

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Propuesta de campaña audiovisual para pequeños y medianos negocios
en la comuna de Montañita, Santa Elena.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en producción para medios de comunicación

Presentado por:

Jennifer Lilibeth Orrala Sanchez

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a Yolanda Morocho de la Rosa, mi morena porque fue la persona que me enseñó a amar cada parte de este pequeño pueblo mágico, la persona que endulzó mi infancia y mis mejores momentos. La mejor herencia que pudo darme fue el conocimiento sobre la tierra que la vio nacer. Te echo de menos en cada momento.

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a mis padres por impulsarme a seguir mejorando cada día, a mis abuelitos por sus sabios consejos y a mis hermanas por no abandonarme cuando más las necesitaba. Agradezco infinitamente a mi primo Dick por su ayuda desmedida en cada proyecto que he realizado, a Ivan por ser la mente maestra en la creación del proyecto y por último a Richie por ser mi mentor y apoyo durante mi proceso estudiantil, sin ti no me hubiera atrevido a salir de mi zona de confort.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Jennifer Lilibeth Orrala Sanchez* doy mi 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”

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jennifer Lilibeth Orrala Sanchez', written in a cursive style.

Jennifer Lilibeth Orrala
Sanchez

EVALUADORES



Omar Rodríguez

PROFESOR DE LA MATERIA



Mario Moncayo

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La comuna de Montañita posee actualmente 194 negocios, de los cuales, la mayoría no hace uso de recursos audiovisuales como una estrategia dentro de su plan de comunicación para sobresalir en las redes sociales. Es muy complicado que pequeñas y medianas empresas implementen el uso de estos recursos dentro de sus negocios debido a cuestiones financieras. Las grandes empresas se han vuelto conocidas para extranjeros y viajeros ecuatorianos debido a la calidad del material visual y también por manejo de perfiles en la web. Se ha creado una campaña audiovisual para que las pequeñas y medianas empresas puedan implementar el uso de recursos audiovisuales en sus plataformas. Se hizo uso de los mismos establecimientos para crear cuatro videos de estilo comercial para promocionar la comuna y sus lugares turísticos, esto con el fin de conectar las diferentes marcas y sectores de negocios de la comuna de Montañita en un proyecto que busca vender y hacer conocer negocios que aún no son conocidos por un público extenso.

Palabras Clave: Montañita, Emprendimientos, Pymes, Turismo, Recursos audiovisuales.

ABSTRACT

the commune of Montañita currently has 194 businesses, most of them don't make use of audiovisual resources as a strategy within their communication plan on social media. It is very difficult for small and medium bussiness to implement the use of these resources in their social media account due to financial issues. Big bussiness have become known for Ecuadorian foreigners and travelers due to the quality of the visual material and for the correct use of their accounts on the web. An audiovisual campaign has been created to boost small and medium-sized bussiness to implement the use of audiovisual resources on their platforms. The same establishments were used to create four videos with commercial style to promote the commune and popular places, with the vision of connect the different brands and business of the commune of Montañita in a project that seeks to sell and make known businesses that are not known by a general public.

Keywords: *Montañita, Entrepreneurship, SMEs, Tourism, Audiovisual resources.*

Contenido

| | |
|--|----|
| EVALUADORES | 5 |
| RESUMEN..... | 6 |
| CAPÍTULO 1 | 10 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 10 |
| 2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO | 13 |
| 4. OBJETIVOS | 14 |
| 4.2. Objetivo General..... | 14 |
| 4.3. Objetivo Especifico | 14 |
| 5. MARCO TEÓRICO | 14 |
| 5.1. Los comienzos del cine y el audiovisual | 14 |
| 5.2. Comunicación | 15 |
| 5.3. Publicidad | 17 |
| 5.4. Las redes sociales..... | 18 |
| 5.5. Las pymes | 19 |
| 5.6. Cultura comunicacional | 20 |
| 5.7. Economía Cultural | 21 |
| 5.8. Turismo..... | 22 |
| CAPÍTULO 2 | 23 |
| 6. METODOLOGÍA | 23 |
| 6.1. Investigación..... | 23 |
| 6.2. Estructura de la campaña | 24 |
| 6.3. Briefing..... | 25 |
| 6.4. Investigación de Mercado | 28 |
| 6.4.1. Montañita | 28 |
| 6.4.2. The Wave..... | 29 |
| 6.4.3. Papillon | 29 |
| 6.4.4. Pakaloro | 30 |
| 6.5. Concepto creativo..... | 31 |
| 6.6. Investigación y Familiarización | 32 |
| 6.7. Visualización de concepto (Storyboard) | 33 |
| 6.8. Creación de la imagen de campaña | 34 |
| 6.9. Producción..... | 35 |
| 6.10. Postproducción | 36 |
| 6.11. Sonido | 37 |
| CAPÍTULO 3 | 37 |

| | |
|---|----|
| 7. RESULTADOS Y ANÁLISIS..... | 37 |
| CAPÍTULO 4 | 39 |
| 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 39 |
| 8.1. Conclusiones | 39 |
| 8.2. Recomendaciones..... | 40 |
| BIBLIOGRAFÍA | 41 |
| ANEXOS..... | 44 |
| 9. GUION..... | 44 |
| 10. STORYBOARD | 46 |
| 11. CALENDARIO DE PLANIFICACION | 59 |
| 12. PRESUPUESTO | 60 |
| 12.1. Presupuesto Competencia | 60 |
| 12.2. Presupuesto de Costo Real..... | 60 |
| 12.3. Presupuesto para clientes | 60 |
| 13. DOCUMENTO CASTRATO MONTAÑITA 2021 | 61 |

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

“Transitar por las calles de Montañita, comuna de Santa Elena, es admirar manifestaciones culturales de todo el mundo debido a las múltiples nacionalidades de los visitantes, muchos de los cuales decidieron radicarse en el lugar” (El telégrafo, 2019).

La comuna de Montañita es una de las zonas turísticas más fuertes del Ecuador, dentro de ella existen diversos negocios entre ellos: establecimientos hoteleros, restaurantes, bares, y cafeterías. Ubicado en la parroquia de Manglaralto, año tras año esta comuna ha sido muy famosa por la vida nocturna y sus campeonatos de surf.

Actualmente muchos establecimientos dentro de este sector buscan la manera de sobresalir en las redes sociales utilizando un plan de comunicaciones fotográfico, lo que ha creado marcas monótonas en redes sociales.

Existe una carencia en el uso de herramientas audiovisuales en campañas publicitarias de los negocios de la comuna. Muchos establecimientos se ven obligados a invertir capital buscando y contratando servicios de publicidad y comunicación fuera de la zona, y esto es accesible para grandes establecimientos, mientras las pymes autogeneran su propio material que no es visualmente atractivo para el público y en muchas ocasiones no transmite el mensaje deseado, esto afecta no solo a micros negocios, si no a la comuna en general y su impacto turístico.

La falta de un sector especializado en el área audiovisual que pueda manejar las marcas de los diferentes negocios de la comuna, y actualmente es importante que estos negocios complementen su marca con el uso de recursos audiovisuales, debido a que la

estrategia publicitaria que están abarcando muchos negocios globalmente es el uso de material audiovisual. Es importante implementar el uso de estos recursos en una marca puesto que este brinda una visión más amplia del producto o servicio que un negocio está brindando. Hoy en día las redes sociales están implementando un sistema de negocio online que facilita al consumidor obtener información sobre sus productos o servicios. El uso de estas herramientas virtuales ha ayudado a que muchos negocios actualmente sobresalgan en el mercado y se muestren en las redes sociales. La mezcla entre estas herramientas con el audiovisual está logrando que cada día la personas prefieran visualizar un contenido más dinámico y de calidad, que un contenido plano y sin información.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente en Montañita existen muchos tipos de empresas y es de gran importancia que las mismas tomen en cuenta la creación de contenido audiovisual. La comunicación audiovisual es una herramienta importante a la hora de promocionar un producto o servicio, esta complementa la estrategia publicitaria de una marca. Es muy complicado que pequeñas y medianas empresas implementen el uso de estos recursos en sus negocios debido a cuestiones financieras, especialmente los negocios sectorizados en la comuna de Montañita por su ubicación geográfica y capital.

“No cabe duda de que las cosas son más difíciles cada día. No importa si eres autónomo, un startup, una pyme o una gran empresa, la competencia es cada día más agresiva... Esto nos empuja a buscar nuevas formas de evolucionar y diferenciarnos” (Machado D, 2018).

Uno de los grupos más afectados en la comuna de Montañita son los pequeños negocios. Esto se debe a que la contratación de servicios de publicidad audiovisual y creación de contenido tienen un precio elevado debido a diversos factores como el traslado de equipos, distancia, hospedaje, días de grabación, temporada, entre otros factores. El servicio publicitario en la zona es limitado o muchas veces este solo abarca publicidad fotográfica y este es el motivo principal por el cual las redes sociales de la mayoría de estos establecimientos, en especial los hoteleros, usan material fotográfico para promocionarse.

La fotografía desde siempre ha sido el recurso más usado para publicitar una marca, sin embargo, la innovación de internet y sus aplicaciones ha evolucionado la forma en la que las empresas pueden posicionar su marca en el mercado. Las plataformas como Instagram con los instastories y Tiktok han generado una transformación en como el usuario visualiza una marca. Así mismo estas plataformas de comunicación brindan al usuario un sinfín de herramientas que facilitan la obtención de un producto o servicio hacia el consumidor. Por ejemplo, Facebook actualmente posee su propia tienda llamada Facebook market e Instagram con su tienda virtual. Estas herramientas complementadas con la forma tradicional del marketing digital ayudan a extender el alcance de información en la web.

“Los vídeos aumentan el engagement de los clientes actuales y atrae otros clientes nuevos: cada día se consumen millones de horas de vídeo, actualmente la mayoría de las personas prefieren ver videos antes que leer largos textos.” (Machado D, 2018).

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La comuna de montañita ubicada en la provincia de Santa Elena es reconocida por la gran cantidad de micronegocios existentes en una zona muy limitada. La variedad de negocios en el sector es uno de los motivos por el que muchos turistas, especialmente extranjeros, eligen a Montañita como uno de los destinos idóneos para vacacionar, y disfrutar de veladas nocturnas.

Actualmente la crisis económica y la falta de empleo han sido fundamental para el surgimiento de micronegocios o emprendimientos. Estas pequeñas organizaciones tienen mucho en común con las grandes empresas y abarcan diversos segmentos de mercado que grandes compañías ya han explorado causando que la innovación y distinción se conviertan en un factor importante para sobresalir como una marca.

Según el Monitoreo global de emprendedores GEM, “En 2019, Ecuador presentó una TEA de 36,2%, superior a la de 2017 que fue de 29,6%. El cambio se dio porque hay más personas, emprendedoras nacientes, tomando acciones para poner en marcha un negocio, que aún no está en funcionamiento”, El 36% de negocios existentes en Ecuador son pymes. La cantidad de emprendedores está incrementando alrededor del país, y Montañita como sector turístico y diverso ofrece oportunidades de emprender en diferentes campos de negocio.

Muchos de los micronegocios perteneciente a la comuna de Montañita no poseen un plan comunicacional diverso. Las pymes se manejan en base a la autogeneración de contenido por redes sociales, en algunos casos contenido de baja calidad. La implementación de contenido audiovisual es muy importante para estas marcas, y contratar un servicio que produzca material audiovisual está sobrevalorado por su ubicación geográfica.

Lo que se busca lograr es la inclusión de estas pequeñas empresas en una campaña audiovisual que represente a su marca y que potenciales clientes se identifiquen con ella. Esto beneficiaría no solo a las microempresas sino a la imagen de la comuna en general, debido a que hoy en día las nuevas tecnologías están forzando a cambiar la perspectiva en la manera de publicitar la imagen de una marca. Las redes sociales han expandido las posibilidades de creación de contenido, y con ellas la necesidad de innovar para captar a una audiencia masiva.

4. OBJETIVOS

4.2. Objetivo General

Crear una campaña audiovisual para pymes de la comuna de Montañita, Santa Elena.

4.3. Objetivo Especifico

- Investigar y segmentar la información de pymes de la comuna de Montañita.
- Revisión con sectores con mayor actividad de sector turístico de la información encontrada.
- Establecer una propuesta de campaña a través de redes sociales.
- Determinar el mercado objetivo para la campaña publicitaria.
- Elaborar guiones audiovisuales para spots publicitarios de establecimientos hoteleros y restaurantes.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Los comienzos del cine y el audiovisual

El cine desde sus comienzos fue revolucionario, con la invención de la cámara de 35mm hasta sus primeras proyecciones de lugares pintorescos. Los hermanos Lumière estaban fortaleciendo la intención de narrar. Sus primeros lanzamientos fueron tomas estáticas de obreros en situaciones cotidianas de la época. Esta clase de documentales fue

evolucionando hasta el nacimiento del periodismo y posteriormente la creación de los efectos especiales de la mano de George Méliès. El implemento de efecto de profundidad en el fondo y grandes decorados fue una de las características principales que empleó Méliès en sus obras. En el viaje a la luna se puede visualizar un gran salto en la forma de narrar una historia, pues la misma se aleja de la característica narrativa documental creado por los hermanos Lumière.

Según Javier Montenegro (2018): “Sony saca al mercado el BetaMax en 1975, y el VHS, su principal competidor, en 1976. Esto no solo expandió nuestras posibilidades de ver películas fuera de la gran pantalla y las trajo a la sala de nuestras casas, sino que permitió la comercialización de obras de menor calidad que la establecida por la industria”

Las posibilidades de generar contenido no fueron accesibles hasta la creación del primer vhs, las oportunidades de producción de contenido se amplificaron debido a la accesibilidad de tener equipos en casa. Gracias a estos sucesos la rama entre el cine y área audiovisual se dividió, logrando así que actualmente el mercado audiovisual se vuelva primordial al igual que la industria del cine. Las industrias comerciales fueron las que más aprovecharon este sector, esto como una forma de expandirse y diferenciarse de la competencia.

5.2. Comunicación

Desde siempre se ha dado importancia a la comunicación incluso en sus inicios con la escritura de iconos por parte de los sumerios, hasta el lenguaje y el alfabeto en la cultura clásica. Todos estos medios de comunicación fueron fundamentales para que civilizaciones de esas épocas puedan transmitir un mensaje que ha perdurado por siglos.

“La comunicación humana se ha transformado a lo largo de la humanidad de manera paralela al desarrollo tecnológico. Basta recordar que cuando se inventa la imprenta, la

tradición oral de pasar la historia y las costumbres se ve afectada al quedar estas referencias reflejadas de manera fija en un libro. Se perdió una parte de la tradición oral, pero se ganó en la universalización de la cultura humana.” (Revista Forbes, Marco Herrera, 2017)

En el ámbito comercial, el método de comunicación es uno de los aspectos más importantes para llegar a un acuerdo en la venta y compra de productos o servicios. Hoy en día se sigue teniendo un similar proceso de comunicación, en donde se ha visto una gran evolución en el canal de comunicación gracias al internet y sus plataformas sociales.

Los medios por los cuales puede ser enviada y receptada una información son variados. Los medios tradicionales como el teléfono, carteleras, buzones, tv y revistas se han vuelto complementarias en el ámbito comercial a comparación con el uso primordial de los blogs, el correo electrónico y en especial a las redes sociales. El uso de las redes sociales tuvo como consecuencia la masificación de información debido a sus amplias plataformas para conectar con gente de todas partes.

Según Martin Barbero, (1978) “un cierto agotamiento, una sensación de círculo y de repetición afecta hoy al estudio de las comunicaciones masivas” En la actualidad la comunicación se ha vuelto repetitiva. Todo contenido generado por redes sociales es configurado para llegar a una audiencia masiva, debido a que el público busca crear un insight con la información expuesta y esta es compartida hacia un grupo de personas conocidas como masas.

5.3. Publicidad

Desde sus primeras manifestaciones, la publicidad ha sido presentada como la forma de generar un estímulo a los posibles consumidores. Desde su forma arcaica con las tablitas de barro, papiros hasta sus voceadores que buscaban atraer al público, este era un método publicitario empleado para impulsar el comercio.

Desde sus nuevas tecnologías, las formas de publicitar un negocio, sociedad, o marca fue ampliándose. Empezando desde la imprenta hasta las redes sociales, la publicidad se abre paso en cualquier tipo de formas para dar a conocer un producto o servicio. Muchas veces el mensaje publicitario es representado de forma creativa a través de diversos medios, pero la condición de toda publicidad es conocer el contexto y el comportamiento del tipo de persona que se quiere persuadir.

Según la Revista Comunicación publicitaria (2019), “Existe una persuasión inconsciente cuando el mensaje publicitario estimula al consumidor, le seduce y pone en marcha instintos como el del poder, la autoconservación, el deseo, el material y otros”, es decir, que el mensaje que se busca implantar en la mente del consumidor está condicionado a diferentes factores como la cultura, factores sociológicos e incluso preferencias personales, y estos estímulos son el motivo por el cual el consumidor decidirá adquirir o hacer uso de un producto o servicio.

Según Miguel Alonso-Martirena, 2014, “La posibilidad de conocer las características de los usuarios de las diferentes redes sociales supone para las empresas una oportunidad de segmentación y de adaptación de los contenidos para los potenciales clientes.”, esto debido a que, gracias a las redes sociales, hoy en día hay un sin número de formas y plataformas por las que el mensaje puede estar presente para la visualización del usuario, y es vital durante la investigación de mercado conocer el tipo de cliente al que va a estar dirigido el mensaje publicitario.

5.4. Las redes sociales

Actualmente el principal medio por el cual el mensaje publicitario es transmitido o difundido son las redes sociales. Según Silvia Climent, (2013) *“Los medios están cambiando y adaptando sus estrategias informativas como publicitarias a los nuevos códigos de comunicación que emergen día a día.”* Las plataformas de difusión se han ampliado a tal magnitud que los negocios ya no solo hacen uso de publicaciones regulares para publicitar. Hoy en día, el uso de herramientas como Google ads, comerciales entre videos, IGTV, historias y los famosos reels, han hecho que el consumo de información sea masivo y más rápido de introducirse en la mente de los que visualizan la publicidad. Tener claro la función de cada red social es importante debido al que cada una va dirigida a un target diferente, por ejemplo, Facebook para el manejo de contenido serio y familiar dirigido a un público adulto, Twitter para compartir información importante, tendencias y noticias regionales e Instagram que va dirigido a un target mixto, se puede encontrar contenido sobre estilos de vida y entretenimiento. Las redes sociales como YouTube y TikTok permiten compartir contenido audiovisual con temáticas diversas.

Según Harold Hütt Herrera (2012) “un aspecto relevante es que este tipo de espacios resultaron tan exitosos, que las mismas organizaciones han considerado necesario crear sus propios perfiles para interactuar con sus diversos públicos”. Actualmente el uso de redes sociales como Instagram ha permitido que pymes puedan gestionar su estructura empresarial estratégicamente mediante la misma plataforma, ya que brinda herramientas como tiendas digitales que facilitan la interacción del usuario con la marca. De igual manera el tener un perfil empresarial en la web permite brindar al usuario una mirada más profunda sobre el producto o servicio que se está adquiriendo. Tener contenido interactivo ayuda a crear un insight en la mente del consumidor, el cual deseara seguir indagando en el perfil hasta encontrar un objeto de interés.

Según Silvia Climent (2013) *“A través de las redes sociales y sus distintos formatos podemos estar informados de dónde como, cuando y que está haciendo nuestro interlocutor en cada momento”*, esto debido a que el algoritmo de las redes está configurado para clasificar el contenido mostrado en un feed según el tipo de interés del usuario, esta es una manera de segmentación de mercado en las redes, ya que el contenido de ciertas marcas va a estar visible para usuarios con la misma compatibilidad de gustos.

5.5. Las pymes

Pymes es un concepto moderno que ha sido utilizado para referirse a las pequeñas y medianas empresas. Esta categorización depende de diferentes factores como el volumen de ventas, tasa de producción, el mercado y sus trabajadores. “en término de cantidad (números), y de manera general a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía.” Afirma Santiago Carillo (2019), en el mundo la cantidad de negocios que han surgido, especialmente en el 2020, han sido pymes. Estos tipos de empresa han aportado en gran parte a la economía debido a que una pyme no se rige por calidad, sino por su volumen de ventas en el mercado. Es decir que una pequeña empresa está sujeta a ser considerada como una mediana o hasta grande empresa en otros países.

En Ecuador, según Santiago Carillo (2019) “las PYMES representan sobre el 90% de las unidades productivas, dan el 60% del empleo, participan en el 50% de la producción, y generan casi el 99% de los servicios que un ecuatoriano usa en un día” La cantidad de negocios o micronegocios presentes en el país supera a las grandes empresas, debido a que estos micronegocios suplen la necesidad de la mayor parte de los usuarios en los diversos sectores del país.

Según Santiago Carillo (2019) *“Las debilidades de las pymes son principalmente la falta de conocimiento en el ámbito empresarial, la falta de capital o liquidez para crecer, insuficiente maquinaria y/o tecnología para sus procesos productivos, contables y administrativos, dificultad con competencia con grandes empresas multinacionales, falta de asesoría y programas específicos para pymes, entre otras.”*

La estructura organizacional de las pymes posee ventajas en el ámbito socioeconómico de sus trabajadores, sin embargo muchos de estos negocios surgen de emprendimientos en donde la autogestión y autogeneración de contenido crea una desventaja para los dueños de estos negocios por la falta de conocimiento sobre el mercado al que se está ingresando además de su mal empleo en técnicas de comunicación, y ese es el motivo principal por el que muchas de estas empresas fallan en su crecimiento en el mercado.

5.6. Cultura comunicacional

En el sector empresarial, tener planes comunicacionales basados en la cultura y estrategia comunicacional es muy importante. La cultura va de la mano con la comunicación. Transmitir un mensaje depende mucho de aspectos como el contexto y la sociedad, todo eso embarca la cultura. Un mensaje que no está dirigido para un grupo social, expresado en una estructura familiar, puede causar confusión en el receptor de la información. Según Hilda Saladrigas *“Nosotros podemos ayudar, facilitar, decir, explicar, dar argumentos a quienes no los tengan, de que eso es necesario. Una sociedad no se puede permitir el lujo de estar desinformada, ni de espaldas a los diálogos”*. La cultura es fundamental para transmitir en un mensaje factores como hábitos, gustos y expresiones, de ellos también depende el tipo de interpretación o respuesta que genere cada usuario.

Si se habla de cultura comunicacional se puede aseverar que desde siempre la comunicación ha estado sujeta a la cultura y viceversa, una no puede llevarse a cabo si

la otra no está presente. Según Lisandra Cordero (2018) “La cultura es, en este caso, el trasfondo en el que germinan los procesos comunicativos, que los posibilita, les sirve de soporte. En estos mismos procesos se construyen nuevas significaciones del mundo social, esto también es cultura.”, es decir que una cultura comunicacional es todo lo que se visualiza hoy en día en redes sociales, en diversas plataformas, lo que se observa por la televisión y todo lo que se absorbe de nuestro entorno. Es la estructura que el cerebro genera cuando recibe una información de cualquier carácter y se queda implantado en el cerebro del usuario. Tener definido el concepto de cultura comunicacional ayuda a dirigir cada proyecto de una forma más familiar el mensaje que se quiere transmitir.

5.7. Economía Cultural

Según la Unesco *“Las industrias culturales y creativas son sectores dinámicos y en rápida expansión en la economía mundial. Estas industrias contribuyen al crecimiento nacional, permitiendo la diversificación de las economías nacionales generando ingresos y creación de empleo”*. Las industrias culturales desde siempre han sido impulsores estratégicos en la economía de la sociedad. La cultura dentro del marco económico abarca grandes industrias como patrimonios culturales, literatura, el arte y piezas audiovisuales.

Yolanda Arrebola, (2016) afirma que *“El sector cultural, que tiene un gran potencial, merecería una atención mayor, mayores apoyos o mayores guiños por parte de la administración, no ya con subvenciones, sino con un tratamiento que le permita desarrollarse y generar mayor riqueza para sus comunidades.”* La estructura o dimensión económica en las actividades culturales tienen el potencial de generar un gran porcentaje de ingresos en comparación a las grandes industrias no ligadas a temas culturales, sin embargo, las políticas actuales del país no regulan completamente o benefician estas ocupaciones culturales. En Ecuador, según la Unesco (2020), *“en lo que respecta a este*

último obstáculo, un indicador adicional refleja que el 2.3% de la población total ocupada trabajó en establecimientos culturales en el año 2010, destacando una similitud con el indicador central y reforzando su validez.”. Esto refiriéndose a trabajos culturales a todo tipo de bienes o servicios provenientes de pymes. La cultura y la economía ha generado una estabilidad económica debido a que es uno de los sectores laborales con más plazas de empleo generadas y mayor aporte a la economía del país en base a la circulación de riquezas hacia personas vulnerables.

5.8. Turismo

Las actividades turísticas son primordiales para el desarrollo socioeconómico de la mayoría de los países. Desde siempre el sector turístico ha abarcado un sinnúmero de áreas comerciales y hasta se puede hablar de que el motivo de existencia de la mayor parte de estas entidades es debido al turismo.

Antiguamente, el turismo era masivo para cualquier tipo de persona hasta que según Poon (1994), *“El turismo de masa estandarizado fue reemplazado por un nuevo turismo manejado por adelantos tecnológicos y la sensibilidad del turista”*. Es decir que en algún punto los turistas viajaban a sitios específicos aumentando la demanda en lugares claves lo que incrementaba la oferta y la demanda de ese país o ciudad. Muchos de estos sitios de alta demanda han aumentado su popularidad gracias a las nuevas tecnologías, por lo que su organización mundial decide disminuir el turismo en masas y se transforma a un turismo controlado.

Al hablar de turismo no solo se trata de viajes internacionales, hay varios tipos de turismo y uno de ellos es el turismo interno. Para reconocidos especialistas como Cárdenas (2001), Francés (2003), Jefferson & Lickorish (1988), Middleton (1994), Smith (1956), Travel&Tourism Intelligence (1996) y Vanhone (1989), *“la clasificación del turismo válida para el turismo emisor, receptor e interno, corresponde a diversas formas de segmentar*

el mercado según las actividades practicadas en los destinos, estilos de vida, motivaciones y necesidades de los visitantes”, Este accionar tiene como objetivo en las masas suplir necesidades como turismo, comercio, actividades personales y hasta por factores de desarrollo personal; Además de que muchas ciudades usan estos parámetros para clasificar o segmentar el tipo de turista o target al que va dirigido la estrategia de venta de un servicio o producto.

CAPÍTULO 2

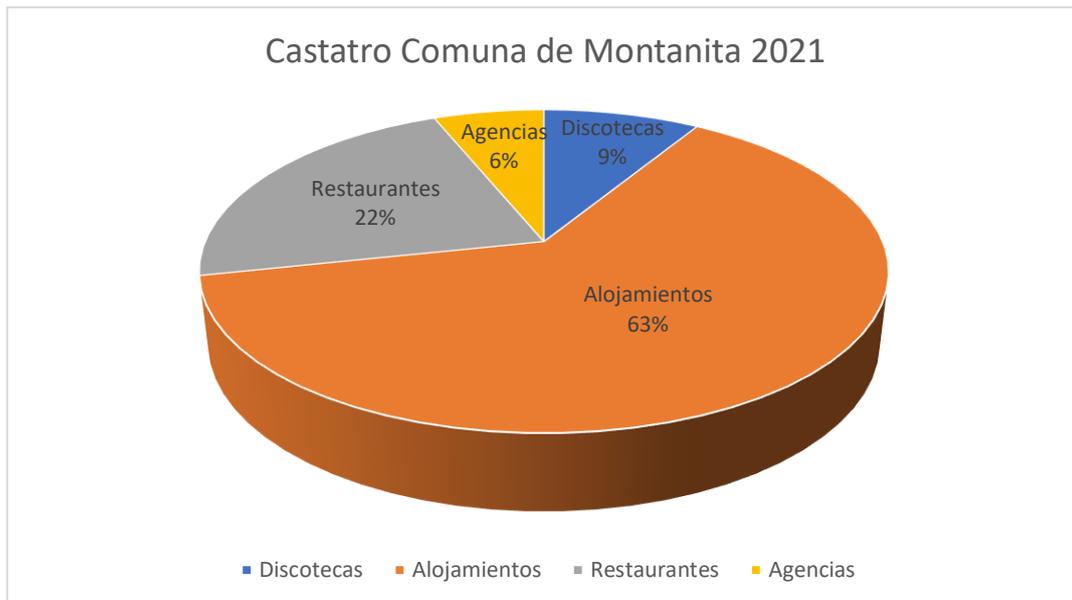
6. METODOLOGÍA

6.1. Investigación

La presente investigación tiene como fin implementar recursos audiovisuales como un método de publicidad estratégico en base a una investigación previa proveniente de artículos científicos, libros, revistas y ensayos académicos. Para la elaboración del brief y todo el proceso de producción de la campaña se realizó una investigación acerca de la cultura de Montañita, sus micronegocios y lugares turísticos estratégicos. La estética que posee todo el sector va a ser empleada como inspiración durante todo el proceso creativo y conceptualización de las posibles tomas para el producto audiovisual.

Como método de investigación el proyecto tendrá un enfoque cualitativo lo que ayudará en la segmentación de las pymes de la comuna de Montañita.

Como método cualitativo, se realizó una profunda investigación dentro de Montañita para determinar la cantidad de pymes existentes dentro de la comuna. Según la comuna de Montañita (2021), Existen 194 negocios dentro de la zona, las cuales se dividen en 122 establecimientos hoteleros, 43 restaurantes, 17 discotecas y 12 agencias de turismo. Se llevó a cabo la selección de tres establecimientos que son considerados pymes y que son afectadas por la falta de uso de estos recursos visuales.



Los servicios de alojamientos dentro del pueblo de Montanita son el sector predominante en la zona con un 63%, seguido de los restaurantes con un 22% en donde se incluye cafeterías y restobares. Adicional dentro de la comuna también se encuentran las agencias de turismo que ofrecen paquetes de descuento para canopy, surfing, y diferentes actividades de deportes extremo. Las discotecas que son el negocio principal por el que muchas personas viajan a la comuna posee un 9% del sector empresarial de la comuna.

6.2. Estructura de la campaña

La campaña publicitaria estará compuesta por cuatro videos. El primer video será el que presente a la campaña, y los diversos negocios o lugares que hay en dentro de ella, tendrá una narrativa pequeña al principio que brindará una pequeña pista del objetivo de la campaña. La voz narrativa es en inglés como una forma de representar la diversidad cultural de la zona, debido a que la mayor parte de los negocios tienen empleados que son turistas de la zona y buscan ingresos monetarios para seguir viajando.

Los tres últimos videos serán complementarios al principal, cada uno estará basado en uno de los negocios elegidos para la campaña. Se mostrará su infraestructura, su

servicio, sus productos y ambiente. El segundo video mostrará al negocio The Wave y su especialidad en el barismo y su menú de desayuno. El tercer video estará dedicado al Papillon y sus dos platos icónicos: Los crepes y sus tallarines marinos. El tercer video se enfocará en la industria de la hostería, y estará representado por el hostel Pakaloro en sus zonas recreativas.

La campaña publicitaria se difundirá por las redes sociales de los negocios y de la comuna de montanita. Tendrán como plataforma principal el Instagram de los negocios que son: @thewaveecuador, @papillonmontanita y @hostal_pakaloro.

6.3. Briefing

En la etapa de la preproducción, se realizó un scouting a los diferentes negocios de la comuna de Montañita. Se recabo la información de la sobre dos restaurantes y un hostel. Considerando que Montañita es un pueblo que tiene hoteles, restaurantes y bares de estética bohemia, vintage y tropical, la propuesta estética de uso en la campaña publicitaria va a abarcar estos espacios y paleta de colores.

Breve explicación del emprendimiento The Wave:

- ¿Qué es? The Wave es un restaurante, cafetería y bar ubicado a la entrada de la comuna de Montañita.
- ¿Dónde estamos? Este emprendimiento se distingue por su infraestructura debido a la mezcla en sus decoraciones bohemias y vintage, es decir busca venderse como un lugar en el que cualquiera puede ir y permanecer por mucho tiempo debido al ambiente.
- ¿Dónde queremos estar? Se tiene como objetivo llegar a un público general mediante redes sociales y posicionar la cafetería como una de las principales de la comuna.

- ¿Qué hacemos para llegar hasta ahí? Actualmente la cafetería tiene un buen manejo de la estética de sus cuentas en redes sociales, se busca implementar el uso de recursos audiovisuales para que estas empresas puedan brindar una perspectiva más amplia del negocio y sus productos.

- ¿A quién debemos dirigirnos? El target del negocio está dirigido al público general, debido a que abarca diferentes rangos de edades y ambientes familiar por ser un restaurante transitorio entre el día y su vida nocturna, ya que se convierte en bar.

- ¿Cómo sabremos que hemos llegado? Sabremos que hemos logrado el objetivo al posicionar la marca como una de las principales en Montañita, además de incrementar las interacciones y el volumen de visitantes al restaurante.

Breve explicación del emprendimiento Papillon:

- ¿Qué es? Papillon es un restaurante y bar distinguido por sus famosos crepes dulces y marineros.

- ¿Dónde estamos? Este emprendimiento está posicionado en el sector como uno de los mejores por la innovación en la composición de sus platos, y se distingue de la competencia al tener un menú principal representativo de todo el lugar.

- ¿Dónde queremos estar? Busca diferenciarse de la competencia saliendo de los estándares principales que se tiene como restaurante, en redes sociales se busca vender la imagen de cada plato y composición, creando un impacto en la audiencia por los mismos. Se busca implementar recursos visuales complementando la estética ya establecida del feed, promocionar el ambiente y brindar una imagen del proceso de preparación de cada plato.

- ¿Qué hacemos para llegar hasta ahí? Realizar video focalizándose en sus platos tradicionales principales y mostrar su proceso de creación hasta el emplatado. Se busca vender el ambiente relajado del lugar debido a que en redes sociales no se muestra el espacio.

- ¿A quién debemos dirigirnos? El target del negocio está dirigido al público general, debido a que el restaurante abarca un ambiente y menú para todo tipo de edades.

- ¿Cómo sabremos que hemos llegado? Sabremos que hemos logrado el objetivo al posicionar y diferenciar el restaurante de la competencia por su comida. Al incrementar las interacciones en redes sociales y convertir su menú innovador en la carta de presentación del restaurante.

Breve explicación del emprendimiento Pakaloro:

- ¿Qué es? Es un hostel que ofrece un servicio de hospedaje económico en cuanto al servicio que se ofrece.

- ¿Dónde estamos? Este emprendimiento es conocido por brindar áreas recreativas de primera y espacios para relajarse a un precio accesible.

- ¿Dónde queremos estar? Se busca establecer una diferencia de los servicios que el hostel ofrece con respecto a la competencia, al ser un hostel pequeño y el precio que posee, Pakaloro busca posicionarse como hostel de primera también por su ubicación en el centro de la comuna.

- ¿Qué hacemos para llegar hasta ahí? Actualmente, el hostel no posee un movimiento por redes sociales, se busca crear material visual que promocióne sus espacios.

- ¿A quién debemos dirigirnos? El target del negocio está dirigido a un público adulto, en específico al sector turístico.

- ¿Cómo sabremos que hemos llegado? Sabremos que hemos logrado el objetivo al dar a conocer a Pakaloro en redes sociales y diferenciarlo de la competencia por ser un hostel.

6.4. Investigación de Mercado

6.4.1. Montañita

Montañita es una comuna ubicada en la provincia de Santa Elena, es conocida por sus famosos campeonatos de surf y sus lugares majestuosos como la punta de Montañita, bares y discotecas. Este sector desde siempre ha recibido a multitudes de turistas nacionales e internacionales, tanto así que esta aldea se ha vuelto culturalmente diversa.

Los campeonatos de surf convirtieron a este pueblo en uno de los principales puntos turísticos que deben ser visitados por turistas extranjeros. Según el ministerio de Turismo (2019), *“Para los visitantes se trataba de un lugar virgen, y por ello se corrió la voz sobre el descubrimiento de esta zona, lo que motivo a excursionistas de Sudamérica a recorrer y conocer el encanto de este destino.”* En esa época al ser un pueblo independiente en cuanto a su desarrollo, ocasionó que muchos turistas decidieran establecerse dentro del sector playero e invertir tiempo en la creación de negocios. Según GoRaymi, *“Hoy las personas que empezaron como turistas, decidieron quedarse y ser parte de la población de Montañita.”* Por lo que el roce cultural en la zona es muy fuerte, y es uno de los aspectos que más atrae a la gente debido a que la mayoría puede visitar la zona y encontrar platillos de su nacionalidad. Lo que distingue a Montañita de las demás playas del país es definitivamente la amplia diversidad cultural en todo el sector comercial y arquitectura de la zona, esto se refleja en los 194 negocios que la comuna posee dentro de su zona. En la zona, el sector que más destaca en la industria empresarial son los servicios de alojamiento debido a que Montañita posee 118 cadenas hoteleras a comparación con los 76 negocios de comida y de actividades turísticas.

6.4.2. The Wave

The Wave es un restaurante, cafetería y bar ubicado a la entrada de la comuna de Montañita. Este resto café bar fue fundado como una idea de combinar la arquitectura, la comida y el servicio en un negocio que se distinga de los demás restaurantes de Montañita. Su arquitectura mixta entre bohemia y vintage por el uso de contenedores dentro de su infraestructura es una de las formas que lo caracterizan y distinguen de la competencia.

El plan de comunicación en redes sociales de The Wave es basado en fotografía mayormente de producto, y a pesar de tener 8,976 seguidores sus interacciones en la plataforma de Instagram son muy limitadas. Sus fotografías tienen una estética visual atractiva y cuidan la armonía del feed de la cuenta. En contraste con el uso de herramientas audiovisual, la cuenta solo tiene 2 reels y 1 video que promociona al negocio. La mayor parte del trabajo visual ha sido generado por el encargado de la tienda y turistas de forma totalmente colaborativa.



6.4.3. Papillon

El Papillon, ubicado en el centro del pueblo de Montañita, es una crepería conocida por la calidad y el sabor de sus comidas y sus famosos platos de crepes combinados con la

delicia del mar. La crepería funciona desde el 2007 y promocionan su marca por Instagram y Facebook.

Su cuenta de Instagram cuenta con 4.133 seguidores, poseen un plan comunicacional diverso. Su método de comunicación incluye el uso de herramientas como Instagram Reels, sin embargo, el contenido presentado en la misma no ha generado mayor interacción con la audiencia, y su estética visual se ve interrumpido en algunos posts.

En Facebook, Papillon tienen una cuenta de Facebook activa, suben el mismo contenido que Instagram y su material audiovisual e interacciones son escasas.



6.4.4. Pakaloro

El Hostal Pakaloro es conocido dentro de la comuna como uno de los hostales más accesibles y razonables en precio y servicio. Está ubicado en el centro de la comuna junto a la calle de los cocteles y MonteZuma.

Pakaloro cuenta con redes sociales y administra base de datos de reservas mediante una página web. En cuanto a sus redes sociales, no posee un plan comunicacional, y se manejan a través del posteo en fechas especiales. No poseen una estética visual, solo se manejan por formatos de color. Tampoco hay un manejo de herramientas audiovisuales.

En su página web, Pakaloro posee un diseño y manejos de marca diferente principalmente en color, este cambia a azul y se pueden encontrar imágenes de calidad media y no hay manejos de contenidos audiovisuales en esta plataforma.



6.5. Concepto creativo

Como concepto creativo se complementará la marca ya existente “I love Montañita. Esta marca fue creada con el fin de vender souvenirs que promocionen la comuna por sus actividades icónicas como el surf, las bebidas y sus lugares. Esta marca nunca fue implementada para impulsar los diferentes negocios de la zona por lo que se usara una extensión de esta que será “I love all in Montañita” teniendo como variante el “all” que se reemplazara por las diferentes marcas de restaurantes y hoteles de la comuna.



Montañita al ser un paradero turístico, es conocido por recibir a los famosos mochileros. Muchos de los turistas de la zona son personas de diferentes nacionalidades que viajan constantemente y se quedan en la zona por su riqueza cultural. Los mochileros no solo representan a los viajeros extranjeros, también son llamados así a los visitantes de las ciudades cercanas que viajan en busca de aventuras. La representación de los mochileros va a ser utilizada como parte principal de la narrativa del video.

6.6. Investigación y Familiarización

Del café resto bar The wave se utilizará su menú de desayuno, enfocándonos en los coloridos platos que tienen, el café y el diseño en ellos. Se publicitará visualmente el negocio The Wave enfocándose en su parte de cafetería y realzando la calidad de sus baristas en cuantos al menú. También se le dará prioridad a mostrar el interior del negocio, la infraestructura en la cocina y el proceso de creación de cada emplatado.



Para la campaña se utilizará el menú de almuerzos del Papillon, específicamente la especialidad de la casa y sus platos estrellas: las crepes marineras. Se utilizará la parte

central del comedor y también se dará énfasis en su proceso de cocción de platos y emplatado.



La hostería representara su ambiente de media tarde, la infraestructura y estética de color dentro de las tonalidades naranjas y sus espacios de recreación al aire libre. Se utilizarán las vistas del hotel desde sus balcones hacia la playa.



6.7. Visualización de concepto (Storyboard)

En cuanto a la estructura del guion, se tendrá en el video principal de una pequeña narrativa inspiracional. Se mostrará el concepto de viaje desde la ciudad de Guayaquil hasta Montañita. La historia principal tiene como protagonista una pareja de mochileros que deciden aventurarse por las calles de Montañita, en el camino se mostraran sus degustaciones en los diferentes negocios ya establecidos. En el concepto principal junto a la unión de la musicalización, se tiene el tema de la búsqueda de aventuras o una meta representada por la luz.

EXT. AMANECER/ VIA A LA COSTA/ URB BOSQUES DE LA COSTA ENTRADA.

VO. *I love waking up in the morning not knowing what is going to happen...*

VO. *who I am gonna be... Where I'm gonna go...*

VO. *I have no idea what is my destination or my future...*

I just know... that I will continue walking through the blurry streets that I have chosen to live...

VO. *because... One day life is going to flash in front of your eyes...*

VO. *Make sure it's worth what you are watching.*

Unos amigos caminan por la vereda en Via a la costa, tienen mochilas en sus espaldas. Ellos caminan contentos haciendo dedo. Un carro negro para y ellos se suben en la parte trasera... Van contentos escuchando música, recorren las calles solitarias del desierto hasta llegar a Montañita.

Se bajan del carro en la calle principal de montanita y entran al primer restaurante que ven.

//

Los amigos se encuentran sentados tomando fotos en el café bar de the wave. La mesera se acerca y les coloca una taza de café en la mesa, ellos sonrien y toman un sorbo. Salen del café y caminan por las calles de montanita, recorriendo hasta que se topan con la calle de las artesanías. La chica se prueba unos collares y el chico se coloca una gorra de paja toquilla. Ya cansados de la gran aventura, ambos caminan agarrados del brazo, llegan a un hotel llamado Pakaloro. Suben las escaleras y entran a la habitación. La chica sale al balcón y se acuesta sobre la hamaca.

//

Los amigos se encuentran sentados en las mesas del restaurante Papillon, disfrutan de un almuerzo. Conversan y se rien. La mesera le coloca un plato de comida en la mesa.

//

Los amigos caminan por la playa, se acercan a comprar un ceviche en una carreta. Al llegar a la punta de montanita, corren a las rocas y llegan hasta las piscinas de agua. Se sientan en lo alto de ellas y admiran el atardecer/mar.

//

Los amigos suben las escaleras de the wave, ellos se sientan en una de las mesas cerca de la barra. El bartender detrás de la barra se encuentra preparando las bebidas. Ellos se quedan en el bar disfrutando del ambiente

Fade to black

PL I love all in Montañita.

Cut.

Credits

6.8. Creación de la imagen de campaña

Como recurso visual, se usará solo una salida de texto con el logo de la campaña publicitaria "I love all in Montañita" en el video principal. Esta salida se va a alterar dependiendo del logo.

Al ser una campaña compuesta de tres videos, cada video va a representar uno de los negocios ya establecidos anteriormente con pequeñas capsulas de un minuto y medio.

El contenido de cada video estará sujeto a las características ya establecidas en el guion.

HOSTAL
Pakaloro

Papillon

THE
WAVE

La estética visual de los videos será cinematográfica con la estructura publicitaria. La colorización más la ambientación de los espacios harán uso de tonalidades cálidas, entre naranjas y algunos contrastes con tonos de verde o morado en los alimentos. Al no utilizarse ningún escenario preelaborado para la presentación de los platos, los espacios tendrán algunas tonalidades contrastantes a las ya establecida.



Los negocios poseen una infraestructura de espacios abiertos, grandes ventanales y balcones por lo que se hará uso de la luz natural para las tomas. Complementario a la luz natural se hará uso de zonas estratégicas en donde estén ubicadas iluminaciones dentro de la escena. En las tomas nocturnas se hará uso de igual manera de la luz de ambiente de una de las calles más icónicas del sector.



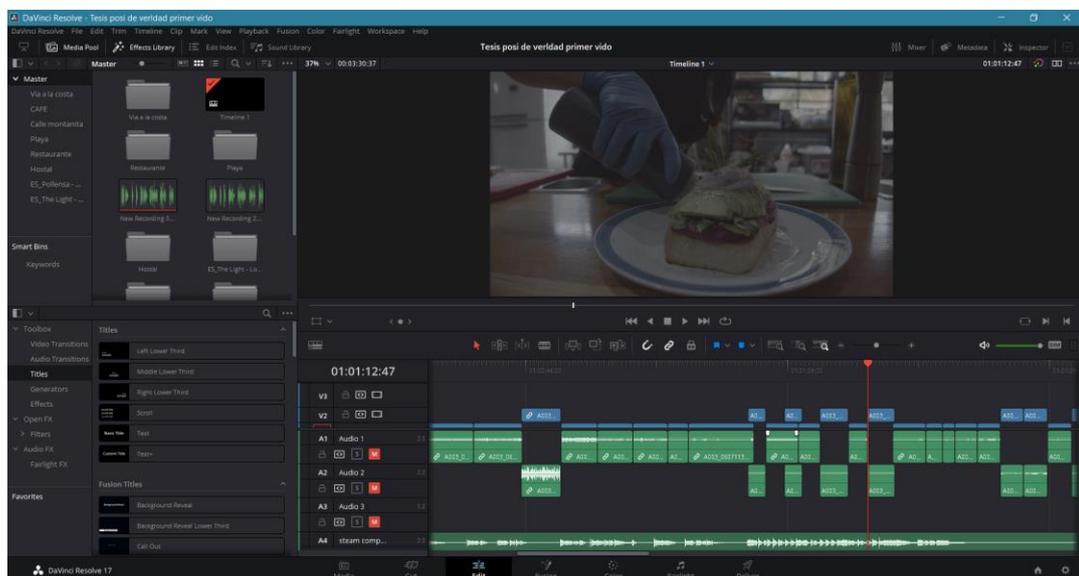
6.9. Producción

El rodaje de la campaña tomará dos días de grabación. Se tendrá un rodaje de grabación extenso el primer día con alrededor de 15 horas de rodaje. Al tener un guion cinematográfico se grabará desde la salida de la vía a la costa a la altura de Cerro Blanco a las 5:30 am, hasta la llegada a Montañita a las 9:00 am. El rodaje en cada negocio durará alrededor de tres horas y media. La última jornada de grabación será hasta las

8:30 pm del primer día. El segundo día se planifica una jornada de grabación de tomas extras en sitios estratégicos de la comuna como la calle de las artesanías y la calle principal del “I love Montañita”.

6.10. Postproducción

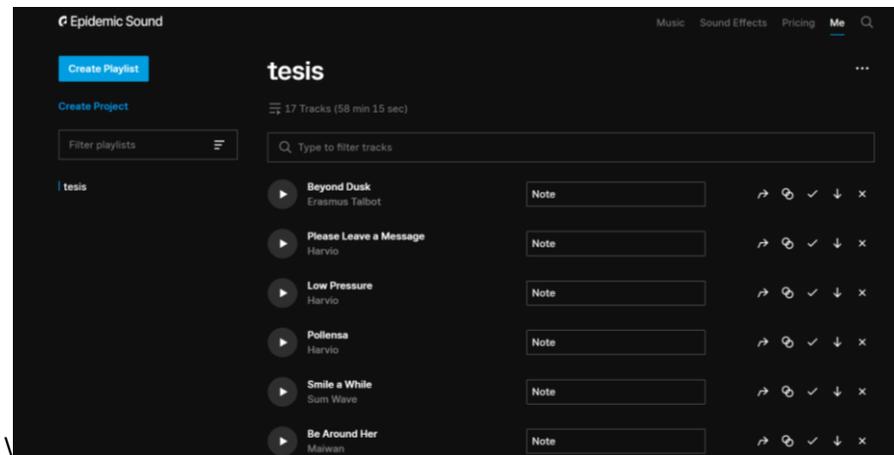
Durante la etapa de la postproducción, se tendrá un plazo de 3 días para la revisión y elección del material. Se usará el software de edición Davinci Resolve debido a que el formato de los videos será .Braw, un formato de archivo en bruto de la empresa Black Magic y esta solo es compatible con el software de edición Davinci.



El flujo de trabajo en el proceso de edición será el montaje y edición del material en la plataforma de Davinci, mientras que las animaciones de texto estarán manejadas en el software After Effects de la empresa Adobe, en este proceso se incluye la vectorización de los logos de cada negocio en el programa illustrator.

En cuanto a su banda sonora, esta será escogida en la plataforma epidemic sound, debido a sus accesibilidades en cuanto al uso de canciones libres de derechos de autor y su amplia biblioteca de recursos musicales y efectos de sonido. En cuestiones de guion,

se grabará la voz en off principal del video con el fin de darle un enfoque narrativo al comienzo.



6.11. Sonido

En cuanto a su banda sonora, se utilizarán canciones de la plataforma epidemic sound libres de derechos de autor. La canción para utilizarse acompañara a la temática del guion, en el video introductorio de la campaña se hará uso de una canción lenta al principio y rítmica al final para que acompañe la historia del guion. El ambiente de los negocios al ser de estilo bohemio se ha decidido utilizar canciones que reflejen ese ambiente relajado y caótico.

CAPÍTULO 3

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En cuanto a los resultados obtenidos en cuanto al desarrollo del proyecto: Propuesta de campaña audiovisual para pymes en la comuna de Montañita, Santa Elena, se tiene como resultados la importancia del uso de recursos audiovisuales como una forma de actual de publicitar una imagen.

La comuna de Montañita al ser un sector pequeño y limitado no cuenta con un negocio que se dedique a brindar un servicio de producción audiovisual por lo que resulta

complicado para las pymes que decidan invertir en contratación de servicios fuera del sector. Las investigaciones realizadas nos permitieron comprender que los micronegocios están conscientes de la importancia de la construcción de un feed armónico.

Se presento una opción viable para las pymes dentro de su marco de inversión posible, en donde se realizó una campaña audiovisual que une a diferentes micronegocios en un producto audiovisual que tiene como fin publicitar diversos lugares y negocios de la comuna de Montañita. La campaña está compuesta por cuatro spots publicitarios dedicados a micronegocios y sus características icónicas. En cuanto a restaurantes, se destacó los platos estrellas y diversidad en cuanto al menú. Se recomienda a estos negocios realizar más contenido acerca de los productos que ofrecen, debido a que hay mucha información que sirve para atraer la atención de posibles clientes.

La campaña audiovisual tuvo un costo real de \$675 por dos días de grabación. El rodaje incluyó una jornada completa de un día para cubrir la grabación de tres negocios. El presupuesto por el servicio de grabación para clientes es de \$425 dólares y este es un costo individual por la grabación de videos para cada negocio.

Según el análisis de realizado específicamente en el sector hotelero, lo que el público busca a través de redes sociales es la experiencia. Por lo que el video de la campaña dedicado a este sector se ha enfocado a vender la experiencia y diversión que brindan los hostales en el sector de Montañita. Muchos de los negocios hoteleros no tienen un feed armónico o profesionalmente presentable para redes sociales, por lo que se recomienda además de mostrar material con mejor calidad, incluir en el uso de material audiovisual sobre espacios recreativos y mejor aún de personas disfrutando de estos espacios.

El fin de la creación de esta campaña audiovisual tuvo como fin lograr que micronegocios de Montañita estén a la altura de ser conocidos al igual que las grandes empresas como Nativa Bambu, Lost Beach o TikiLimbo. Se buscó demostrar que estos pequeños negocios tienen el potencial de sobresalir de la competencia dentro de sus estándares de presupuesto accesible al mismo tiempo que hacen uso de sus propios espacios para vender una imagen de marca profesional y distintiva.

CAPÍTULO 4

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- El desarrollo del briefring para los negocios como The Wave, Papillon y Pakaloro permitió recabar información sobre cómo se encuentra posicionado el negocio en la actualidad, además de brindarnos información sobre cómo podemos posicionar la marca a futuro.
- Se realizó una propuesta de campaña establecida a un presupuesto accesible para todos los micronegocios de la comuna de Montañita, con altos estándares de calidad.
- Se realizó un rodaje de producción en un periodo corto en donde se aprovecho los insumos y el tiempo de realización de la campaña logrando así minimizar los costos.
- Se logró conectar las diferentes marcas y sectores de negocios de la comuna de Montañita en un proyecto que busca vender y hacer conocer negocios que aún no tienen un buen manejo en las redes sociales y no son conocidos por un público extenso.

- Se contribuyó a brindar una visión actual de Montañita y sus alrededores con el fin de atraer a posibles turistas a la zona y que estos decidan visitar nuevos lugares y no los mismos negocios de siempre.

8.2. Recomendaciones

- Se recomienda realizar un análisis sobre el sector actual y sus puntos débiles en cuanto a la forma en cómo se está publicitando una marca
- Realizar una investigación primaria de las marcas que se van a publicitar y establecer la forma en cómo se proyecta vender dichos negocios al mercado actual.
- Tener en cuenta que el presupuesto es el punto clave por el cual un negocio decide si adquirir un producto audiovisual o empezar con la autogeneración de contenido de su negocio. Por lo que se aconseja ser recursivos con el uso del espacio y tiempo durante el periodo de producción.
- Para la creación de una campaña audiovisual no solo se necesita equipos profesionales, también se puede hacer uso de equipos de gama media y esto se complementa con el uso de herramientas de edición que permiten llevar el material a un nivel mucho más profesional.
- La narrativa puede ser incluida en una campaña publicitaria siempre y cuando esta tenga un valor o represente la esencia del proyecto que se está realizando, de ahí también va a depender el tipo de audiencia que se busca atraer.

BIBLIOGRAFÍA

- Barros, P. (2010). Historia del Cine. *Cartel*. Published. <http://www.librosmaravillosos.com/historiacine/pdf/La%20Historia%20del%20Cine%20-%20Revista%20Sucesos%20N%2010.pdf>
- Becilla Plua, J. J., Chávez Wilson, V. M., & Freire Sierra, F. D. (2018). INBOUND MARKETING PARA PROMOCIONAR LA MARCA SILVER SURFER POR MEDIO DE UNA TIENDA ONLINE DE ARTÍCULOS PARA SURF EN MONTAÑITA, ECUADOR. *eumed*. Published. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/promocionar-marca-silversurfer.html>
- Cabrejos, B. (2002, abril). *La publicidad, el mercadeo directo, la promoción y las relaciones publicas*. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/215/21512604.pdf>
- Cabrera, A., Galetovic, A., & Sanhueza, R. (2002). *Las Pyme: Quiénes son, cómo son y qué hacer con ellas*. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/42532811_Las_Pyme_Quienes_son_como_son_y_que_hacer_con_ellas
- Carranco Gudiño, R. (2017). *LA APORTACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA*. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carrillo, S. (2019, 15 junio). *¿Qué son las PYMES?* grupoenroke. <https://blog.grupoenroke.com/que-son-las-pymes>
- Cedeño Zambrano, H., & López Meza, M. I. (2015). Patrimonio Ancestral y Agentes Externos: evolución de la tenencia del suelo indígena en la Costa Central del Ecuador. *Aus*. Published. <http://revistas.uach.cl/pdf/aus/n19/art09.pdf>
- Checa, A. (2007). *La publicidad antes de la imprenta*. Netbiblo. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UFpC52A99dEC&oi=fnd&pg=PA1&>

dq=publicidad+historia+y+su+evolucion&ots=B2PJK_53PM&sig=WD8y0l-xZ346KeiRS_a0aDy1d3c#v=onepage&q=publicidad%20historia%20y%20su%20evolucion&f=false

- Climent Sanchis, S. (2013). *LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES*. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/01/comunicacion-y-redes-sociales.pdf>
- Cordero Durán, L. (2018). *La comunicación como proceso cultural*. <http://mesaredonda.cubadebate.cu/noticias/2018/07/14/como-alcanzar-una-cultura-comunicacional-fotos-y-videos/>
- Herrera, M. V. (2017, 13 diciembre). *La comunicación humana en la era digital*. Forbes. <https://www.forbes.com.mx/la-comunicacion-humana-en-la-era-digital/>
- Hütt Herrera, H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN SOCIAL NETWORKS: A NEW DIFFUSION TOOL*. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Junta de Andalucía. (2018). *La comunicación*. http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_habilidades_comerciales/descarga/m3_01.pdf
- López Herrera, M. C., López Arística, M. A., & López Herrera, L. G. (2012). *CULTURA Y COMUNICACIÓN: UNA RELACIÓN COMPLEJA*. <https://www.eumed.net/rev/cccss/19/hah.html>
- Lorenzo A., R. (2017, enero). *La importancia del sector audiovisual junto con el marketing digital para el negocio local*. http://193.147.134.18/bitstream/11000/6646/1/CAU_TFG_LORENZO_AZCARATE_RICARDO.pdf

- Machado, D. (2018, 11 abril). *Comunicación Audiovisual como Herramienta de Ventas*. Meetwork. <https://www.meetwork.es/comunicacion-audiovisual/>
- Martirena De La Llana, M. A. (2014). Análisis del negocio de las redes sociales como canal de publicidad. *Publicidad en la web 2.0*. Published. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/847/retrieve>
- Mesa Redonda. (2018). *¿Cómo alcanzar una cultura comunicacional?* Cubadebate. <http://mesaredonda.cubadebate.cu/noticias/2018/07/14/como-alcanzar-una-cultura-comunicacional-fotos-y-videos/>
- mheducation. (2019). La marca en la publicidad. *La comunicacion Publicitaria*. Published. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199235.pdf>
- Perozo De Jiménez, G. (2006). *La gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la Universidad Nacional Abierta*. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000200013
- Revista Lideres. (2020, 20 julio). *3,6 millones de personas emprendieron el año pasado Este contenido ha sido publicado originalmente por Revista Líderes en la siguiente dirección: <https://www.revistalideres.ec/lideres/millones-personas-emprendieron-ecuador-cifras.html>*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/millones-personas-emprendieron-ecuador-cifras.html>
- Sistema nacional de información. (2020, marzo). *Evaluación socioeconómica*. https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Informe+Evaluaci%C3%B3n+Socio+Economica_PDNA.pdf/bf1ff6a4-4a67-4f5f-abab-5512f821d270
- Vidales Gonzáles, C. (2014, julio). *Historia, teoría e investigación de la comunicación*.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002

- Montenegro, J. (2018). *El audiovisual latinoamericano y las nuevas formas de crear.*

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjgkcf7i7nyAhXvRjABHStyDWUQFnoECBgQAQ&url=http%3A%2F%2Fhabanafilmfestival.com%2Fel-audiovisual-latinoamericano-y-las-nuevas-formas-de-crear%2F&usg=AOvVaw27m8RZGlxC4D8aGqtucQlx>

ANEXOS

9. GUION

Script:

EXT. AMANECER/ VIA A LA COSTA/ URB BOSQUES DE LA COSTA ENTRADA.

VO. *I love waking up in the morning not knowing what is going to happen...*

VO. *who I am gonna be... Where I'm gonna go...*

VO. *I have no idea what is my destination or my future...*

I just know... that I will continue walking through the blurry streets that I have chosen to live...

VO. *because... One day life is going to flash in front of your eyes...*

VO. *Make sure it's worth what you are watching.*

Unos amigos caminan por la vereda en Vía a la costa, tienen mochilas en sus espaldas. Ellos caminan contentos haciendo dedo. Un carro negro para y ellos se suben en la parte trasera... Van contentos escuchando música, recorren las calles solitarias del desierto hasta llegar a Montañita.

Se bajan del carro en la calle principal de Montañita y entran al primer restaurante que ven.

//

Los amigos se encuentran sentados tomando fotos en el café bar de the wave. La mesera se acerca y les coloca una taza de café en la mesa, ellos sonrían y toman un sorbo. Salen del café y caminan por las calles de Montañita, recorriendo hasta que se topan con la calle de las artesanías. La chica se prueba unos collares y el chico se coloca una gorra de paja toquilla. Ya cansados de la gran aventura, ambos caminan agarrados del brazo, llegan a un hotel llamado Pakaloro. Suben las escaleras y entran a la habitación. La chica sale al balcón y se acuesta sobre la hamaca.

//

Los amigos se encuentran sentados en las mesas del restaurante Papillon, disfrutan de un almuerzo. Conversan y se ríen. La mesera le coloca un plato de comida en la mesa.

//

Los amigos caminan por la playa, se acercan a comprar un ceviche en una carreta. Al llegar a la punta de Montañita, corren a las rocas y llegan hasta las piscinas de agua. Se sientan en lo alto de ellas y admiran el atardecer/mar.

//

Los amigos suben las escaleras de the wave, ellos se sientan en una de las mesas cerca de la barra. El bartender detrás de la barra se encuentra preparando las bebidas. Ellos se quedan en el bar disfrutando del ambiente

Fade to black

PI. I love all in Montañita.

Cut.

Creditos

10. STORYBOARD

| ESCE NA | / | ACCION | REFERENCIA | CAMAR A | Toma Fin. tiemp o Detall es | HORA | LUGA R |
|------------|---|---|---|--|--|-------|-------------------------------|
| 1 | A | Planos detalles a naturales o elemento s naturales. |  | Camara estatica Tomas detalle para tomas relleno | | 05:40 | Bosqu e de la costa |
| 1 | B | Jesús sostenien do las correas de la mochila mientras camina |  | Plano detalle, blocking a Jesus | | 05:40 | Bosqu es de la costa |
| 1 | C | Angie sacando unas gafas de sol de la mochila |  | Plano detalle blocking a Angie | | 05:40 | Bosqu es de la costa |
| 1 | D | Ambos personaje s caminand o por el borde la carretera. Angie se coloca las gafas de sol. |  | Plano Medio blocking a Jesus y angie caminan do | | 05:40 | Bosqu es de la costa |

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|--------------------------------------|--|-------|---------------------|
| 1 | E | Jesus haciendo dedo en la carretera |  | Plano Detalle a Jesus | | 05:40 | Bosques de la costa |
| 1 | F | El auto para al lado de la carretera y ellos se suben |  | Plano General a Jesus y Angie. | | 05:40 | Bosques de la costa |
| 2 | A | Angie mira por la ventana el paisaje |  | Primer Plano a Angie | | 07:00 | Desvio San vicente |
| 2 | B | Vista desde la Ventana a la carretera |  | Plano compuesto, General del paisaje | | 07:00 | Desvio San vicente |
| 2 | C | Vista frontal de la carretera. |  | Plano general Carretera | | 07:00 | Desvio San vicente |
| 2 | D | Jesús cantando mira a Angie y después voltea a ver la ventana. |  | Plano Medio largo de Jesus | | 07:00 | Desvio San vicente |

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|-------------|----------------------|
| 3 | A | Jesus y Angie llegan a la entrada principal de Montañita y se dirigen a The wave |  | Medio plano Largo de Jesus y Angie caminando por la calle y entrando a the wave | | 09:00/11:30 | The wave Planta baja |
| | | Parte frontal de the wave letrero |  | Plano detalle del letrero the wave | | | The wave Planta baja |
| 3 | B | Jesus y Angie toman asiento en las mesas de la planta baja de the wave |  | Plano americano Estatico | | 09:00/11:30 | The wave Planta baja |
| | | Jesús saca una cámara de su mochila, y conversa con Angie mientras hace fotos |  | Plano lateral general seguido de un plano medio de Jesus con la cámara en mano. | | | The wave Planta baja |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|--------------|----------------------|
| | | La mesera se acerca y le sirve dos vasos de café/ chocolate . |  | Plano medio mesera, y blocking de la tasa de cafe | | | The wave Planta baja |
| | | Jesus se prepara su café |  | Angulo cenital plano detalle | | | The wave Planta baja |
| 3 | C | Angie toma un sorbo de su chocolate |  | Plano medio Largo | | 09:00/11 :30 | The wave Planta baja |
| | | Jesus sigue tomando fotos |  | Plano medio corto | | | The wave Planta baja |
| 3 | D | Detrás de la barra, la mesera prepara las bebidas |  | Plano medio largo, camara estatica | | 09:00/11 :30 | The wave Planta baja |
| 3 | E | La mesera prepara dos bebidas |  | Plano medio largo | | 09:00/11 :30 | The wave Planta baja |

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|-------------|----------------------|
| 3 | F | Dispensador de café |  | Plano detalle | | 09:00/11:30 | The wave Planta baja |
| 3 | G | Toma del counter hacia la mesa donde se encuentran Angie y Jesus. Estos abandonan el lugar |  | Plano estatico del letrero con los personajes | | 09:00/11:30 | The wave Planta baja |
| 4 | | Jesus y Angie se encuentran caminando por la calle principal |  | Blocking de personajes a espaldas | | 11:50 | Calle centro |
| 4 | | Angie se encuentra mirando hacia la izquierda |  | Blocking frontal de personaje primer plano | | 11:50 | Calle Centro |
| 7 | | Jesus y angie ingresan al restaurante Papillon |  | Plano General con ligero travelling in | | 12:30/15:00 | |

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|-------------|----------|
| 7 | A | Jesus y Angie se encuentran sentados en la mesa central con bebidas. |  | Travelling in | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | B | Jesus observa el menu |  | Plano escorzo detalle del menu | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | C | Angie toma su bebida |  | Blocking de la bebida hacia la cara de angie | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | D | La mesera se acerca y coloca la comida sobre la mesa. |  | Plano detalle de los objetos de la mesa | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | E | Toma central de la mesa Composicion de los jugos en el lado izquierdo y Cartera, cámara del otro lado. |  | Traveling out detalle de objetos en la mesa | | 12:30/15:00 | Papillon |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|-------------|----------|
| 7 | | Jesús y Angie disfrutan de la comida |  | Traveling out | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | F | Mesón principal del papillon, los cocineros y bartender se muestran trabajando. |  | Traveling hacia la derecha general del meson | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | G | Toma frontal bartender trabajando |  | Plano Medio Largo | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | H | Toma lateral bartender sirviendo bebidas |  | Traveling hacia la derecha | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | I | Detalle de Comida en la mesa |  | Plano detalle toma estatica | | 12:30/15:00 | Papillon |

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|-------------|----------|
| 7 | J | Jesus toma unas papitas y las come |  | Blocking, plano detalle del objeto | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 7 | K | Angie toma de su bebida |  | Primer plano | | 12:30/15:00 | Papillon |
| 6 | A | Jesus y Angie ingresan al hotel y caminan por el pasillo principal |  | Travelling o blocking de personas por el pasillo principal, frontal y trasero | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Angie sostiene la mano de Jesus y lo guía por el lugar |  | Slow motion | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Ambos ingresan a la habitación y Angie abre las cortinas del lugar |  | Slow motion Plano Medio y Americano de Angie | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Angie sale al balcón y se sienta en la hamaca. |  | Blocking lateral izquierdo de la acción | | 16:00/19:00 | Pakaloro |

| | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|-------------|----------|
| 6 | | Angie se recuesta en la hamaca |  | Plano medio y estatico. | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Jesus sale al balcón y observa la vista |  | Plano Americano traveling de los personajes hacia paisaje | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | En la planta baja, Angie ingresa a la zona de la piscina |  | Blocking / travelling de la mano | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Toma general de la piscina |  | Paneo hacia la derecha | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Angie ingresa al agua y se recuesta sobre el borde de la piscina, invita a Jesus a entrar al agua. |  | Primer plano expresion de Angie | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 6 | | Mano de angie jugando con el agua, y Jesus salpicando agua |  | Plano detalle blocking de la mano | | 16:00/19:00 | Pakaloro |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|-------------|----------------------|
| 6 | | Jesus y angie se encuentran descansando en la zona recreativa . |  | General y Planos medios de ambos | | 16:00/19:00 | Pakaloro |
| 9 | A | Toma del counter hacia la mesa donde se encuentran Angie y Jesus. De noche para transición con escena 3 G |  | Plano estatico del letrero con los personajes | | 09:00/11:30 | The wave Planta baja |
| 9 | | Jesus y Angie se encuentran sentados en las mesas del bar de the Wave conversando |  | Traveling frontal de la camara hacia el letrero the wave | | 20:30/22:00 | The Wave de noche |
| 9 | | El bartender se encuentran preparando bebidas |  | Plano medio largo movimiento de camara hacia la derecha | | 20:30/22:00 | The Wave de noche |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|--|-------------|-------------------|
| 9 | El bartender procede a llenar los cocteles sobre la mesa |  | Zoom in a bebidas lateral y frontal | | 20:30/22:00 | The Wave de noche |
| 9 | Jesus y Angie se encuentran disfrutando de las bebidas en el bar |  | Traveling hacia la derecha | | 20:30/22:00 | The Wave de noche |
| 9 | Jesus y Angie chocan las copas |  | Close up plano detalle a las copas | | 20:30/22:00 | The Wave de noche |
| 8 | Jesus y Angie se acercan a la carreta a probar un ceviche |  | Plano detalle del señor de los ceviche y plano medio largo de Angie y Jesus | | 08:00 | Playa Montañita |

| | | | | | | | |
|---|--|---|---|-----------------------------------|--|-------|--------------------|
| 8 | | El señor le entrega el ceviche a Jesus |  | Plano detalle | | 08:00 | Playa Montañita |
| 8 | | Angie y Jesus corren por la playa, de fondo se puede ver la punta de montaña |  | Plano General | | 08:00 | Playa Montañita |
| 8 | | Angie empieza a caminar lentamente disfrutando del ambiente |  | Plano detalle con blocking a pies | | 08:00 | Playa Montañita |
| 8 | | Jesus y Angie caminan por las rocas y suben hasta la punta de una de las piscinas y contemplan el paisaje |  | Conjunto | | 09:00 | Punta de Montañita |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|--|-------------|------------------------|
| 8 | Jesus y Angie caminan por el malecón de Montañita |  | Plano medio largo blocking a personajes | | 09:30 | Malecón Montañita |
| 5 | Jesus y Angie llegan a la calle de las artesanías, pasean y se detienen en una de ellas a ver collares y demás objetos |  | Plano compuesto, blocking a personajes | | 10:00/11:00 | Calle de los Artesanos |
| 5 | Jesus le ofrece un collar y ella se lo prueba. |  | Plano medio, estatico | | 10:00/11:00 | Calle de los Artesanos |
| 5 | Mientras él se prueba un gorro de paja toquilla |  | Plano medio, estatico | | 10:00/11:00 | Calle de los Artesanos |

12. PRESUPUESTO

12.1. Presupuesto Competencia

| Presupuesto video audiovisual | | | |
|-------------------------------|------|--------------------|-------|
| Grupo | Días | Costo por dos días | Total |
| Equipo de Producción | 2 | 550 | 550 |
| Edición y Post producción | 2 | 300 | 300 |
| Expensas de locación | 2 | 450 | 450 |
| Equipos de grabación | 2 | 450 | 450 |
| Casting | 2 | 100 | 100 |
| Total | | | 1850 |

12.2. Presupuesto de Costo Real

| Presupuesto Campaña costo real | | |
|--------------------------------|----------------|-------|
| Grupo | Costo Unitario | Total |
| Equipos de grabación | 250 | 250 |
| Programas de Edición | 155 | 155 |
| Casting | 100 | 100 |
| Expensas de locación | 170 | 170 |
| Total | | \$675 |

12.3. Presupuesto para clientes

| Presupuesto Campaña para The wave/Pakaloro/Papillon | | |
|---|----------------|-------|
| Grupo | Costo Unitario | Total |
| Servicio de producción | 230 | 230 |
| Expensas de locación | 110 | 110 |
| Materiales de producción | 85 | 85 |
| Total | | \$425 |

Valor total por individual para cada negocio

13. DOCUMENTO CASTRATO MONTAÑITA 2021

CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS DE COMUNIDAD DE MONTAÑITA

| Nº | NOMBRE COMERCIAL | TIPO | PROPIETARIO | CIUDAD | CELULAR | CORREO | DIRECCIÓN |
|----|------------------|-----------|----------------------|-----------|------------|--|---|
| 1 | ABAD LOUNGE | DISCOTECA | CARLOS ABAD BAUTISTA | MONTAÑITA | 0991101582 | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA AV. GUIDO CHRIBOGA FRENTE A ELECTROMUNDO |
| 2 | ABAD LOUNGE | HOSTAL | CARLOS ABAD BAUTISTA | MONTAÑITA | 0993864688 | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA GUIDO CHRIBOGA FRENTE A ELECTROMUNDO |
| | ALCATRAZ | DISCOTECA | COHEN DAVID HERNAN | MONTAÑITA | 0999137373 | rd@s@hotel-montañita.com | COMUNA MONTAÑITA CALLE GUIDO CHRIBOGA Y AVENIDA 3 DIAGONAL AL |

Re: Solicitud de documento para proyecto universitario



Comuna Montaña <com una_montanita@hotmail.com>

Mar 24/8/2021 19:43

Para: Usted



Buenas tardes. En respuesta a lo solicitado adjuntamos el archivo pdf del catastro comunal.

Enviado desde mi smartphone Samsung Galaxy.

CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS DE COMUNIDAD DE MONTAÑITA

| N° | NOMBRE COMERCIAL | TIPO | PROPIETARIO | CIUDAD | CELULAR | CORREO | DIRECCIÓN |
|----|------------------|-------------|----------------------------|-----------|--------------------------|---|---|
| 1 | ABAD LOUNGE | DISCOTECA | CARLOS ABAD BAUTISTA | MONTAÑITA | 0991101582 | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA AV. GUIDO CHIRIBOGA FRENTE A ELECTROMUNDO |
| 2 | ABAD LOUNGE | HOSTAL | CARLOS ABAD BAUTISTA | MONTAÑITA | 0993864688 | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA GUIDO CHIRIBOGA FRENTE A ELECTROMUNDO |
| 3 | ALCATRAZ | DISCOTECA | COHEN DAVID HERNAN | MONTAÑITA | 0999137373 | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y AVENIDA 3 DIAGONAL AL CAJERO DEL BANCO BOLIVARIANO |
| 4 | ALEBRIJES | HOSTAL | DANILO VERA JACOME | MONTAÑITA | 0995386840 | hostelalebrjes01@ | COMUNA MONTAÑITA AVENIDA MALECON JUNTO HOSTAL CHARO'S |
| 5 | ANGELES BEACH | HOSTAL | TANIA LUCIA PEREZ ESTRELLA | MONTAÑITA | 0992386302 | tania_perez@hotmail.com | AVENIDA GUIDO CHIRIBOGA Y SAN ISIDRO |
| 6 | AQUARIUS | | | MONTAÑITA | 0999466369 | sin correo electrónico | MONTAÑITA CALLE PRINCIPAL PASANDO EL PUENTE |
| 7 | ARRECIFE | HOSTAL | JOFRE CORONEL GUERRERO | MONTAÑITA | 097422769 | sin correo electrónico | AV. MALECON Y JAVIER LEDESMA |
| 8 | ASADERO PERLAZA | RESTAURANTE | | MONTAÑITA | 0983324003 | sin correo electrónico | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y AV 20 MALHOTELMONTAÑITA |
| 9 | BACHITA | HOSTAL | NICASIO MUÑOZ RODRIGUEZ | MONTAÑITA | 0959901775 | nicasio60@outlook.com | AV. SEGUNDO ROSALES Y 4 VICENTE ROCAFUERTE |
| 10 | BAJA MONTAÑITA | HOTEL | JOSE MASSUNI ISAIAS | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | SECTOR LA PUNTA VIA A OLÓN |
| 11 | BALSA SURF CAMP | HOSTERIA | JULIE CHRISTINE DAUMAS | MONTAÑITA | 0997572450 0989714685 | sin correo electrónico | AV. PRINCIPAL JUNTO A LA CASA DEL SOL |

| | | | | | | | |
|----|--------------------------|-------------------|------------------------------------|-----------|------------|--|--|
| 12 | BANAS | PENSION | MARIA ROSALES MEREJILDO | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | CALLE 15 DE MAYO Y CALLE 12 DE OCTUBRE A LADO DE BRISA MARINA |
| 13 | BELLAVISTA | RESTAURANTE | JOSE DE LA ROSA VILLAO | MONTAÑITA | | | VICENTE ROCAFUERTE S/N Y 15 DE MAYO |
| 14 | BIKESPONDYLUS S.A. | AGENCIA DE VIAJES | BIKESPONDYLUS S.A. | MONTAÑITA | 9980744511 | saviesvallesas@bikespondylus.com | BARRIO EL TIGRILLO PASANDO EL PUENTE CARRETERO PRINCIPAL |
| 15 | BUEN DÍA | HOSTAL | LLESHAJ KRISTJAN | MONTAÑITA | 0962925417 | comprasti@outlook.com | EL TIGRILLO S/N, S/N. |
| 16 | BRISA - SABORES PERUANOS | RESTAURANTE | CESAR MASIAS MUSTIGA | MONTAÑITA | 0984767294 | andinoplanet10@hotmail.com | CALLE 15 DE MAYO JUNTO A LA IGLESIA |
| 17 | BRISA MARINA | HOSTAL | EUGENIO SILVESTRE REYES | MONTAÑITA | 0993456743 | sin correo electrónico | AV. 15 DE MAYO Y AV. 4TA |
| 18 | BONGO BEACH HOSTEL | HOSTAL | KAREN STEPHANIE CALDERON ASTUDILLO | MONTAÑITA | 0994996098 | karen_calderon@outlook.com | BARRIO EL TIGRILLO, FRENTE AL HOSTAL LUMAGA, CASA DE 2 PISOS MIXTA |
| 19 | D'PALLETS | BAR | JOSE MATA BARREIRO | MONTAÑITA | 985802869 | josemata@hotmail.com | AV. GUIDO CHIRIBOGA Y AV. TERCERA NORTE |
| 20 | CAFÉ DEL MAR | CAFETERIA | ANGELA MORAN SEMINARIO | MONTAÑITA | 0997182965 | gyhm4@hotmail.com | CALLE DE LOS COCTELES ENTRE GUIDO CHIRIBOGA Y COSTANERA |
| 21 | CAYENA BEACH | HOTEL | HERRERA ANGEL GUSTAVO | MONTAÑITA | 9999849999 | angelgustavo98@gmail.com | AV. PRIMERA EL TRIGRILLO AL COSTADO DEL HOSTAL MONTAÑITA |
| 22 | CALZONES Y MAS | RESTAURANTE | FERNANDO PRUDENTE | MONTAÑITA | 0939127830 | pinkest7@hotmail.com 9998 | AV. MALECÓN Y GUIDO CHIRIBOGA |
| 23 | CAÑA GRILL | DISCOTECA | MARIA BARREIRO ECHANIQUE | MONTAÑITA | 0994030788 | titina_b@hotmail.com | CALLE COSTANERA Y GUIDO CHIRIBOGA |
| 24 | CARMITA'S PANCAKE HOUSE | RESTAURANTE | CARMEN ROSALES MATEO | MONTAÑITA | 0995371734 | carmenrosales@hotmail.com | GUIDO CHIRIBOGA |
| 25 | CASA TAISHA | HOSTAL | CISNEROS NUÑEZ TAISHA | MONTAÑITA | 0999101765 | edysalazarroses@hotmail.com | CALLE PRINCIPAL DIAGONAL A HOSTAL.SUMPA |

| | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|----------------|---|-----------|--------------------------|--|--|
| 26 | CASA TUA | RESTAURANTE | MARÍA INES PILAMALA | MONTAÑITA | 0995311989 | nestorparra78@hotmail.com | CALLE DE LOS COCTELES Y 10 DE AGOSTO |
| 27 | CHARLIE | PENSION | JOSÉ DEL PEZO YAGUAL | MONTAÑITA | 0997309901 | sin correo electrónico | MONTAÑITA CALLE LUIS ROSALES DIAGONAL A CNT |
| 28 | HOSTAL CHARO'S | HOSTAL | MARIA CORONEL | MONTAÑITA | 0999386474 | charo117@m | CALLE 15 DE MAYO MALECÓN JUNTO PIZZERIA MANUEL |
| 29 | CASA QUEBECUA | RESTAURANTE | ROBICHAUD ZACHARY | MONTAÑITA | 0998013615 | zack_pg@hotmail.com | CALLE DE LOS COCTELES AV. GUIDO CHIRIBOGA |
| 30 | CENTRO DE BUCEO MONTAÑITA OTRO MUNDO | INTERMEDIACION | TURISMO YOBOSUIZA CIA. LTDA. | MONTAÑITA | 099423754 | sin correo electrónico | CALLE GUIDO CHIRIBOGA JUNTO AL CAJERO DEL BANCO BOLIVARIANO |
| 31 | D' LEONARDO | HOSTAL | MERCY DEL PEZO | MONTAÑITA | | mercy_julia1960@hotmail.com | AV. 15 DE MAYO Y SAN ISIDRO |
| 32 | D' VICTOR | RESTAURANTE | VICTOR MEJILLON VELEZ | MONTAÑITA | 994374255 | dvictor1973@hotmail.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE Y AVENIDA GUIDO CHIRIBOGA DIAGONAL AL HOTEL EL VELERO |
| 33 | D' WILSON PIZZERIA | RESTAURANTE | ENRIQUE DE LA ROSA | MONTAÑITA | 090459081 | sin correo electrónico | AV. PRINCIPAL Y 14 DE MAYO |
| 34 | DAVID | HOSTAL | MARTÍNEZ GUERRA ELLY GRACE | MONTAÑITA | 0999635157 | vicente.joson@hotmail.com | CALLE 15 DE MAYO JUNTO A LA PARRILLADA EL CHEF |
| 35 | DE LEONARDO | CABAÑA | JULIA MERCY DEL PEZO YAGUAL | MONTAÑITA | 0980862544 | Nestorparra78@hotmail.com | SECTOR EL TIGRILLO FRENTE A LAS BRISAS |
| 36 | DE RICKY | PENSION | JOSE RICARDO LOBO BORRERO | MONTAÑITA | 0999317386 0981792854 | sin correo electrónico | MONTAÑITA AV. SEGUNDA |
| 37 | DHARMA BEACH | HOTEL | GLOBAL UNITY GUMNATIC KAMRAN KOMY TADAYON | MONTAÑITA | 0988846600 | gblkam@live.com | CALLE MALECON, junto a caña  frente a mar |

| | | | | | | | |
|----|----------------------------------|----------------|----------------------------------|-----------|--------------------------|-------------------------------------|--|
| 38 | DIABLUMA | PENSION | BYRON HERNANDEZ | MONTAÑITA | 0992738215 | <u>sin correo electrónico</u> | AVENIDA PRIMERA Y CALLE GUIDO CHIRIBOGA |
| 39 | DIEGOMAR | HOSTAL | REYES REYES BENITO TOMAS | MONTAÑITA | 0997281729 | benito_1982@outl | AV. VICENTE ROCAFUERTE Y VICENTE ROSALES |
| 40 | DIVE & SURF CLUB | BAR | VICTOR CARRION BENAVIDES | MONTAÑITA | | | CALLE DE LOS COCTELES |
| 41 | DIVE & SURF CLUB | INTERMEDIACION | VICTOR CARRION BENAVIDES | MONTAÑITA | 0980862160 0986347256 | | CALLE 10 DE AGOSTO Y AV. 2DA FRENTE A HOLA HOLA |
| 42 | DON EMILIO | PENSION | BORBOR ROSALES CARLOS EMILIO | MONTAÑITA | | | 15 DE MAYO Y VICENTE ROCAFUERTE |
| 43 | DON FLAVIO | HOSTAL | FLAVIO VILLOA MEJILLON | MONTAÑITA | 0989210243 | | CALLE 10 DE AGOSTO |
| 44 | DON PRIMI | HOSTAL | YORRY RAFAEL ROSALES MOROCHO | MONTAÑITA | 990164466 | mr.yor_72@hotmail.com | AV. 15 DE MAYO Y SAN ISIDRO |
| 45 | ECOVENTURA HOSTEL | HOSTAL | CARRIÓN VALLEJO MARÍA AUGUSTA | MONTAÑITA | 0986719114 | ma_gus@live.cl | COMUNA MONTAÑITA BARRIO EL TIGRILLO FRENTE AL HOSTAL CHARLY |
| 46 | ECOLOGICO Y TU VENTURA MONTAÑITA | HOSTAL | LELY ANNABELLY SOLORZANO ALCIVAR | MONTAÑITA | 0993275630 | www.bolivia.com | BARRIO EL TIGRILLO A 1 KILOMETRO DEL HOTEL CANOPI |
| 47 | EL BARESE | RESTAURANTE | INGANNAMORTE IGNACIO | MONTAÑITA | 0988869863 | eziodi64@hotmail.com | CALLE 15 DE MAYO Y VICENTE ROCAFUERTE |
| 48 | EL BUCANERO | RESTAURANTE | CARLOS HERRERA ALZATE | MONTAÑITA | 0997020160 | <u>sin correo electrónico</u> | CALLE VICENTE ROCAFUERTE Y 15 DE MAYO |
| 49 | EL CENTRO DEL MUNDO | HOSTAL | MARIA ASANG FALCONES | MONTAÑITA | 0979153600 | www.elcentrodelmundo.com | AV. MALECÓN Y CALLEVICENTE ROCAFUERTE |
| 50 | GALACTURIS EL GALEON S.A. | HOTEL | ABAD MONTERO SANTIAGO FERNANDO | MONTAÑITA | 0986088570 0999313927 | <u>sin correo electrónico</u> | CALLE DE LOS COCTELES Y 10 DE AGOSTO ESQ |
| 51 | EL PARAISO | HOSTERIA | SONIA BENILDA CEVALLOS GARCES | MONTAÑITA | 042850411 | <u>sin correo electrónico</u> | COMUNA MONTAÑITA, BARRIO EL TIGRILLO JUNTO AL HOTEL EL REFUGIO |

| | | | | | | | |
|----|-------------------------------|---------------------|------------------------------------|-----------|--------------------------------------|--|--|
| 52 | EL PARQUE | HOSTAL | MANUEL LÓPEZ JIMÉNEZ | MONTAÑITA | 0999506122 / 0994299095 / 0979435296 | manuelkunka@hotmail.com | CALLE 15 DE MAYO |
| 53 | EL PELICANO | HOSTERIA | GLENDA SUSANA MOLINA SERNA | MONTAÑITA | 0999316225 | naclries@yahoo.es | PUNTA DE MONTAÑITA |
| 54 | EL PUENTE | HOSTAL | REBECA MORALES ORTIZ | MONTAÑITA | NO TIENE | sin correo electrónico | AV PRINCIPAL |
| 55 | EL REFUGIO DE LAS AVES | PENSION | VICTOR JOSÉ GUEVARA | MONTAÑITA | 0996140412 | joseguevara@yahoo.com | BARRIO TIGRILLO |
| 56 | EL RINCON DE LOS PAISAS | RESTAURANTE | KATHERINE ESTEFANIA ECHAIZ ORRALA | MONTAÑITA | 988714494 / 0989418090 | kathysco_391@hotmail.es | GUIDO CHIRIBOGA |
| 57 | EL ROJO | HOSTAL | FABIAN PATRICIO JARAMILLO OYERVIDE | MONTAÑITA | 0988125166 | sin correo electrónico | CALLE 15 DE MAYO FRENTE A LA CONFITERIA DON BERNA |
| 58 | EL SURFISTA | RESTAURANTE | WILLIAMS LIMON MEJILLON | MONTAÑITA | *0939408971 | restaurantesurfista@hotmail.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE Y AV. GUIDO |
| 59 | EL VELERO | RESTAURANTE | ANA MENDOZA MONTIEL | MONTAÑITA | 992481343 | amendoza127@hotmail.com | VICENTE ROCAFUERTE Y GUIDO CHIRIBOGA ESQ. |
| 60 | ESPERANTO | HOSTAL | JORGE ANDRES MORAN CANDELL | MONTAÑITA | 0999704569 | esperanto@alestoil.com | SOLAR 1 JUNTO PARADISE SOUTH |
| 61 | ESTEFANIA | HOSTAL | BARZOLA RUIZ SANTA CECILIA | MONTAÑITA | 0990541780 | sin correo electrónico | AV TERCERA S/N SEGUNDO ROSALES |
| 62 | EL TAINO DE SKY | HOTEL | GUSTAVO FABIAN VARGAS VARGAS | MONTAÑITA | *0990486544 | | AV. 15 DE MAYO ENTRE 12 DE OCTUBRE Y LUIS ROSALES |
| 63 | HABITACIONES FLORES | HOSTAL | PEDRO FLORES LAINEZ | MONTAÑITA | 0985408349 | sin correo electrónico | FLORES LAINEZ PEDRO NOLASCO |
| 64 | FRIENDS | HOSTAL | ZOILA STAY RIOS | MONTAÑITA | 0969990770 | zoilastay@hotmail.com | 10 de agosto S/N |
| 65 | GALEON PERLA NEGRA | RESTAURANTE | LORENA CEVALLOS SORNOZA | MONTAÑITA | 0969559885 | lorena.lorenacevallos.cevallos@gmail.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE Y AV. MALECON |
| 66 | GASPAR | HOSTAL | GASPAR JUSTO CLEMENTE BORBOR | MONTAÑITA | 0969110506 | gasparjusto1953@hotmail.com | 10 DE AGOSTO Y JAVIER LEDESMA FRENTE A LA CANCHA DE FUTBOL |
| 67 | GO MONTAÑITA S.A (GO AYANGUE) | OPERADORA TURISTICA | BAQUE MORA JULY THALIA | MONTAÑITA | 0991361173 | baque@goangue.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE |

| | | | | | | | |
|----|-----------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------|---------------------------|--|--|
| 68 | GUACAMAYO | PENSION | MARIN TRIVIÑO ANA BELEN | MONTAÑITA | 0939760134 | sin correo electrónico | BARRIO EL SURFISTA CONTINUO A LA PLAYA |
| 69 | HACHUWA | PENSION | ARTURO BORBOR ORRALA | MONTAÑITA | '0980580985 - 0994527188 | hachuwacajalpa@hotmai.com arturoborbor@hachuwacajalpa.com | GUIDO CHIRIBOGA |
| 70 | HANGA ROA | HOSTAL | MARGOT GLAVEZ AGUILAR | MONTAÑITA | '0999340646 | hanganamontañita@hotmai.com | PUNTA MONTAÑITA |
| 71 | HABITACIONES GRISELLY | CASA DE HUESPEDES | RAFAEL HUMBERTO VILLAO APOLINARIO | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | COMUNA MONTAÑITA CALLE 10 DE AGOSTO |
| 72 | HIDDEN HOUSEN | HOSTAL | VITERI FLOR JOSE GABRIEL | MONTAÑITA | 0995063326 | jaslavit@gmail.com | BARRIO EL TIGRILLO VIA PRINCIPAL A UN COSTADO DE TIENDA ROSITA |
| 73 | HIERBA BUENA | HOSTAL | ALFREDO ALFONSO YAGUAL NEIRA | MONTAÑITA | 0997451256 | ayagual1051@hotmail.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y VICENTE ROCAFUERTE |
| 74 | HIERBA BUENA | RESTAURANTE | ALFREDO ALFONSO YAGUAL NEIRA | MONTAÑITA | '0990043428 - '0997451256 | ayagual1051@hotmail.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y VICENTE ROCAFUERTE |
| 75 | HOLA OLA | RESTAURANTE | TPL MONTAÑITA S.A. TOMER MADMONI | MONTAÑITA | 0994949208 | tplmontanita@holaola.com | AV. GUIDO CHIRIBOGA Y CALLE PRIMERA |
| 76 | HOLA OLA CAFÉ | BAR | TPL MONTAÑITA S.A. TOMER MADMONI | MONTAÑITA | 0994949208 | tplmontanita@holaola.com | CALLE 10 DE AGOSTO Y AV. 1Y2 PARROQUIA MANGLARALTO |
| 77 | HOT BEACH | DISCOTECA | ABAD BAUTISTA CARLOS ENRIQUE | MONTAÑITA | 991101582 | sin correo electrónico | CALLE PRINCIPAL Y CALLE PRIMERA A UN COSTADO DE ABAD LOUGE |
| 78 | HUGO'S PLACE | HOSTAL | CALLE CORONEL MARIO BOLIVAR | MONTAÑITA | 0939240520 | hugosplace@hugosplace.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y SAN ISIDRO |
| 79 | HURVINEK | HOSTAL | CAROLINA ELIZABETH ANDINO PIN | MONTAÑITA | 0984545354 | hurvinek@hugosplace.com | C. 10 DE AGOSTO DIAGONAL AL GYM |
| 80 | HOPE | RESTAURANTE | ALEJANDRA MONSERRATT BEDOYA RUIZ | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y AVENIDA 3 |
| 81 | INTI AYMARA | HOSTAL | MARTHA JOSELIN AGUILAR BORBOR | MONTAÑITA | '0991160750 | sin correo electrónico | CALLE 12 DE OCTUBRE Y 10 DE AGOSTO |

| | | | | | | | |
|----|--------------------------------|-------------|------------------------------------|-----------|-------------|--|---|
| 82 | IGUANA BACKPACKERS | BAR | KAREN STEPHANIE CALDERON ASTUDILLO | MONTAÑITA | *0994996098 | karen_calderon23@hotmail.com | A UN COSTADO DE ANTIGUO KON TIKI |
| 83 | IGUANA BACKPACKERS1 | HOSTAL | KAREN STEPHANIE CALDERON ASTUDILLO | MONTAÑITA | 0994996098 | karan_calderon@hotmail.com | BARRIO EL TIGRILLO, FRENTE AL HOSTAL LUMAGA, CASA DE 2 PISOS MIXTA |
| 84 | KARUKERA | HOSTAL | MARIANA DE JESUS CHERRES HERNANDEZ | MONTAÑITA | 987081606 | hostalkarukera@gmail.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA INTERSECCIÓN COSTANERA JUNTO AL CAJERO DEL BANCO DE GUAYAQUIL |
| 85 | KIWI | PENSION | CARMEN LOPEZ CASTILLO | MONTAÑITA | | cuccos_77@hotmail.com | AVENIDA PRINCIPAL JUNTO AL HOSTAL MONTAÑITA ESTATES |
| 86 | KONTIKI | HOSTAL | JORGE ADUM BRAVO | MONTAÑITA | | | AV. PRINCIPAL A LA IZQUIERDA DEL PUENTE |
| 87 | KUNDALINI | HOSTAL | DIEGO GONZENBACH MAYO | MONTAÑITA | 0999541745 | sin correo electrónico | PASANDO EL PUENTE FRENTE AL MAR A LADO DEL DHARMA |
| 88 | LA CABAÑA | RESTAURANTE | FREDDY DE LA ROSA | MONTAÑITA | | | |
| 89 | LA CASA BLANCA | RESTAURANTE | LOVI S.A. | MONTAÑITA | '0999182501 | lacasablanca@hotmail.com | AV GUIDO CHIRIBOGA Y CALLE PUBLICA |
| 90 | LA CASA BLANCA | HOSTAL | LOVI S.A. | MONTAÑITA | 0993183202 | lacasablanca@hotmail.com | COMUNA MONTAÑITA AV GUIDO CHIRIBOGA Y CALLE PUBLICA |
| 91 | LA CASA DEL SOL | HOSTAL | TAMARA LEE ALLEN | MONTAÑITA | 0993354126 | info.casadelosolmontañita@gmail.com | SECTOR LA PUNTA A UNOS METROS DEL BAJA MONTAÑITA |
| 92 | LA CASA DI NONNA LALA | PENSION | MERLY VASQUEZ INTRIAGO | MONTAÑITA | | astrid.vasquez1959@hotmail.com | CALLE 10 DE AGOSTO Y SAN ISIDRO ESQUINA |
| 93 | LA GONDOLA | PENSION | SERGIO SCALON ROSALES | MONTAÑITA | 0985125249 | sin correo electrónico | CALLE 10 DE AGOSTO FRENTE A LA ESPAÑOLA |

| | | | | | | | |
|-----|--------------------------|----------------|--|-----------|-----------------------------|--|---|
| 94 | LA LEONA | FUENTE DE SODA | JEFFREY CARRERA JARGELIO | MONTAÑITA | 0985419893 - '0985419873 | jeffstone82@gmail.com .com | CALLE 10 DE AGOSTO Y AV. PROMERA |
| 95 | LA PUNTA | HOSTAL | GLORIA ALEGRIA CELLERI DOLZ | MONTAÑITA | 0993490110 | gloriaab69@gmail.com .com | VÍA OLON FRENTE BAJA MONTAÑITA |
| 96 | LA SAZON DE QUEVEDO | RESTAURANTE | NERY GOMEZ CANDELARIO | MONTAÑITA | 0986466024 | sin correo electrónico | DIAGONAL A LA IGLESIA CALLE 15 DE MAYO |
| 97 | LA SINAGOGA | HOSTAL | ALTAGRACIA MONTAÑO BANGUERA | MONTAÑITA | 0997934780 | altaenpavona | COMUNA MONTAÑITA, JUNTO AL HOSTAL ECOVENTURA, Barrio Tigrillo |
| 98 | LAS BRISAS | HOSTAL | ABDON GEOBAC CAMPUSANO BARCO | MONTAÑITA | 0988979743 | ldlink18@hotmail.com | EL TIGRILLO A 400M DE LA PRINCIPAL |
| 99 | LAS PALMERAS | PENSION | DIEGO VINICIO LEON GARCES | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | MONTAÑITA AV 15 DE MAYO S/N Y JAVIER LEDESMA |
| ### | LAS PALMERAS DEL MALECON | HOSTAL | MARTHA YOLANDA GARCES | MONTAÑITA | 0969692134 | sin correo electrónico | AV. MALECON ENTRE 15 DE JUNIO Y JUAN L. |
| ### | LOCAL POINT | PENSION | ADEMAR ALEJANDRO YAGUAL | MONTAÑITA | 0991173387 | sin correo electrónico | GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | LOS CLAUDIOS | PENSION | RODDY AMORES YAGUAL | MONTAÑITA | 0984272992 | roddyclaudio@hotmail.com | PRIMERA AVENIDA Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | LOS ROSALES | HOSTAL | ROSALES LAINEZ PEDRO AGAPITO | MONTAÑITA | 0993415618/0969202047 | | COMUNA MONTAÑITA DIAGONAL ALA ESCUELA PARROQUIA MANGLARALTO |
| ### | LOS TIGRILLOS | PENSION | YOLANDA MOROCHO | MONTAÑITA | | | BARRIO TIGRILLO FRENTE A CABAÑAS DE MONTAÑITA |
| ### | LOST BEACH CLUB | DISCOTECA | MONICA PARRA DEL RIEGO GONZALES POSADA | MONTAÑITA | 0990996798 0988921000 | glbkam@live.com | AV. MALECON JUNTO A CAÑA GRILL FRENTE AL MAR |
| ### | LOST BEACH CUEVA | DISCOTECA | POZO MALAVE MELCHOR | MONTAÑITA | 991908703 | pozoemalave@hotmail.com | CALLE TERCERA FRENTE A ABAD LOUGE |

| | | | | | | | |
|-----|--------------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------|--------------------------|--|--|
| ### | LUMAGA | PENSION | LUIS MORETTA PADILLA | MONTAÑITA | 0994925960 052300234 | morettapadilla@luc.luc.es | BARRIO EL TIGRILLO AVE PRINCIPAL A 100M DE NATIVA BANBU |
| ### | L' INCONTRO DI MONTAÑITA | ALOJAMIENTO | BORIS PAUL MARIDUEÑA OLIVERA | MONTAÑITA | | | SECTOR BAJA MONTAÑITA FRENTE AL HOSTAL SUMPA |
| ### | MACHALILLA TOURS | AGENCIA DE VIAJES | FAUSTO CHOEZ CASTRO | MONTAÑITA | 0997566393 | machalillatours@yahoo.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y SEGUNDA - HOTEL MONTAÑITA- |
| ### | MAEO | HOTEL | AUGUSTO DE JESUS CARRION ARMUOS | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | 10 DE AGOSTO VIA OLON |
| ### | MAEO BEACH CENTRO | HOSTAL | CARRION VALLEJO OLGA DENIS | MONTAÑITA | 093195395 | olgui-juli@bc | CALLE GUIDO CHIRIBOGA AV. 3, FRENTE AL HOTEL CASA BLANCA |
| ### | MAMA CUCHA | HOSTAL | JOSE LUIS HABZE GOMEZ | MONTAÑITA | 099612387 | coleradelabac@btmail.com | PUNTA MONTAÑITA PASANDO EL PUENTE |
| ### | MAREA PIZZERIA BAR | RESTAURANTE | RICARDO RETO NOAILLES | MONTAÑITA | 999612387 | ricardo.reto@hostalil.com | CALLE 10 DE AGOSTO DIAGONAL AL HOSTAL EL TURISTA |
| ### | MILLON SERVI | AGENCIA DE VIAJES | HELLEN VINCES GONZALEZ | MONTAÑITA | '0999184735/'0982913293 | ld@bailcon@yahoo.com | COMUNA MONTAÑITA CALLE VICENTE ROCAFUERTE Y MALECON A LADO DE LA TIENDA EFRAIN |
| ### | MOCHICA SUMPA | HOSTAL RESIDENCIA | VALENZUELA TRIVIÑO GILDA MARTINA | MONTAÑITA | 92724497 | gilda.valenzuelat@gmail.com | AVENIDA MALECON Y VICENTE ROCAFUERTE |
| ### | MONTAÑITA | HOTEL | HOMELANDT S.A. COHEN DAVID HERNAN | MONTAÑITA | 0999137414 | hd@hotel-montañita.com | MONTAÑITA GUIDO CHIRIBOGA S/N Y CALLE SEGUNDA |
| ### | MONTAÑITA | AGENCIA DE VIAJES | ELENA LINA PINCAY | MONTAÑITA | 0999423754/'0994825840 | linolna147@gmail.com | MONTAÑITA, CALLE GUIDO CHIRIBOGA S/N |
| ### | MONTAÑITA CABAÑAS | HOSTERIA | WHITE JACQUELINE ANN | MONTAÑITA | 0981758669 0939036465 | sin correo electrónico | SECTOR EL TIGRILLO |

| | | | | | | | |
|-----|----------------------------|---------------------|--|-----------|--------------------------|--|--|
| ### | MONTAÑITA ESTATES | HOSTERIA | ROBERT ROSS | MONTAÑITA | *0968200949 / 0939036465 | daniel@montanitas-estates.com | AVENIDA PRINCIPAL RUTA SPONDYLUS |
| ### | MONTAÑABLU HOTEL | HOTEL | PERALTA REINOSO LUZ VIRGLIA | MONTAÑITA | 042215903 | leondiana129@gmail.com | MONTAÑITA, CALLE LUIS ROSALES Y CALLE 15 DE MAYO |
| ### | MONTAÑITA INTERNACIONAL | HOSTAL | MANUEL ASUNCION MACAS MINGA | MONTAÑITA | 0991331171 | montanitas@hot.com | CALLE GUIDO CHRIBOGA Y TERCERA CALLE DE LOS COCTELES |
| ### | MONTAÑITA JUNGLE AND BEACH | OPERADORA TURISTICA | LOURDES ROQUE MARISCAL | MONTAÑITA | 991981020 | montanitas@hot.com | AVENIDA VICENTE RÓCAFUERTE FRENTE A CRUZ AZUL |
| ### | MONTAÑITOUR | OPERADORA TURISTICA | ESHED ISHAI | MONTAÑITA | 0969616984 | eshedishai@gmail.com | CALLE VICENTE RÓCAFUERTE Y GUIDO CHRIBOGA |
| ### | MONTEZUMA | BAR | MARIANO SANTIAGO REYES YAGUAL | MONTAÑITA | 0997182965-0985725530 | SANTIAGO2482@GMAIL.COM | CALLE DE LOS COCTELES ENTRE GUIDO CHRIBOGA Y 10 DE AGOSTO |
| ### | MONTEZUMA | HOSTAL | HERDOEZA MORAN GISELA YANINE | MONTAÑITA | 0990022808 | gvhm4@hotmail.com | CALLE DE LOS COCTELES ENTRE GUIDO CHRIBOGA Y 10 DE AGOSTO FRENTE AL HOSTAL EL PUENTE |
| ### | MORRISON HOSTAL | HOSTAL | WILLIAN ANDRES CEVALLOS GUZMAN | MONTAÑITA | 999907003 | hotelpianopiano64@gmail.com | 15 DE MAYO Y GUIDO CHRIBOGA |
| ### | MIRAMAR | HOTEL | SPALINO CAROLE ANNE | MONTAÑITA | | | JAVIER LEDESMA S/N, MALECON CANTON SANTA ELENA |
| ### | NATIVA BAMBU | HOTEL | RUDYARD LEON ANGULO | MONTAÑITA | | rudyardleon@gmail.com | CALLE PRINCIPAL FRENTE A LA OFICINA CLP |
| ### | NATIVA BAMBU | DISCOTECA | RUDYARD LEON ANGULO OPERAC. FUNC. MULTIAREAS | MONTAÑITA | 0999375695 0959641581 | mes_edu28@hotmail.com | SECTOR EL MALECON JUNTOA HOTEL MONTAÑITA |

| | | | | | | | |
|-----|-----------------------|-------------------|------------------------------------|-----------|-------------|--|---|
| ### | NISSE | RESTAURANTE | LIMON ROSALES KLEBER EDMUNDO | MONTAÑITA | | <u>sin correo electrónico</u> | CALLE 10 DE AGOSTO Y VICENTE ROCAFUERTE |
| ### | OCEANA HOSTAL | PENSION | CLARA MAGDALENA VILLAGO FLORES | MONTAÑITA | 0998098803 | <u>sin correo electrónico</u> | AVENIDA PRINCIPAL RUTA SPONDYLUS Y CALLE 2 |
| ### | OLYMPUS | HOTEL | DAMIAN BUÑAY ARGUDO | MONTAÑITA | 0986712118 | damian-bunay@lye.com | CALLE LOS COCTELES Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | PAKALORO | HOSTAL | CORONEL MARIA DEL ROSARIO | MONTAÑITA | 0985561128 | pakaloro2006@hotmail.com | DIAGONAL AL HOTEL CASA BLANCA |
| ### | PIZZERIA JA JA | PIZZERIA | OTEGUI OSCAR ALBERTO | MONTAÑITA | 969616984 | oteguioscar@gmail.com | MONTAÑITA AV. MALECON Y VICENTE ROCAFUERTE |
| ### | PAPILLON | RESTAURANTE | ALEJANDRA BEDOYA R. | MONTAÑITA | 09991593766 | alejandrabedoya800@hotmail.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y AV 3RA |
| ### | PARADISE BY DHARMA | HOSTERIA | TADAYON KAMRAN KOMY | MONTAÑITA | 0999159376 | slip-komy-12@hotmail.com | PASANDO EL PUENTE JUNTO AL HOSTAL ESPERANTO |
| ### | PLANO PLANO | HOSTAL RESIDENCIA | APOLONIO AREVALO CLUB VIAJERO | MONTAÑITA | 0981530076 | info@apianacionhotel.com | VICENTE ROCAFUERTE Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | PANCHITA | CASA DE HUESPEDES | GONZALEZ YAGUAL FRANCISCA | MONTAÑITA | 989464712 | gonzalezfrancisca@gmail.com | 10 DE AGOSTO |
| ### | PIGRO | RESTAURANTE | PIAVANI LUCA | MONTAÑITA | 0959859623 | pavani.luca@gmail.com | AVENIDA PUBLIA Y CALLE 10 DE AGOSTO BAJO DEL HOSTAL EL GALEON |
| ### | PUNTO FIJO LOUNGE BAR | BAR | SAYEGH SUBJU | MONTAÑITA | 9039267450 | sayeghsabju@gmail.com | CALLE GUIDO CHIRIBOGA FRENTE LOST BEACH |
| ### | PIZZERIA MANUEL | PIZZERIA | WASHINGTON VELOZ | MONTAÑITA | 0999353559 | <u>sin correo electrónico</u> | CALLE EMERGILDO ROSALES Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | PLANETA TIERRA | RESTAURANTE | LOURDES ZAMBRANO | MONTAÑITA | 99353559 | <u>sin correo electrónico</u> | VICENTE ROCAFUERTE ENTRE 10 DE AGOSTO Y GUIDO CHIRIBOGA |

| | | | | | | | |
|-----|----------------------------|-------------------|--|-----------|---------------------------|--|--|
| ### | POCO LOCO | RESTAURANTE | TINILLO VERA MARIELA FERNANDA | MONTAÑITA | | | CALLE DE LOS COCTELESFREN TE A HOSTAL MONTEZUMA |
| ### | POSADA DEL FRAILE | HOSTAL | BETTY MARGARET VITERI CARRILLO | MONTAÑITA | 0939904757 | bevica2004@yahoo.com | CALLE LUIS CHIRIBOGA, AV. ROSALES FRENTE AL HOSTAL TABUBA |
| ### | PUNTA HILL PUHILSA S.A. | HOTEL | GAMBOA SÁNCHEZ DAVID FERNANDO | MONTAÑITA | 0994626353 - 042303135 | sin correo electrónico | A 150 MTS. DEL MONUMENTO AL SURFISTA |
| ### | PIZZERIA EZZIO | FUENTE DE SODA | GLOBAL UNITY GUMNATIC KAMRAN KOMY TADAYON | MONTAÑITA | *098846600 | gblkam@live.com | MALECON DE MONTAÑITA, CALLE DE LOS COCTELES |
| ### | POP HOUSE | HOSTAL | SILVIA GRANDAS WILLIAM MAURICIO | MONTAÑITA | 0997914316 | sin correo electrónico | SECTOR EL TIGRILLO, S/N, S/N |
| ### | RIOS DE AGUA VIVA | PENSION | MIGUEL ANGEL FLORES ZAMBRANO | MONTAÑITA | 0987963031 | rivasuitehotel@gmail.com | CALLE 15 DE MAYO Y AVENIDA LOS ROSALES |
| ### | RIVIERA PACIFIC SUITE | HOTEL | FOXDELMAR S.A | MONTAÑITA | 0969354662 | alitemacin68@hotmail.com | MALECON DEL RIO |
| ### | ROCIO BOUTIQUE | HOTEL | TEMUCIN ALI | MONTAÑITA | '0969354662 | alitemacin68@hotmail.com | CALLE 2 Y 10 DE AGOSTO |
| ### | ROCIO BOUTIQUE | RESTAURANTE | TEMUCIN ALI | MONTAÑITA | 0997988383 | alitemacin68@hotmail.com | CALLE 2 Y 10 DE AGOSTO |
| ### | ROSA MISTICA | HOSTAL | LUISA DAMIANA SAENZ VALIENTE | MONTAÑITA | 0997988383 | carlosvargas701@hotmail.com www.vivadeseroton.com | DIAGONAL AL HOTEL BAJA MONTAÑITA |
| ### | RUPAWASI | HOSTAL | PASCUAL YAGUAL | MONTAÑITA | 0999137414 | www.hotel-rupawasi.com | CALLE 15 DE MAYO INTRSE. LUIS CHIRIBOGA |
| ### | RUTA DEL SOL | RESTAURANTE | DANNY FERNANDO PEREZ CASTRO | MONTAÑITA | 0989630537 | sin correo electrónico | |
| ### | SADHANA 2 | RESTAURANTE | KATHERINE HUMAMANTE | MONTAÑITA | | silviacrespo123@yahoo.com | AV. 3ERA Y CALLE 10 FRENTE A MONTEZUMA |
| ### | SANDRITA DE MONTAÑITA | RESTAURANTE | PEDRO DOMINGUEZ APOLINARIO | MONTAÑITA | | | VICENTE ROCAFUERTE Y CALLE SEGUNDA |

| | | | | | | | |
|-----|-------------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------|-------------------------|--|---|
| ### | SAZON GUAYACO MONTAÑITA | RESTAURANTE | LUIS VASQUEZ SOLIS | MONTAÑITA | 98630537 | | CALLE GUIDO CHIRIBOGA Y 15 DE MAYO DIAGONAL A LA CASA COMUNAL |
| ### | SOL BRAVO | HOSTAL | MARCELA AURELIA BRAVO VITER | MONTAÑITA | 042050023 | sin correo electrónico | GUIDO CHIRIBOGA JUNTO AL HOTEL TABUBA |
| ### | SOL PLAYA Y CAFÉ | HOSTAL | JAVIER YUNGAN YUNGA | MONTAÑITA | 0994527188 - 0999532892 | sin correo electrónico | |
| ### | SOL Y MAR | PENSION | CHRISTIAN SILVINO BORBOR ESPINOZA | MONTAÑITA | 097935066 | | MONTAÑITA GUIDO CHIRIBOGA S/N |
| ### | SOLANO | HOSTAL | SOLANO DEL PEZO JUAN ALEJANDRO | MONTAÑITA | 999522914 | juansolano1953@i | 10 DE AGOSTO S/N 12 DE OCTUBRE |
| ### | SOUT POINT | HOSTAL | ANTONIO SALINAS ROSALES | MONTAÑITA | 0992308366 | | |
| ### | SUMPA | HOSTAL | ALCIDES GUERRERO Z. | MONTAÑITA | 0981995927 | | |
| ### | SURF FOOD | RESTAURANTE | DAMIAN BORBOR | MONTAÑITA | 0994676834 | | GUIDO CHIRIBOGA Y VICENTE ROCAFUERTE |
| ### | SURF TRAVEL | PENSION | FRANCISCO ROSALES LAINEZ | MONTAÑITA | 0994904860 | mariaperl40@yahoo.com | CALLE ELOY ALFARO Y 10 DE AGOSTO |
| ### | SURFING INN | HOSTAL | MARIA CHUQUIMARCA | MONTAÑITA | 0994904860 | mariaperl40@ | CALLE 10 DE AGOSTO Y JAVIER LEDESMA, DIAGONAL A LA CANCHA DE FUTBOL |
| ### | HOTEL SOTAVENTO | HOTEL | MILTON TARQUINO MENA GALLARDO | MONTAÑITA | 0993025229 /042807432 | aribon-mosa@live | EL CAMPO A 100 METROS DFEL MONUMENTO SURFISTA |
| ### | SOLO VIDA | RESTAURANTE | JORGE GEOVANNY ALBUJA VINUEZA | MONTAÑITA | 959546220 | | CALLE 10 DE AGOSTO Y VICENTE ROCAFUERTE A LA DE |
| ### | SAPA INKA | CASA DE HUESPEDES | DANNY XAVIER MATAMOROS VELEZ | MONTAÑITA | *0983163601 | danny_xmv007@hotmail.com | PRIMERA IZQUIERDA 1 DERACHA Y LUEGOLAQUIERDA |
| ### | SANTO CIELO GRAN BAR | BAR | MARTIN FACUNDO KLARIC PEREZ | MONTAÑITA | *09342354789 | klaricomartin@hotmail.com | CALLA VICENTE ROCAFUERTE Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | SELINA MONTAÑITA | HOSTAL | SELINAMONTA S.A. | MONTAÑITA | | | COMUNA MONTAÑITA |
| ### | SELINA MAJAGUA | HOSTAL | SELINAMONTA S.A. | MONTAÑITA | 042060039 | selinamonta@hotmail.com | COMUNA MONTAÑITA |

| | | | | | | | |
|-----|-----------------|-------------|---|-----------|--------------------------|--|--|
| ### | TABUBA | HOTEL | ARECIO ARMIJOS ARMIJOS | MONTAÑITA | | | AV. LUIS ROSALLES GUIDO CHIRIBOGA S/N |
| ### | TABUBA MALECON | HOSTAL | ARMIJOS ENCARNACION JORGE DANIEL | MONTAÑITA | | | MONTAÑITA CALLE MALECÓN |
| ### | TAPAS | BAR | ANA RAMONA SPERIUS | MONTAÑITA | 0988921000 | alabanda@masculi up.com | CALLA /COCTELES BAJO HOTEL OLYMPUS |
| ### | TAVARUA | PENSION | VELARDE MOLINA PACO | MONTAÑITA | | | RUTA SPONDYLIZ PASANDO EL PUENTE |
| ### | THE ATTIC | BAR | VALENCIA ANGULO WILSON | MONTAÑITA | 087967006 | sin correo electrónico | CALLE COCTELES Y AVENIDA TERCERA |
| ### | TERRA NOVA | HOSTAL | GISELA HERDOIZA MORAN | MONTAÑITA | 0993340442 | bobbybell7777@g mail.com | FRENTE AL HOSTAL EL PUENTE |
| ### | THAI CONNECTION | RESTAURANTE | FISCHER MARKUS HELMUT | MONTAÑITA | 985379914 | www.montañita.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE FRENTE A LA ESTACIÓN DE TAXIS MONTAÑISOL |
| ### | THE HEIGHTS | HOSTAL | HOTEÑBUENA VISTA MONTAÑITA BVMCA <u>C.A.</u> | MONTAÑITA | 0985379914 | | DIAGONAL A LA HOSTERIA MONTAÑITA ESTATE |
| ### | THE ROSES | HOSTAL | ELSA IRENE HERNANDEZ CALLE | MONTAÑITA | 042060133 | | BARRIO EL TIGRILLO PASANDO EL PUENTE- DERECHO |
| ### | TIBURON JR. | RESTAURANTE | EDWIN YAGUAL LIMON | MONTAÑITA | 0990256674 | | AV. ROCAFUERTE E 15 DE MARZO Y GUIDO CHIRIBOGA |
| ### | TIERRA MAR | HOSTAL | CAMPOS CRUZ CLAUDIA Y. | MONTAÑITA | 0990256674 | claudia.campos@ | EL TIGRILLO FRENTE A LAS BRISAS |
| ### | TIKI LIMBO | RESTAURANTE | FERNANDA SOLIS KROHLING | MONTAÑITA | 0993677086 0999540607 | ti@limbo@bitmail .com | C. GUIDO CHIRIBOGA Y2DA AVENIDA |
| ### | TIKI LIMBO | HOTEL | LORENZO TORRES GONZALEZ | MONTAÑITA | 0980740748 | lorenzo.torres@tiki limbo.com | C. GUIDO CHIRIBOGA Y2DA AVENIDA |
| ### | TRES PALMAS | PENSION | DAVID LAGERQUIST HEIN | MONTAÑITA | 0992434329 | wellington@tresa@ hotmail.com | PUNTA MONTAÑITA |

| | | | | | | | |
|-----|--------------------------|---|---|-----------|-------------|--|---|
| ### | TSUNAMI HOSTAL CABAÑA | HOSTAL | WELLINGTON SILVINO DE LA ROSA | MONTAÑITA | 0992434329 | | CALLE PRINCIPAL VIA EL ESTERO FRENTE AL HOTEL MONTAÑITA |
| ### | TURISPALMA C.A. | AGENCIA DE VIAJES | TURISPALMA S.A. ROGER PALMA | MONTAÑITA | 0901337772 | busapalmap@guil.com | GUIDO CHIRIBOGA FRENTE AL PARQUE |
| ### | TEKILA POOL BAR & DRINKS | BAR | BYRON ABEL PALMA PINARGOTE | MONTAÑITA | 0990913007 | arisfrosur@hotmail.com | GUIDO CHIRIBOGA Y VICENTE ROCAFUERTE |
| ### | TURISFROSUR CIA |  | CASTILLO ARAUZ ALBERTO | MONTAÑITA | | agencia@colinas.com | CALLE VICENTE ROCAFUERTE FRENTE A FARMACIA CRUZ AZUL |
| ### | THE WAVE | RESTAURANTE | HIDALGO PINCAY EDUARDO GUILLERMO | MONTAÑITA | *0989624992 | guilgo85@gmail.com | AV. VICENTE ROCAFUERTE Y 10 DE AGOSTO |
| ### | UMMAGUMMA | HOSTAL | PATRICIA COLINA NAVAS SILVA Y COLINA OPERACIONES TURISTICAS SURFTUBE S.A. | MONTAÑITA | | saldiviacolodoc@hotmail.com | VIA OLON A 200M ANTES DEL MONUMENTO AL SURFISTA |
| ### | THE LAZY PIRATE | HOSTAL | MC GANN CASEY SIOBHAN | MONTAÑITA | | | CALLE 10 DE AGOSTO, S/N. S/N |
| ### | YAKU | HOSTAL | JONATHAN LIOR SAMANIEGO RODRIGUEZ | MONTAÑITA | | sin correo electrónico | GUIDO CHIRIBOGA Y LUIS ROSALES |