4	80	16	48	448
NOVIEMBRE	64	640	4	80	32	96	816
DICIEMBRE	32	320	4	80	16	48	448
<b>TOTAL</b>	<b>440</b>	<b>4400</b>	<b>48</b>	<b>960</b>	<b>220</b>	<b>660</b>	<b>6020</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla.13 Costos Variables Proyectados**

COSTOS VARIABLES PROYECTADOS							
Meses/Actividades	Alquiler de habitaciones		Comisión por restaurantes		Recorrido turístico en la comuna		Total
	Cantidad	C.V.	Cantidad	C.V.	Cantidad	C.V.	
Enero	64	76,8	4	0	32	64	140,8
Febrero	64	76,8	4	0	32	64	140,8
Marzo	32	38,4	4	0	16	32	70,4
Abril	24	28,8	4	0	12	24	52,8
Mayo	24	28,8	4	0	12	24	52,8
Junio	24	28,8	4	0	12	24	52,8
Julio	32	38,4	4	0	16	32	70,4
Agosto	24	28,8	4	0	12	24	52,8
Septiembre	24	28,8	4	0	12	24	52,8
Octubre	32	38,4	4	0	16	32	70,4
Noviembre	64	76,8	4	0	32	64	140,8
Diciembre	32	38,4	4	0	16	32	70,4
<b>TOTAL</b>	<b>440</b>	<b>528</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>220</b>	<b>440</b>	<b>968</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 14 Flujo De Caja Mensual**

FLUJO DE CAJA MENSUAL												
Descripcion/Meses	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

<b>Ventas</b>	\$816,00	\$816,00	\$448,00	\$356,00	\$356,00	\$356,00	\$448,00	\$356,00	\$356,00	\$448,00	\$816,00	\$448,00
<b>Costos variables</b>	\$140,80	\$140,80	\$70,40	\$52,80	\$52,80	\$52,80	\$70,40	\$52,80	\$52,80	\$70,40	\$140,80	\$70,40
<b>Costos fijos</b>	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41	\$233,41
<b>Depreciación</b>	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33	\$66,33
Utilidad antes de impuestos	<b>\$375,46</b>	<b>\$375,46</b>	<b>\$77,86</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$77,86</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$77,86</b>	<b>\$375,46</b>	<b>\$77,86</b>
<b>Impuesto a la Renta (22%)</b>	\$82,60	\$82,60	\$17,13	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$17,13	\$0,00	\$0,00	\$17,13	\$82,60	\$17,13
Utilidad neta	<b>\$292,86</b>	<b>\$292,86</b>	<b>\$60,73</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$60,73</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$3,46</b>	<b>\$60,73</b>	<b>\$292,86</b>	<b>\$60,73</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla.15 Flujo de caja**

FLUJO DE CAJA				
Descripción/Años	0	1	2	3
<b>Ventas</b>		\$6.020,00	\$6.321,00	\$6.637,05
<b>Costos variables</b>		\$968,00	\$1.016,40	\$1.067,22
<b>Costos fijos</b>		\$2.800,92	\$2.800,92	\$2.800,92
<b>Depreciación</b>		\$795,97	\$795,97	\$795,97
Utilidad antes de Impuestos		<b>\$1.455,11</b>	<b>\$1.707,71</b>	<b>\$1.972,94</b>
<b>Impuesto a la Renta (22%)</b>		\$320,12	\$375,70	\$434,05
Utilidad neta		<b>\$1.134,99</b>	<b>\$1.332,02</b>	<b>\$1.538,90</b>
<b>Depreciación</b>		\$795,97	\$795,97	\$795,97
<b>Inversión</b>	<b>\$-4.695,45</b>			
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$-50,00</b>			
Flujo de caja	<b>\$-4.745,45</b>	<b>\$1.930,96</b>	<b>\$2.127,98</b>	<b>\$2.334,86</b>
TIR	<b>15,96%</b>			
<b>VAN</b>	\$693,99			

Fuente: elaboración propia

Se realizó un flujo de caja para tres años, el cual demuestra que el proyecto es rentable ya que se recuperara la inversión y se hizo uso de una tasa interna de retorno del 15,96% de acuerdo a la tasa que maneja en Banco central del ecuador.

**Tabla 4.16 Cronograma de ejecución de proyectos**

N.º	ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Implementación con servicios complementarios			■									
2	Implementación de equipos para habitación				■								
3	Mantenimiento físico de los comedores							■					
4	Remodelación de la estructura del techo de los comedores				■								
5	Estandarizar letreros				■	■							
6	Mejoras de estructuras en los mesones					■							
7	Reparación de grietas en el piso de los comedores					■							
8	Diseño georreferenciado de señalización turística para la comuna.					■							
9	Trabajo de planificación en accesibilidad turística para los senderos del bosque							■	■	■			
10	Capacitación técnica en servicios de alojamiento							■	■	■			
11	Capacitaciones presenciales en BPM para restauración												
12	Capitaciones en guianza y manejo de grupos						■	■	■				
13	Capacitaciones en redes sociales						■						
14	Creación de logotipo										■		
15	Creación de una página en Instagram							■					
16	Comercialización de habitaciones mediante plataforma Airbnb								■	■	■	■	■

Fuente: Elaboración propia

# CAPÍTULO 5

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

(máx. 3000 palabras)

Los resultados del presente trabajo para el desarrollo turístico de la comuna La Entrada, han sido posibles identificar por medio del levantamiento de información técnico como la observación, entrevistas y encuestas, en el cual los resultados obtenidos fueron validados por el actual presidente del cabildo comunal Pablo Macías Baque, teniendo en cuenta que el pedido para el desarrollo de este trabajo fue dado por el expresidente Benito Pincay, quien era el presidente comunal en el periodo 2018- 2019.

### 5.1 Conclusiones

- Se evaluó la situación actual de la comuna mediante la aplicación de una ficha técnica de caracterización destacando ámbitos, sociales, económicos, turísticos, de infraestructura y accesibilidad.
- La comuna no cuenta con datos oficiales sobre el número de habitantes. Es importante que se realicen censos, ya que podrán ser de gran ayuda para futuros proyectos de investigación.
- La participación de los comuneros en programas de desarrollo económico y capacitaciones han tenido resultados negativos ya la mayoría no demuestra interés.
- Se realizó la valoración turística de la comuna mediante la opinión de los actores claves a través de entrevistas.
- Existe poco interés de parte de los pobladores para la formación mediante capacitaciones y talleres.
- La comuna La Entrada no es un destino conocido por turistas que visitan sitios cercanos con Olón, Montañita y Salinas.
- La comuna cuenta con recursos naturales que requieren ser intervenidos mediante planes de ordenamiento territorial.
- Entre los atractivos más visitados en la comuna constan la iglesia, monumento de ballena jorobada y murales que se encuentran a lo largo de la comuna La Entrada.

- Entre los atractivos menos visitados se encuentran la playa y malecón, este resultado se lo obtuvo mediante las encuestas.
- Mediante la investigación de mercado y aplicación de técnicas de investigación como la encuesta, se pudo determinar las preferencias de la demanda en cuanto a actividades que desearían realizar en la comuna.
- Las actividades planteadas en este proyecto se realizaron basándose en las necesidades de la demanda.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda desarrollar la parte de planificación territorial por parte de los estudiantes de Espol y pobladores de la comuna, para así en un futuro desarrollar caminatas guiadas en el sendero del bosque.
- Se recomienda que, se implemente señalética en sitios estratégicos, los cuales sean visibles tanto para los visitantes como para las personas que se movilizan hacia las demás playas.
- Para las capacitaciones que se brindarán por parte de estudiantes de Espol, se recomienda que las personas de la comuna asistan con frecuencia, para así obtener un mejor resultado.
- Trabajar con agencias de viajes, en las que se pueda promocionar la comuna, para así generar visitas e ingresos económicos.
- Realizar un concurso en el que participen muralistas y jóvenes de la comuna, para la creación de un logotipo que represente a la comuna La Entrada.
- Fomentar la creación de pequeños negocios como alquiler de bicicletas y recorridos guiados dentro del bosque de la comuna.
- Creación de una comisión dentro del cabildo comunal, la cual se encargue de la parte turística de La Entrada, en la que se establezcan estrategias que busquen generar beneficios económicos a la comuna.
- Se recomienda crear alianzas con empresas privadas o públicas, que permitan generar actividades beneficiosas en el ámbito turístico y desarrollo económico para la comuna.

# BIBLIOGRAFÍA

## 6. TRABAJOS CITADOS

- Acuña, E., Canihuante, G., & Zuñiga, S. (30 de Mayo de 2005). Pescadores artesanales y desarrollo turístico del borde costero de Atacama. *16, 1*, 29-46. Chile: Revista Turismo Em Análise. doi:<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v16i1p29-46>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Díaz, Bravo, L., Torruco, Garcia, U., Martinez, Hernandez, M., & Valera, Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación educ. médica, 2(7)*. Mexico. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)
- Egas Infante, Luis Fernando. (2015). Propuesta técnica logística para muelle pesquero y turístico de Puerto Jelí en la ciudad de Santa Rosa, El Oro. 162. Quito: Escuela de Ingeniería Civil, UIDE. doi:<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2151>
- El comercio. (2019 de marzo de 2019). Los turistas llenan las playas de la Península de Santa Elena. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/turistas-playas-santa-elena-carnaval.html>
- El universo. (23 de febrero de 2018). Santa Elena marcó récord de visitantes. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/23/nota/6635383/santa-elena-marco-record-visitantes>
- Franco, X. (febrero de 2018). PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO. LA COMUNA COSTERA PALMAR. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29358/1/francoximena%207feb18HL.pdf>
- Hernández Sampieri, F. C. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- J. Casas, A., J.R. Repullo, L., & Donado, C. (2002). La encuesta como técnica de investigación. Madrid, España.

- Kotler, P., García, J., Flores, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing Turístico*, 5.ª edición. Madrid, España: Pearson.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.
- Organización mundial del turismo. (s.f.). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Introducción al Turismo*. Recuperado el 2020, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo*. México: TRILLAS.
- Panosso, N. A. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Philip, K., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (decimo segunda ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de [https://publiclina.files.wordpress.com/2015/01/direccion\\_de\\_marketing\\_-\\_kotler\\_edi12.pdf](https://publiclina.files.wordpress.com/2015/01/direccion_de_marketing_-_kotler_edi12.pdf)
- Priscila, B., & Eddyson, V. (9 de marzo de 2018). Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna San Pedro de Chongón. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10243/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-485.pdf>
- Repullo Labrador, Donado Campos, & Juana, C. (24 de abril de 2002). La encuesta como técnica de investigación. Madrid, España. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Revista. (Abril - agosto de 2017). Perfil sociodemográfico. *Revista científica universidad de Cienfuegos*, 9(3), 58. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/607/717>
- Reyes, E. (2004). *Selección de sitio y especies maderables para la construcción de un muelle pesquero artesanal, turístico y recreacional*. Mérida: Revista Geográfica Venezolana.

- Roberto, H. S., Carlos, F. C., & María del Pilar, B. L. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: The McGraw-Hill.
- Sandhunsen, R. (2002). *Mercadotecnia* (primera edición ed.). Mexico: Compañía Editorial Continente.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W., & Ott, L. (2006). *Elementos de muestreo*. Madrid, España: EDICIONES PARANINFO.
- Yumisaca, J., Mendoza, A., & Villon, S. (agosto de 2017). PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR. 9(3).

# APÉNDICE



# APÉNDICE A

## 1. Ficha técnica de caracterización de comunas

### Ficha de levantamiento de información

#### Caracterización de la Comuna “La Entrada”

Encuestador: Gabriela Rivas – Jonathan Duran

Fecha: 23 de noviembre 2019

Encuestado: Benito Pincay

No.: 1

Cargo del encuestado: presidente de la comuna “La Entrada”

#### 1. DATOS GENERALES

##### 1.1 Ubicación de la comunidad

PROVINCIA	Santa Elena
CANTÓN	Manglaralto
PARROQUIA	Manglaralto
COMUNIDAD	La Entrada

El número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano es de 800 personas aproximadamente.

Fuente: Entrevista al presidente la comuna, Benito Pincay

#### 2. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y ASPECTOS SOCIALES

##### TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

##### 2.1 Condiciones y Distancias

	NOMBRE	DISTANCIA (km)	TIEMPO EN BUS (min)	TIEMPO EN CAMIONETA (min)	TIEMPO EN BOTE (min)
Cabecera Parroquial	Manglaralto	16,2 km	25 min	20 min	S/N
Cabecera Cantonal	Manglaralto	16,2 km	25 min	20 min	S/N
Capital de la provincia	La Libertad	72.1 km	1 hora 30 minutos	1 hora 15 minutos	S/N

## 2.2 Vías de acceso a la comunidad

VÍAS DE ACCESO	DESDE	HACIA	TIEMPO	NÚMERO	TIPO*	ESTADO**
Pavimentada/asfaltada	La calle de la iglesia	El puente del río de La Entrada	10 minutos	1	Principal	Bueno
Adoquinada	La calle de la iglesia	El puente del río de La Entrada	4 minutos	1	secundario	bueno
Empedrada	S/N					
Lastrada	S/N					
De tierra	S/N					
Fluvial	S/N					
Marítima	S/N					
Aéreo	S/N					
Sendero	S/N					
Otro:	S/N					

\* PRINCIPAL, SECUNDARIO

\*\* BUENO, REGULAR, MALO, NO APLICA

## 2.3 Señalización

SEÑALIZACIÓN HACIA LA COMUNIDAD	VIAL	TURÍSTICA	NINGUNA	ESTADO
Hacia la comunidad	SI	NO	NO	BUENO
Dentro de la comunidad	NO	NO	NO	REGULAR

Observaciones:

Dentro de la comuna no existe señalización como tal en los aspectos turísticos, pero si punto de acceso para ingresar y parquearse.

## 2.4 Transporte público: MARCAR CON X

TRANSPORTE PÚBLICO	
Bus	X
Camioneta	X
Taxis	X
Lancha	
Canoa	
Avión	
Avioneta	
Burros de alquiler	
Tricótomos	
Ninguno	

Otros:	
--------	--

## 2.5 Terminales o estaciones de transporte: Marcar con una X si existe

TERMINAL	SI/NO	COOPERATIVAS	FRECUENCIA	ESTACIÓN / TERMINAL	DESDE / HACIA	HORARIOS
Bus	SI	CITUP	SANTA ELENA	Terminal de Ballenita / Barrio El Higuero	SANTA ELENA / BARRIO EL IGUERON	Cada 15 Minutos
Camioneta	NO					
Camiones	NO					
Taxis	SI	MONTAÑISOL S. A	Salinas, Olón, Ayampe, Puerto López	Olón, Manglaralto, Montaña, etc.	Terminal de Ballenita / Puerto López	Todos los días en horarios de 6 am hasta 8 pm
Marítimo	NO					
Fluvial	NO					
Lacustre	NO					
Aéreo	NO					
Otro	NO					

### Observaciones

Existen varios servicios de transporte público que, trabajando por todo este perfil costanero, por tanto, definir una sola cooperativa u organización de transporte es complicado.

## COMUNICACIONES

### 2.6 Servicios de comunicación

SERVICIO	SI	NO	OPERADORAS
Telefonía fija	X		PACIFITEL
Telefonía celular	X		CLARO, MOVISTAR, TWENTY, CNT
Internet	X		CNT
Oficina de correos		X	
Otro _____		X	

Observaciones: Existen varios servicios de telefonía celular, pero la que mejor señal brinda es la operadora Claro.

## SANIDAD

### 2.7 Servicios de sanidad

SERVICIO	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN QUE TIENE EL SERVICIO	FUENTE DE LA INFORMACIÓN
Red de agua entubada	x		100%	Benito Pincay
Alcantarillado		x	Sistema colapsado desde hace 30 años	Benito Pincay
Pozo séptico	x		100 %	Benito Pincay
Pozo ciego		x		
Otro: Letrina		X		
Ninguno		X		

### 2.8 Fuente principal del agua que se consume

TIPO DE AGUA QUE CONSUME	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	PROVEEDOR
Red pública	X		100 %	Junta Regional de Olón
Pila o llave pública		X		
Otra fuente por tubería		X		
Carro repartidor		X		
Triciclo		X		
Pozo		X		
Río, vertiente, acequia		X		
Agua lluvia		X		
Otro _____		X		

- **¿Utiliza usted esta agua para comer? SI X NO \_**
- **¿Cómo purifica el agua? Esta labor la realiza la empresa encargada del abastecimiento del agua potable de Olón, que viene directo de una planta de tratamiento y purificación.**

### 2.9 Forma de eliminación de excretas

FORMA DE ELIMINACIÓN DE EXCRETAS	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	FUENTE
Excusado y alcantarillado		X		
Letrina		X		
Aire libre, río, estero		X		
Pozo séptico	X		100 %	Benito Pincay
Pozo ciego		X		
Otros: No tiene		X		

- **¿Si posee usted un pozo séptico, cada que tiempo le hace mantenimiento?**  
Cuando es realmente necesario se contrata a la empresa EMASA EP que se encarga de la extracción de los desechos, valor aproximado \$40 por viaje.

### 2.10 Eliminación de basura

ELIMINACIÓN DE BASURA	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	FRECUENCIA
La queman		x		
Carro recolector	x		100 %	3 veces por semana
Entierran		x		
Otro: Arrojan al río, en terrenos baldíos y otras formas.		x		

Observaciones:

La mayoría de las personas esperan a que pase el recolector de la basura, para botar sus desperdicios.

## SALUD

### 2.11 Tipos de establecimientos de salud que existen

INSTANCIAS DE SALUD	No.	Horario de atención	Especialidad
Parteras capacitadas	0		
Parteras no capacitadas	0		
Promotores de salud	0		
Curandero tradicional	2	Dependiendo de su disponibilidad En La Entrada y en San José	
Chamán	0		
Botiquín comunitario	1	Se encuentra dentro de la Casa comunal	
Subcentro de salud	0		
Centro de salud	1	Solo en Olón	
Personas capacitadas para primeros auxilios	0		
Hospital publico	1	Ubicado en Manglaralto	
Dispensario publico	0		
Unidad móvil	1	Cuando existen campañas de prevención	
Consultorio privado	0		
Farmacia	0		
Otro:	1	Solo en la tienda pastillas básicas (automedicarse)	

- **Si existen personas para capacitadas para primeros auxilios. ¿Quién los capacitó?**  
No existen personas capacitadas, solo una persona particular que es enfermera Elsa Tumbaco que ayuda dependiendo de su disponibilidad de tiempo, trabaja aparte, no pertenece a ninguna entidad pública.

- **Si existen unidades móviles que especialidades tienen. ¿Cada cuánto llegan?**  
Llegan cuando existen campañas de prevención 1 hasta 2 veces por año, su especialidad: medicina general y pediatría.
- **En una emergencia a qué distancia se encuentra el centro de salud más cercano ¿Cómo hacen para llegar?**  
El punto más cercano es Manglaralto a 15 minutos en vehículo privado y Olón centro de salud 10 minutos.
- **¿Qué tipo de plagas se presentan en la comunidad?**  
No existen problemas de plagas, pero si epidemias como la gripe o resfriado a causa de cambios del clima.
- **¿Han visitado a la comunidad alguna campaña de vacunación para los animales?**

SI  NO

- **¿Qué institución estaba a cargo?**  
Hospital público o GAD municipal

Observaciones:

las campañas son los perros y gatos para prevenir de enfermedades como la rabia y además para castrarlos. En otras ocasiones se extienden para vacunar animales porcinos

## ENERGIA

### 2.12 Servicios de energía para la comunidad

SERVICIO	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	TIEMPO DE USO
Energía eléctrica	x		100 %	CENEP
Generador		X		
Energía eólica		X		
Paneles solares		x		
Otra:		x		

Observaciones:

Existen 2 transformadores en la vía pública que actúan como puente de distribución en toda la comuna de Entrada.

## VIVIENDA

### 2.13 Tipo de construcción:

TIPO	SI	NO	% POBLACIÓN	ESTADO
De cemento	x		70 %	Sin riesgo
De madera	x		10 %	Sin riesgo
De caña	x		10 %	Estado vulnerable
Construcciones mixtas	x		10 %	Sin riesgo
Otra: _____		x		

**No. De familias por vivienda:** 300 familias con un aproximado de 4 integrantes por familia.

**Observaciones:**

---

---

## FAMILIA

### 2.14 Familias

TIPO	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	FUENTE
Matrimonios	x		50 %	
Unión libre	X		30 %	
Otra: _____		X		

- **¿Cuál es la edad en la que contraen matrimonio?** Entre 25 a 35 años

### 2.15 No. De Miembros de familia

No. De Miembros	% DE LA POBLACIÓN
Dos personas	15 %
Tres personas	15%
Cuatro personas	50 %
Cinco personas	10 %
Seis personas	5 %
Más de seis personas	5 %
Otra: _____	No

### 2.16 Edad de la población

POBLACIÓN	% DE LA POBLACIÓN
Infantes (0 – 4 años)	No existen datos reales
Niños (5 - 14)	No existen datos reales
Adolescentes (15-19)	No existen datos reales
Jóvenes (20-24)	No existen datos reales
Adultos (25-60)	No existen datos reales
Tercera edad (61-en adelante)	No existen datos reales

### 2.17 Población con capacidades especiales

1. **No. De Personas con DISCAPACIDADES:** 8 personas

2. Tipo de DISCAPACIDADES:

Minusválidos

3. ¿Existen programas de inclusión para las personas con discapacidades y si existen a cargo de quién están? Misiones y brigadas de la presidencia del Ecuador "Manuela Espejo"

**EDUCACIÓN**

**2.18 Servicios de educación:**

SERVICIO	CANTIDAD	NOMBRES	INSTITUCIÓN	DISTANCIA
Guarderías	1	Mis pequeños exploradores	Publica	Casa Comunal
Maternal	0			
Preescolar	0			
Educación General Básica	1	Víctor Emilio Estrada Icaza	Pública	A 10 metros del puente del río "la Entrada"
Bachillerato	0			
Tecnológicos	0			
Universidad	0			
Otro	0			

- **GRADO PROMEDIO DE ESCOLARIDAD DE LA POBLACIÓN:** La mayor parte de personas tiene solo PRIMARIA – SECUNDARIA existe un promedio del 5% de la población que estudia en la Universidad.
- **¿Existen jóvenes estudiando en la universidad, y si es así a qué universidad prefieren ir?**  
Si existen jóvenes que están estudiando, cursando el tercer nivel en la Provincia de Santa Elena y Ciudad de Guayaquil.

**Observaciones:**

No se logró especificar el nombre de las Universidades por motivo a desconocimiento del entrevistado.

1. **3. GOBERNANZA**

**3.1 Instituciones que han apoyado a la comunidad**

INSTITUCIÓN QUE HAN TRABAJADO EN LA COMUNIDAD	NOMBRE	DESDE-HASTA	ACTIVIDAD
1. NACIONALES	Fundación Nobis	2005 - 2010	Proyecto de viviendas, mejoras a la comunidad, banco comunitario, criadero de ostra, Artesanías en Tagua.
	Fundación Natura	No recuerda fechas	Mejoras para la comuna
	Fundación MAGAP	2008 - 2010	Protección del bosque
	Fundación MAMUT	2016 - 2018	Por Julio de Blas Caballero – apporto en la remodelación de la iglesia, duración 2 años

	GAD parroquial	No recuerda fechas	Hostal Comunal, duración 6 meses, consta de 6 habitaciones
2. INTERNACIONALES	Fundación PROPUEBLO	1988 - 1990	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejoramiento de obras estructurales (malecón)</li> <li>Adoquinar las calles principales</li> </ul>

### 3.2 Planes de desarrollo en la comunidad

1. Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PLAN</th> <th>AÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Seguir con el proyecto casitas de colores</td> <td>2020</td> </tr> <tr> <td>Explotar los senderos del bosque para actividades turísticas</td> <td>2020</td> </tr> <tr> <td>Proyecto de ampliación del malecón</td> <td>2020</td> </tr> <tr> <td>Proyecto trabajar en el alcantarillado que está colapsado</td> <td>2020</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Elaborado por: <u>Directiva comunitaria con apoyo de Instituciones privadas</u></td> </tr> </tbody> </table>	PLAN	AÑO	Seguir con el proyecto casitas de colores	2020	Explotar los senderos del bosque para actividades turísticas	2020	Proyecto de ampliación del malecón	2020	Proyecto trabajar en el alcantarillado que está colapsado	2020	Elaborado por: <u>Directiva comunitaria con apoyo de Instituciones privadas</u>	
PLAN	AÑO													
Seguir con el proyecto casitas de colores	2020													
Explotar los senderos del bosque para actividades turísticas	2020													
Proyecto de ampliación del malecón	2020													
Proyecto trabajar en el alcantarillado que está colapsado	2020													
Elaborado por: <u>Directiva comunitaria con apoyo de Instituciones privadas</u>														
2. No	<input type="checkbox"/>													

¿Ha participado la comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con?

	INSTITUCIÓN	Si	No
1.	Municipio	x	
2.	Junta Parroquial	x	
3.	Otro: <u>Prefectura</u>	x	

### 3.3 Organizaciones de la comunidad

TIPO DE ORGANIZACIÓN	NOMBRE	ACTIVIDADES	# de MIEMBROS	CONTACTO	NÚMERO DEL CONTACTO
Junta Parroquial					
Comité de Barrio					
Directiva Comunitaria	Cabildo de comuna	Mejoras para la comuna/ proyecto y convenios con instituciones/ colaboraciones, etc.	260	Benito Pincay	0989969397
Comité de Desarrollo					
Asociación de mujeres	Santa GEMA	Taller de artesanías y manualidades / colaboración entre comuneros / Integraciones para apoyo a los necesitados	60	Narcisa Pozo	
Cooperativas					
Organización de mujeres					
Organizaciones religiosas					

Asociaciones de turismo					
Comité de padres de familia					
Clubes					
Otras:	Comité Funeral	Se encargan de la gestión con la funeraria	35	Benito Pincay	0989969397
	Asociaciones de pescadores	Velan por el desarrollo y mejora para los pecadores artesanales	30	Pedro Tumbaco	No se encontraba en el lugar

### 3.4. Nombre a las personas que se reconocen como líderes comunitarios y en qué área o sector:

NOMBRE	ÁREA/SECTOR	CONTACTO
Benito Pincay	Presidente comunitario	0989969397
Pedro Tumbaco	Presidente de la asociación de pescadores	No se encontraba en el lugar

### 3.5 Trabajo comunitario

ACTIVIDADES EN QUE PARTICIPA LA COMUNA	SI	NO	FRECUENCIA
Trabajo en grupo	X		1 veces mes
Minga (limpiar la comunidad)	X		1 veces mes
Asamblea Comunitaria	X		2 veces al mes
Otras: _____		X	

Observaciones: las reuniones la realizan dentro de la casa comunal en donde tratan temas para el mejoramiento y desarrollo de la comuna, mingas de limpieza, construcción y temas de apoyo para los más necesitados. Se reúnen alrededor de 20 a 30 personas.

## 4. ECONOMÍA Y DESARROLLO

### 4.1. Actividades económicas principales a las que se dedica la población (indicar porcentaje de la población que se dedica a la actividad)

1. Pesca artesanal 30%
2. Construcción 30 %
3. Agricultura 10 %
4. Turismo 10 %
5. Comercio 20 %

### 4.2 Tipo de trabajo de la comunidad

ACTIVIDADES LABORALES	%	ACTIVIDADES
En relación de dependencia	60 %	Pesca artesanal Agricultura Comercio
Independiente	30 %	Construcción
Otras: turismo	10 %	Turismo

#### 4.3 Ingreso promedio por persona

INGRESOS SEMANALES	%	ACTIVIDAD
0 – 10 dólares		
11 – 20 dólares	10 %	Turismo
21 – 30 dólares	10 %	Agricultura
31 – 50 dólares		
Más de 50 dólares	80 %	Construcción Pesca artesanal Comercio

#### 4.4 Provisión de insumos para consumo familiar

LUGAR DE CONSUMO	TIPO DE CONSUMO***	GASTO Diario o semanal
Comunidad	Alimentos	20 dólares semanales
Comunidad vecina		
Vendedores ambulantes	Alimentos	
Cabecera parroquial	medicinas	
Cabecera cantonal		
Cabecera provincial	Electrodomésticos, útiles de limpieza, útiles de oficina, vestimenta	10 a 15 dólares
Otro		

\*\*\* **Tipo de consumo:** Alimentos, útiles de limpieza, útiles de oficina, vestimenta, medicinas, electrodomésticos, otros.

#### 4.5 Consumo local

Tipo de consumo	Tipo	Productor
Vegetales		Vendedores ambulantes
Frutas		Vendedores ambulantes
Carnes		Mercado en Olón o Manglaralto
Pescados, mariscos		Se extrae de la zona propia
Productos secos		Mercados en Olón o Manglaralto
Otro: _____		

#### 4.6 Obras

NOMBRE DE LA OBRA	EJECUTOR	ESTADO DE LA OBRA	MANEJO DE LA OBRA
-------------------	----------	-------------------	-------------------

<b>Monumento de la ballena jorobada</b>	Ministerio de turismo	NO alterado	Cabildo comunal
<b>Iglesia Sagrado Corazón de Jesús</b>	Empresa privada	NO alterado	Sr. Julio de Blass Caballero

Observaciones: Duración en la obra de la iglesia 2 años

#### 4.6.1 Capacitaciones

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	EJECUTOR	NUMERO DE HORAS
<b>Taller de artesanías y productos reciclados</b>	Fundación Nobis	25
<b>Criadero de Ostras, liderazgo, relaciones humanas</b>	Fundación Nobis	25

Observaciones:

Actualmente los resultados no han sido buenos, como el criadero de ostras que no se logró completar el objetivo por problemas en su proceso, ha existido poco interés de parte de los comuneros en las capacitaciones.

## 5. TURISMO Y CULTURA

### OFERTA DE SERVICIOS

#### 5.1.1 Alojamiento

ALOJAMIENTO	NÚMERO
Hoteles	1
Hosterías	0
Hostales	0
Moteles	0
Pensiones	0
Hospederías comunitarias	1
Camping	0
Otro: _____	0

#### 5.1.2 Esparcimiento

ESPARCIAMIENTO	NÚMERO
Discotecas	0
Cines/teatros	0
Instalaciones deportivas	0
Cantinas	2
Billares	0
Night Clubs	0
Otros: _____	0

### 5.1.3 Alimentación

ALIMENTACIÓN	NÚMERO
Restaurantes	4
Cafeterías	1
Fuentes de soda	0
Bares	0
Kioscos de comida	0
Otros: _____	0

### 5.1.4 Otros servicios

OTROS SERVICIOS	NÚMERO
Agencias de viaje	0
Información al turista	0
Operadoras	0
Guías de turismo	0
Bancos (Del Barrio)	0
Cajeros automáticos	0
Otros: <u>Comerciantes</u>	18

### 5.2 ¿Qué es turismo para Ud.?

El turismo en la actualidad es la fuente más importante de ingreso para todos los pueblos de la parte costera, porque realmente se está viendo que la agricultura y labores diarias ya no están dando en cual se beneficiarían un 75% de la población.

### 5.3 ¿Dónde realizan actividades turísticas?

Actividades en el mar (surf) comuna La Entrada y la Rinconada, caminar por el bosque, senderos para bicicletas.

### 5.4 ¿Qué actividades realizan?

- El tema es que hay lugares que aún no están explotados además falta adecuarlos para los visitantes, pero cuando ellos quieren hacer alguna actividad con bicicletas en el bosque se ponen en contacto con cualquier lugareño para que le indique el camino.
- También se puede hacer tours en las lanchas, pero es difícil porque no contamos con un muelle para embarcaciones.

5.5 ¿Aquí se pueden realizar las actividades que mencionan? SI  NO \_\_\_\_\_

5.6 ¿Vienen personas de otros lugares a realizar turismo? SI  NO \_\_\_\_\_

¿De dónde son los visitantes?: De Guayaquil y de la sierra

### 5.7 ¿En qué fechas la localidad es visitada para realizar actividades turísticas o recreativas?

- Para senderos en bicicleta las personas que llegan en grupos de 40 aproximadamente por la temporada de julio, agosto y septiembre.
- En las temporadas altas para la costa si realizamos uno que otros tours febrero, marzo.
- Para el avistamiento de ballenas julio, agosto y septiembre.

### 5.8 ¿Cuántas veces al año? 2 a 3 veces por año

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

		Número de personas
1.	Inglés	0
2.	Capacidad o experiencia en guianza	0

3.	Cocina	0
4.	Alojamiento/ hospedaje	0
5.	Elaboración / venta de artesanías / postales	5- 6
6.	Alquiler de equipos para turismo	0
5.	Otra _____	0

5.9.1 ¿Alguien en la comunidad tiene la capacidad de brindar hospedaje? SI \_\_\_\_\_ NO  X

5.10 ¿Qué Atractivos (recursos) turísticos tienen para ofrecer a los visitantes?

NOMBRE DEL ATRACTIVO	LUGAR DONDE SE ENCUENTRA
Sendero por el bosque	Comuna "La entrada"
Recorrido en bicicleta	Cruce de quebrado onda y termina en la Rinconada
Surf	Comuna "La entrada"

5.11 Líderes comunitarios reconocidos para la actividad turística:

<b>Benito Pincay: Presidente Comunal puede ayudarlos dirigiéndolos con otra personas que conocen el bosque.</b>

5.12 Principales Eventos desarrollados por la comunidad

Tipo	Nombre	Lugar	Fecha	Organizador
Sociales				
Cívicos				
Lúdicos, deportivos	Campeonato de indor futbol	Comuna La Entrada	Todo el año	Entre la población
Religiosos	Sagrado Corazón de Jesús	Comuna La Entrada	Mes de junio	Se forma comité festivo
	Virgen de Monserrate	Barrio el Mamey	Mes de noviembre	Se forma comité festivo

1.13 otros

	DETALLE
Santos	Santo Patrono Sagrado Corazón de Jesús
Costumbres	No hay datos
Tradiciones	En el día de los muertos las personas sirven comida a las personas que llegan a las casas donde saben que han tenido una persona fallecida, y dicen "aquí viene su muerto a visitarlo"
Leyendas	Aparición de formas e imágenes en una parte de la playa durante la noche

Platos tradicionales	No hay platos tradicionales, pero si realizan platos con los productos de la pesca (lisa, pulpo, lora, etc.)
Juegos tradicionales	

## SEGURIDAD

### 6.1 Problemas sociales que según el encuestado pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad

PROBLEMA		PROBLEMA	
Alcoholismo	NO	Narcotráfico	NO
Prostitución	NO	Asesinato	NO
Drogadicción	NO	Sicariato	NO
Robos/Asaltos	NO	Chulqueros/Prestamistas	NO

Otro: S/N

6.2 ¿La policía hace recorridos a la comunidad? SI  NO

¿Con que frecuencia? a diario

6.3 ¿Existe un UPC? SI  NO  ¿A qué distancia? El más cercano está en montañita 15 minutos

6.4 ¿A quién acuden en caso de emergencias? Policía

6.5 ¿Los bomberos y las ambulancias pueden llegar a la comunidad? SI  NO

6.6 ¿Qué medidas de seguridad toman para no contraer enfermedades?

Acudir al su centro de salud más cercano o aprovechar cuando llegan las brigadas medicas

6.7 ¿Qué tipo de enfermedades son más comunes en su comunidad?

Gripe y refriados

6.8 En referencia al terremoto ocurrido en abril de 2016 ¿Cómo afectó a su territorio?

Afecto a las estructuras de las viviendas

6.8.1 ¿Afectó a su vivienda? SI  NO

¿Qué tipo de daños? Fisuras y grietas en las paredes y columnas

6.9 ¿Hay inundaciones en época de lluvias? SI  NO

6.9.1 ¿Cuál es el nivel más alto que ha llegado el agua? BAJO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_ ALTO 40 a 50 cm

6.9.2 ¿Cuánto duran las inundaciones? Depende 3 a 4 horas

6.9.3 ¿Pueden salir de sus hogares? SI  NO

¿CÓMO? Caminando

6.10 ¿Hay vientos fuertes? SI  NO

## 6. VARIOS

### 7.1 Medios de información utilizados en la localidad

Medio	Nombre
Radio	
Televisión	
Web	
Red Social	Facebook: La entrada
Servicios de Mensajería móvil	
Diarios	
Otro	

**Tabla A.1 Opinión de entrevistas**

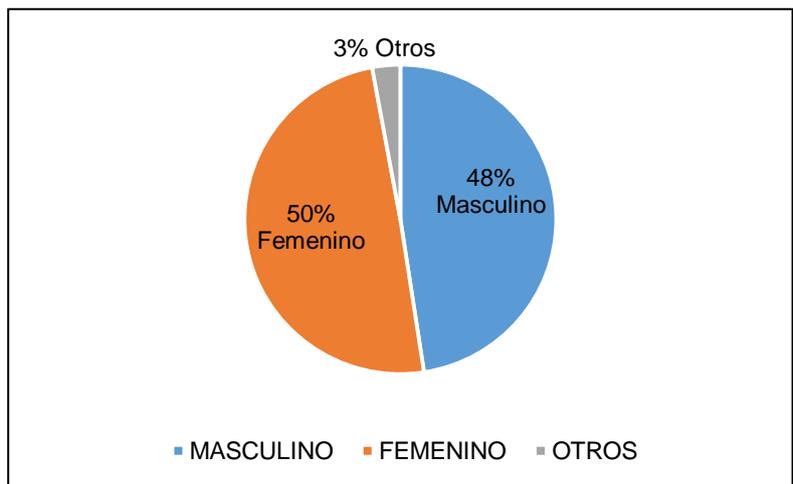
<b>ENTREVISTAS</b>	
23 – 24 de noviembre	
	<b>Descripción</b>

<p style="text-align: center;"><b>Entrevistado 1</b> <b>Sr. Benito Pincay</b></p> <p style="text-align: center;">Ex presidente del Cabildo comunal "La Entrada"</p>	<p>En la encuesta realizada los entrevistados recalcaron los temas más importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Más apoyo por parte de empresas privadas y públicas para mejoras de la comuna.</li> <li>• Logra que sea un punto turístico para visitantes.</li> <li>• Explotar los lugares que aún falta promocionar: senderos para bicicletas, avistamiento de aves.</li> <li>• Tener cuanto antes un muelle para embarcaciones de pesca artesanal y poder realizar tours navegables y avistamiento de ballenas jorobadas.</li> <li>• Poco interés por parte de pobladores locales para participar de capacitaciones o talleres.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Entrevistado 2</b> <b>Sr. Jonny Tómalá</b></p> <p style="text-align: center;">Entrenador de la escuela de ciclismo de Ayangue</p>	<p><b>Los entrevistados recorren a diario la ruta Ayangue – Puerto López</b> <b>Grupo de 10 a 20 ciclistas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizan parada para hidratarse en la entrada.</li> <li>• No tienen conocimiento de los atractivos de la comuna.</li> <li>• Argumentan que le hace falta promocionarse y dar a conocer lo que ofrecen.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Entrevistado 3</b> <b>Sr. Eleuterio Guzmán Pozo</b></p> <p style="text-align: center;">Comerciante/Dueño de un puesto de abarrotes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente solo llega por que ven el cambio de las casitas de colores o el monumento de la ballena.</li> <li>• La entrada en lo turístico está avanzando muy lento.</li> <li>• Ahora están visitando es por los murales.</li> <li>• Falta inversión para avanzar en lo turístico.</li> <li>• Los pobladores buscan diversas actividades para subsistir <ul style="list-style-type: none"> <li>— 30 % construcción</li> <li>— 30 % agricultura</li> <li>— 30 % pesca artesanal</li> <li>— 10 % turismo u otra actividad extra</li> </ul> </li> <li>• El comercio este año se mejoró a diferencia del 2018 que fue pésimo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Entrevistado 4</b> <b>Sr. Hipólito Rivera</b></p> <p style="text-align: center;">Pescador artesanal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La pesca es buena de acuerdo con la temporada.</li> <li>• Para poder subsistir hay que buscar otras actividades a parte de la pesca, mi esposa tiene en puesto de comida frente a la comuna, cuando es temporada alta existe bastante movimiento, pero existen días en el cual no se vende y eso es perdida.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Entrevistado 5</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hace falta promocionar la comuna para que la gente venga.</li> <li>• Ahora están llegando turistas por la iglesia que fue remodelada.</li> </ul>

<p><b>Sra. Narcisa Pozo</b></p> <p>Miembro de la asociación Santa GEMA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para las artesanías no existe mucho ingreso económico, aún falta incentivar a que nos visiten.</li> <li>• La comuna si está progresando, pero aún le falta para que sea turístico, quizá cuando construyan el puerto.</li> </ul>
<p><b>Entrevistado 6</b></p> <p><b>Sr. Damián González</b></p> <p>Visitantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comuna ha tenido sus cambios en estos últimos años, está muy pintoresco por las casitas de colores.</li> <li>• Le hace falta que tenga unos barcitos, locales de comida para escoger, es si servicios bien adecuados.</li> </ul>

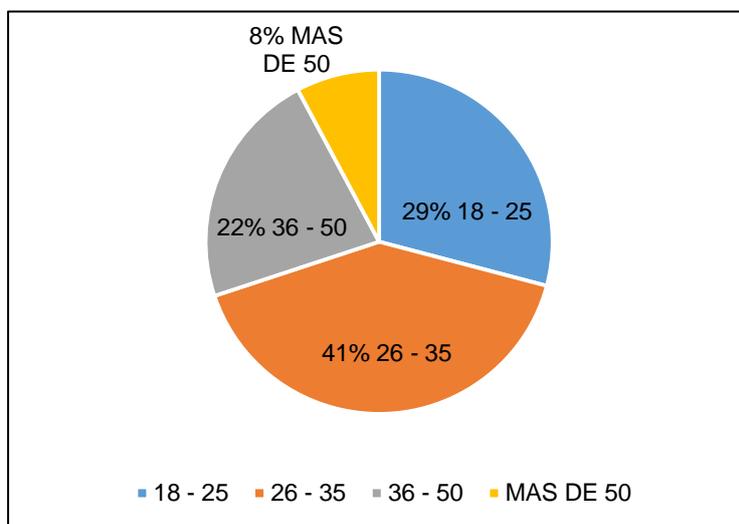
## 2. Gráficos de resultados de las encuestas

### 2.1 Demanda real



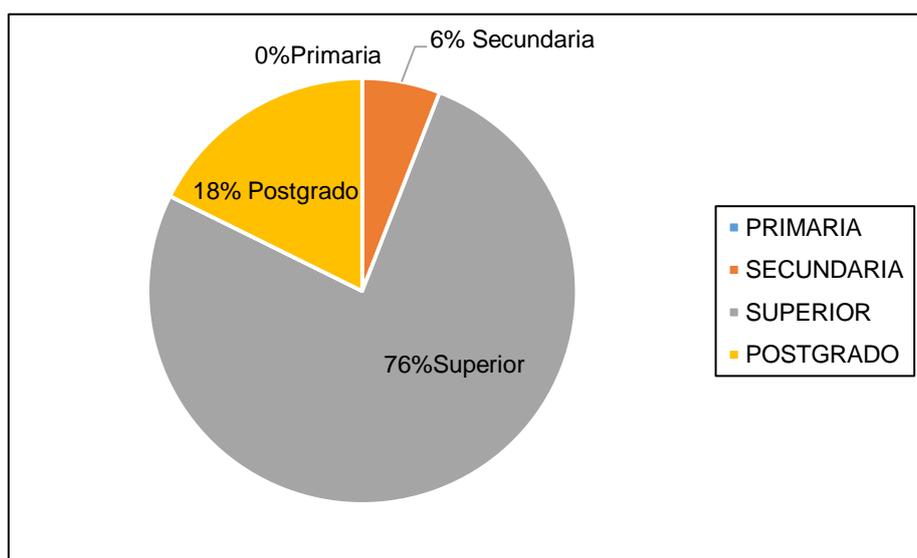
**Gráfico A.1 Género**

La mayoría de las personas que visitan la comuna La Entrada perteneció al sexo femenino, mientras que un porcentaje menor correspondió al sexo masculino. Una minoría a las personas que se identifican con otro tipo de género.



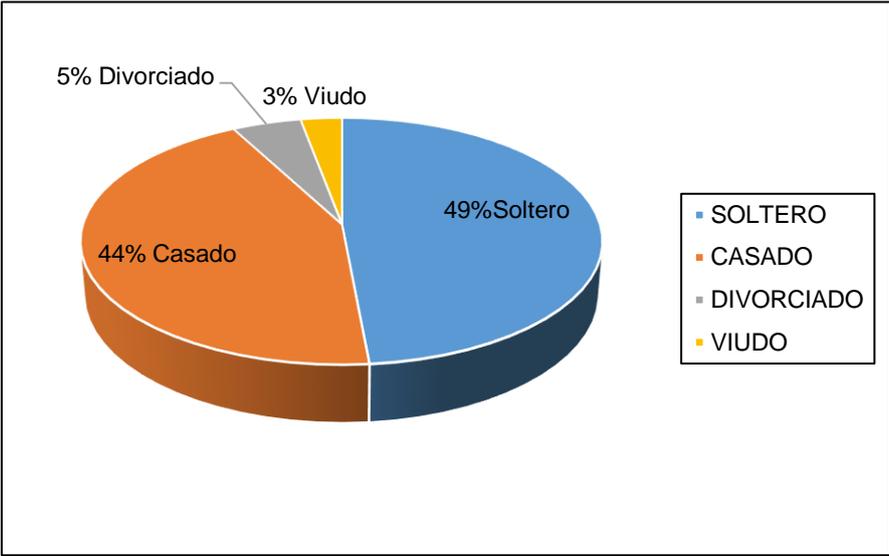
**Gráfico A.2 Edad**

El rango de edad que mayormente visitó la comuna La Entrada fue entre 26 a 35 años. Lo que indica que este sería un destino para personas jóvenes, ya que las personas que se encuentran en el rango de más de 50 fueron los que visitaron menormente la comuna.



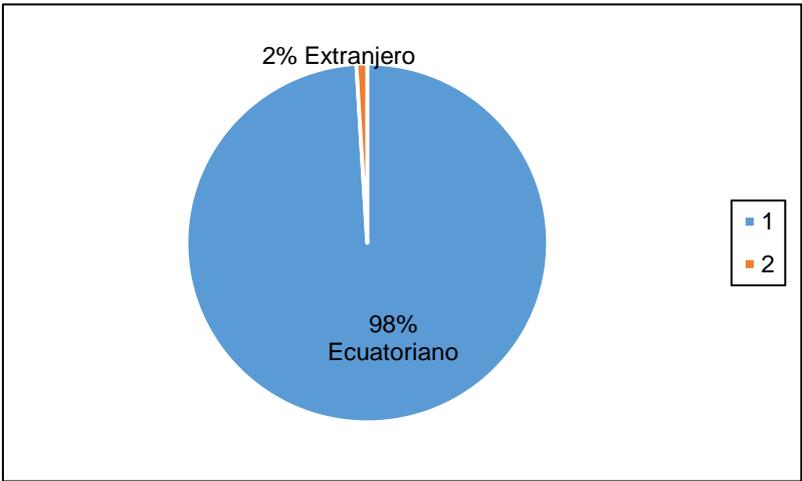
**Gráfico A.3 Nivel de educación**

El nivel de educación de las personas que visitaron la comuna La Entrada perteneció a un nivel de educación superior (76%). Mientras que el 18% de los encuestados tiene un título de cuarto nivel.



**Gráfico A.4 Estado civil**

En la población encuestada se encontró que el 49% de las personas que visitaron la comuna son personas solteras, mientras que el 44% son personas que están casadas y que acuden a la comuna con sus familias.



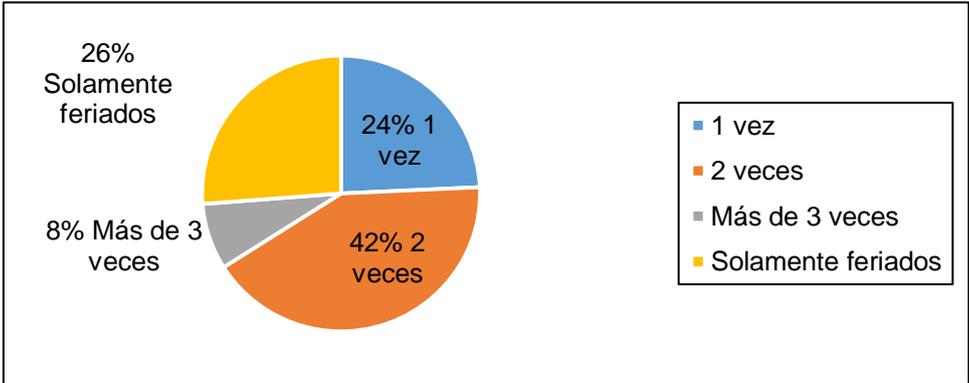
**Gráfico A.5 Nacionalidad**

La mayoría de las personas encuestadas son ecuatorianos, y tan solo es 2% de los que visitaron la comuna proceden de otro país.



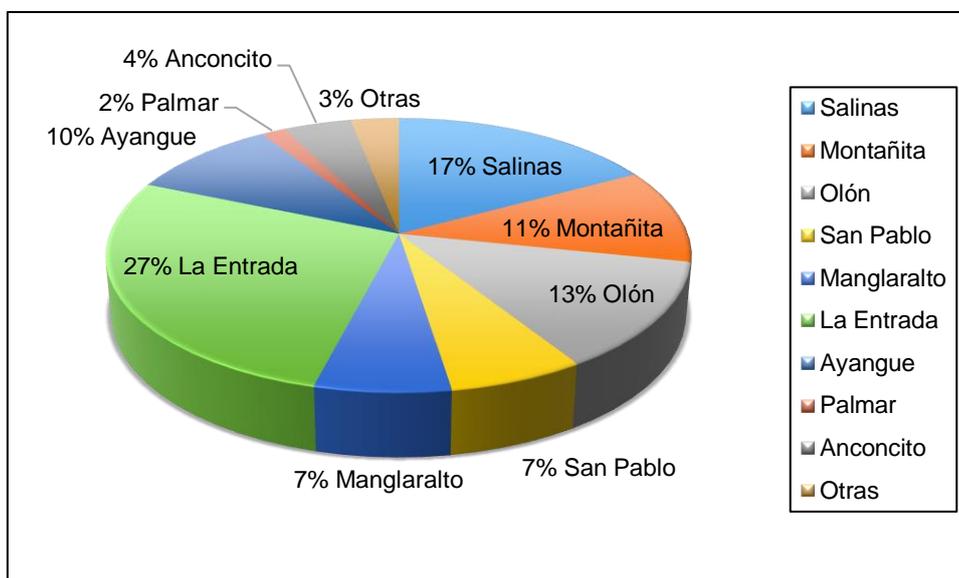
**Gráfico A.6 Conoce las playas de Santa Elena**

Todas las personas que fueron encuestadas aseguraron conocer algunas de las playas de Santa Elena, entre las más conocidas se encuentran Salinas, Olón y Montañita.



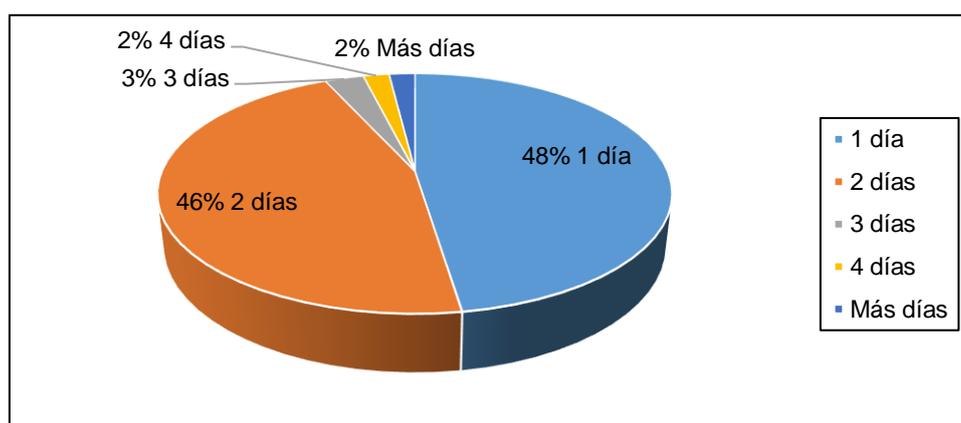
**Gráfico A.7 Frecuencia con la que visitan la playa**

Existe un mayor porcentaje de personas que visitaron dos veces al año la playa. Por otra parte, una minoría aseguró que visitó las playas más de tres veces en el año.



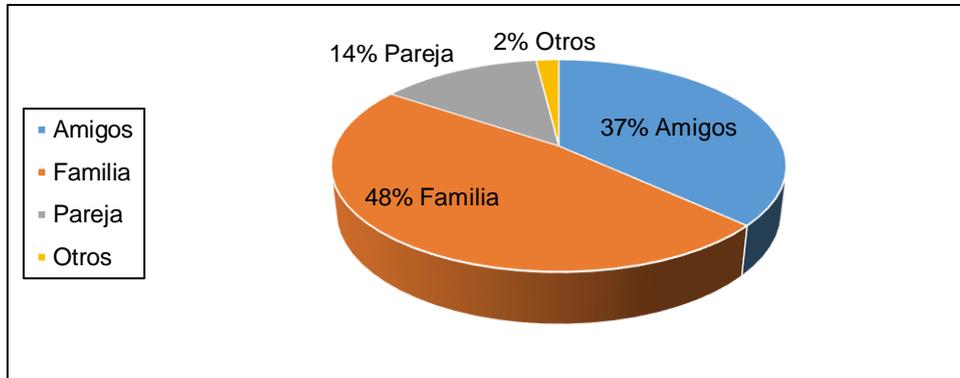
**Gráfico A.8 Playas apropiadas para visitar**

Mediante la encuesta realizada, se determinó que un 27% de personas aseguraron que la comuna La Entrada es un lugar apropiado para visitar, mientras que playas como Salinas, Montañita, Ayangué y Olón también son playas muy visitadas por los turistas. Las playas que no son tan visitadas por turistas son Palmar, Anconcito, Manglaralto entre otras.



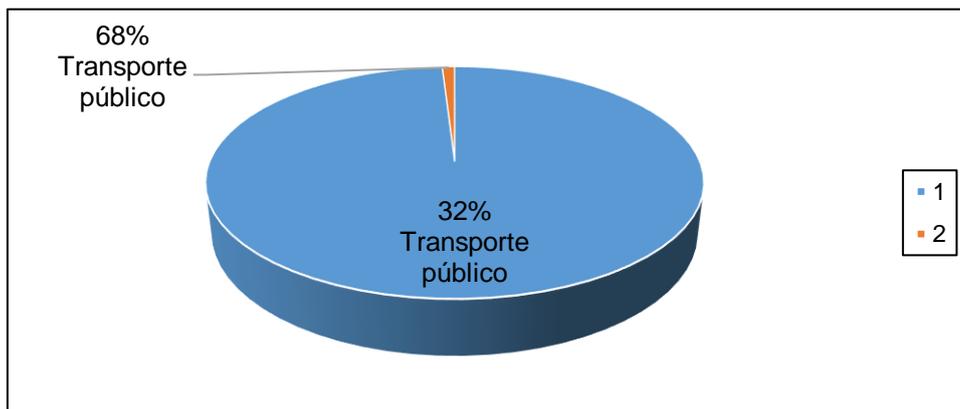
**Gráfico A.9 Días que permanecería en La Entrada**

La mayoría de las personas encuestada aseguró que se quedaban un día completo. Mientras que la minoría manifestó que se quedaban de 2 a más días en la playa.



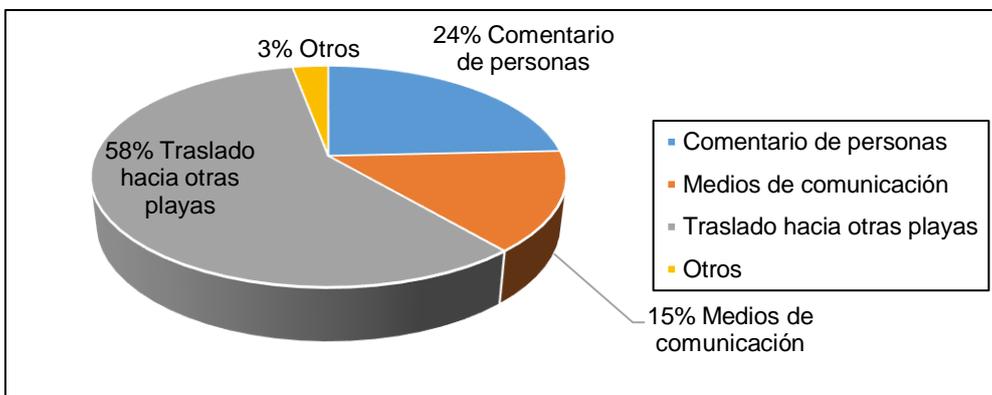
**Gráfico A.10 Con quien viaja**

Del total de las personas encuestadas en la comuna La Entrada, la mayoría de las personas dijo que viajaban acompañados de sus familiares. Un 37% de las personas encuestadas manifestaron que prefieren viajar acompañados de sus amigos. El porcentaje restante de personas encuestadas expresaron que viajan con su pareja entre otros.



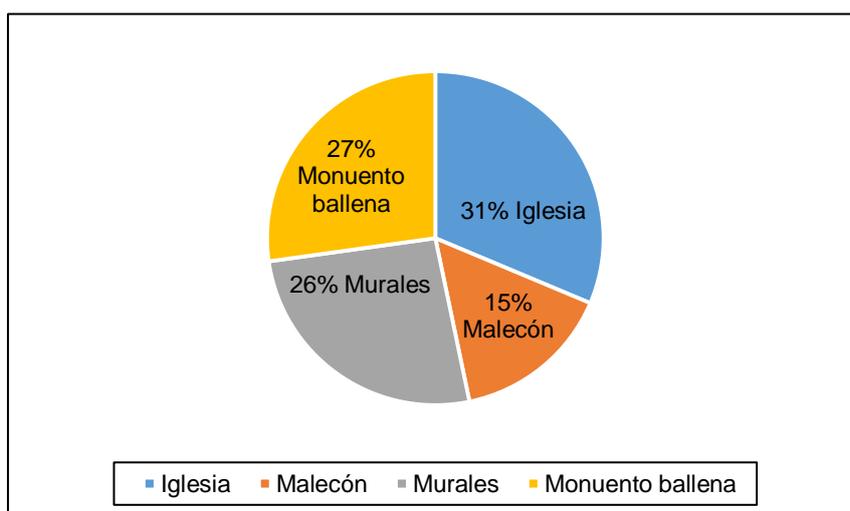
**Gráfico A.11 Medio de transporte**

Para poder llegar hacia la playa, la mayoría de las personas encuestadas hace uso de sus vehículos, mientras que el 32% de los encuestados hacen uso de transporte público.



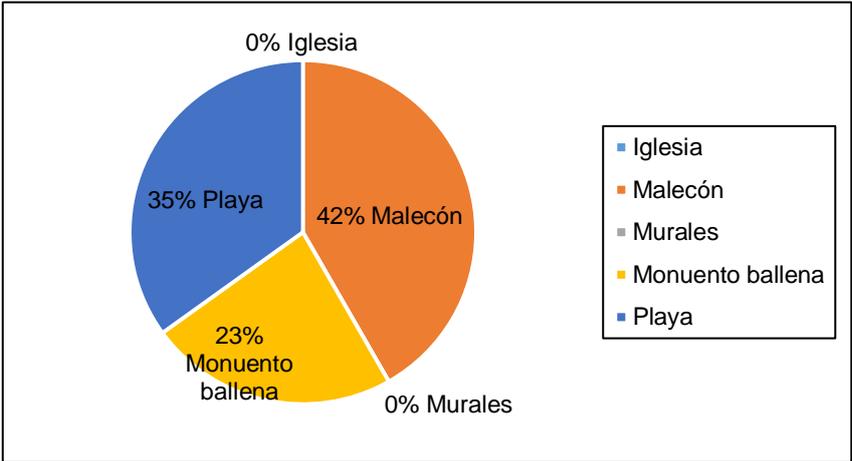
**Gráfico A.12 Medio por el que conoce La Entrada**

Debido al traslado hacia las demás playas, mayormente la comuna La Entrada ha podido ser descubierta por los turistas, por el contrario, otras personas han sabido de este lugar por comentarios de personas que han ido anteriormente. La encuesta realizada nos indicó que las personas no se enteran de este lugar mediante los medios de comunicación, por lo que nos da a entender que no posee promoción turística.



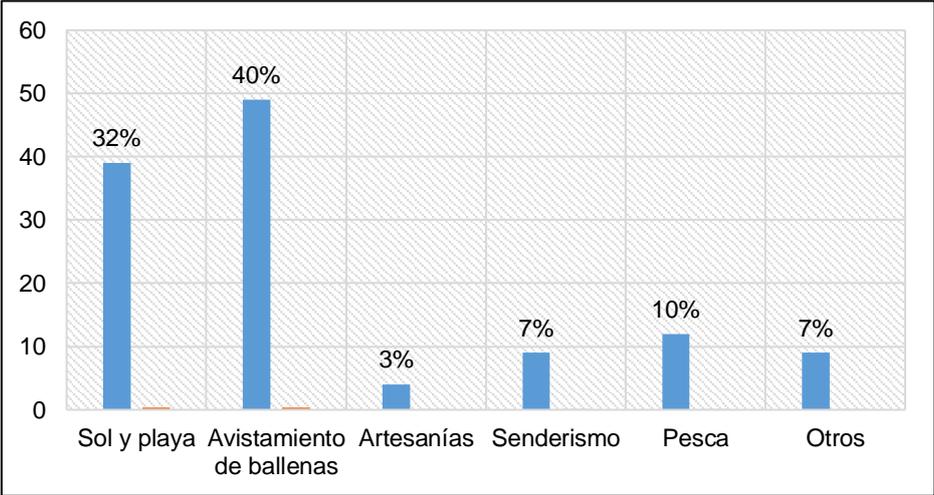
**Gráfico A.13 Lugares que visitó en La Entrada**

Los lugares más visitados fueron la iglesia, el monumento de la ballena y los murales que se encuentran en las casas de la comuna. Mientras que lo que menos visitaron fue el malecón.



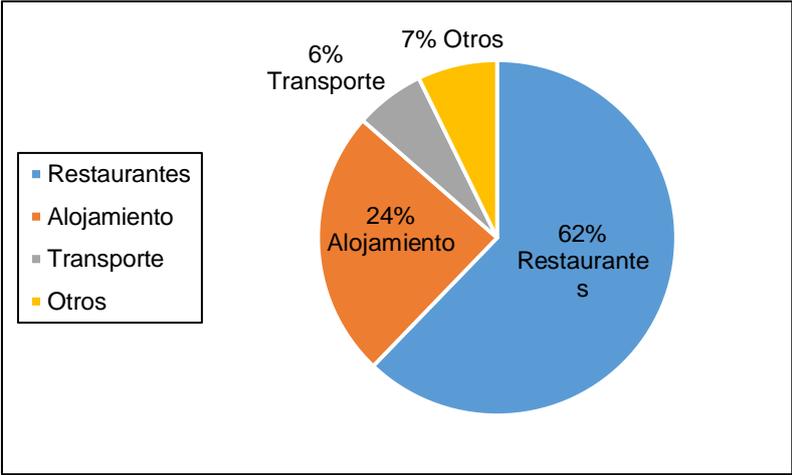
**Gráfico A.14 Que no le agradó en La Entrada**

Las personas encuestadas en la comuna La Entrada dijeron que lo que no les agrado fue el malecón.



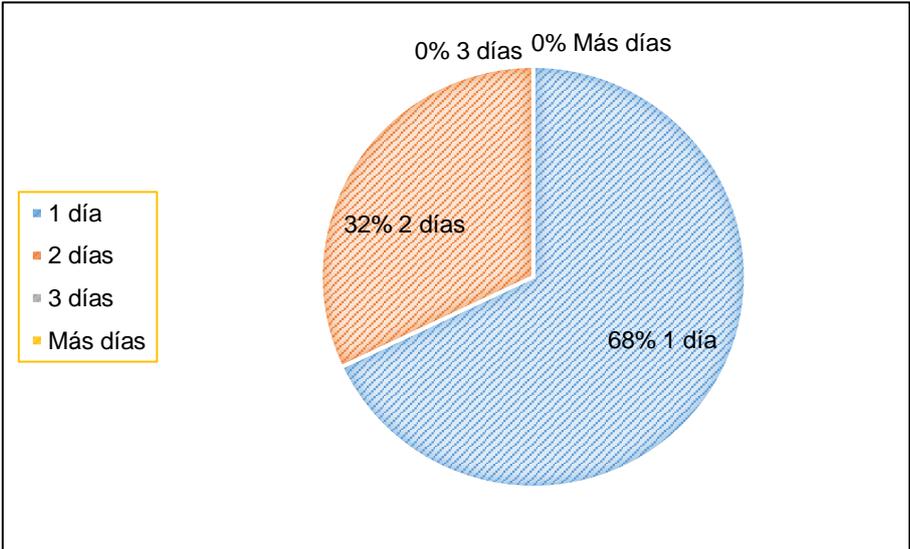
**Gráfico A.15 Actividades que le gustaría realizar**

Entre las actividades que le gustaría realizar a las personas que visitaron la comuna fue el avistamiento de ballenas y disfrutar del sol y de la playa. Mientras que el realizar artesanías no les llamó mucho la atención a los visitantes.



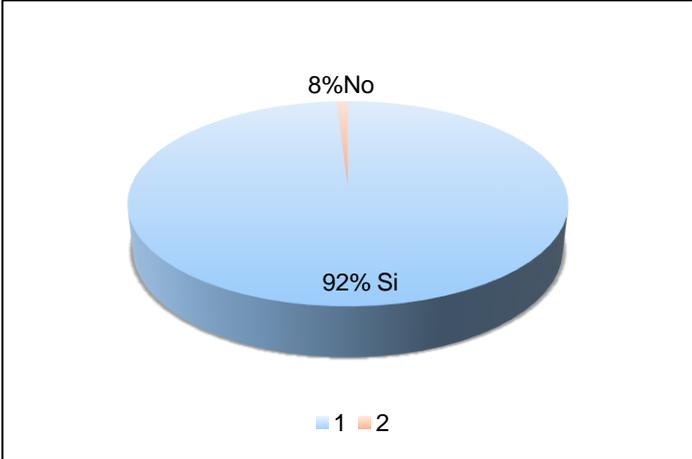
**Gráfico A.16 Servicios que debería proporcionar La Entrada**

De acuerdo con la opinión de los encuestados, la comuna debería proporcionar más restaurantes. Por otro lado, un porcentaje de los encuestados aseguraron que les gustaría que en este lugar haya lugares donde se puedan alojar. Una minoría piensa que se debería implementar más servicios de transportes, ya que el que existe no es tan eficiente.



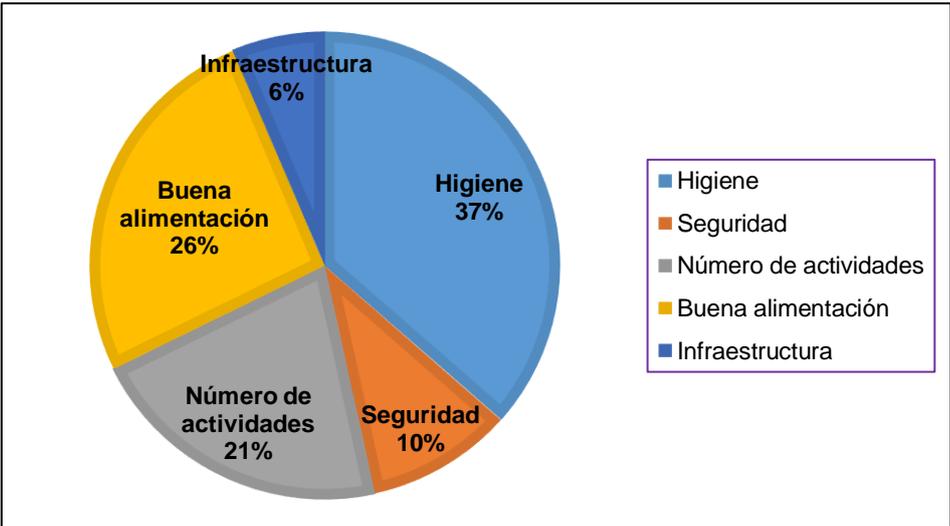
**Gráfico A.17 Número de días que permanecería en La Entrada**

De acuerdo con las personas que fueron encuestadas, el rango de días que permanecerían en la comuna oscila entre uno a dos días. Por otro lado, ninguna de las personas encuestadas contemplo la opción de permanecer más de tres días en este sitio.



**Gráfico A.18 Volvería a La Entrada**

De acuerdo con la información recopilada mediante la encuesta, se determinó que la mayoría de las personas que visitaron la comuna volverían a visitarla. Por otra parte, un porcentaje menor manifestó que no volverían a visitarla.



**Gráfico A.19 Aspectos considerados para visitar un destino**

La higiene de un destino es considerado primordial entre los encuestados, seguido de la buena alimentación y número de actividades. Po el contrario la seguridad e infraestructura no son considerados tan importantes al momento de visitar un destino.

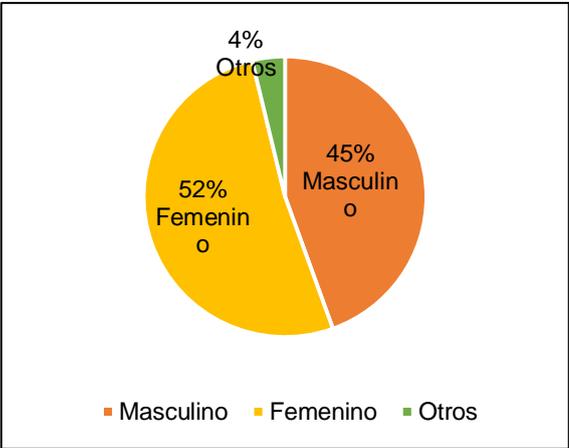


**Gráfico A.20** Recomendaría visitar La Entrada

De acuerdo con lo expresado por las personas encuestadas, el 99% de las personas recomendaría visitar la comuna La Entrada.

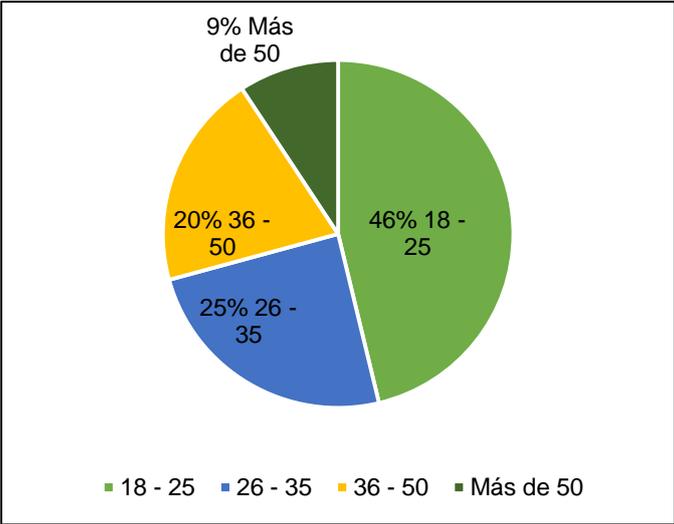
### 2.2 Demanda potencial

Encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil y en poblaciones de Santa Elena como Salinas, Montañita y Olón.



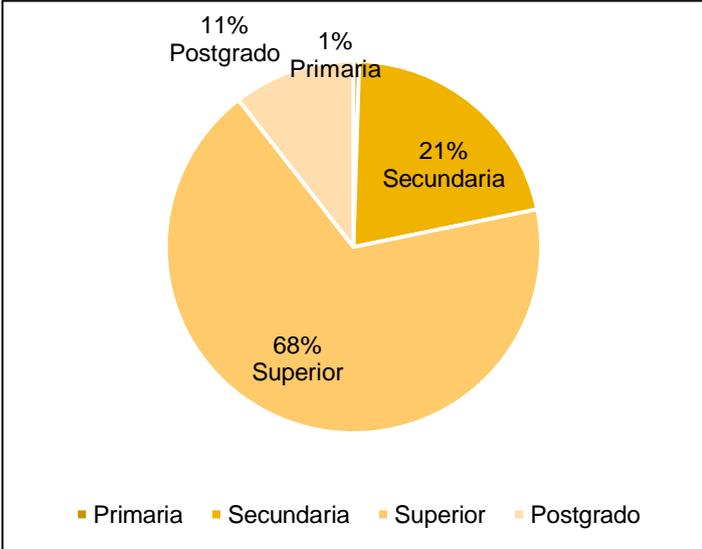
**Gráfico A.21** Género

Los resultados determinaron que el género masculino y femenino fueron casi iguales, solo con una diferencia mínima que la ocupada por el género otros.



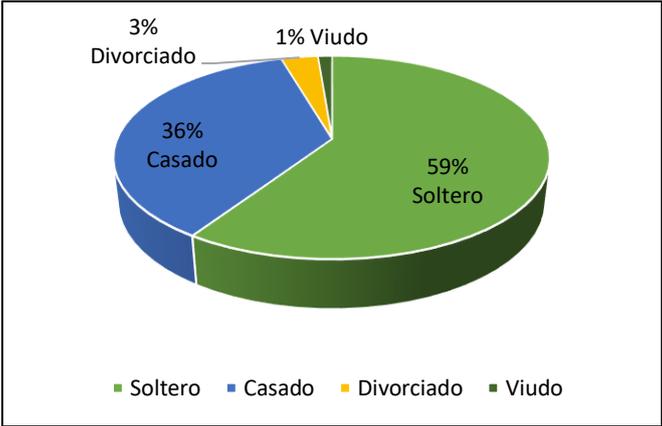
**Gráfico A.22 Edad**

De acuerdo con la encuesta realizada, una gran parte de personas que visitaron las playas de santa Elena oscilan una edad entre 18 – 25 años que represento casi la mitad de los asistentes a este último feriado a diferencia de las personas mayores a 50 años que viajaban por lo general en familia.



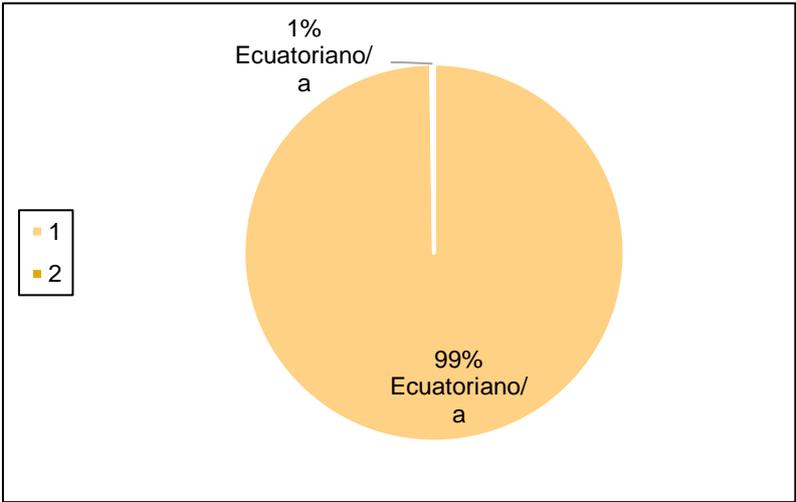
**Gráfico A.23 Nivel de educación**

La mayoría de las personas demostraron tener un nivel de educación superior, comprobando así que los visitantes fueron estudiantes y trabajadores que por motivo de feriado nacional salieron de la ciudad para visitar alguna de las playas de Santa Elena.



**Gráfico A.24 Estado civil**

En este grafico podemos determinar que las personas con estado civil soltero fue la demanda que tuvo mayor presencia en la costa siendo estos grupos de amigos u familia, a diferencia de las que prefirieron viajar en familia con estado civil casado.



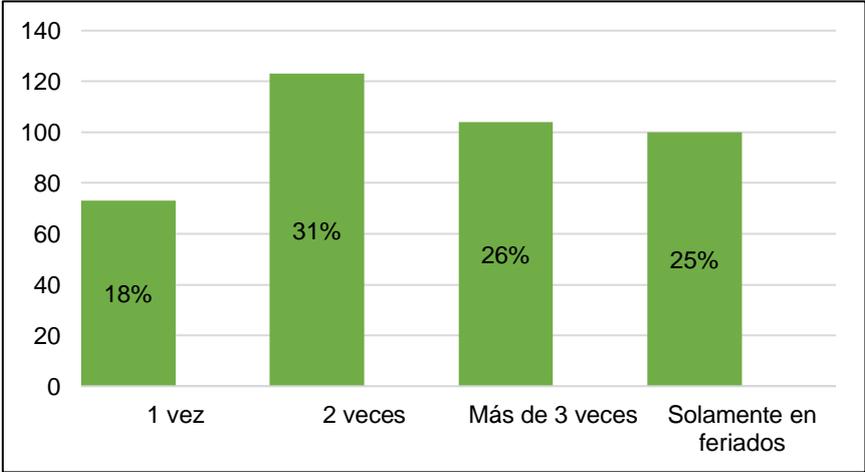
**Gráfico A.25 Nacionalidad**

El total de los encuestados fueron de nacionalidad ecuatoriana que por feriado nacional aprovecharon los días libre que tenían en sus trabajos o estudios para visitar las playas de Santa Elena aportando economía al sector receptivo.



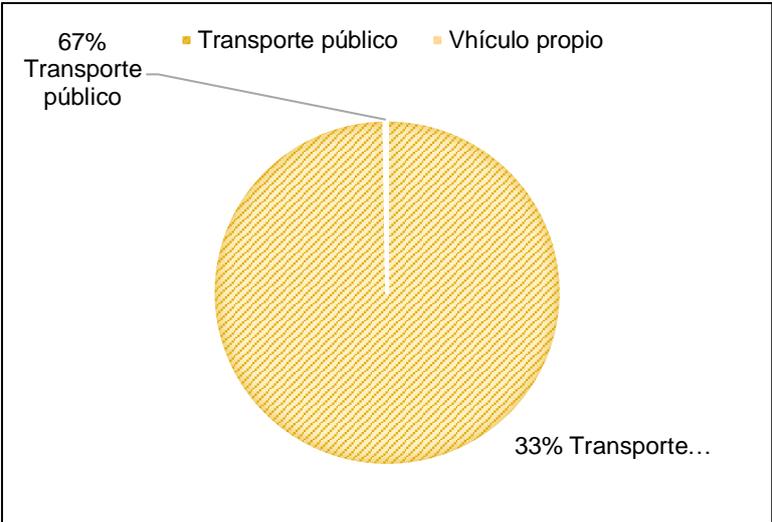
**Gráfico A.26 Conocen las playas**

La mayor parte de los visitantes han confirmado que si conocen las playas de Santa Elena, entendiendo que es un destino de fácil accesibilidad y tiempo además por inicio de temporada de sol y playa además por la distancia.



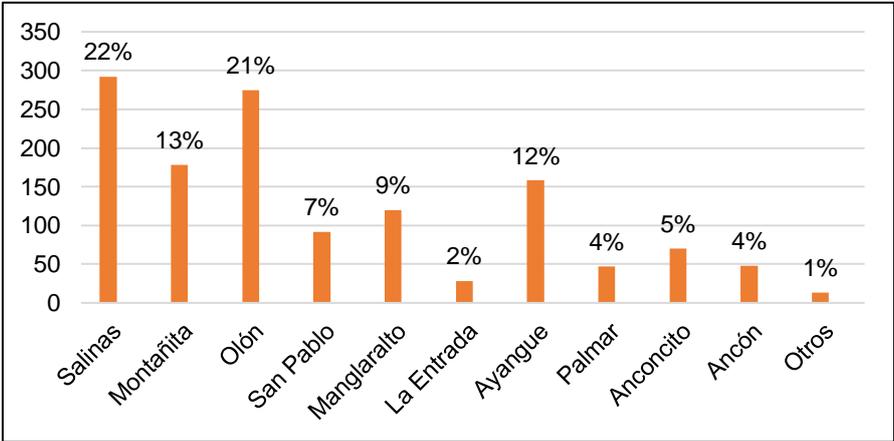
**Gráfico A.27 Número de veces que visita la playa**

El número de visitas que tienen las playas de Santa Elena anualmente se ve marcado por una diferencia mínima entre 3 veces y solamente en feriados dando a el motivo son los días libres dependiendo de alguna festividad u feriados que involucren más días, por otro lado, visitar 2 veces al año se ve evidente en la temporada de sol y playa a inicios de año y e cualquier otra fecha que amerite viajar.



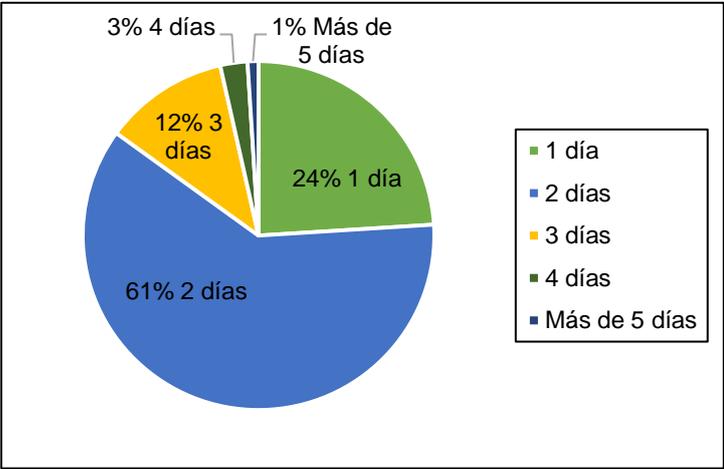
**Gráfico A.28 Medio de transporte**

El uso de transporte público para viajar a los destinos de sol y playa ha sido significativamente menor a diferencia de los que si tiene vehículo propio con el cual pueden movilizarse a varios destinos en cualquier momento, demostrando ser más de 50% de las personas encuestadas



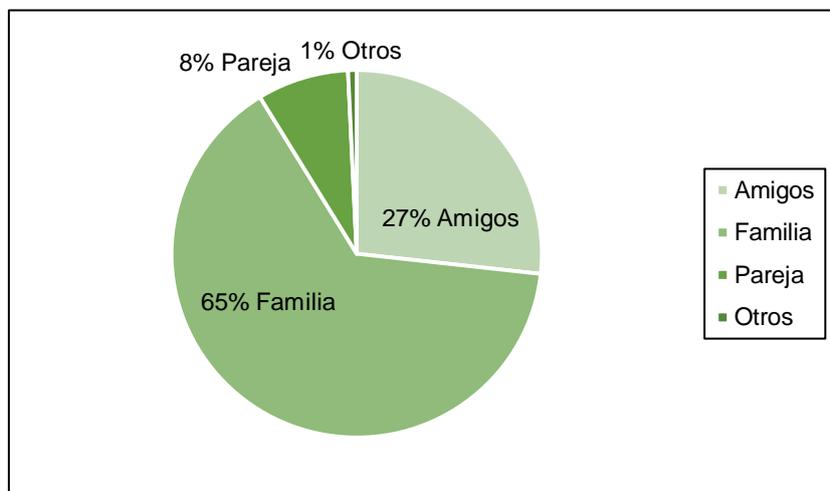
**Gráfico A.29 Playas apropiadas para visitar**

Los visitantes de las diferentes playas de Santa Elena han determinado que los lugares más apropiado para visitar son los de mayor relevancia y renombre, esto depende mucho de la distancia y tiempo que les dé para llegar a su destino, como la playa de Salinas, Olón y Montañita que fueron las más escogidas además de las preferencia y gusto que cada visitante tenga, siendo porque esta entre familia o amigos.



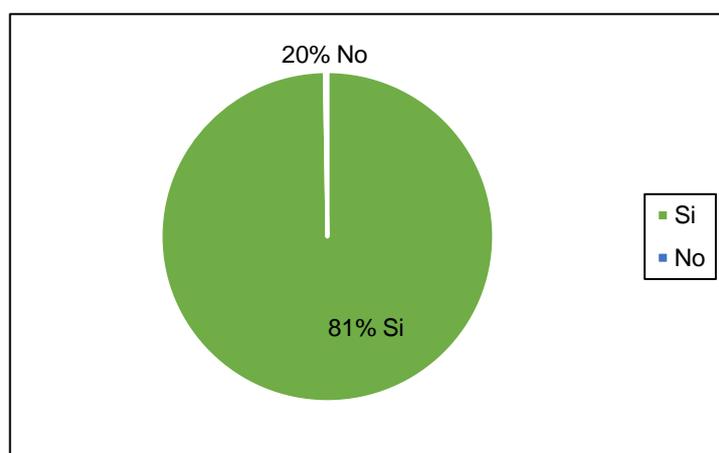
**Gráfico A.30 Número de días que permanecería en el sitio**

Más del 50% de las personas encuestadas indicaron que permanecer 2 días en el destino es escogido es suficiente para conocer y disfrutar de la playa, esto va de acuerdo con las preferencias y gustos además tomando en cuenta la distancia que existe desde su lugar de residencia, este último contrasta con las personas que solo quieren permanecen 1 solo día y luego dirigirse a otro lugar u retornar a sus residencias.



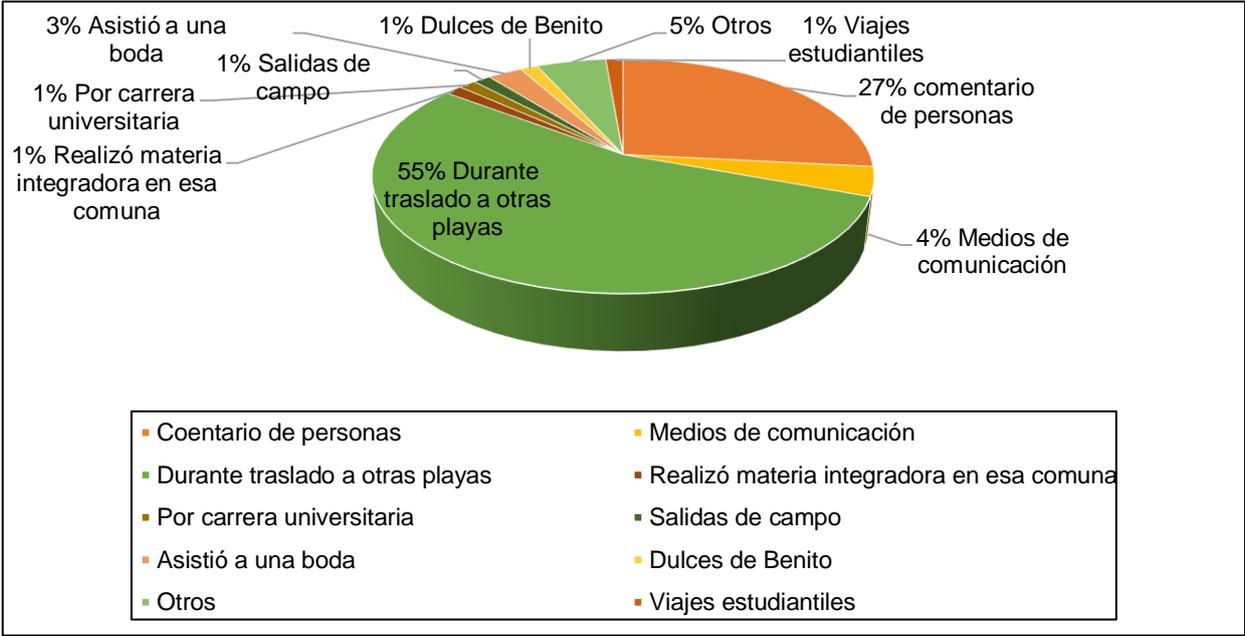
**Gráfico A.31 Con quien visita la playa**

Viajar en familia se ha vuelto la mejor opción en cuanto a destinos de sol y playa se refiere, seguido de los prefieren viajar entre amigos que lo representa una cuarta parte de la población encuestada.



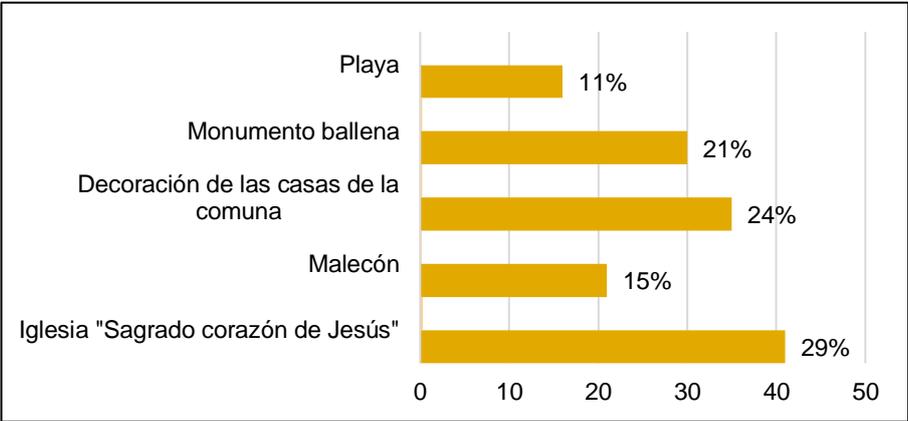
**Gráfico A.32 Conoce La Entrada**

La Mayor parte de las encuestas admitió no conocer o escuchar la comuna “La Entrada” a diferencia de las pocas personas que admitió conocer la comuna.



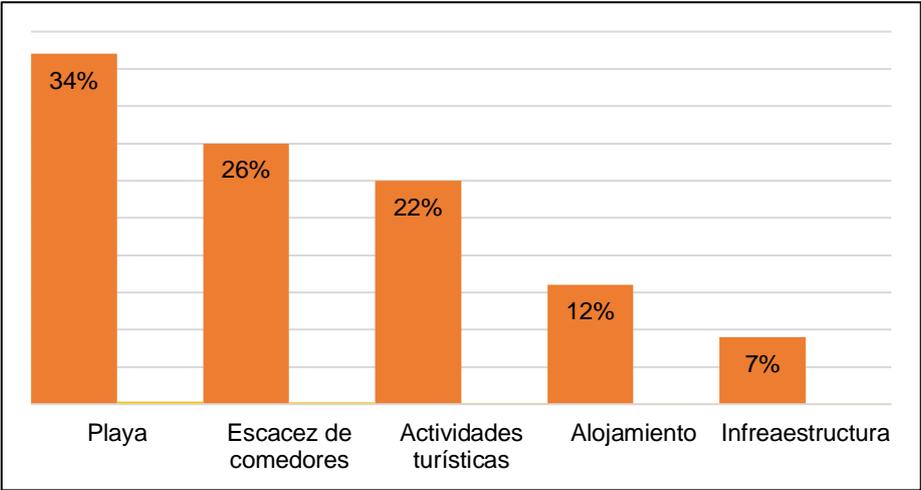
**Gráfico A.33 Medio por el que conoce La Entrada**

De las pocas personas que admitieron conocer la comuna “La Entrada”, Indicaron que el medio por el cual llegaron a saber del sitio fue mediante un traslado a otra playa y seguido de las que conocieron mediante un comentario de personas ya sea por atractivos que le pareció interesantes o los famosos dulces de Benito que son el punto de atracción de quienes lo conocen, este último a pesar de su fama, mantiene un porcentaje muy bajo en cuanto a quienes conocen la comuna.



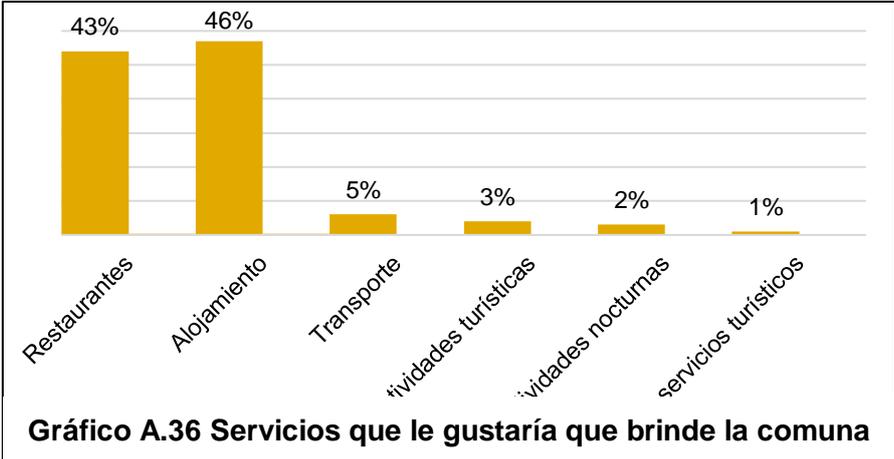
**Gráfico A.34 Lugares interesantes en La Entrada**

Para las personas, los lugares que más les llamó la atención cuando visitaron la comuna fue la iglesia “Sagrado Corazón de Jesús” por motivo de recién haber salido de una remodelación en todo su interior que lo muy moderno con un estilo único al igual que las decoraciones llamativas pintadas en las fachadas de las casas hace crecer el interés para el quien la visite, pero otro lado los destino que nos les pareció interesante fueron el malecón y la playa provocando resultados muy bajos y negativos.



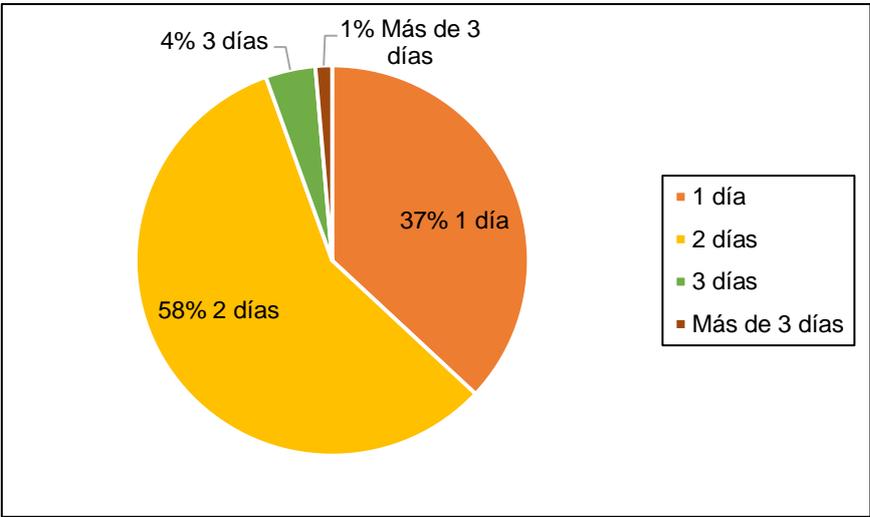
**Gráfico A.35 Actividades que les gustaría realizar**

Según las personas que visitaron la comuna “La Entrada”, las actividades que les gustaría realizar en particular y de mayor relevancia es de sol y playa con un alto porcentaje de aceptación muy seguido de actividades lúdicas que pueden complementar al destino como tours navegables, senderismo y pesca. Además, con un mínimo de votación descartan al ciclismo, gastronomía y artesanías como complemento a las actividades que es gustaría realizar.



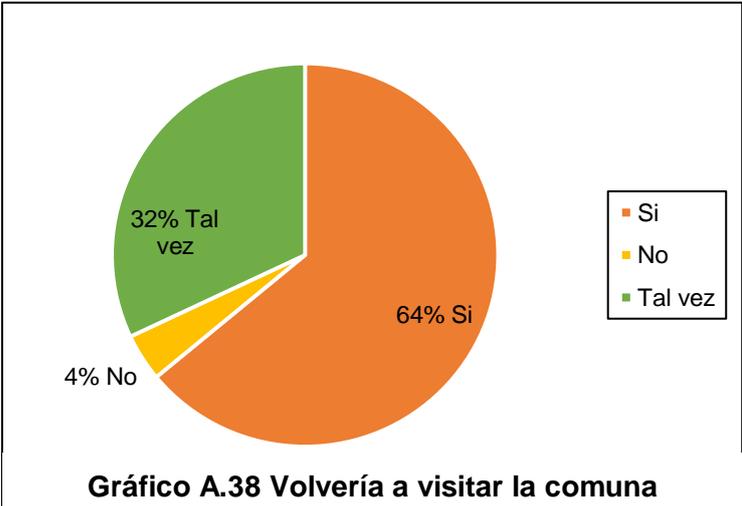
**Gráfico A.36 Servicios que le gustaría que brinde la comuna**

Según los encuestados los servicios de restaurantes y alojamiento son una base principal e indispensable para que la comuna pueda desarrollarse de manera turística y aportando a la economía al sitio. A diferencia de los servicios de transporte, actividades turísticas y nocturnas que no fueron de mayor relevancia para los visitantes.



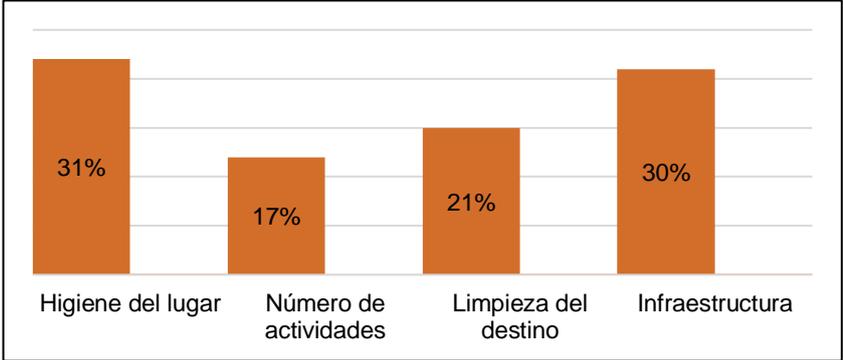
**Gráfico A.37 Días que permanecería en La Entrada**

El resultado del número de días que permanecería en la comuna es de 2 días máximo siendo más del 50% que admitió este resultado, y esto se da siempre y cuando exista más actividad por realizar, por lo tanto, otra parte de visitantes solo están 1 día para luego retomar el recorrido hacia otro lugar.



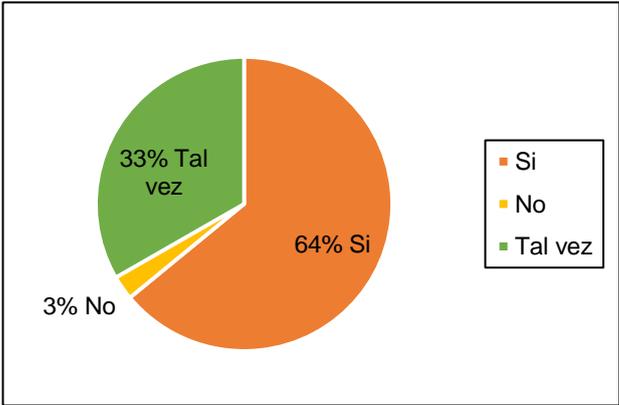
**Gráfico A.38 Volvería a visitar la comuna**

La mayoría afirmó que volvería visitar la comuna, siendo por cualquier motivo o razón que esta provoque. Sin embargo, otra parte afirma que tal vez volvería a visitar, pero ya esta vez con un periodo corto de tiempo.



**Gráfico A.39 Aspectos considerados al momento de visitar un lugar**

Los aspectos considerados al momento de visitar un lugar van ligados mucho con la opinión visual que esta perciba, muchos admitieron que en primer lugar la higiene es lo principal tomar como punto de ocio seguido de la infraestructura que también le da un realce al lugar. Mientras tanto que el número de actividades que el lugar ofrezca no cuenta como punto principal al momento de conocer un lugar.



**Gráfico A.40 Recomendaría visitar La Entrada**

La mayor parte de las personas que visitaron la comuna “la Entrada” señalaron que sí recomendarían que visitar el lugar al igual que los que señalaron tal vez quedando en la









## 5. Encuesta de la demanda potencial

Figura A.2 Encuesta demanda potencial

### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

LICENCIATURA EN TURISMO

Encuesta #: \_\_\_\_\_

La encuesta tiene como fin analizar la demanda potencial de la Provincia de Santa Elena, para comprobar si los turistas conocen la Comuna "La Entrada" y de sus atractivos.

*Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito que se sea para la investigación.*

**Tiempo: Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos.**

Por favor, marque con una (x) a las opciones que consideré y lea detenidamente las siguientes preguntas:

Genero:	Edad:	Nivel de educación:	Estado Civil:	Nacionalidad
Masculino ( )	18-25 ( )	Primaria ( )	Soltero ( )	Ecuatoriana ( )
Femenino ( )	26-35 ( )	Secundaria ( )	Divorciado ( )	Extranjero/a ( )
Otros ( )	36 - 50 ( )	Superior ( )	Viudo ( )	
	más de 50 ( )	Postgrado ( )	Casado ( )	

<b>1. ¿Conoce usted las playas de Santa Elena?</b>	<b>2. ¿Cuántas veces en el año usted visita la playa?</b>	<b>3. ¿Qué medio de transporte utiliza para viajar?</b>	<b>4. ¿Cuál de los siguientes lugares considera apropiado para visitar?</b>
Si ( )	1 vez ( )	Transporte Publico ( )	Salinas ( )
No ( )	2 veces ( )	Vehiculo propio ( )	Montañita ( )
	Más de 3 veces ( )		Olón ( )
	Solamente en feriados ( )		San Pablo ( )
			Manglaralto ( )
			La Entrada ( )
<b>5. ¿Cuándo viaja, cuantos días permanece en el lugar?</b>	<b>6. ¿Usualmente, con quién viaja usted?</b>		Ayangue ( )
1 día ( )	Amigos ( )		Palmar ( )
2 días ( )	Familia ( )		Anconcito ( )
3 días ( )	Pareja ( )		Ancón ( )
4 días ( )			Otras Playas: _____
Más de 5 días ( )			

<b>7. Conoce usted la comuna "la Entrada"</b>	<b>8. ¿Por qué medio conoce usted la comuna?</b>	<b>9. ¿Cuáles fueron los lugares que le parecieron interesantes visitar en la comuna?</b>
SI ( )	Comentarios de personas ( )	Iglesia "Sagrado corazón de Jesús" ( )
NO ( )	Medios de Comunicación ( )	Malecón ( )
<i>Nota: si su respuesta es "No", no puede continuar con el cuestionario.</i>	Durante el traslado a otras playas ( )	Decoración de las casas de la comuna ( )
	Otros. Especifique: _____	Monumento ballena ( )
		Playa ( )

- 10. Que fue lo que no le gusto de la comuna?**
- Playa ( )  
 Escasez de comedores ( )  
 Actividades turísticas ( )  
 Alojamiento ( )  
 Infraestructura ( )
- 11. Que actividades le gustaría realizar en la comuna "La Entrada"**
- Disfrutar del sol y playa ( )  
 Tours navegables ( )  
 Elaboración de artesanías: ( )  
 Senderismo ( )  
 Pesca ( )  
 Otros. Especifique: \_\_\_\_\_
- 12. Que servicios le gustaría que brinde la comunidad para poder pernoctar?**
- Restaurantes ( )  
 Alojamiento ( )  
 Transporte ( )  
 Otros: ( )

**13. ¿Cuántos días permanecería usted en el lugar?**

- 1 día ( )  
 2 días ( )  
 3 días ( )  
 Más de 3 días ( )

**14. ¿Usted volvería a visitar la comuna la entrada?**

- Si ( )  
 No ( )  
 Tal vez ( )

**15. ¿Qué aspectos considera usted al momento de visitar un lugar?**

- Higiene en los servicios ( )  
 Número de actividades ( )  
 Limpieza del destino ( )  
 Infraestructura ( )

**16. ¿Recomendaría visitar la Comuna "La entrada"?**

- Si ( )  
 No ( )  
 Tal vez ( )

## Figura A.3 Acta de aprobación

### ACTA DE REUNION

Lugar: Comunaz "La Entrada" Fecha: 11 marzo del 2020

**Proyecto Integrador:** Propuesta de desarrollo turístico para la comuna "La Entrada" de la provincia de Santa Elena.

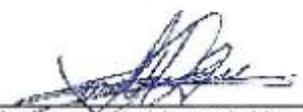
La presente acta tiene como fin, exponer mediante un dialogo, la situación general de la comuna en el ámbito turístico y validación de propuesta con respecto al proyecto integrador.

#### Temas a tratar:

- Explicación general del proyecto integrador
- Brindar Información acerca resultados obtenidos mediante la aplicación de técnicas de investigación.
- Explicación de propuestas del proyecto integrador.

  
Firma del presidente de la  
Comuna "La Entrada".

Nombre completo: Pablo Morúa Bopuc  
Numero de ID: 0914251715  
Contacto: 0930290090

  
Firma de representante del proyecto integrador

Nombre completo: Jonathan Duman Cabezas  
Numero de ID: 0930974407  
Contacto: 0959048914

## APÉNDICE B

### 1. Detalle de inversión en actividades

**Tabla B.1 Equipos para habitaciones**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Televisor Riviera	6	\$350,00	\$2.100,00
Instalación de televisores	6	\$5,00	\$30,00
dispensadores de papel	6	\$9,65	\$57,90
Ventilador	6	\$30,00	\$180,00
Instalación de ventiladores	6	\$5,00	\$30,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla B.2 Estructura metálica**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
tubo cuadrado 10 mm x 3mm de espesor	6	\$50,00	\$300,00
Tubo cuadrado 80x40 con 2 mm de espesor	9	\$19,00	\$171,00
Correa 80x2mm	13	\$21,00	\$273,00
Sueldas (7 kilogramos)	7	\$2,50	\$17,50

Mano de obra	Días	# de obreros	valor por obra
Soldadores	5	4	\$600,00

<b>TOTAL</b>	\$1.361,50
--------------	------------

**Tabla B.3 Estandarización de letreros y cartas de menú**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estructura metálica tipo tijera (1mx60cm) con diseño	4	\$45,50	\$182,00
STAND DE INFORMACION	1	\$50,00	\$50,00

Diseñador de letreros	4	\$20,00	\$80,00
-----------------------	---	---------	---------

**Tabla B.4 Remodelación de cerámicas en mesones**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Porcelanato (3 metros)	3	\$14,50	\$43,50
Bondex Premium 25 kg INTACO	3	\$12,33	\$36,99
<b>Mano de obra</b>			
	<b>Días</b>	<b># de obreros</b>	<b>Valor por obra</b>
Albañiles	1	1	\$30,00
<b>TOTAL</b>			\$110,49

**Tabla B.5 Reparación de grietas en pisos de concreto**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cemento Rocafuerte (50 kg)	2	\$7,68	\$15,36
Ripio grueso (48 kg)	8	1,13	9,04
<b>Mano de obra</b>			
	<b>Días</b>	<b># de obreros</b>	<b>valor por obra</b>
Albañiles	2	2	\$120,00
<b>TOTAL</b>			\$144,40

**Tabla B.6 Mantenimiento físico de los comedores**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pintura esmalte galones	4	\$13,00	\$104,00
Diluyente litros	3	\$1,25	\$7,50
Kit para pintar (brocha, rolos, bandeja)	2	\$7,91	\$31,64

<b>Mano de obra</b>	<b>Días</b>	<b># de obreros</b>	<b>Valor por obra</b>
Albañiles	2	2	\$240,00

<b>TOTAL</b>	\$383,14
--------------	----------

**Tabla B.7 impresión de certificados de Guianza**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
impresión de certificados	4	\$2,00	\$16,00
<b>TOTAL</b>			\$16,00

**Tabla B.8 Promoción**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Diseño de logo	1	\$80,00	\$80,00
<b>TOTAL</b>			\$80,00