



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO**

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

TÍTULO:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO DE LOS
SENDEROS: LAS CASCADAS Y PISCINAS NATURALES DE LA
COMUNA DOS MANGAS EN LA PARROQUIA MANGLARALTO,
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

AUTORA:

MAYRA ALEJANDRA ORTIZ MURRIETA

TUTOR:

LIC. JORGE RUIZ MURILLO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Propuesta de un plan de promoción turístico de los Senderos: Las Cascadas y Piscinas Naturales de la comuna dos mangas en la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena.	
AUTOR/ES: Mayra Alejandra Ortiz Murrieta	TUTOR: Lcdo. Jorge Ruiz Murillo
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	REVISORES:
CARRERA: Turismo y Hotelería	FACULTAD: Comunicación Social
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PÁGS: 107
TÍTULO OBTENIDO: Licenciada en Turismo y Hotelería	
PALABRAS CLAVE: Promoción, ecoturismo, Dos Mangas, senderos, naturaleza.	
RESUMEN:	
<p>Entre los diversos lugares turísticos que posee el Ecuador se encuentra la provincia de Santa Elena, que forma parte de la ruta del Spondylus y es reconocida por las hermosas playas que posee, pero esta provincia no es solo playa y sol, aquí también se puede disfrutar de otro tipo de turismo que lo podrá realizar en la comuna Dos Mangas.</p> <p>La comuna Dos Mangas tiene características especiales que permitirán desarrollar con eficacia el turismo, ubicada a 7 kilómetros de la parroquia Manglaralto, presenta un bosque húmedo debido a que está acentuada en la Cordillera Chongón Colonche, el ecoturismo se ha convertido en la principal actividad turística desarrollándose a través de los senderos que dirigen hacia las cascadas y las piscinas naturales, conocidos como Sendero Las cascadas y Sendero las Piscinas Naturales 'Pozaś, que son los principales atractivos turísticos con los que cuenta esta comuna.</p> <p>El propósito de realizar este proyecto nace por la experiencia de haber tenido la oportunidad de visitar la comuna Dos Mangas y en el mismo que se pudo presenciar que es un sitio desconocido por muchos turistas.</p> <p>Para realizar este trabajo de investigación se realizó un marco teórico analizando la historia del marketing entre otros temas, además aplicando técnicas y herramientas que facilitaron la ejecución de este proyecto.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORAS/ES:	Teléfono: 0989766252 E-mail: aleja.ortiz11@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lcdo. Jorge Ruiz Murillo
	Teléfono: 0999527380
	E-mail: joruzmuri_1985@hotmail.com

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido terminar con éxito esta etapa en mi vida y demostrarme que si uno se lo propone puede realizar grandes cosas en esta vida.

A mi familia que cuando pudieron no dudaron en aportar un granito de arena a mi enseñanza.

A esos amigos que no dudaron en brindarme su ayuda cuando tenía alguna duda, gracias por todo.

A mi tutor Lic. Jorge Ruiz por guiarme y brindarme sus conocimientos para el desarrollo de este proyecto.

DEDICATORIA

Primeramente al Creador de todas las cosas Dios, por darme las fuerzas y paciencia cuando creía que no tenía la capacidad suficiente para realizar este trabajo por ese motivo mi fe en él no decayó.

A mi tío JUAN MURRIETA que ha sido como un padre en estos 24 años de mi vida, sin su apoyo no hubiera logrado cumplir esta meta.

Muchas gracias a mi madre que me ayudó cuando pudo, así mismo a mi enamorado que ha sido un pilar fundamental estos últimos 7 años de mi vida.

APROBACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de tutor de trabajo de titulación nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, certifico: Que la Srta. Mayra Alejandra Ortiz Murrieta, ha realizado el trabajo de titulación “propuesta de un plan de promoción turístico de los senderos: Las Cascadas y Piscinas Naturales de la comuna Dos Mangas en la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena”, la cual he analizado aplicando las disposiciones institucionales por lo que autorizo a la mencionada egresada, produzca el documento definitivo y lo presente a las autoridades de la Universidad, y posteriormente proceda a la exposición de su contenido.

Considerándolo aprobado en su totalidad.

LCDO. JORGE RUIZ MURILLO
TUTOR HABILITADO POR LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CI. 0906279096

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

CERTIFICACIÓN DEL REVISOR GRAMATÓLOGO

Yo, Judith Genoveva Quelal Mora con C.I. 0919127324 en mi calidad de revisora gramatóloga, por medio de la presente, tengo a bien certificar que he leído el trabajo de titulación elaborado por MAYRA ALEJANDRA ORTIZ MURRIETA con C.I. 0930131057, autora responsable del proyecto denominado PROPUESTA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO DE LOS SENDEROS: LAS CASCADAS Y PISCINAS NATURALES DE LA COMUNA DOS MANGAS EN LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería.

El trabajo de investigación ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes, además cumple con los requisitos establecidos en la rúbrica de evaluación de trabajos de titulación aprobada por la comisión pertinente.

Guayaquil 19 de Septiembre del 2016

Atentamente,

Eco. Judith Genoveva Quelal Mora, MAE.

ACTA DE RESPONSABILIDAD

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual del mismo a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil”.

SRTA. MAYRA ALEJANDRA ORTIZ MURRIETA
C.I 0930131057

ÍNDICE

PRELIMINARES

AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
APROBACIÓN DE TUTOR	V
CERTIFICACIÓN DEL REVISOR GRAMATÓLOGO	VI
ACTA DE RESPONSABILIDAD	VII
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.2 Situación del conflicto	4
1.1.3 Alcance	4
1.1.4 Relevancia social	4
1.2 Delimitación del problema	5
1.3 Formulación del problema.....	5
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2 Objetivo específico.....	5
1.5 Objeto	5
1.6 Campo	5
1.7 Justificación	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN HISTÓRICA.....	7

2.1.1	Introducción al turismo.....	7
2.1.2	Turismo en el Ecuador.....	9
2.1.3	Generalidades históricas de la provincia de Santa Elena.....	10
2.1.4	Diagnóstico general de la comuna Dos Mangas.....	11
2.1.4.2	Ambiente.....	14
2.1.4.3	Límites de la comuna Dos Mangas.....	15
2.1.4.4	Ubicación geográfica.....	16
2.1.4.5	Aspectos demográficos.....	16
2.1.4.6	Zonificación del territorio de la comuna Dos Mangas.....	16
2.1.4.7	Tiempo de recorrido y capacidad de carga en los senderos de la comuna Dos Mangas.....	18
2.1.5	Historia del marketing.....	20
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	24
2.2.1	Turismo.....	24
2.2.2	Conciencia turística.....	26
2.2.3	Programa turístico.....	27
2.2.4	Guía de turismo.....	27
2.2.5	Tradición.....	27
2.2.6	Costumbre.....	28
2.2.7	Marketing turístico.....	28
2.2.8	Promoción turística.....	31
2.2.9	Importancia del marketing turístico.....	32
2.3	Fundamentación Legal.....	35
2.3.1	Constitución de la República del Ecuador, (2008).....	35
2.3.2	Ley de Turismo (2008).....	36
2.3.3	Reglamento De La Ley De Turismo.....	36
2.3.4	Ley De Gestión Ambiental, (2004).....	37

2.3.5 Plan Nacional Del Buen Vivir	38
2.3.6 Ley Forestal y De Conservación De Áreas Naturales y Vida Silvestre	39
2.4 Definición de términos.....	40
CAPÍTULO III	41
METODOLOGÍA.....	41
3.1 Tipos de la investigación.....	41
3.2 Métodos de Investigación	41
3.3 Métodos empíricos.....	42
3.4 Software que se utilizará	42
3.5 Población y muestra.....	42
CAPÍTULO IV	44
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	44
4.1 Análisis de las preguntas	44
4.2 Análisis de la observación realizada	58
CAPÍTULO V	60
PROPUESTA.....	60
5.1 Introducción	60
5.2 Objetivos	60
5.2.1 Objetivo general.....	60
5.2.2 Objetivos específicos	61
5.3 Justificación	61
5.4 Factibilidad de la propuesta	62
5.5 Plan de marketing	62
5.5.1 Análisis de la oferta y demanda.....	62
5.5.2 Perfil del visitante.....	63
5.5.3 FODA.....	64
5.5.4 Estrategias de promoción	65

5.5.4.1 Logo y Eslogan	65
5.5.5 Estrategias de difusión	66
5.5.5.1 Trípticos	67
5.5.5.2 Flyer informativo	68
5.5.5.3 Afiche publicitario	68
5.5.5.4 Gigantografía publicitaria	69
5.5.5.5 Tarjeta de presentación	69
5.5.5.6 Redes Sociales	70
Páginas de Facebook e Instagram	70
5.6.6 Artículos publicitarios	71
5.6.6.1 Isla de información	72
5.6.7 Actividad turística	73
5.6.7.1 Actividades turísticas ofertadas en la comuna Dos Mangas	73
5.6.7.1.1 Senderismo	73
5.6.7.1.2 Guianza	73
5.6.7.1.3 Cabalgata	73
5.6.7.1.4 Ciclismo de montaña	73
5.6.7.1.5 Fotografía	74
5.6.8 Recomendaciones para ingresar al sendero	74
5.6.9 Presupuesto para la promoción	75
5.6.9.1 Financiamiento del proyecto	75
CAPÍTULO VI	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
6.1 Conclusiones	76
6.2 Recomendaciones	77
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS	80

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Distribución del territorio	18
Cuadro N°2 Características generales de los senderos	18
Cuadro N°3: Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la comuna Dos Mangas en el año 2015.....	42
Cuadro N°4: Flora del Sendero Las Cascadas	58
Cuadro N°5: Flora del Sendero Piscinas Naturales "Pozas"	59
Cuadro N°6: Plan de marketing.....	62
Cuadro N°7: Segmentación.....	63
Cuadro N°8: FODA.....	64
Cuadro N°9: Medios	66
Cuadro N°11: Presupuesto general de ingresos	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Sexo de los encuestados	44
Tabla N°2: Rango de edades de los encuestados	45
Tabla N°3: Lugar de procedencia de las personas encuestadas	46
Tabla N°4: Conocimiento de los atractivos turísticos de la Ruta del Spondylus.....	47
Tabla N°5: Tipo de turismo que le agradaría realizar	48
Tabla N°6: Señalización hacia Dos Mangas	49
Tabla N°7: Ha visitado la comuna Dos Mangas	50
Tabla N°8: Le gustaría visitar	51
Tabla N°9: Atractivos turísticos que le gustaría recorrer	52
Tabla N°10: Actividades	53
Tabla N°11: Guía.....	54

Tabla N°12: Conocimiento de la promoción de los atractivos	55
Tabla N°13: Recomendación para la promoción de Dos Mangas	56
Tabla N°14: Plan de promoción turístico	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Sexo de los encuestados.....	44
Gráfico N°2: Rango de edades de los encuestados.....	45
Gráfico N°3: Lugar de procedencia de las personas encuestadas.....	46
Gráfico N°4: Conocimiento de los atractivos turísticos de la Ruta del Spondylus	47
Gráfico N°5: Tipo de turismo que le agradaría realizar	48
Gráfico N°6: Señalización hacia Dos Mangas	49
Gráfico N°7: Ha visitado la Comuna Dos Mangas.....	50
Gráfico N°8: Le gustaría visitar.....	51
Gráfico N°9: Atractivos turísticos que le gustaría recorrer.....	52
Gráfico N°10: Actividades	53
Gráfico N°11: Guía	54
Gráfico N°12: Conocimiento de la promoción de los atractivos.....	55
Gráfico N°13: Recomendación para la promoción de Dos Mangas	56
Gráfico N°14: Plan de promoción turístico	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Ubicación de la comuna Dos Mangas	16
Figura N°2: Cascada La Peligrosa	19
Figura N°3: Piscinas Naturales de Dos Mangas.....	20
Figura N°4 Población Económicamente Activa por provincia, año 2016.....	63

Figura N°5: Logotipo y eslogan	65
Figura N°6: Tríptico turístico.....	67
Figura N°7: Flyer	68
Figura N°8: Afiche publicitario	68
Figura N°9: Gigantografía publicitaria.....	69
Figura N°10: Tarjeta de presentación.....	69
Figura N°11: Facebook	70
Figura N°12: Instagram	70
Figura N°13: Camiseta	71
Figura N°14: Gorra	71
Figura N°15: Taza	72
Figura N°16: Isla turística	72

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N°1: Señalética en la carretera hacia Dos Mangas.....	83
Fotografía N°2: Centro de interpretación de Dos Mangas.....	83
Fotografía N°3: Señalética de bienvenida a la comuna.....	83
Fotografía N°4: Centro de interpretación.....	84
Fotografía N°5: Sendero de las cascadas.....	84
Fotografía N°6: Primera cascada	84

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice N° 1: Ficha de inventario de Atractivos N°1: Las cascadas, las piscinas naturales” Pozaś, Bosque seco húmedo tropical.....	85
Apéndice N° 2: Ficha de inventario de Atractivo N°2: Senderos de la comuna Dos Mangas.....	91

RESUMEN

Entre los diversos lugares turísticos que posee el Ecuador se encuentra la provincia de Santa Elena, que forma parte de la ruta del Spondylus y es reconocida por las hermosas playas que posee, pero esta provincia no es solo playa y sol, aquí también se puede disfrutar de otro tipo de turismo que lo podrá realizar en la comuna Dos Mangas.

La comuna Dos Mangas tiene características especiales que permitirán desarrollar con eficacia el turismo, ubicada a 7 kilómetros de la parroquia Manglaralto, presenta un bosque húmedo debido a que está acentuada en la Cordillera Chongón Colonche, el ecoturismo se ha convertido en la principal actividad turística desarrollándose a través de los senderos que dirigen hacia las cascadas y las piscinas naturales, conocidos como Sendero Las cascadas y Sendero las Piscinas Naturales Pozañ, que son los principales atractivos turísticos con los que cuenta esta comuna.

El propósito de realizar este proyecto nace por la experiencia de haber tenido la oportunidad de visitar la comuna Dos Mangas y en el mismo que se pudo presenciar que es un sitio desconocido por muchos turistas.

Para realizar este trabajo de investigación se realizó un marco teórico analizando la historia del marketing entre otros temas, además aplicando técnicas y herramientas que facilitaron la ejecución de este proyecto.

En el plan de promoción turístico se establecen diferentes estrategias para dar a conocer un punto turístico muy fascinante de esta provincia y así mejorar la afluencia de turistas a la comuna Dos Mangas y así que los beneficiarios directos sean los habitantes.

Palabras claves: Promoción, ecoturismo, Dos Mangas, senderos, naturaleza.

ABSTRACT

Among the various tourist attractions that Ecuador owns, is the province of Santa Elena, which is part of the route of Spondylus and is known for the beautiful beaches it has, but this province is not just beach and sun, here you can also enjoy another type of tourism that available in the Dos Mangas commune.

The Dos Mangas commune has special features that will effectively develop tourism, located 7 kilometers from the Manglaralto parish, presents a rainforest because it is located in the Cordillera Chongón Colonche, ecotourism has become the main tourism developing through the trails heading towards the waterfalls and natural pools, knowed as Sendero the waterfalls and Sendero natural pools "Pozas" which are the main tourist attractions that has this commune.

The purpose of this project is born from the experience of having had the opportunity to visit the Dos Mangas commune and at the same time we could witness it is an unknown place by many tourists.

To make this research a theoretical framework was made by analyzing the history of marketing among other topics, as well applying techniques and tools that facilitated the implementation of this project.

The importance of this plan for tourism promotion is best to position the commune Dos Mangas and thus provide a very fascinating tourist spot and that the direct beneficiaries are the inhabitants of the commune Dos Mangas.

Key words: Promotion, ecotourism, Dos Mangas, paths, nature.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación trata sobre la propuesta de un plan de promoción turístico de los senderos: Las Cascadas y Piscinas Naturales de la comuna Dos Mangas en la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, cuyo propósito es dar a conocer este lugar maravilloso para realizar ecoturismo, en esta comuna rodeada de un ambiente lleno de naturaleza, gente amable y hospitalaria.

El capítulo uno consta del planteamiento del problema, justificación, los objetivos además de aspectos relevantes de la comuna Dos Mangas.

En el segundo capítulo se detallan las referencias teóricas y conceptuales para fundamentar la investigación, además la base legal que es fundamental en un proyecto, el tercer capítulo consta de la metodología empleada en este trabajo.

En el cuarto capítulo se encontrara el análisis de resultados donde se demuestran estadísticamente las encuestas aplicadas a los turistas, en los resultados se reflejó que es necesario aplicar un plan de promoción turístico en la comuna Dos Mangas.

Posteriormente se diseñaron las estrategias para promocionar la comuna Dos Mangas, donde se destaca que colocando una isla de información durante los fines de semana en el Terminal Terrestre Sumpa con la alianza de un servicio de transporte y guía a la comuna Dos Mangas logrará cumplir el objetivo, seguido de un presupuesto para determinar los costos e ingresos del proyecto, finalmente se puntualizan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En el mundo existe una gran cantidad de atractivos naturales posicionados en el ámbito turístico gracias a su historia y a su belleza paisajística, son lugares donde la mano del hombre no ha intervenido para ser de estas zonas un sitio sinigual.

El Ecuador posee una inmensa gama de atractivos naturales para dar a conocer a los turistas, que destacan por su biodiversidad, cuando los turistas piensan en visitar Ecuador lo primero que se les viene a la mente son las Islas Galápagos y nuestro país es mucho más que eso, protagonizando uno de los destinos ricos en naturaleza en América del Sur.

Es por ello que Ecuador ha recibido algunos premios gracias al trabajo que han desempeñado el Ministerio de Turismo, en el 2015 fue elegido como el Destino Verde Líder de Sudamérica galardón concedido en los World Travel Awards. Estos reconocimientos corroboran que Ecuador sigue seduciendo al mundo con sus atractivos destinos turísticos.

En la provincia de Santa Elena recorriendo la Ruta del Spondylus se encuentra la parroquia Manglaralto y a 10 minutos de esta parroquia está ubicada la comuna Dos Mangas, un lugar lleno de naturaleza viva, donde sus habitantes se dedican a la agricultura, a la elaboración de artesanías a base de tagua y a la confección del sombrero de paja toquilla, en la actualidad desarrollan lo que es la actividad turística, apostándole al turismo sostenible conservando 2.480 hectáreas de bosque de 5.000 hectáreas que poseen en su territorio mediante un convenio con el MAE (Ministerio del Ambiente) desde el 2011.

En el año 1938 el ex Ministerio de Previsión Social aprobó la constitución legal a la comuna Dos Mangas y en el año 2011 la comuna fue

acreditada por el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) con el fin de recibir recursos para proveer infraestructura de riego y manejo adecuado de la producción con el objetivo de incrementar los ingresos de los agricultores (MAGAP, 2011).

Desde 1984 las mujeres de este hermoso lugar se dedican a elaborar las artesanías con los productos de la región, ellas han conformado una asociación desde el año 2000, son 34 las mujeres agrupadas a esta asociación.

El nombre de la comuna proviene a que antiguamente los moradores de la localidad llamaban a los Ríos MANGAS y por esta zona pasan dos riachuelos llamados Grande y Colín y es por este motivo que se llama así la comuna debido a los dos ríos. Dos Mangas ha enfocado su interés en el turismo, ya que con la elaboración de las artesanías no es suficiente para mejorar la calidad de vida de los comuneros.

Este lugar turístico cuenta con recursos naturales que podrían llegar a ser encantadores para los turistas, entre los recursos que posee el destino turístico cuenta con: cascadas, flora y fauna, bosque húmedo tropical. Para realizar el recorrido se han creado dos rutas que la podrán realizar en caminata o a caballo a través de los senderos llamados por los comuneros el sendero de las piscinas naturales " Pozañ llevando ese nombre por las 24 piscinas naturales que se hallan en la zona y en el otro sendero se observan las cascadas

Los senderos que llevan hacia las cascadas están rodeados de montaña debida que la zona está atravesada por la cordillera Chongón- Colonche. La comuna Dos Mangas a pesar de poseer los recursos naturales es poco conocida por los turistas nacionales debido a la escasa promoción turística, puesto que quienes pasan por la reconocida hoy en día como Ruta del Spondylus apenas se percatan de que existe este lugar. Los moradores de Dos Mangas manifiestan que el índice de turistas nacionales es bajo durante todo el año, la afluencia de turistas internacionales es mucho mayor.

Todos estos recursos son de gran aporte para el turismo sin embargo los habitantes de la provincia o de los alrededores de la zona desconocen que existe el lugar mencionado.

1.1.2 Situación del conflicto

La comuna Dos Mangas de la provincia de Santa Elena está enfocada en la actividad turística, sin embargo este lugar es desconocido por los habitantes de la misma provincia o a nivel nacional debido a la baja difusión de los recursos naturales que posee esta zona.

Por lo tanto conociendo que Dos Mangas es una alternativa con gran potencial turístico debido a la naturaleza que lo rodea y por formar parte de una de las provincias reconocidas turísticamente de la Costa Ecuatoriana.

1.1.3 Alcance

Este trabajo de investigación se enfoca hacia las actividades que se realizan en el turismo y el alcance de esta es involucrar a los diferentes actores que forman parte de la actividad turística como empresas operadoras, agencias, transporte, hosterías comunitarias entre otras y complementar el trabajo de investigación, lo que se pretende es generar un incremento de los turistas tanto nacionales como extranjeros y así que Dos Mangas pueda desplegarse en el ámbito turístico.

El trabajo de investigación servirá de ayuda para dar a conocer este sector del Ecuador y de esta manera cooperar al crecimiento de la actividad turística de la provincia y del país.

1.1.4 Relevancia social

Los beneficiarios directos con este trabajo de investigación serían los habitantes de la comuna Dos Mangas ya que se espera mejorar la economía del sitio mediante el gasto que generan los turistas.

1.2 Delimitación del problema

El problema se encuentra en la comuna Dos Mangas a siete kilómetros de la parroquia Manglaralto, en el cantón Santa Elena provincia de Santa Elena.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo influye un plan de promoción turístico de los senderos La Cascadas y Piscinas Naturales de la comuna Dos Mangas en las actividades socioeconómicas de esta comuna?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Elaborar un plan de promoción turístico de los senderos de la comuna Dos Mangas en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena.

1.4.2 Objetivo específico

- Fundamentar teóricamente las actividades turísticas que se realizan en los senderos de la comuna Dos Mangas.
- Recopilar información mediante métodos y metodologías que servirán para obtener un diagnóstico situacional de las actividades turísticas en la comuna Dos Mangas.
- Proponer un plan de promoción y difusión de los senderos turísticos de Dos Mangas.

1.5 Objeto

Plan de Promoción Turístico de los senderos de la comuna Dos Mangas.

1.6 Campo

Después de reconocer el objeto de estudio desarrollaremos un análisis de la oferta y demanda, estrategias de difusión, estrategias de artículos publicitarios que se llevará a cabo con un presupuesto, en la comuna Dos Mangas.

1.7 Justificación

El Ecuador posee destinos turísticos que resaltan ya sea por su gran biodiversidad o cultura, ubicados en los 4 mundos que posee nuestro país, (Costa, Sierra, Oriente y Galápagos). Es favorable que se realice actividad turística en cada uno de estos lugares para el crecimiento del turismo en el Ecuador, hoy en día la actividad turística se está realizando con mucha afluencia en el país lo que ha generado el crecimiento turístico en el Ecuador, lo que ha ayudado a este incremento turístico son las propuestas de promoción que se han ejecutado por parte del Ministerio de Turismo, una de ellas es la famosa campaña "All You Need Is Ecuador".

Algunos destinos que posee el país aún no han sido conocidos ni explotados turísticamente, debido a la deficiente promoción de los recursos que goza cada lugar y uno de estos lugares es la comuna Dos Mangas que se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto donde se efectuará este trabajo de investigación, destacando cada recurso que posee la comuna como la biodiversidad de flora y fauna, los senderos que guían hacia las cascadas y las piscinas naturales "Pozañ

En la visita de campo que realizaremos a la comuna se utilizarán métodos, técnicas e instrumentos que facilitarán información, lo que ayudará a obtener un diagnóstico situacional de los recursos naturales de Dos Mangas.

En base al análisis de los resultados será posible proponer un plan de promoción turístico para que aumente la demanda de turistas en la comuna y así que este sector tenga un realce importante y también mejore la situación económica de los habitantes de la población.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN HISTÓRICA

2.1.1 Introducción al turismo

Turismo, a lo largo de la historia el hombre ha estado siempre inquieto por viajar y conocer lugares nuevos, entre los motivos se puede destacar: trabajo, educación y esparcimiento. El hombre se enmarca en la necesidad de viajar a otro lugar que no sea el natal, sea por buscar comida o escapar del peligro, sin embargo, no son concebidas como turismo puesto que el hombre primitivo no las hacía por libre voluntad, sino por las circunstancias.

En la Edad Antigua las primeras manifestaciones del turismo se las pueden encontrar en los primeros viajes antiguos que se realizaron como conquista de otras tierras, Europa al denominarse continente viejo, muchos pobladores de Italia, Francia y Alemania salieron en busca de otras tierras con el objetivo de conquistar recursos naturales, vivir socializarse con nuevas formas de trabajo.**(Antón, 2013)**

El primer hombre reconocido como turista a causa de los viajes que emprendió fue Heródoto en los años 484 a 420 antes de Cristo, viajó a través de Grecia y como evidencia dejó sus libros.

En la literatura antigua los viajes eran identificados en la Eneida, La Ilíada y La Odisea. Los juegos olímpicos en Grecia (776 AC) desplazaban muchedumbres como recreaciones de los individuos y aún no se conocía como tal la palabra turismo, o más bien dicho no se la asociaba o identificaba como tal.**(Martínez, 2013)**

Posteriormente, los desplazamientos a otros lugares se fueron afianzando en la Edad Media, la conquista de nuevas tierras formaron desplazamientos en masa desde Europa a lo largo del continente, donde se produjo la famosa Guerra de las “Cruzadas”, esto dio lugar a un nuevo

dinamismo económico y comercial, abriendo rutas que antes no podían acceder con productos para el intercambio de bienes entre países.

A mitad del siglo XVI emerge en Italia el uso de coches y carrozas, posteriormente, en Alemania surge el coche de uso ligero llamado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.**(Basantes, 2013)**

En el siglo XX se desarrollan las líneas del ferrocarril, estas líneas ferroviarias unían a potencias mundiales como el continente europeo y Estados Unidos, para su comercialización de productos. Se comienza en esta época a construir museos, lo que ayuda también al flujo de visitantes a ciudades de gran movimiento económico, visitas que se daban no solo por trabajo sino por conocer estos sitios con galardonados monumentos que hacían sentir un gran interés turístico, regulados por horarios y precios en las entradas a estos eventos.

Y es allí donde nace la primera Agencia de Viajes, fundada por el señor Thomas Cook en 1841, quien estructuró una oficina que ofrecía servicios de viajes para conocer plazas, museos y esculturas, la función de esta agencia era ser mediadora entre la demanda identificada como el cliente y la oferta con servicios de transporte, hospedaje y otros atractivos.

Con el pasar de los años, se fueron afianzando las promociones de viajes internacionales en grandes compañías de ferrocarriles. Desarrollando tendencias de eventos deportivos, clubs y otras distracciones.

Luego, en el siglo XIX, con la Revolución Industrial surge el turismo como tal, específicamente gracias a la invención humana suscitada en el año 1903, se innova la aviación, se realiza el primer vuelo por los hermanos Wright, se abre la posibilidad de volar a otras rutas fuera de los países, inventando y volando el primer avión; y así se identifica en 1906 la operación otorgada por Alberto Santos Dumont, sobrevolando por primera vez los cielos, lo que da la pauta para llegar de una manera más rápida a sitios lejanos, abriendo los vuelos comerciales que hasta la actualidad son ejecutados.**(Secall, 2013)**

Sin embargo, con el primer vuelo realizado, surge un problema, el de conquistar tierras y recursos naturales en otros lugares y más no de irlos a visitar o trabajar como en el siglo anterior. Y es así, que en el siglo XX surge la primera guerra mundial enmarcada en los años 1914-1918.

En el año 1918 el turismo se recupera, que es el denominado período de la post guerra, sin embargo, luego de esa recuperación en el turismo, vuelve a caer en 1929 a causa de La Gran Depresión, es necesario recordar que la mayoría de vuelos y sitios turísticos se dan en las grandes potencias como Estados Unidos y países europeos.

El transporte marítimo se establece como único medio transcontinental. Entre los barcos podemos mencionar: El Lusitania, Mauritania, Titanic, entre otros. Son las navegaciones que comienzan a forjar rutas a lo largo del Mediterráneo y cruceros con rutas turísticas identificados en dos clases sociales, servicios para la clase alta y servicios para la clase baja. Este factor en esa época era visto y analizado desde una perspectiva discriminatoria, sin embargo, las personas querían viajar y llegar a nuevos sitios.**(Esquerra, 2013)**

En cuanto al transporte terrestre se destacan los vehículos a vapor, que fueron sustituidos por los de combustión interna ayudando a esta invención Henry Ford. En ese sentido, el turista tenía la capacidad de elegir qué ruta tomar y en qué transporte viajar.

2.1.2 Turismo en el Ecuador

Siguiendo con la misma temática de la historia del turismo, se hace referencia a la historia del turismo en el Ecuador, esta actividad ha sido desarrollada desde la época de la República, los gobiernos nacionales se preocuparon por crear cuerpos legales para el beneficio del turismo.

En ese sentido, el primer cuerpo legal en beneficio del turismo fue desarrollado por el Dr. Isidro Ayora en 1930, donde permitía el ingreso de viajeros al país y establecía la facultad a la administración pública para que mediante las delegaciones diplomáticas se realice la promoción e información turística del país.

En 1935, en el gobierno administrado por el Gral. Alberto Enríquez Gallo, se promulgó la Ley exterior denominada la Ley de Turismo, este cuerpo legal consistía en otorgar un carnet turístico, el cual era un documento que identificaba el ingreso de las personas al país.**(Ballesteros, 2013)**

La Dirección de Turismo (DITURIS) la cual era la responsable de la promoción de los recursos turísticos, funcionaba como dependencia del Ministerio de Economía durante el gobierno de José María Velasco Ibarra (1952-1956) se efectuaron campañas publicitarias internas e internacionales, pero por la limitación en capital disminuyeron la gestión de esta.

En ese sentido, se ha venido impulsando la identidad cultural, religiosa y educativa para el turismo nacional y exterior, a Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad, a Galápagos como candidata para las siete maravillas del mundo y a Guayaquil como la Perla del Pacífico, son lugares que atraen divisas para el movimiento económico nacional.**(Prieto, 2013)**

2.1.3 Generalidades históricas de la provincia de Santa Elena

Uno de los lugares que ha ayudado a la atracción de flujos turísticos es el de la playa, entre ellos se destaca la historia que ha tenido la actual provincia de Santa Elena, esta comenzó gracias a que los pescadores han visto en este lado de la costa un modo de supervivencia además de la pesca.

Este modo o actividad económica empezó en el siglo XIX, y tuvo su apogeo en el siglo XX donde migraban los pescadores de toda la Costa y Sierra a obtener el producto en las barcas pesqueras de la provincia de Santa Elena.

Esta migración se concentró luego en un modo de comercializar el pescado y los mariscos a ciudades grandes como Guayaquil, un puerto que acoge diversos productos para su consumo interno y donde Santa Elena se fue afianzando más y reconociéndose a nivel local por los habitantes del Ecuador.

Todos estos factores hicieron que las autoridades gubernamentales se preocupen para atraer turistas a las playas de Santa Elena. En ese sentido, se fueron creando publicidades, que ayudaron a conocer sitios destacados como

La Chocolatera, Playa Mar Bravo, Playa Ayangue, Manglaralto y Malecón de la Libertad.

La Chocolatera se encuentra ubicada en la Base Naval de Salinas, es la punta más saliente de la provincia, donde se encuentran dos corrientes marinas, las cuales producen un choque de olas que golpean fuertemente a las rocas y se realiza un efecto consistente y viscoso similar al del chocolate, sumado a que los rayos del sol penetran en el agua y provocan el arco iris.

Otro de los atractivos turísticos es la Playa de Mar Bravo, donde lo ideal es visitarla a las 18h00 donde revientan las olas y levantan una majestuosa brisa y rocío, acompañado del ocaso del sol es una hora magnífica para visitar dicha playa.

La Playa de Ayangue, es otro de los puntos a visitar en la provincia de Santa Elena, se encuentra ubicada en una bahía en forma de herradura. Esta playa es conocida por sus aguas claras y tibias, los arrecifes de coral virgen y el encanto de una pequeña ciudad, donde se puede bucear, contemplar lo profundo del mar, hasta 40 metros, se encuentran algas, peces, tiburones y ballenas.(Mera, 2014)

Manglaralto es una población pesquera de gran belleza natural, su extensa playa está rodeada por verdes palmeras que ponen el toque exótico al paisaje. Sus hermosas playas, crean un ambiente adecuado para el descanso y la tranquilidad.

El Malecón de la Libertad no sólo cuenta con una gran concurrencia durante todo el día, pues en la noche la afluencia de turistas es intensa, aquello ha generado que se lo califique como el primer balneario nocturno del país.

2.1.4 Diagnóstico general de la comuna Dos Mangas

2.1.4.1 Generalidades históricas

Otro de los atractivos en Santa Elena son sus comunas, entre las que se destacan como tema de estudio la comuna de Dos Mangas, la cual se encuentra ubicada en Manglaralto en la provincia de Santa Elena.

Este nombre es dado ya que está en las leyes vigentes que una comuna debe contar con una cantidad de más de 60 personas, esta puede estar constituida en la zona rural o urbana, por lo tanto lo correcto es comuna, muchas personas también le llaman caserío, barrio, comunidad, entre otros pero no es lo mismo.

Este tipo de asentamientos llamados comunas se rigen por la Ley de Organización y Régimen de Comunas, estos deben tener personería jurídica y además las administra el Ministerio de Agricultura y Ganadería, todo este marco de leyes y registros legales y permitidos por la ley tiene la finalidad que los pueblos más vulnerables y de poco desarrollo puedan cumplir con sus derechos.

Estos pueblos han podido desarrollarse a través de agrupaciones para la adquisición de bienes que se han comprado en conjunto y que es para uso de todos los habitantes de estas comunidades.

Si se organizan de manera adecuada pueden tener federaciones provinciales, desde luego si existen más de 20 comunas para poder formarse, existe la máxima autoridad que es denominado cabildo, todos los reglamentos y demás disposiciones se deben enmarcar en las leyes de comunas.

La comuna o comunidad es nombrada así siempre que sea una organización social y de carácter étnico, tiene además mucha estabilidad ya que son muy unidos debido a la poca cantidad de gente, por lo que al momento de decidir se ponen de acuerdo con facilidad, son unidades sociopolíticas.

Estas son muy productivas, estas tienen derechos especiales con una población con bases urbanas **(Marcos cita a Alvares 2004)**.

En este tipo de agrupaciones o asentamientos se considera mucho la opinión de los más viejos o las creencias de sus antepasados y además la descendencia, también la manera de agruparse para ayudarse tiene su propia identidad.

Dado esto, las comunas para poder desarrollarse de manera conjunta y adecuada toman en cuenta mucho la historia, de esta manera crecen en el presente y en el futuro.

El título de comuna es el nombre que se le da cuando ya han cumplido una serie de requisitos que se necesitan para ser comuna, por ello tienen reconocimiento legal frente a otras agrupaciones y que además un valor importante que se reconoce es la cultura ancestral que tienen.

Tiene además un poder que puede ser político, ya que todas sus decisiones son de acuerdo a opinión de todos en reuniones o asambleas donde llegan a un acuerdo, son elegidos por votación.

La comuna de Dos Mangas hizo un Plan de Desarrollo Comunitario entre marzo y abril de 2008 como parte del apoyo de la Fundación Natura y el Proyecto de Conservación y Reforestación de la Cordillera Chongón Colonche.

Este asentamiento que luego se denomina comuna de Dos Mangas, empezó a formarse a finales del siglo 19 por el año 1899. Según relato de Don Marcelino Guale, que así se ha transmitido de generación en generación. La actual comuna se asentó hace 1 km más atrás.

Entre los primeros apellidos que se asentaron en esta zona están los: Panchana, Tigrero y Gonzales, todos estos individuos llegaron hasta la zona de Manglaralto a trabajar en una hacienda que se dedicaba a la producción de caña de azúcar, panela y un jugo llamado guarapo, este lugar tenía el nombre de "El Refugio".

Los Panchana tomaron la iniciativa de irse hasta lo alto del río donde están actualmente asentados y es desde ahí donde se unen 2 brazos de ríos; el nombre manga se da debido a que a los brazos de ríos se les llaman mangas de ríos. Esta zona era muy productiva, es por esto que llegaron de varios pueblos a vivir en esta comuna.

En estos lugares existían muchas lluvias, esto causaba que se inundaran con mucha rapidez, eran épocas muy complejas para poder sacar sus productos, lo debían hacer en balsas construidas por ellos mismos.

Todo este tipo de problemas hizo que emigraran, alejándose de este lugar y comenzaron a asentarse en el sitio que actualmente se lo conoce como “Dos Mangas” y así se formaran las familias.

En 1938 se declara como comuna con el nombre de Dos Mangas.

En el año 1938 mediante acuerdo, se declara a Dos Mangas como comuna y el primer presidente fue el Sr. Pedro Pablo Gonzales Malavé. El deporte es el que ha motivado la organización más antigua de la comuna, con el club deportivo “Once estrellas” que se fundó en 1968 y aún se mantiene.

2.1.4.2 Ambiente

En todo el sector el producto que más se destacaba era la madera que es considerada de buena calidad, como el guayacán, cedro, entre otros. También existían animales como el tigre, jaguar, guanta y demás.

Por el año 1980 comenzaron a cortar indiscriminadamente los árboles y los comercializaban, sumado a que cazaban los animales silvestres, es por esto que en la actualidad no existen ya estos animales.

Anteriormente se cultivaba paja toquilla que hasta el día de hoy se mantiene un poco de ese cultivo, se lo puede admirar cuando uno recorre los senderos. Para referirnos a los servicios básicos, se puede decir que anteriormente los habitantes hacían sus necesidades en el monte o al aire libre sin ningún sitio destinado a esto, simplemente lo hacían en cualquier lugar, de esta forma eliminaban sus excrementos.

Lo mismo sucedía con el uso del agua, se la recogía de los ríos pero había que hacerlo muy temprano a las 3 de la mañana, ya que si se lo hacían más tarde todos los animales ensuciaban el agua y esta agua recogida era usada para la comida.

Según Marcelino Guale, 24 de marzo del 2008, la luz que ocupaban las casas era fabricada por ellos mismos y se conformaban de tarros con mecha de cera de panal de abeja, en esas épocas eran bien complicadas las cosas.

Otro punto es la educación y la salud, la educación no existía, esto hacía que los dirigentes no sepan ni leer ni escribir, esto sucedió hasta que se le da el nombre de comuna, es entonces cuando construyen la primera escuela. En esos momentos unos cuantos adultos se preocuparon por lo menos de escribir el nombre y aprender a firmar.

Esta escuela funcionaba en una casa de caña, donde se contrataba un profesor y era solo por un determinado tiempo y desde entonces solo tres arreglos le han hecho hasta ahora.

Debido al permanente contacto con los campos, la principal causa de enfermedad era la mordida de culebra que era asistida por un curandero y de forma natural con plantas medicinales, el señor Guale era quien se ocupaba de esto además de los partos de las mujeres. En los años 80 se consigue crear un centro de salud que fue formado por el Seguro Social Campesino.

Otro punto es la economía de este pueblo, en su mayoría se dedicaban al cultivo, como es esta la siembra de plátano, cacao, limón, piña, café entre otros, estos eran productos que daba la zona ya que el clima y el agua les permitía cosechar estos productos; en la cacería, era la guanta. La tagua y la paja toquilla son productos que también cosechaban y tenían buen precio en el mercado.

Al no tener una preparación adecuada, no comercializaban sus productos con buenas ganancias, siendo aprovechados muchas veces por los intermediarios. Esto ha hecho que esta comuna no tenga un desarrollo integral debido a la falta de educación, que han tenido.

2.1.4.3 Límites de la comuna Dos Mangas

Limita al norte con la comunidad de Olón, al sur con las comunidades de Libertador Bolívar, San Antonio y Cadeate, al este con las comunidades de Marco Eloy Vallejo (más conocida como Las Delicias) y el Mono Bravo, y al oeste con Manglaralto y Pajiza. La superficie total de la comunidad es de 4879,57 hectáreas.

2.1.4.4 Ubicación geográfica

La comuna Dos Mangas está ubicada a siete kilómetros de la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena de la provincia Santa Elena.

Figura N°1: Ubicación de la comuna Dos Mangas



Fuente: Revista digital (Salinas Paraíso Azul, 2016)

2.1.4.5 Aspectos demográficos

Dos Mangas está conformada por 239 familias, con un total de 877 habitantes, distribuidas en 204 viviendas. El promedio de integrantes por familia es de 5 personas. (INEC 2010)

2.1.4.6 Zonificación del territorio de la comuna Dos Mangas

El Plan de Manejo Integral (PMI) de la Comuna Dos Mangas (CDM) es un instrumento técnico-legal para la gestión de su territorio. Fue elaborado por la comuna con la asistencia técnica (AT) del Proyecto USAID Costas y Bosques Sostenibles, y presentado al Ministerio del Ambiente el 12 de abril del 2013 y aprobado por esta entidad el 03 de junio del 2013, a continuación se presenta un extracto de este documento:

Zona de restauración

Esta zona está destinada para regeneración natural y/o repoblación forestal. Las acciones a cumplirse serán decididas por la asamblea general de socios de la comuna.

Zona de aprovechamiento forestal

La comuna no hará aprovechamiento maderero en el bosque primario o secundario, en tanto, no haya recuperado áreas que ahora son matorrales. La propuesta es restaurar el bosque mediante el manejo de regeneración natural y el enriquecimiento, para a futuro

extraer o cosechar madera. Únicamente se podrá aprovechar árboles relictos o caídos naturalmente que se demuestren bajo informe técnico que provengan de potreros o de plantaciones forestales.

Sin embargo, sí se aprovecharán productos diferentes de la madera, como la tagua, el cade y la caña (guadua). Para ello deben aplicarse criterios de manejo desarrollados por la misma comuna con la asistencia técnica de proyectos.

Zona de protección permanente

La comuna decidió dedicar el 57,27% de su territorio a la protección a través del Programa Socio Bosque. El convenio, firmado con el Ministerio del Ambiente, establece la responsabilidad de la comuna para proteger por 20 años esas áreas. Por otro lado, también se protegen las riberas de los ríos y pendientes a partir de 110% de pendiente para evitar la degradación del terreno o el arrastre de material pétreo. Como parte de la zona de protección constan el río Dos Mangas, las nacientes del río Culebras, río Pajiza, río Salinas, quebrada la Liza, estero Flores Amarillas, y sus afluentes, donde se protegen franjas de hasta 10 metros de ancho a cada margen como mínimo.

En esta zona, la comuna, realiza actividades de turismo. Los visitantes varían según la época del año. En la época cálida, llega gente del sur del continente americano y del país; mientras en época fría, es visitada principalmente por europeos.

Zona para otros usos

En esta zona la comuna realiza actividades para mejorar los cultivos y los pastizales: en el primer caso, hay una serie de buenas prácticas, tales como el uso de bioles, prácticas de siembra (cultivos en callejones, siembra contra pendiente, etc.), manejo (ej. aplicación de podas) y cosecha, montaje de sistemas de riego (ej. riego por goteo) que se aplican para mejorar la productividad.

En el segundo caso, se puede agregar a los pastizales especies arbóreas y/o arbustivas para producción de leña, forraje y mejoramiento del suelo; también, se pueden incorporar mejores pastos y mejores prácticas de manejo de los mismos pastos y de los animales. Para tal efecto, la comuna gestiona proyectos para conseguir el apoyo ante organismos estatales o privados.

Zona para Conversión Legal

Según la norma, en un predio se puede convertir hasta el 30% del bosque a otras formas de uso. Al año 2013, la comunidad ya tenía un 26,5% en cultivos, pastos y centros poblados; además, poseía un

11,4% de matorrales en recuperación; es decir, ya había superado el porcentaje permitido de conversión. En ese contexto, la comunidad decidió dejar para la recuperación las áreas de matorrales.

Cuadro N°1: Distribución del territorio

Distribucion del territorio de Dos Mangas			
Zonas de uso	Manejo	Área	%
Restauración	Restauracion pasiva y activa de vegetación	565,9	11,4
Aprovechamiento forestal	Enriquecimiento forestal	188,05	3,8
Protección permanente	Protección bajo el programa Socio Bosque, Turismo orientado a la naturaleza	2840,9	57,3
	Protección de recursos de agua y pendientes fuertes	50,5	1
Otros usos	Aplicación de prácticas para el manejo de pastos y animales. Aplicación de buenas prácticas agrícolas	1278,8	26,1
Conversión legal	Asentamientos humanos	21,6	0,4
TOTAL		4945,8	100

2.1.4.7 Tiempo de recorrido y capacidad de carga en los senderos de la comuna Dos Mangas.

La consultora Turidee es una empresa que brinda soluciones técnicas, quienes realizaron el Estudio para la adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de las comunas la Entrada, Salanguillo, Dos Mangas, Loma Alta, Sinchal y Sacachún del producto “ruta del Spondylus”.

El objetivo de este proyecto es señalar y adecuar los senderos para poder brindar a los turistas productos de calidad en la zona, donde la capacidad que se considera es:

Cuadro N°2 Características generales de los senderos

	SENDERO LAS CASCADAS	SENDERO PISCINAS NATURALES “POZAS”
Longitud	4.352 metros	3.800metros
Ancho	2.95 metros	3.05 metros
Tiempo de recorrido	5 horas	4 horas
Capacidad de carga	15 personas	15 personas

Elaboración: Propia **Fuente:** (Consultora Turidee, 2008)

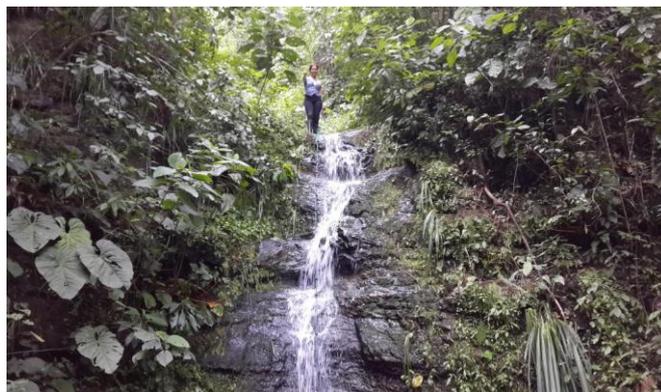
Característica del sendero Las Cascadas

El sendero Las Cascadas tiene una extensión de 4.352 m., tipo de suelo es arcilloso y pedregoso durante el trayecto se pueden observar cultivos de Paja Toquilla y Caña Guadua, materia prima con las que confeccionan sus artesanías. Al cabo de 2 horas de caminata encontrará la encantadora cascada La Peligrosa, principal atractivo de la comuna Dos Mangas, que puede llegar a medir en épocas de lluvia entre 18 y 20 metros de altura.

Flora del sendero la Cascada

- Pechiche
- Caimito
- Caña Guadua
- Cojojo
- Heliconias
- Zorrilla
- Paja Toquilla

Figura N°2: Cascada La Peligrosa



Fuente: Ecuavisa

Característica del Sendero las Piscinas Naturales ~ Pozañ

Este sendero cuenta con una extensión de 3,800 m., tipo de suelo arcilloso, con 90 minutos de caminata encontrará el encanto este lugar y es llamado así por las 24 piscinas naturales que se pueden observar en el bosque,

la más grande cuenta con 4 metros de profundidad formadas naturalmente, estas piscinas naturales "Pozaš" contienen estalactitas y estalagmitas. Si usted decide escalar todas estas piscinas naturales "Pozaš" va a encontrar un mirador con una espectacular vista del valle de la comuna Dos Mangas.

Flora del Sendero de las piscinas naturales

- Palmito

Figura N°3: Piscinas Naturales de Dos Mangas



Fuente: Propia

2.1.5 Historia del marketing

Abordar la historia del marketing es un tanto complejo debido a la perplejidad de los acontecimientos que han ido ocurriendo a lo largo del tiempo. En ese sentido, HubSpot ha publicado una infografía en la que recopila los primordiales acontecimientos en la historia del marketing a partir del año 1450 hasta la actualidad. **(Galí, 2013, pág. 36)**

Desde el año 1450 hasta 1900 se la conoce o identifica como el período donde apareció la publicidad impresa. En el año 1450 Gutenberg inventó la imprenta, que servía en aquel entonces para reproducir volúmenes de revistas o escritos que hacían los altos funcionarios públicos, y es donde se permite una reproducción masiva de textos impresos, y es por primera vez donde un ciudadano contaba con un folleto en la mano o periódico con tinta impresa.

En ese sentido en 1473 y siguiendo la misma línea de impresiones, las revistas toman fuerza como los medios de comunicación, ya que era el único

medio escrito que se sustentaba gracias a las empresas comerciales y bancarias que aglutinaban este negocio. **(Bello, 2011, pág. 39)**

En Estados Unidos, la primera revista publicada fue en Filadelfia en el año 1741. Y para el año 1839, los posters se hacen muy populares, debido a sus grandes diseños, sin embargo, fueron restringidos en Londres debido a que algunos de ellos enviaban mensajes no acordes a la época.

En el período 1920-1949, se lo conoce como la emergencia de los nuevos medios. En 1922, empieza la publicidad radiofónica. En 1933, la mitad de Estados Unidos cuenta con aparatos receptores de radio en sus hogares; y si se compara con 1921, la proporción era del 0%. **(Merino, 2012, pág. 125)**

Luego de este proceso, hay que destacar la participación que tuvo la televisión en la fase del desarrollo del marketing a nivel mundial. Para esto, en el año de 1910, se logra un avance televisivo, descartando los procesos mecánicos que se utilizaban en aquel entonces, se implementó un nuevo sistema, que era el de captación de ondas sonoras, totalmente electrónicas. Y es para 1925 que John Logie Baird experimentó la utilización de dos discos, que los denominó emisor y receptor, teniendo un total éxito en el invento, haciendo la primera prueba televisiva en 1936 en Inglaterra y en 1930 se realiza en Estados Unidos.

Gracias a este gran logro, en 1941 se abre el auge de la publicidad televisiva, el primer spot para Bulvova Clocks llega a 4.000 aparatos de televisión. **(Marqueta, 2012, pág. 27)**

Tras la segunda guerra mundial, los inicios de paz y los acuerdos comerciales, en 1946 surge la dependencia del teléfono en más del 50% de los hogares en Estados Unidos.

Luego se analiza el período comprendido entre 1950 y 1972, denominado como el florecimiento del marketing.

En 1954, los ingresos derivados de la publicidad televisiva superan por primera vez los procedentes de los anuncios en la radio y en las revistas, estos medios de comunicación estaban atestados de campañas publicitarias y

propagandas de descuentos que las empresas grandes gestionaban para hacer llegar a todos los habitantes de los diversos estados, ya que ellos eran familiares de los propios dueños de radios y revistas en aquella época.

A partir de 1954, emerge el telemarketing como técnica común de las marcas para transmitir las al consumidor final. Sin embargo, en 1972 se satura el mercado del marketing televisivo, se agota la fórmula del outbound marketing, tras el cierre de la revista Life después de 36 años y el colapso de Time Inc., como consecuencia del aglutinamiento de la competencia en la televisión entre otros factores. **(Kotler P. , 2013, pág. 132)**

Luego de este gran declive, se destaca la era digital en el período de 1973 a 1994, el 3 de abril de 1973, Martín Cooper, investigador de Motorola, realiza la primera llamada telefónica a través de un teléfono celular, abriendo la pauta de una comunicación más avanzada, donde se podían enlazar desde un automóvil o hablar caminando.

En 1981, IBM lanza su primer ordenador personal, gracias a este avance se pudieron tecnificar las ideas y ordenarlas en un computador, se empezó a capacitar a los ciudadanos para este uso.

Tres años después en 1984, Apple presenta el nuevo Macintosh en un spot emitido durante la Super Bowl. El anuncio tuvo un costo de 900.000 dólares y llegó al 46,4% de los hogares estadounidenses. **(Monferrer, 2013)**

Luego de este gran avance tecnológico, nuevamente la publicidad y el marketing toman fuerza y es con la tecnología que se abre la era de las impresiones, el nuevo boom en 1985, los ingresos derivados de la publicidad en periódicos llegaron a los 25.000 millones de dólares.

Entre 1990 y 1994, se producen importantes avances en la tecnología 2G, que sentarían las bases de la futura explosión de la televisión móvil y es aquí en este período donde la televisión desplaza al periódico que inicialmente había tomado fuerza. Entre 1990 y 1998, se produce el primer caso de spam comercial a través del comercio electrónico.

En el período 1995 y 2002, conocido como la burbuja del punto com. Abriendo la era del Yahoo y AltaVista, lanzando al mercado motores de búsqueda en 1995, eran buscadores rápidos con velocidad 2G. En 1997, Ask.com hace lo propio con un buscador con la misma velocidad, abriendo así la guerra de competencias por buscadores.

Sin embargo, a pesar de esta guerra por los buscadores electrónicos, en 1995, solamente el 0,4% de la población mundial utiliza estos medios y sube en diciembre de 1997 al 1,7% de personas que ya empiezan a utilizar estos buscadores.

En 1998, aparece Google y MSN y lanzan nuevos motores de búsqueda. En el año 2000, el mercado tiene PPC/Adword. Cinco años después, en el año 2005, se crea la plataforma Google Analytics.

En 1998 también surge Brad Fitzpatrick, Evan Williams y MegHourihan, pioneros del concepto blogging. En 1999, apenas hay unos pocos blogs. Luego, a mitad del año 2006, se contabilizan ya 50 millones de blogs a nivel mundial, la gente subía blogs en felicitaciones al nuevo avance que ha tenido el mundo en la era digital, la gente se hacía seguidora y comentaban estos logros. Finalmente, la burbuja punto com estalla definitivamente el 10 de marzo del año 2010. **(Bello, 2011)**

En el período 2003 al 2012, denominada como la era del inbound marketing. En el año 2003, se firma la primera Ley anti spam en Estados Unidos.

El logro de las redes sociales para estar conectados y comunicados fue abismal, entre 2003 y 2004, se lanzan tres redes sociales: LinkedIn, MySpace y Facebook. De esta manera se posesiona en el mercado el marketing constituyéndose como ciencia y arte.

En el año 2005, Google inicia las búsquedas personalizadas, basadas en el historial de búsquedas del internauta. Google lanza una nueva versión de Google Analytics en noviembre de 2005. **(Esquerra, 2013)**

En el año 2006, se lanza Twitter. Amazon alcanza unas ventas de 10.000 millones de dólares en el año 2006. Sólo tres años después, en el año 2009, ingresaron 25.000 millones de dólares.

En el año 2009 Google lanza búsquedas en tiempo real y en el año 2010, el 90% de los emails son spam, correos no deseados con fines publicitarios, las empresas hacen llegar dichos correos a las personas con el fin de captarlos y poder vender sus productos, estas estrategias se presentan hasta la actualidad, dichas ideas se introducen en la mente del consumidor final.

Finalmente en los años 2014 y 2015 se digitaliza el marketing donde existen videos online y las compras que se realizan por dicha vía, los usuarios la mayor parte de su tiempo pasan conectados al internet como medio de ayuda para cubrir sus necesidades, haciendo de este un mercado para transar bienes y servicios, en tiempo real.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Turismo

Para el desarrollo de la fundamentación teórica, se plantean diversos conceptos que engloban el tema del turismo, sin embargo, antes de identificar dichos conceptos, se procede a definir el turismo propiamente dicho.

De acuerdo a la UNESCO, en su informe anual de planificación turística, define al turismo como el medio o factor intangible e inmaterial que satisface una necesidad, entiéndase por necesidad aquella carencia de orden fisiológico que experimenta un individuo, la sensación de que algo hace falta. Esta necesidad que posee el hombre de moverse, visitar y transportarse por diversos motivos sean estos, económicos, sociales y laborales.

Ese patrimonio intangible enmarca la necesidad de corte cultural y folclórico en el ser humano de conocer su tradición y costumbre enmarcada por su origen, desde que nació, se vio en la necesidad de descubrir e investigar nuevos rumbos.

Las tradiciones que busca el ser humano son transmitidas de generación en generación, mediante gestos o de forma oral, estas señas como lenguaje universal han ayudado a la comunicación ente pueblos y hace más fácil que se desarrolle el turismo como tal.

Por otro lado, va aglutinado de las diversas actividades que se desarrollan en los pueblos de acuerdo a sus costumbres, tales como: bailes, conmemoraciones, celebraciones, festividades, entre otras. Estas fechas que son incluso recordadas en el calendario romano, ayudan a que estos pueblos atraigan cada vez más a las personas de diferente país, o región.

Diversa clase de música, baile y gastronomía exótica son el complemento para fortalecer el turismo en cada lugar sea nacional o internacional.

En ese sentido, toda cultura está marcada por una tradición, un antecedente, una costumbre que fue arraigándose en los pueblos y se incrementó con el pasar del tiempo, formando de esta manera parte de nuestro entorno y es donde se marcan también las clases sociales, es decir, la clase trabajadora u obrera y la clase rica o capitalista.

En el Ecuador se arraiga la tradición turística del folclor nacional, es decir, actividades y fechas que no pasan de moda, sino que se actualizan en cada generación, ayudando así a la apertura de nuevos adeptos que hacen incrementar el turismo nacional.

Sin embargo, en Ecuador también se destaca la clase capitalista o rica, donde esas costumbres no pasan de moda, aunque se realice en un grupo seleccionado y discriminatorio, es relevante señalarlas como efecto de estudio.

Estas dos clases surgieron debido a que el hombre posee en sus genes la necesidad de migrar y conocer nuevos lugares, sitios libres, de esparcimiento y relajamiento, donde existe la oportunidad de considerar esta actividad como turismo.

En ese sentido, Jafari en su análisis realizado por el turismo, identifica al hombre como el ser más inquieto y sensible a las vulnerabilidades de cambio,

de tipo ambiental, económico o político, el cual responde a dichas tendencias, satisfaciéndose con viajes de conocimiento y esparcimiento. **(Jafari, 2013, p.6).**

Siguiendo en la misma línea se cita a San Martín García, que sostiene que el turismo aglutina diversos factores, entre los cuales el primordial es el ingreso, un turista es considerado como aquella persona que posee ingresos medios, es decir, aparte de cubrir con sus ingresos necesidades básicas como la alimentación, el transporte y la vivienda, posee una capacidad de ahorro que la destina a conocer nuevos lugares, es decir, viaja y conoce. **(San Martín García, 2013, p.38).**

San Martín García identifica la percepción de que el turista es una persona que posee recursos económicos altos, es decir, posee capacidad de ahorro, tiene un extra destinado como fondo de esparcimiento o lujo para divertirse y conocer.

En esa misma línea opina Ryan, evaluando que el turismo es simplemente un medio en el cual las personas buscan satisfacerse psicológicamente. **(Ryan, 2011 p.42).** Identificado más como bienestar social e individual, relajarse, esparcirse y conocer.

Finalmente, se puede citar a la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde sostiene que el turismo son diversas actividades que realizan los viajeros, con el objetivo de conocer nuevos lugares, sin quedarse permanentemente en ellos, sea por diversos propósitos o razones **(OMT, 2012).**

Esto ha hecho que el turismo sea una fuente inagotable de recursos económicos, ya que el turista solo está por un instante y en ese momento es donde debe el dueño de casa acogerlo de la mejor manera para que él pueda regresar y lo que es mejor recomendar a otro.

2.2.2 Conciencia turística

La conciencia turística marca el hecho de las actitudes que tienen los individuos frente al deseo de conocer un lugar determinado, el cual es

analizado como un servicio brindado, como medio de hospitalidad, alimentación y transporte.

Los diversos atractivos que posee Santa Elena, deben de proporcionarse con el mejor rigor posible, en cuanto a un servicio de calidad, siendo educado y amable, la conciencia turística debe estar arraigada en todos los habitantes de la provincia, esa cortesía y ayuda al turista.

2.2.3 Programa turístico

Un programa turístico es una descripción gráfica y teórica donde se promocionan las diversas actividades que se desarrollarán en un determinado lugar debido a sus fiestas o conmemoración específica en el calendario.

Es todo folleto promocional que tiene como objetivo orientar al turista y encaminarlo a los mejores sitios turísticos, ubicarlo en tiempo y espacio, que es recomendable esté presentado al menos en el idioma inglés y español, con el objetivo de atraer los turistas a los lugares que conmemoran las celebraciones.

2.2.4 Guía de turismo

El guía es la persona estudiada y capacitada que promueve, enseña y explica los antecedentes de los diversos lugares, sus orígenes y su cultura al grupo de turistas que están dispuestos a conocer y empaparse de los conocimientos de esta persona.

El guía está en la obligación de enseñar en varios idiomas, por lo general lo hacen en español y lo traducen en inglés, en Santa Elena, todos los habitantes que viven en la provincia colaboran como guías turísticos, especialmente con los extranjeros que no conocen lugares atractivos o restaurantes u hoteles, de esta forma todas las personas realizan turismo en la provincia.

2.2.5 Tradición

Es el traslado comunicativo de alguna noticia o cultura, doctrina o adepto, de una persona a otra, por lo general la tradición es aplicable dentro de las familias.

La tradición es una manera de actuar y conmemorar alguna fecha, en la cual se recuerda un nacimiento, triunfo o muerte de alguna persona especial, o probablemente el surgimiento, o creación de algún monumento o institución que ayuda a la atracción de nuevos turistas. Enmarcado en el hábito de vida de las personas, se adapta a la forma de ser de las personas, a una actividad repetitiva que se arraiga en el pueblo.

2.2.6 Costumbre

Es la actitud o modo de desenvolverse establecido por la tradición, es decir, es el accionar repetitivo de alguna actividad, enmarcado por reglas sociales económicas y políticas que ayudan a que se transmitan a las personas, cumpliendo los regímenes establecidos por la ley.

La costumbre arrastra desde nuestros ancestros, las enseñanzas y doctrinas del pasado, son acogidas por la nueva generación, con el objetivo de conmemorar algo, sea lugar o individuo.

Todos estos conceptos aborda el turista como tal y es el turista la persona que tiene la tradición y las costumbres en sus raíces, en su manera de obrar y actuar, esa inquietud por conocer diversos lugares.

Esto es reflejado ahora con los viajes, el no saber con qué se puede encontrar la aventura, en fin son todas estas situaciones que hacen que se disfrute de un viaje.

2.2.7 Marketing turístico

El marketing turístico es una de las herramientas del marketing, el cual influye diversos factores que desarrollan las instituciones para comunicar los méritos de sus productos, promocionar los servicios y compartirlos.

De acuerdo con **Patricio Bonta**, autor del libro Marketing y Publicidad, define al marketing turístico como el conjunto de factores que integran un plan anual y que deben alcanzar los objetivos planteados.

El Marketing turístico es el especializado en esta área exclusiva del turismo es decir que está relacionado con los sitios turísticos, con la finalidad

de volverlos atractivos como es el caso de hoteles, restaurantes, playas o montañas y demás atractivos relacionados con turismo.

Cabe mencionar que no es lo mismo hablar de marketing de turismo que marketing de destino ya que el de turismo se encarga mediante el uso de métodos y estrategias a promocionar no solo el sitio como tal sino además de la promoción de hoteles, restaurantes, discotecas o todo lo relacionado a los de esta área, se puede decir que se encarga de la promoción de toda área que sirve como recreación y diversión para beneficio del turismo.

Según Santesmases (2005) Mientras que el marketing de destino se encarga solo de vender sitios turísticos es decir el lugar mas no las bondades del sitio, por esto es importante destacar que no es lo mismo ya que el marketing de turismo es el conjunto de todo un paquete turístico que incluyen los sitios y destaca los beneficios o atributos del sitio.

Según Kotler (2004) explica que una de las estrategias de marketing de turismo sería el uso de temas que se vuelven una fuente inagotable para poder hacerlos atractivos a los sitios y estos son el uso de palabras y como se los relacionan por ejemplo, playa, descanso, hotel, distracción, normalmente esta unión de palabras se vuelven claves a la hora de promocionar un sitio turístico para que así sea atractivo al consumidor.

Este juego de palabras envuelve al cliente en un mundo alejado del diario vivir, ya que lo hace soñar con unos días de aventura y descanso.

Este uso de palabras también va a ser direccionado dependiendo a qué tipo de personas va a ir dirigido, es decir va a depender de las edades a quienes se les promociona el sitio.

Esta fusión entre marketing y turismo se vuelve de gran importancia ya que el marketing es clave a la hora de vender sitios turísticos y el turismo se lo crea haciendo de una manera llamativa una estructura del sitio donde se va a promocionar.

Para poder crear estas promociones se debe conocer perfectamente la tenencia del mercado para así tener métodos y estrategias que sean eficientes a la hora de promocionar un sitio turístico.

Esto además va a depender mucho de las necesidades y deseos del público al que va dirigida la promoción o marketing turístico, esta es una forma esencial a la hora de atraer clientes ya que con las promociones y estrategias también se le crea la necesidad pero como se explicó va muy ligado a qué tipo de público va dirigida la promoción.

Otra de las estrategias que se puede utilizar son las imágenes del país o zona que se va a publicar para que sean estas llamativas y novedosas a la vista del consumidor.

Sobre todo debe ser beneficiosa para que con ello pueda atraer a la gente, al tiempo que se muestra un aire de accesibilidad, comodidad y placer.

Según Payne (2009) explica que esta combinación de marketing y turismo son las que van a determinar la cantidad de clientes que se pueda tener ya que se promociona un sitio turístico a la vez que se extiende la promoción de hoteles y demás lugares y no solo se promociona el destino como un marketing de destino sino además el sitio como tal, con todos sus beneficios.

Según Rufín Moreno (2004), señala que la idea del intercambio es reconocida en cualquier lugar como el centro de las actividades de investigación de marketing.

Se puede decir que la respuesta y el desarrollo de todas las empresas es centrarse en saber cuáles son las necesidades y deseos de las personas para así poder llegar a los clientes.

Se debe tomar en cuenta el equilibrio en tres factores fundamentales antes de hacer una promoción de marketing para el público y estos son los siguientes:

- La utilidad de la compañía o empresa para la cual se labora.
- Satisfacer las necesidades del cliente ya que son deseos que tienen.

Estos dos factores son los que ayudarán a tener una correcta estrategia de marketing, debido a que se trabajan en los dos factores fundamentales para un correcto desarrollo.

Como ideas fundamentales tenemos cuatro ideas muy importantes que hacen que el concepto académico del marketing se complemente.

- Saber dónde va dirigido el marketing es una planeación de la empresa.
- Tomar la correcta decisión respecto a producto, precio, comunicación y distribución.
- El marketing no solo va enfocado a las utilidades económicas sino a la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente y los objetivos de las empresas deben estar ligados de tal manera que se puedan ambos desarrollar y lograr.

2.2.8 Promoción turística

La institución que está en la capacidad de promocionar el turismo es el Ministerio de Cultura del Ecuador, aunque parezca contradictorio el marketing que se coloca es con el objetivo de atraer visitantes nuevos para que conozcan las costumbres y la cultura de los pueblos nacionales. Entre ellos está Santa Elena y sus comunas.

“Que, el Ministerio de Cultura mediante Acuerdo Ministerial nº 135-2010 de 14 de julio del 2010, expide el reglamento de auspicios que asigna esta cartera de Estado para actividades culturales, cuyo objeto es conceder auspicios en favor de personas naturales, jurídicas, organizaciones sociales y comunitarias, establecidas en el Ecuador, o en el exterior de nacionalidad ecuatoriana, que en razón de sus actividades culturales y de gestión en el área cultural requieran del apoyo ministerial para realizarlas, desarrollarlas, fomentarlas y difundirlas en razón de que dichas actividades sean prioritarias en el marco de las políticas institucionales” (Ministerio de Cultura del Ecuador, 2011, p.94)

Se puede decir que la promoción del turismo es una aplicación de conceptos de marketing que van ligados con las características del producto y la comunicación.

En sí lo que se puede decir es que las características son parte de las promociones turísticas, hay que destacar las ventajas que se obtienen al tener que optar por algún sitio o lugar de destino.

Según Manuel Blanco (2001) la promoción no es solo económica sino también de placer es decir descanso, comodidad, accesibilidad y variedad, sin dejar de lado la promoción económica que también es importante más aún si hay facilidades de pago.

Conociendo todas las características de los sitios y lugares donde se va a hospedar en sí, es un conjunto de características que se deben promocionar para hacerlo novedoso y atractivo.

Esta promoción turística que ya tiene claras las características del sitio, puede comenzar a promocionar, es decir comenzar a comunicar y lo puede hacer mediante cadenas televisivas o de radio.

También prensa escrita, **según Bigné (2000)** en la actualidad el medio de comunicación más usado es el internet, se encuentra una gama grande de promociones turísticas.

Según Kaplan y Norton (2002) esta promoción turística es parte del marketing y que se la debe elaborar de la mejor manera ya que siendo una estrategia de marketing es sin duda la más importante, es por esto que para poder realizar bien una promoción se deben estudiar diversos factores que influyen al momento de tomar una decisión.

Es por esto que antes de hacer una promoción se toman en cuenta los diversos factores como son el estudio de mercado, que incluye el estudio a las personas que va a ser dirigido y el sitio, así se puede determinar cómo se va a estructurar una promoción.

Es decir se puede hacer una segmentación de un cierto grupo de clientes que pueden sentirse satisfechos con las promociones que se brinda de esta manera se cumple con el objetivo que es entender la necesidad del cliente para así poderlo satisfacer.

2.2.9 Importancia del marketing turístico

Todos los países tienen recursos naturales y comerciales los cuales deben ser explotados para que los mismos generen ingresos de divisas, no solamente para que personas de otros países conozcan los sitios, sino también

para aumentar los recursos económicos. De ahí parte la importancia de planear un marketing turístico en los sitios de mayor atractivo.

El marketing específico es una pieza fundamental de la industria turística para generar negocio y oportunidades. Para sensibilizar, motivar, convencer y poner en boca de los potenciales usuarios, visitantes o viajeros cada uno de los valores de un alojamiento o un destino en el mapa.

El marketing turístico pone en contacto a quienes desean una experiencia en otro lugar con quienes pueden proporcionarla profesionalmente.

Se puede decir que en estos momentos el marketing está inmerso en todos los productos y servicios que hoy en día existen y que están a simple vista, entre estos productos se puede mencionar al turismo que se ha dado cuenta que el marketing es una herramienta fundamental para poder ayudar a que los clientes demanden más y así levantar el negocio a través del tiempo.

Según Kenny y Marshall (2000) dentro de todo este marketing se encuentra un gran aliado que es la tecnología, este instrumento ha servido para poder difundir al turismo y dar a conocer sus promociones a través del internet, con las páginas web y redes sociales se han fortalecido en la actualidad, convirtiéndose en uno de los medios más poderosos que tiene el marketing para dar a conocer sus promociones.

Todos estos apoyos que tiene el marketing para poder comunicar, sumado a la tecnología que avanza de manera más rápida, han permitido que el cliente se enamore ya que el turista busca las comodidades más adecuadas para tener un buen viaje, por lo que la competencia se torna cada vez más dura y tienen que sobresalir entre ellos, para que el mejor sea quien capte más clientes.

Sin embargo todo va evolucionando con el paso del tiempo, ya que mediante la comunicación de boca a boca se comunicaba la gente y la gente solo viajaba a lugares donde otros turistas habían ido, ahora este boca a boca ha sido fomentado a través de la tecnología como son las redes sociales en

forma de una guía, la cual la otra persona lo puede tomar como buena o mala y esta es de gran ayuda al momento de decidir.

Se puede decir además que por estar en un medio de internet las diversas empresas turísticas se han enfrentado a muchas críticas ya que cualquiera puede dar su opinión frente a un viaje realizado, las empresas que se muestran en los portales web deben estar atentos a los malos comentarios y corregirlos de manera eficiente.

Es por esto que las empresas turísticas que usan como medio de difusión a la tecnología deben cuidarse no solo al momento en que venden un paquete turístico sino también en el momento que el turista comienza a viajar y empiezan sus días de vacaciones, ya que de estos comentarios que tengan los turistas va a depender mucho que puedan atraer a más clientes, es por esto que se deben de cuidar de los malos comentarios, porque lo que el cliente va a hacer que decida no van a ser las promociones que se puedan ofrecer sino los comentarios de cómo se sintieron los otros viajeros.

Esto es muy complejo, ya que hay que tener mucho cuidado porque si bien es cierto en comentarios o gustos no son iguales todos, ya que lo que les gusta a unos no puede ser del agrado de otros, es por esto que las empresas turísticas tratan de llegar a un punto de equilibrio y en su mayoría se preocupan por satisfacer las necesidades de un nicho seleccionado.

Este trabajo es de todos los días y no se lo consigue de un momento para otro, ya que en el mundo del turismo es muy complicado mantenerse en el medio, es por esto que las empresas turísticas han visto en el marketing una herramienta que ayudara a conquistar a muchos clientes, el marketing junto a la tecnología han podido acompañar al viajero a cualquier parte donde vayan, siendo como un mapa virtual para poder ir donde quieran.

2.3 Fundamentación Legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador, (2008)

Título I

Elementos Constitutivos del Estado

Capítulo Primero

Art. 4.- El territorio del Ecuador constituye una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales. Este territorio comprende el espacio continental y marítimo, las islas adyacentes, el mar territorial, el Archipiélago de Galápagos, el suelo, la plataforma submarina, el subsuelo y el espacio supra yacente continental, insular y marítimo. Sus límites son los determinados por los tratados vigentes. El territorio del Ecuador es inalienable, irreductible e inviolable. Nadie atentará contra la unidad territorial ni fomentará la secesión.

Título II

Derechos

Capítulo Primero

Principios de aplicación de los derechos

Art. 10.- Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.

Sección segunda

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

2.3.2 Ley de Turismo (2008)

Capítulo I

Generalidades

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Así mismo en el Capítulo VII, De los incentivos y beneficios en generales

2.3.3 Reglamento De La Ley De Turismo

Capítulo I Ministerio De Turismo

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes.

9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.

Título Cuarto El Fondo De Promoción Turística

Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.

2.3.4 Ley De Gestión Ambiental, (2004)

Capítulo III De Los Mecanismos De Participación Social

Art. 28.-Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.

El incumplimiento del proceso de consulta al que se refiere el artículo 88 de la Constitución Política de la República tornará inejecutable la actividad de que se trate y será causal de nulidad de los contratos respectivos.

2.3.5 Plan Nacional Del Buen Vivir

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

Comprometido con el Buen Vivir de la población, el Estado asume sus responsabilidades con la naturaleza. Asimismo, desde el principio de corresponsabilidad social, las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, los diversos sectores privados, sociales, comunitarios y la población en general, deben cuidar y proteger la naturaleza.

Políticas y lineamientos estratégicos

7.2. Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios

a. Fortalecer el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, y otras formas de conservación basadas en la gestión integral y participativa y la seguridad territorial de los paisajes terrestres, acuáticos y marinos, para que contribuyan al mantenimiento de su estructura, funciones, ciclos naturales y evolutivos, asegurando el flujo y la provisión de servicios ambientales.

g. Reconocer, respetar y promover los conocimientos y saberes ancestrales, las innovaciones y las prácticas tradicionales sustentables de las comunidades, pueblos y nacionalidades, para fortalecer la conservación y el uso sustentable de la biodiversidad, con su participación plena y efectiva.

j. Impulsar incentivos y tecnología apropiada para la conservación de la naturaleza, sus bosques, zonas de nacimiento y recarga de agua y otros ecosistemas frágiles, enfocados en particular en las comunidades y los individuos más dependientes del patrimonio natural para su sobrevivencia.

7.3. Consolidar la gestión sostenible de los bosques, enmarcada en el modelo de gobernanza forestal.

a. Desarrollar actividades de forestación, reforestación y revegetación con especies nativas y adaptadas a las zonas afectadas por procesos de deforestación, degradación, fragmentación, erosión, desertificación e incendios forestales.

f. Fortalecer el sistema de información forestal y promover la investigación para identificar y cuantificar el patrimonio forestal como base para la toma de decisiones respecto a su conservación y manejo.

2.3.6 Ley Forestal y De Conservación De Áreas Naturales y Vida Silvestre

Capítulo IV De las Tierras Forestales y los Bosques de Propiedad Privada

Art. 9.- Entiéndese por tierras forestales aquellas que por sus condiciones naturales, ubicación, o por no ser aptas para la explotación agropecuaria, deben ser destinadas al cultivo de especies maderables y arbustivas, a la conservación de la vegetación protectora, inclusive la herbácea y la que así se considere mediante estudios de clasificación de suelos, de conformidad con los requerimientos de interés público y de conservación del medio ambiente.

Art. 12.- Los propietarios de tierras forestales, especialmente las asociaciones, cooperativas, comunas y otras entidades constituidas por agricultores directos, recibirán del Estado asistencia técnica y crediticia para el establecimiento y manejo de nuevos bosques.

Capítulo VII Del Control y Movilización De Productos Forestales

Art. 43.- El Ministerio del Ambiente supervigilará todas las etapas primarias de producción, tenencia, aprovechamiento y comercialización de materias primas forestales. Igual supervigilancia realizará respecto de la flora y fauna silvestres.

2.4 Definición de términos

Actividad turística.- Según Atles (1993) se clasifica de acuerdo al propósito del viaje y con qué fin se lo realice porque cada modalidad turística abarca una gama de actividades para realizar.

Demanda turística.- Según Martínez y Domínguez (2000) grupo de turistas que adquieren bienes y servicios en un destino turístico determinado.

Esparcimiento.- según Pérez (2003) es el entretenimiento para descansar y relajarse de las actividades cotidianas o de las preocupaciones.

Piscinas naturales.- Rodríguez (2011) manifiesta que las piscinas naturales son aquellas que no tienen ni un tipo de productos químicos, solo están compuestas por agua natural.

Potencial turístico.-Maass (2009) indica que es necesario hacer un análisis para determinar la valoración de los recursos con los que cuenta, para desplegarse turísticamente.

Recursos culturales.- Montero (2010) aclara que los recursos culturales son elementos que generan desplazamiento de turistas con perspectivas culturales, mostrando la historia y el desarrollo de un lugar específico.

Recursos naturales.- Ramírez (1992) nombra que los recursos naturales son todos aquellos componentes que la naturaleza brinda al hombre para su diversión, como por ejemplo (Ríos, bosques, playas, montañas) entre otros y todos estos elementos pueden ser utilizados como recursos turísticos.

Senderos.- Morales (1992) indica que un sendero es un espacio o camino reducido que permite caminar por un área determinada y los senderos son las mejores alternativas para gozar de un área protegida.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipos de la investigación

Bibliográfica.- Se aplica este tipo de investigación, ya que se acudió a libros de bibliotecas, revistas, periódicos y documentos electrónicos (internet) para recopilar información, analizarla y así respaldar la investigación en la comuna Dos Mangas.

De campo.- Se aplica este tipo de investigación porque permite obtener información concreta, datos primarios sobre el problema mediante la observación, además tener un contacto directo con las personas involucradas de la comuna Dos Mangas.

Descriptiva.- Se usó la investigación descriptiva para indicar las características y las condiciones en que se encuentra la comuna, además de dar a conocer las costumbres y los atractivos naturales con que cuenta la zona.

3.2 Métodos de Investigación

Método deductivo- inductivo.- Este método permitió que se analizaran datos generales de la investigación y así poder llegar hasta lo particular aplicando una encuesta para verificar la hipótesis o la teoría de la deficiente difusión turística que existe en la comuna Dos Mangas.

Método analítico – sintético.- Consiste en separar las partes del todo para analizarlas y con este resultado realizar un análisis, el análisis incluye solucionar todas las partes que lo conforman.

Método histórico – lógico.- Este método sirvió para verificar la información bibliográfica sobre la historia de la comunidad y de los orígenes del turismo hasta la actualidad.

3.3 Métodos empíricos

Observación.- Mediante este método se podrá determinar las falencias que tiene la comuna Dos Mangas además observar con qué recursos cuenta la comuna para ejercer la actividad turística.

Encuesta.- Se aplicó la encuesta a los turistas que llegan a Salinas para obtener información útil a través de preguntas cerradas.

3.4 Software que se utilizará

Para el análisis de los resultados de forma detallada fue necesaria la utilización de Microsoft Office con más herramientas como Excel y Word.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Se tomó en cuenta el registro del año 2015, de los visitantes que llegaron a la comuna, en el mes de agosto con 202 visitantes, septiembre con 200 y octubre con 300 visitantes entre turistas nacionales y extranjeros con un total de 702 visitantes. Esta información se obtuvo del registro que llevan los encargados del Centro de Interpretación de Dos Mangas.

Cuadro N°3: Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la comuna Dos Mangas en el año 2015

Meses	Visitantes
Agosto	202
Septiembre	200
Octubre	300
Total	702

Fuente: Centro de Interpretación de Dos Mangas.

3.5.2 Muestra

Se trabajó con una fórmula finita que permitió el desarrollo de la encuesta.

Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q}{\frac{(N - 1) E^2 + PQ}{Z^2}}$$

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de éxito = 0,5

Q = Probabilidad de fracaso $1 - P = 0,5$

PQ = Constante de la varianza poblacional (0,25)

N = Tamaño de la población = 702 visitantes

E = Error máximo admisible (al 5%)

z = Coeficiente de corrección del error (1,96)

$$n = \frac{(702) (0,25)}{\frac{(702 - 1) (0,05)^2 + 0,25}{(1,96)^2}}$$

$$n = \frac{175,5}{\frac{(701) (0,0025) + 0,25}{(3,8416)}}$$

$$n = \frac{175,5}{\frac{1,7525 + 0,25}{3,8416}}$$

$$n = \frac{175,5}{0,456190 + 0,25}$$

$$n = \frac{175,5}{0,70619}$$

n= 248,516

n = 249 encuestas

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de las preguntas

Encuesta a los turistas de Salinas

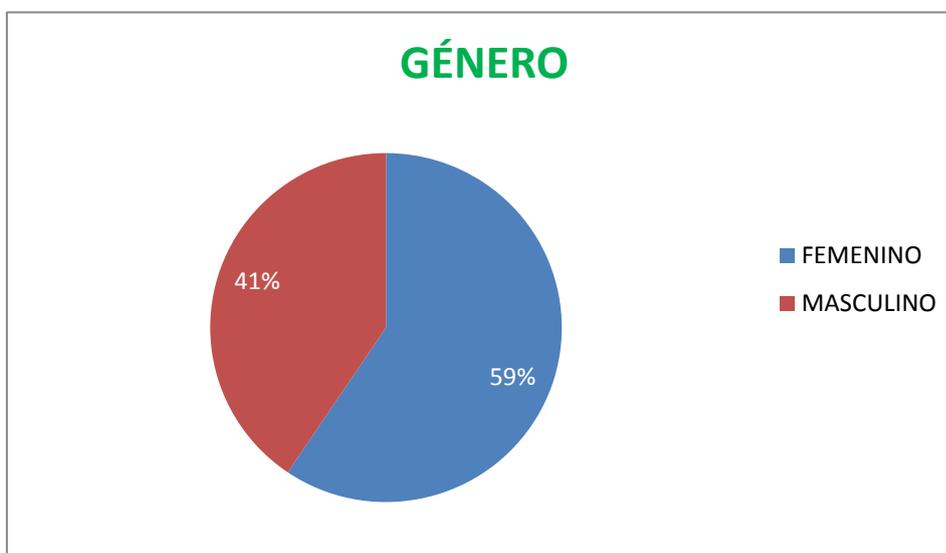
Posteriormente de haber realizado la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados.

A. Género

Tabla N°1: Sexo de los encuestados

GÉNERO	TOTAL	%
FEMENINO	148	59%
MASCULINO	101	41%
	249	100%

Gráfico N°1: Sexo de los encuestados



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

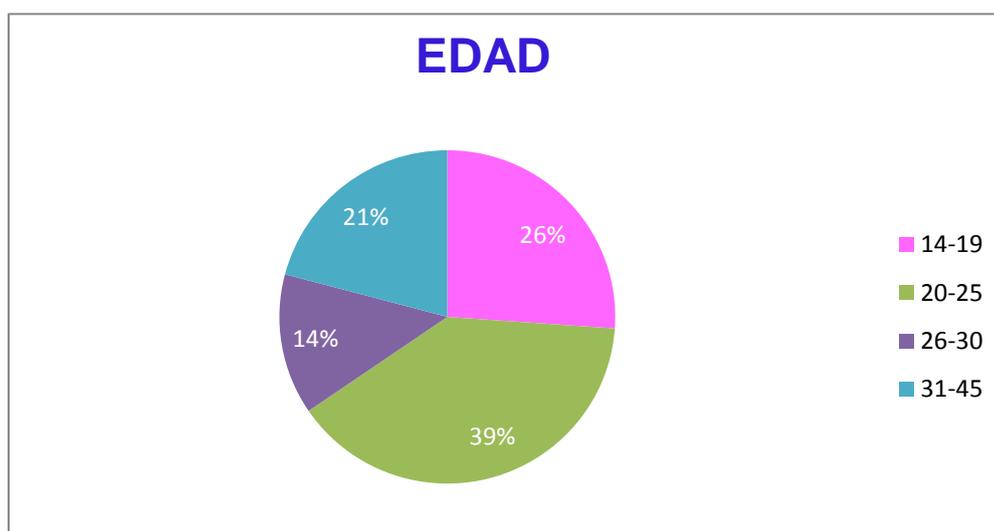
En el gráfico podemos observar que la mayoría de los encuestados representan al género femenino con un 59% seguido de un 41% del género masculino.

B. EDAD

Tabla N°2: Rango de edades de los encuestados

Edades	Encuestados	%
20-25	98	39%
14-19	65	26%
31-45	52	21%
26-30	34	14%
	249	100%

Gráfico N°2: Rango de edades de los encuestados



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

De acuerdo a los datos recopilados se puede apreciar que en el rango de edades de 20 a 25 años representa el porcentaje más alto con un 39%, ya que a esta edad es donde a los jóvenes le da interés de viajar y conocer lugares nuevos, entre las edades de 14 a 19 años hay un 26%, luego viene un 21% que pertenece a las edades de 31 a 45 años y finalmente culminando con el 14% en el rango de 26 a 30 años.

C. RESIDENCIA

Tabla N°3: Lugar de procedencia de las personas encuestadas

Provincia	Encuestados	%
Guayas	200	80%
Santa Elena	15	6%
Manabí	16	7%
Otras provincias	18	7%
	249	100%

Gráfico N°3: Lugar de procedencia de las personas encuestadas



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 80% de los encuestados proceden de la provincia de Guayas, el 7% de Manabí, el 6% de Santa Elena y el 7% de otras provincias.

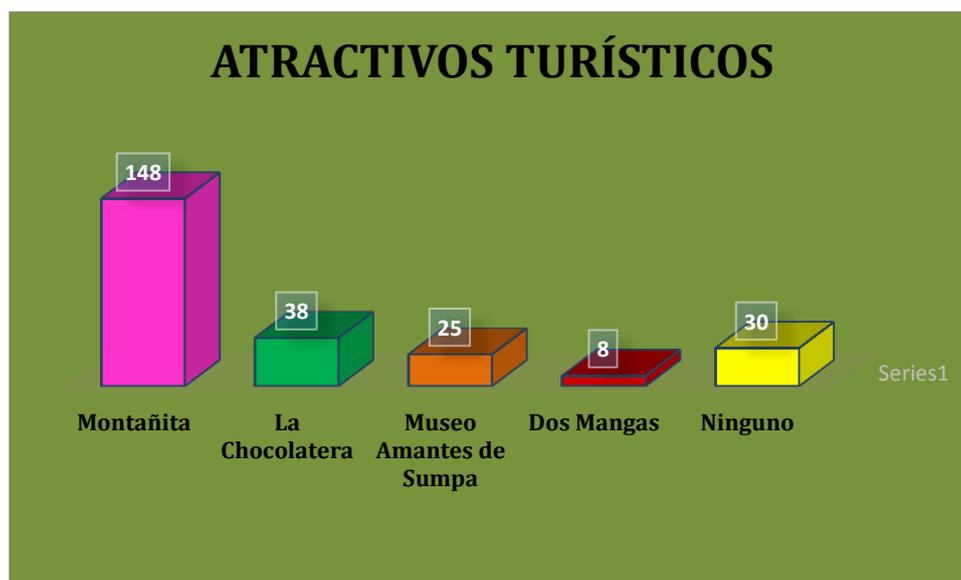
Pregunta 1.

¿Cuál de estos atractivos turísticos de la provincia de Santa Elena en la Ruta del Spondylus usted conoce?

Tabla N°4: Conocimiento de los atractivos turísticos de la Ruta del Spondylus

ATRATIVOS TURÍSTICOS	ENCUESTADOS	%
Montañita	148	60%
La Chocolatera	38	15%
Museo Amantes de Sumpa	25	10%
Dos Mangas	8	3%
Ninguno	30	12%
	249	100%

Gráfico N°4: Conocimiento de los atractivos turísticos de la Ruta del Spondylus



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

La mayor parte de los encuestados conoce Montañita representado en un 60%, ya que este lugar turístico es visitado durante todo el año, los turistas eligen este destino por su ambiente, por la práctica del surf entre otros factores.

Seguido con un 15% La Chocolatera, con un 12% que ninguno de los encuestados conoce estos destinos de la provincia de Santa Elena, luego el 10% conoce el Museo Amantes de Sumpa, finalmente solo el 3% de los encuestados conoce Dos Mangas.

Pregunta 2.

¿Qué tipo de turismo le agradaría realizar en la Ruta del Spondylus?

Tabla N°5: Tipo de turismo que le agradaría realizar

TIPO DE TURISMO	ENCUESTADOS	%
Sol y playa	85	34%
Aventura	84	34%
Cultural	22	9%
Ecoturismo	58	23%
	249	100%

Gráfico N°5: Tipo de turismo que le agradaría realizar



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

En este gráfico se puede observar que a los encuestados les agradaría realizar con mayor demanda lo que es el turismo de sol y playa y el de aventura con un 34% cada uno de ellos, porque afirman que les gustan las playas de esta provincia, seguido de un 23% el ecoturismo, esto es de gran importancia que los turistas se interesen por el ecoturismo ya que el destino que se quiere promocionar Dos Mangas posee lugares naturales para realizar ese tipo de turismo y el último con menos porcentaje es el turismo cultural con 9%.

Pregunta 3.

¿Usted en el recorrido por la Ruta del Spondylus ha observado una señalización que lo dirija hacia la comuna Dos Mangas?

Tabla N°6: Señalización hacia Dos Mangas

Alternativas	Encuestados	%
Sí	43	17%
No	206	83%
	249	100%

Gráfico N°6: Señalización hacia Dos Mangas



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 83% de los encuestados no saben que existe una señalización que los dirige hacia la comuna Dos Mangas, tal vez porque no se percatan de tal señalización o porque es muy pequeña que pasa desapercibida ante los turistas y el 17% que si saben de esta señal confirman que dicha señalización es muy pequeña.

Pregunta 4.

¿Ha visitado la comuna Dos Mangas?

Tabla N°7: Ha visitado la comuna Dos Mangas

Alternativas	Encuestados	%
Sí	22	9%
No	227	91%
	249	100%

Gráfico N°7: Ha visitado la Comuna Dos Mangas



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 91% de las personas no conoce la comuna Dos Mangas por la deficiente promoción que existe de este lugar y el 9% dice sí conocerla, aunque es un porcentaje muy bajo de turistas que conocen de este lugar estando ubicado muy cerca de Montañita pocos tienen conocimiento de este destino turístico.

Pregunta 5.

¿Le gustaría visitar la comuna Dos Mangas?

Tabla N°8: Le gustaría visitar

Alternativa	Encuestados	%
Sí me gustaría	243	98%
No me gustaría	6	2%
	249	100 %

Gráfico N°8: Le gustaría visitar



Elaboración: Propia
Fuente: Turistas de Salinas (2015)

De las personas encuestadas, el 98% sí estaría interesados en conocer la comuna Dos Mangas por su cultura, por sus atractivos y otros por conocer lugares diferentes a los que ya conocen, el 2 % que representa a 6 personas, no les gustaría conocer la comuna porque dicen que les suena aburrido y tienen otros intereses.

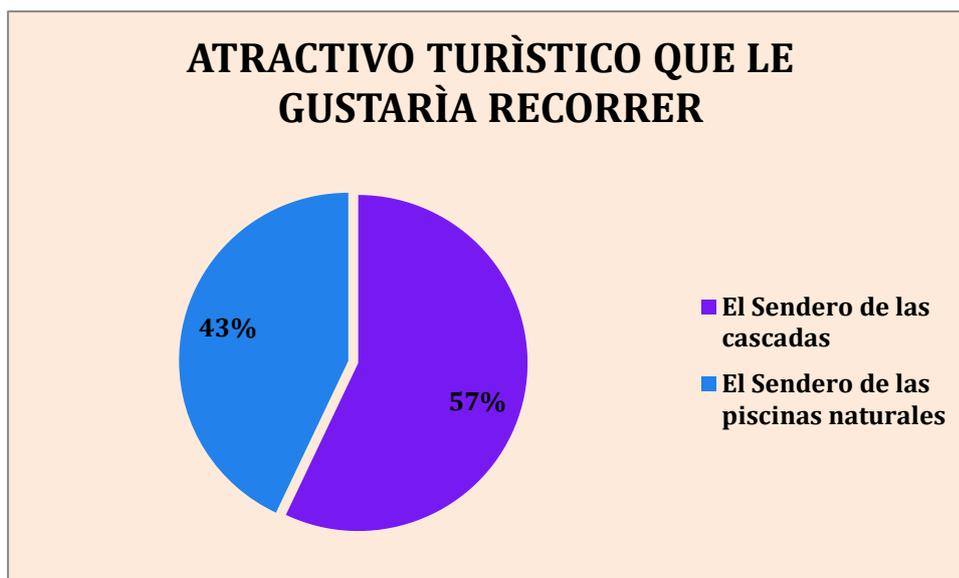
Pregunta 6.

¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos naturales le gustaría recorrer en la comuna Dos Mangas?

Tabla N°9: Atractivos turísticos que le gustaría recorrer

Alternativas	Encuestados	%
El Sendero Las Cascadas	142	57%
El Sendero de las Piscinas Naturales "Pozas"	107	43%
	249	100%

Gráfico N°9: Atractivos turísticos que le gustaría recorrer



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

Como representa el gráfico, el 57% de los encuestados prefieren recorrer el Sendero de las cascadas por conocer el paisaje, sentir y escuchar el sonido de las aguas al caer y muy seguido el 43% elegirían el Sendero de las piscinas naturales.

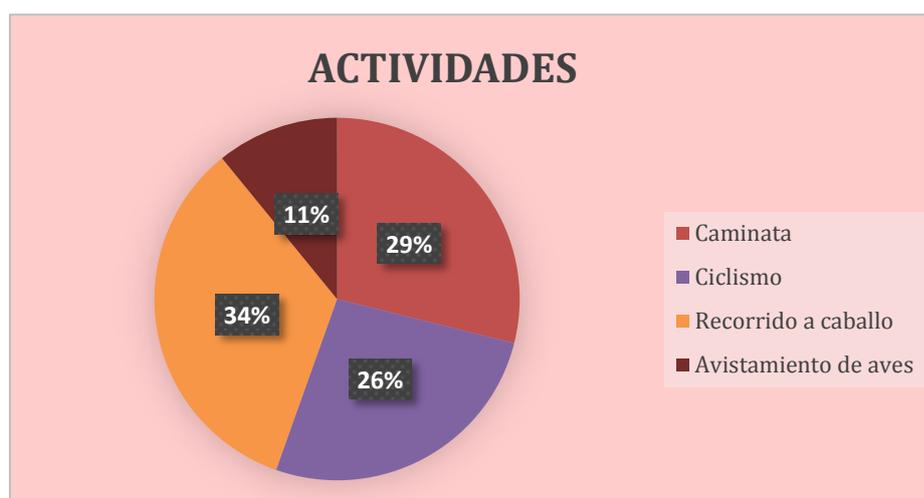
Pregunta 7.

¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en la comuna Dos Mangas?

Tabla N°10: Actividades

Actividades	Encuestados	%
Caminata	72	29%
Ciclismo de montaña	66	26%
Recorrido a caballo	84	34%
Avistamiento de aves	27	11%
	249	100%

Gráfico N°10: Actividades



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

En el gráfico se pueden observar las actividades de interés que los turistas realizarían, con mayor aceptación los recorridos a caballo con un 34%, porque dicen que es algo novedoso o porque les gusta mucho esta actividad, después caminata con el 29% y comentan que les gustaría realizar esta actividad para ir observando lo que hay durante el recorrido, seguido la práctica de deporte como es el ciclismo con el 26% y la actividad de menos interés es la de avistamiento de aves representada en un 11% ya que esta actividad es de mayor inclinación o está dirigido a personas de nivel científico.

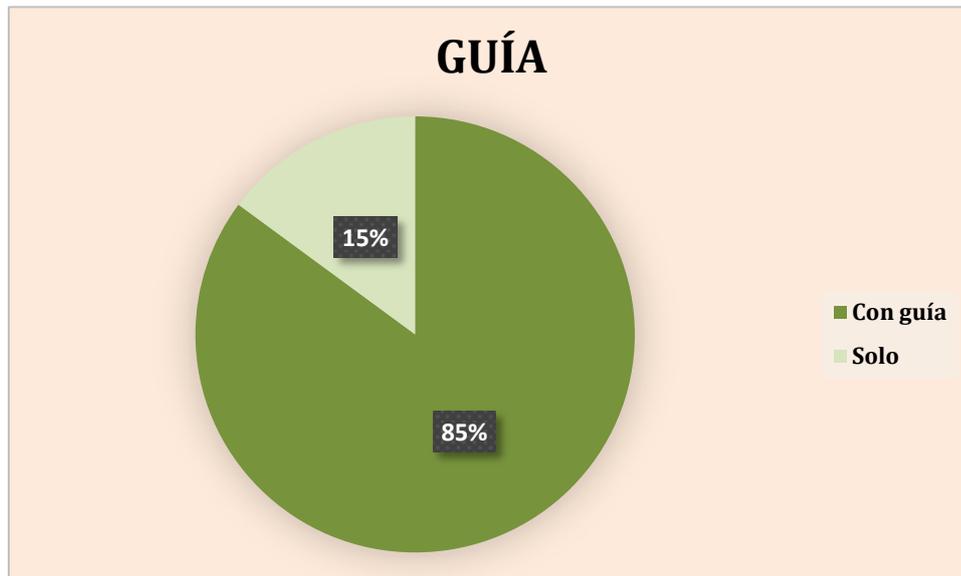
Pregunta 8.

¿Los recorridos y las actividades que ofrece la comuna Dos Mangas le gustaría realizarlo con un guía o solo?

Tabla N°11: Guía

Alternativa	Encuestados	%
Con guía	212	85%
Solo	37	15%
	249	100%

Gráfico N°11: Guía



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 85% de los encuestados estarían de acuerdo en realizar los recorridos y las actividades que ofrece la comuna con un guía porque ellos comentan que les agradaría ir escuchando la historia del lugar e información relevante del sitio que están visitando, además esto sería de gran ayuda para la comuna, ya que el servicio del guía tiene un valor extra dependiendo el grupo de personas que adquieran el servicio. El 15% realizarían solos los recorridos, ya que por ir solo tiene un costo menor al de ir con un guía.

Pregunta 9.

¿Conoce si se ha promocionado los atractivos turísticos naturales de la comuna Dos Mangas?

Tabla N°12: Conocimiento de la promoción de los atractivos

Alternativa	Encuestados	%
Conozco	10	4%
Desconozco	239	96%
	249	100%

Grafico N°12: Conocimiento de la promoción de los atractivos



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 96% de los encuestados desconoce que se haya promocionado Dos Mangas por algún medio o material promocional, en cambio el 4% conoce algo de la promoción de la comuna Dos Mangas.

Pregunta 10.

¿De qué manera usted recomienda que sea promocionada la comuna Dos Mangas?

Tabla N°13: Recomendación para la promoción de Dos Mangas

MEDIOS	ENCUESTADOS	%
Internet (Redes Sociales)	180	53%
Página web	8	3%
Televisión	23	3,2%
Radio	3	0%
Otros	35	4,4%
	249	100%

Grafico N°13: Recomendación para la promoción de Dos Mangas



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

Los encuestados recomiendan que Dos Mangas sea promocionada por Internet como las redes sociales con un 53% ya que hoy en día muchas personas usan este medio como Facebook, Twitter, Instagram o WhatsApp, después con un 39% la televisión, ya que ellos dicen que todo mundo ve aunque sea un momento del día este medio informativo, el 5% representa que sea promocionado por otros medios y el 3% por una página web.

Pregunta 11.

¿Un plan de promoción turístico beneficiaría el desarrollo de las actividades socioeconómicas de la comuna Dos Mangas?

Tabla N°14: Plan de promoción turístico

Alternativa	Encuestados	%
Sí	241	97%
No	8	3%
	249	100%

Grafico N°14: Plan de promoción turístico



Elaboración: Propia

Fuente: Turistas de Salinas (2015)

El 97% de las personas considera que un plan de promoción sí beneficiaría al desarrollo socioeconómico de Dos Mangas y ellos opinan que dando a conocer este lugar por diferentes formas, existiría mayor actividad turística, mejoraría el nivel de vida de la población y su desarrollo turístico y el 3% está en desacuerdo que la promoción del lugar ayudaría a la comuna.

4.2 Análisis de la observación realizada

Respecto a la observación de campo realizada para este trabajo de investigación se han podido diferenciar los atractivos turísticos naturales que posee la comuna Dos Mangas, se los identifica realizando un recorrido de 5 horas a través de los senderos.

Cuadro N°4: Flora del Sendero Las Cascadas

FLORA DEL SENDERO LAS CASCADAS	
Nombre común: Toquilla Nombre científico: Cardulovica Palmata	
Nombre común: Caña Guadua Nombre científico: Guadua Angustifolia	
Nombre común: Heliconia Nombre científico: Heliconia Bihai	

<p>Nombre común: Pechiche Nombre científico: Vites Gigantea</p>	
<p>Nombre común: Caimito Nombre científico: Pouteria Caimito</p>	
<p>Nombre comun: Zorrilla Nombre científico: Petiveria Alliacea</p>	

Cuadro N°5: Flora del Sendero Piscinas Naturales "Pozas"

<p>Flora del Sendero de las Piscinas Naturales "Pozas"</p>	
<p>Nombre comun: Palmito Nombre cientifico: Chamaerops Humilis</p>	

Elaboración: Propia

Fuente: Propia

CAPÍTULO V

PROPUESTA

PROPUESTA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO DE LOS SENDEROS: LAS CASCADAS Y PISCINAS NATURALES DE LA COMUNA DOS MANGAS EN LA PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA

5.1 Introducción

Un Plan de Promoción Turístico en la industria sin chimenea es de vital importancia, ya que mediante una debida difusión, se busca que el atractivo turístico sea reconocido como un recurso natural propio de la comuna Dos Mangas, donde se realizarán actividades ecoturísticas que favorecerán el incremento de turistas al destino y así mejorar la economía del lugar.

Si bien estos recursos naturales que son el Sendero de las cascadas y el Sendero de las piscinas naturales ya generan un ingreso económico, les hace falta un incremento de publicidad y así este sitio de interés será reconocido por los viajeros nacionales y extranjeros.

La promoción turística va enfocada hacia grupos objetivos que deseen disfrutar de la naturaleza y conocer un poco de la historia y la cultura de Dos Mangas, la propuesta de promoción para dicho lugar busca que este lugar sea uno de los más visitados de la provincia de Santa Elena, ya que esta provincia es muy concurrida todos los meses del año y así generar más ingresos para la comuna Dos Mangas.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo general

Diseñar estrategias del plan de promoción turístico para dar a conocer los senderos turísticos de la comuna Dos Mangas de la provincia de Santa Elena.

5.2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar un análisis de la oferta y la demanda de la provincia.
- Realizar estrategias de difusión utilizando los diferentes medios para la promoción turística de los senderos de la comuna Dos Mangas.
- Crear un logo y eslogan que permita la identificación de la comuna en el mercado turístico.
- Elaborar artículos publicitarios para dar a conocer mediante estrategias los atractivos naturales de la comuna.
- Realizar el presupuesto general del plan de promoción turístico de los senderos de la comuna Dos Mangas.

5.3 Justificación

En el Ecuador la actividad turística se ha convertido en uno de los ingresos en la economía del país, siendo la cuarta fuente de ingreso no petrolero en el Ecuador, el ecuatoriano cuenta con recursos naturales como culturales para ofrecer al turista, donde podrán disfrutar de descanso, diversión, historia y experiencias inolvidables.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad dar a conocer un destino lleno de naturaleza que posee el Ecuador y este destino turístico está ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, en la parroquia Manglaralto, llamado comuna Dos Mangas, ya que mediante la encuesta aplicada se determinó que los turistas desconocen la existencia de este producto turístico.

La propuesta de la promoción de los atractivos que posee la población será de gran beneficio para los comuneros, mejorando el nivel de vida porque se impulsarán las actividades turísticas que se realizan en este lugar y así acrecentará el desarrollo económico de Dos Mangas.

5.4 Factibilidad de la propuesta

Este proyecto se lo considera factible debido a que la comuna Dos Mangas no cuenta con un plan de promoción turístico y los habitantes del sector están totalmente de acuerdo ya que mediante esta propuesta ellos ven una ventaja en pro del desarrollo del turismo.

5.5 Plan de marketing

Cuadro N°6: Plan de marketing



5.5.1 Análisis de la oferta y demanda

En la actualidad la provincia de Santa Elena es reconocida por sus playas, todos los turistas que visitan dicha provincia tienen posicionado en su mente los destinos turísticos como Salinas, Montañita, San Pablo, Ayangué entre otras playas.

La península es una de las provincias más visitadas en los feriados, tomamos como referencia este feriado de carnaval del 2016, datos proporcionados por el Ministerio de Turismo afirman que algunas de las provincias del Ecuador recibieron miles de turistas, generando ingresos promedios de \$35 millones, ubicando a la provincia de Santa Elena entre una de ellas, señalando que la península aumentó el flujo de turistas de 75.000 a 101.000 personas en comparación con el feriado de carnaval del 2015.

El balneario Salinas recibió gran cantidad de turistas en las playas de San Lorenzo y Chipipe, en el cantón de Santa Elena los lugares más visitados

fueron Ballenita, San Pablo, Montañita, Manglaralto, Olón, Ayangue, Chanduy y San Pedro (Según **Emuturismo**).

La comuna Dos Mangas no aparece como destino visitado entre los turistas en este feriado, ya sea por el desconocimiento que se tiene de este atractivo, por un deficiente plan de promoción turístico.

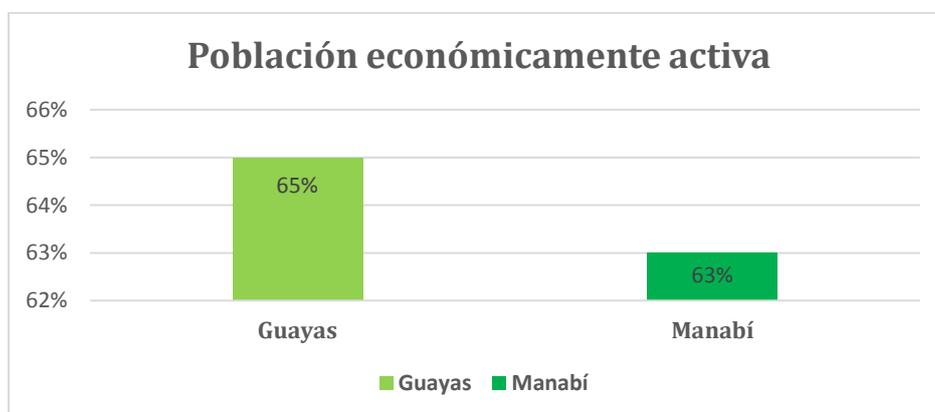
5.5.2 Perfil del visitante

En el cuadro 5 se detalla la segmentación de los clientes potenciales.

Cuadro N°7: Segmentación

Dimensión geográfica	Provincias cercanas (Guayas, Manabí)		
Dimensión demográfica	Edad	Genero	Ocupación
	15 – 45	Hombre, mujer, otros	Profesionales, universitarios, estudiantes, Grupos familiares.
Dimensión psicográfica	Clase media, clase alta		
Dimensión conductual	Amantes de la naturaleza		

Figura N°4 Población Económicamente Activa por provincia, año 2016



Fuente: Reporte trimestral de mercado laboral urbano (Banco Central del Ecuador hasta marzo 2016)

Elaboración: Propia

5.5.3 FODA

Cuadro N°8: FODA

ASPECTOS INTERNOS	ASPECTOS EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Dos Mangas está localizada cerca de destinos turísticos posicionados. • Cuenta con atractivos naturales y culturales. • Practica de turismo de Aventura y Ecoturismo. • Existen dos senderos que facilitan la práctica del Ecoturismo. • La comuna cuenta con un centro de interpretación que facilita información, prestación de guianza y alquiler de caballos. • Cosechan paja toquilla, caña guadua, tagua que sirven para comercializarlas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan socio Bosque • Ayuda por parte de organizaciones públicas como el MAE. • Competencias mundiales de Surf en comunidades aledañas como Montañita. • Gran afluencia de turistas a la provincia de Santa Elena en feriados. • Se dicten talleres en el sitio de cómo tratar al turista, lo pueden dictar pasantes de Turismo de la UG. • Alianza de la carrera de Turismo con la carrera de Diseño, para mostrar buenos videos y fotos del sitio en las redes sociales, trípticos, etc.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe escuela para formar servidores turísticos en la comuna Dos Mangas. • Deficiente promoción de la comuna Dos Mangas. • La señalización es deficiente en diferentes tramos. • Poco conocimiento del idioma inglés en los guías turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de contaminación de los recursos naturales • Catástrofes naturales (sequía por falta de lluvia que afecta a la agricultura).

5.5.4 Estrategias de promoción

5.5.4.1 Logo y Eslogan

Al crear un logotipo se espera dar un enfoque directo a la publicidad, atrayendo la atención de los clientes por medio de los productos que se utilizarán para la promoción.

Figura N°5: Logotipo y eslogan



Elaboración: Propia

El logotipo de Dos Mangas cuenta con 4 elementos que representan a dicho lugar:

El sol que representa luz y calor en medio de la naturaleza.

El bosque, la cascada y las piscinas naturales "Pozañ" que se forman por la caída del agua.

5.5.5 Estrategias de difusión

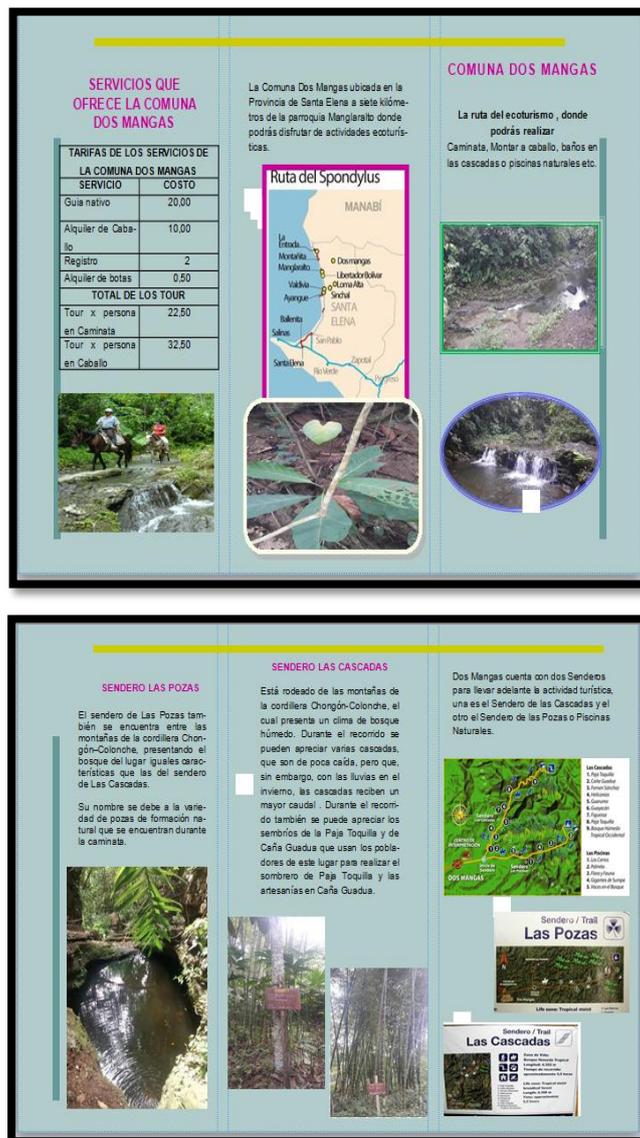
Cuadro N°9: Medios

Objetivo	Medios seleccionados	Estrategias
Posicionar turísticamente a la comuna Dos Mangas	Gigantografía	Promocionar la comuna por medio de imágenes dando a conocer las actividades ecoturísticas que realizan.
	Trípticos	Medio de acceso fácil para el turista para informarle la existencia de la comuna Dos Mangas.
	Afiche publicitario	Un medio apropiado para notificar algo y se lo personaliza al gusto.
	Tarjeta de presentación	Estrategia de marketing que servirá de contacto entre el turista y la comuna.

5.5.5.1 Trípticos

El tríptico es un medio publicitario importante, es de fácil intervención para llegar al cliente, dentro de este se pondrá la información concreta de lo que se quiere dar a conocer y lo que se está promocionando como: costos, distancias, recomendaciones, etc. Este se lo entregará a los pasajeros que transiten por las oficinas de transporte del Terminal Terrestre de Guayaquil.

Figura N°6: Tríptico turístico



Elaboración: Propia

5.5.5.2 Flyer informativo

Es un medio publicitario de tamaño medio la cual se utilizará para promocionar la comuna Dos Mangas y este medio es un claro ejemplo de la promoción directa dado que es entregado en la mano del cliente potencial.

Figura N°7: Flyer



Elaboración: Propia

5.5.5.3 Afiche publicitario

En estos afiches se podrá encontrar información necesaria o sea puntos estratégicos que causen un gran impacto al viajero, colocando variedad de imágenes atractivas a la vista de las personas y que no se le borren dichas imágenes de su mente.

Figura N°8: Afiche publicitario



5.5.5.4 Gigantografía publicitaria

La misma será utilizada en un punto estratégico, el cual será en el peaje vía Guayaquil-Salinas, donde un joven de la comuna se ubicará con la gigantografía los días sábados y domingos que son los días donde las personas se dan un tiempo para viajar, medirá 2x1.

Figura N°9: Gigantografía publicitaria



Elaboración: Propia

5.5.5.5 Tarjeta de presentación

Contiene breve información para contactarse con la comuna, en el contenido tiene la dirección, número de teléfono y la página de Facebook.

Figura N°10: Tarjeta de presentación



Elaboración: Propia

5.5.5.6 Redes Sociales

Páginas de Facebook e Instagram

La creación de una página de Facebook e Instagram es importante, como se puede observar en la figuras 10 y 1, ya que muchas personas usan este medio, a través de estas páginas podemos promocionar cada atractivo por medio de fotos, informar de las actividades que se realizan en Dos Mangas a través del Sendero de Las Cascadas y Sendero de las Piscinas Naturales´Pozas”.

Figura N°11: Facebook



Elaboración: Propia

Figura N°12: Instagram



Elaboración: Propia

5.6.6 Artículos publicitarios

Elaborar artículos de promoción, camiseta, gorra, jarro que servirán como souvenir para los turistas que visitaron la comuna y generar una promoción directa, los artículos tendrán un costo, esto ayudara para su economía y así ellos podrán invertir este dinero a su conveniencia.

Figura N°13: Camiseta



Elaboración: Propia

Figura N°14: Gorra



Elaboración: Propia

Figura N°15: Taza



Elaboración: Propia

5.6.6.1 Isla de información

En el Terminal Terrestre Regional SUMP, de Santa Elena se colocará una isla de información turística del sector Dos Mangas, donde se dará la respectiva información a los turistas y donde podrán observar todos los artículos publicitarios que se han elaborado para este proyecto.

Además a los turistas se les dará la facilidad de ofrecerle el servicio de transportación desde el terminal hasta Manglaralto para dirigirlos respectivamente a la comuna Dos Mangas.

Figura N°16: Isla turística



Elaboración: Propia

5.6.7 Actividad turística

La actividad turística en la comuna Dos Mangas empezó hace varios años cuando una mujer de la parroquia Manglaralto visitó dicho lugar, desarrollando un mapa con los senderos y los atractivos turísticos.

La comuna oferta ecoturismo siendo sus principales atractivos las cascadas y las piscinas naturales cada uno con su sendero propio.

5.6.7.1 Actividades turísticas ofertadas en la comuna Dos Mangas

La comuna Dos Mangas oferta actividades turísticas relacionadas a su entorno natural.

5.6.7.1.1 Senderismo

Existen dos senderos, uno que dirige hacia las cascadas y otro en dirección a las piscinas naturales, esta actividad se la realiza mediante un previo registro en el centro de interpretación tiene un costo de \$2, seguido de esto puede empezar a realizar la caminata por el interior del bosque a través de los senderos.

5.6.7.1.2 Guianza

El servicio de guianza lo realizan los mismos habitantes de la comuna, tienen una asociación y han sido capacitados por el Ministerio de Turismo y le han concedido la licencia de guía turístico, actualmente están activos 13 guías, el costo de la guianza es de \$20 por persona y un grupo de 8 personas tiene un valor de \$40.

5.6.7.1.3 Cabalgata

Esta actividad se la puede realizar en cualquiera de los dos senderos con la compañía de un guía nativo, el precio de alquiler de caballo es de \$10 y precio grupal de 3 personas tiene un valor de \$60.

5.6.7.1.4 Ciclismo de montaña

Esta es otra actividad que puede realizar por los senderos pero debe de traer su propia bicicleta ya que la comuna no alquila bicicletas para esta actividad o sino este servicio es prestado a través de operadoras turísticas de otros lugares.

5.6.7.1.5 Fotografía

Se puede fotografiar toda la biodiversidad que pueda encontrar dentro de los senderos ecoturísticos, solo tomar foto sin alterar el ecosistema.

5.6.8 Recomendaciones para ingresar al sendero

Zapatos deportivos o botas de caucho

Repelente y bloqueador solar

Gorra

Ropa de baño

Funda para basura

Prohibido extraer la flora y fauna

5.6.9 Presupuesto para la promoción

Cuadro N°10: Presupuesto de gastos

PRESUPUESTO GENERAL PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS NATURALES DE LA COMUNA DOS MANGAS			
RUBRO	CANTIDAD/ PUBLICACIÓN	V. UNITARIO / C. DE PUBLICACIÓN	VALOR TOTAL
FOLLETERÍA			
Trípticos	3000	\$ 0,50	\$ 1.500,00
Flyer	3000	\$ 0,05	\$ 135,00
Afiche publicitario	3000	\$ 0,07	\$ 210,00
Gigantografía	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Tarjeta de presentación	3000	\$ 0,02	\$ 60,00
		Subtotal	\$ 1.965,00
MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
Facebook	1	\$ -	\$ -
Instagram	1	\$ -	\$ -
ISLA DE INFORMACIÓN			
Isla de información en el terminal de Santa Elena	1	250 mensual (3 MESES)	750
ARTÍCULOS PUBLICITARIOS			
Camisetas	200	\$ 6,00	\$ 1.200,00
Gorras	200	\$ 4,00	\$ 800,00
Jarros	200	\$ 6,00	\$ 1.200,00
		Subtotal	\$ 3.200,00
		TOTAL	\$ 5.915,00

Elaboración: Propia

5.6.9.1 Financiamiento del proyecto

El costo total del proyecto es de \$5,915 que será financiado por los directivos de la comuna recaudando fondos en actividades como ferias, ventas de las artesanías que elaboran los pobladores de la comuna entre otras labores.

Cuadro N°11: Presupuesto general de ingresos

Presupuesto general de ingresos				
Actividades	Utilidad Unitaria	Cantidad mensual	Utilidad mensual	Total Anual
Venta de camisetas	\$ 4,00	16	\$ 64,00	\$ 768,00
Venta de Jarros	\$ 4,00	16	\$ 64,00	\$ 768,00
Venta de gorras	\$ 2,00	16	\$ 32,00	\$ 384,00
Venta de artesanías	\$ 2,00	100	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Utilidad por guianza	\$ 2,00	200	\$ 400,00	\$ 4.800,00
		Total	\$ 160,00	\$ 9.120,00

Elaboración: Propia

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Después de realizar la investigación de los atractivos naturales que tiene Dos Mangas, ubicada en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena se concluye lo siguiente:

- 1.- Dos Mangas posee atractivos naturales entre los que se puede mencionar: El Bosque Húmedo atravesado por la Cordillera Chongón Colonche, El Sendero que lleva hacia las Cascadas y el Sendero de las Piscinas Naturales " Pozaś, gozando de estos recursos existe una oportunidad favorable para el desarrollo turístico de Dos Mangas.
- 2.- La mayor parte de las personas encuestadas para este proyecto desconocían que existe la comuna Dos Mangas, los turistas que más visitan este lugar son los turistas internacionales que llegan a Montañita y luego se desplazan a este sitio, siendo muy baja la afluencia de turistas nacionales.
- 3.- A través de la encuesta también se determinó que el 83% de los turistas desconocen que existe una señalización que los dirige hacia Dos Mangas aquí incide la ausencia de turistas.
- 4.- En la visita a la comuna Dos Mangas se notó la carencia del idioma inglés por parte de los guías nativos turísticos.
- 5.- El ecoturismo y el turismo de aventura se han convertido en una opción para el turista y Dos Mangas es una opción para realizar estos tipos de turismo.
- 6.- No existen publicaciones de las actividades que existen en la comuna Dos Mangas en las redes sociales y esto debería ser fundamental.

6.2 Recomendaciones

1.- Concientizar a los pobladores al cuidado de los recursos naturales que posee este sector para preservar esto para las futuras generaciones y acompañar e instruir a los turistas no contaminar el medio ambiente realizando un turismo sostenible.

2.- Se recomienda que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón de Santa Elena apoye las propuestas de los proyectos turísticos para el beneficio de los pobladores del cantón ya que se han hecho proyectos para la comuna pero no han tenido mayor interés, además que el Gobierno Autónomo Descentralizado incluya en su presupuesto anual un plan de promoción turístico para la comuna Dos Mangas ya que esta comuna es poco conocida.

3.- Implementar señalización en la carretera alusiva a los turistas y también señalización para los senderos.

4.- Se aconseja que los guías turísticos de Dos Mangas tengan aprendizaje del idioma inglés además se sigan capacitando para brindar un mejor servicio, mediante un convenio de pasantías con la carrera de Idiomas de la U.G.

5.- Que los guardabosques resguarden los cultivos de paja toquilla, caña guadua para que no haya tala, ya que esto afecta directamente a los recursos naturales de la comuna y estos recursos servirían para ofertar el ecoturismo y así diversificar la actividad turística.

6.- Tener activas las redes sociales publicando diariamente las actividades que se realizan y mediante los comentarios mantener un contacto con las personas y persuadirlos para que visiten la comuna Dos Mangas.

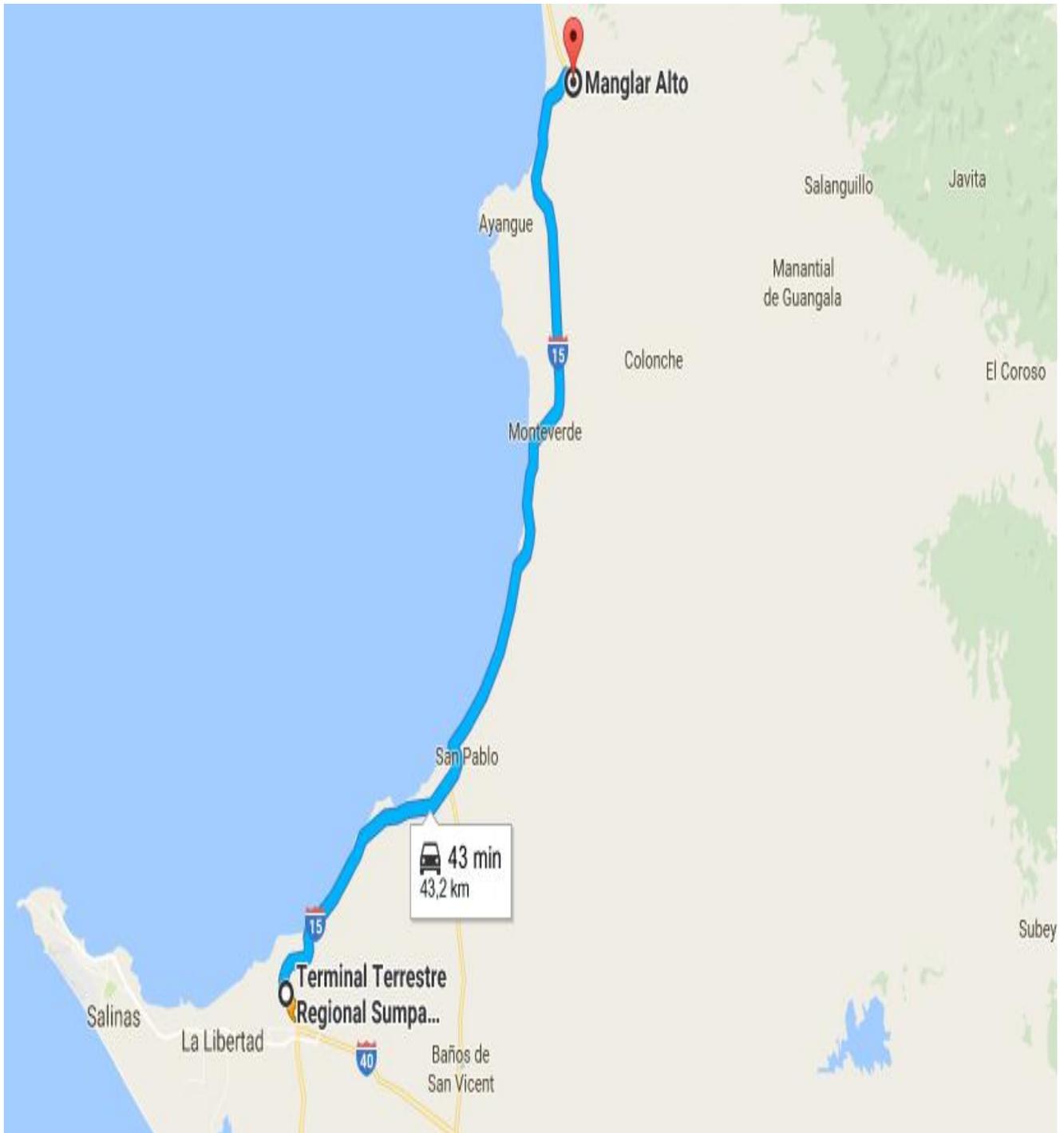
BIBLIOGRAFÍA

1. Alvares. (2004). *Turismo*. España: McGrawn.
2. Antón, S. (2013). *Planificación territorial del turismo*. UOC.
3. Ballesteros, E. R. (2013). *Turismo comunitario en Ecuador*.
4. Basantes, C. (2013). *Estado, Frontera y turismo*. Prometeo.
5. Bigné. (2000). *Promoción turística. Aspectos generales*. México.
6. Blanco. (2001). *Promoción turística*. España.
7. Consultora Turidee. (2008). Estudio para la adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de las Comunas La Entrada, Salanguillo, Dos Mangas, Loma Alta, Sinchal y Sacachún del producto "Ruta del Spondylus". Guayaquil, Ecuador: Ministerio de Turismo.
8. Ecuador, M. d. (2014). *Informe del turismo en Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.
9. Esquerra, J. L. (2013). *Historia y futuro del desarrollo dle turismo*.
10. García, M. (2013). *Factores del turismo*. Saragoza: McGrawn.
11. Ibáñez, R. (1993) *Definición de actividad turística*. Recuperado de: <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
12. INEC. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf
13. Jafari. (2013). *El turismo y sus tendencias*. España: Paraninfo.
14. Kotler. (2004). *Marketing*. Santiago: Universidad Santiago.
15. Marshall, K. y. (2000). *Marketing*.
16. Martínez, C. (2013). *Historia de la economía del turismo*. Civitas.
17. Martínez, R & Domínguez, M. (2000) definición de demanda turística. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.htm>

18. Maass, R (2009) definición de potencial turístico. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>
19. Mera, F. (2014). *Lecciones sobre el turismo para el estudiante ecuatoriano*.
20. Montero, A (2010) definición de recurso cultural. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
21. Morales, F (1992) definición de sendero. Recuperado de: http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/descargas/guardaparques/articulos/antologia_Interpretacion_ambiental.pdf
22. Moreno, R. (2004). *Investigación de marketing*. Lima.
23. Norton, K. y. (2002). *Promoción y marketing*. España.
24. Payne. (2009). *Marketing y turismo*. Caracas: McGrawn.
25. Pérez, A (2003) definición de esparcimiento. Recuperado de: www.wordreference.com/definicion/esparcimiento
26. Prieto, M. (2013). *Espacios en disputa: El turismo en Ecuador*.
27. Ramírez, J (1992) definición de recurso natural. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
28. Ryan. (2011). *Psicología del turismo*. España: Paraninfo.
29. Rodríguez, H (2011) definición de piscina naturales. Recuperado de: <http://www.mimbrea.com/piscinas-naturales-ecosistemas-para-el-disfrute/>
30. Salinas paraíso azul. (recuperado el 19 de agosto de 2016). *Salinas paraíso azul*. Obtenido de <http://salinasparaísoazul.wordpress.com/ruta-del-spondylus>
31. Santesmases. (2005). *Marketing turístico internacional*. Buenos Aires.
32. Secall, R. E. (2013). *Economía, historia e instituciones del turismo*. Pirámide.
33. Turismo, O. M. (2012). *Informe del turismo*.

ANEXOS

MAPA DE TRANSFER DEL TERMINAL DE SANTA ELENA HACIA DOS MANGAS



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA

El objetivo de la encuesta es obtener datos estadísticos para realizar un proyecto para obtener la Licenciatura en Turismo y Hotelería con el tema, plan de promoción turístico para la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena.

EDAD:..... SEXO.....
LUGAR DE
RESIDENCIA.....

Contestar con una x las preguntas

- 1) ¿Cuál de estos atractivos turísticos de la provincia de Santa Elena en la Ruta del Spondylus usted conoce?

La Chocolatera Dos Mangas
Museo Amantes de Sumpa Montañita
Ninguno

- 2) ¿Qué tipo de turismo le agradecería realizar en la Ruta del Spondylus?

Sol y Playa Cultural
Aventura Ecoturismo

- 3) ¿Usted en el recorrido por la Ruta del Spondylus ha observado una señalización que lo dirige hacia la comuna Dos Mangas?

Sí NO

- 4) ¿Ha visitado la comuna Dos Mangas?

Sí NO

- 5) ¿Le gustaría visitar la comuna Dos Mangas?

Sí me gustaría No m gustaría

6) **¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos naturales le gustaría recorrer en la comuna Dos Mangas?**

El Sendero de las cascadas

El Sendero de las piscinas naturales

7) **¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en la comuna Dos Mangas?**

Caminata Recorrido a caballo

Ciclismo Avistamiento de aves

8) **¿Los recorridos y las actividades que ofrece la comuna Dos Mangas le gustaría realizarlo con un guía o solo?**

Con guía Solo

9) **¿Conoce si se han promocionado los atractivos turísticos de la comuna Dos Mangas?**

Conozco Desconozco

10) **¿De qué manera usted recomienda que sea promocionada la comuna Dos Mangas?**

Internet (Redes Sociales) Televisión

Página web Radio Otros

11) **¿Un plan de promoción turística beneficiaría el desarrollo turístico de las actividades socioeconómicas de la comuna Dos Mangas?**

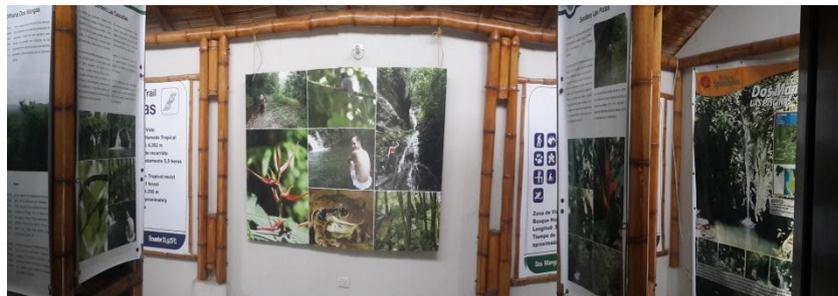
Sí No

Fotografía N°1: Señalética en la carretera hacia Dos Mangas



Fuente: Propia

Fotografía N°2: Centro de interpretación de Dos Mangas



Fuente: Propia

Fotografía N°3: Señalética de bienvenida a la comuna



Fuente: Propia

Fotografía N°4: Centro de interpretación



Fuente: Propia

Fotografía N°5: Sendero de las cascadas



Fuente: Propia

Fotografía N°6: Primera cascada



Fuente: Propia



FICHA DE INVENTARIOS

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR: Mayra Ortiz Murrieta		FECHA : 27 de Enero del 2016
SUPERVISOR EVALUADOR: Lic. Jorge Ruiz		
NOMBRES DE ATRACTIVOS: Las Cascadas, Las Pozas, Bosque Húmedo Tropical Occidental		
PROPIETARIO: Ministerio de Turismo Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena		
CATEGORÍA: II	TIPO: Natural	
PROVINCIA: Santa Elena	CANTÓN: Santa Elena	LOCALIDAD: Dos Mangas
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
2. UBICACION:	LATITUD:	LONGITUD:
NOMBRE DEL POBLADO: Manglaralto		DISTANCIA(km): 45 kilómetros desde el cantón Santa Elena
NOMBRE DEL POBLADO: Comuna "Dos Mangas"		DISTANCIA(Km): 7 kilómetros
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		

C A L O R I T R I N S E C O A D	V	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
	A	ALTURA (m.s.n.m.): 436	TEMPERATURA (°C): 24° - 26°	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm³):
	L	LATITUD: 1° 49' 34.1" S	LONGITUD: 80° 41' 27.8" W	
	R	<p>Dos Mangas es una comuna ubicada en la zona central de la cordillera occidental Chongón Colonche, limitando al Norte: Comuna Olón; Sur: Comuna Libertador Bolívar, San Antonio y Cadeate; Este: Comuna Marco Eloy Vallejo y el Mono Bravo; y al Oeste: Comuna Olón, Pajiza Y Montañita.</p> <p>La comuna de Dos Mangas cuenta con un bosque húmedo tropical, el cual sirve como nicho ecológico y hábitat de una fauna muy variada, la que se podrá observar en el recorrido por los senderos las cascadas y las pozas, los que se pueden realizar a pie o en caballo. Esta Comuna cuenta con un centro de interpretación donde dan a conocer al turista nacional y extranjero una breve reseña <u>del</u> los atractivos naturales a conocer.</p>		

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DEACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				Bus	X				365	
	LASTRADO				Automóvil		X				
	EMPEDRADO		X		4x4					DÍAS ALMES	
	SENDERO	X			Troca					Culturales:	Día Inicio:
ACUÁTICO	MARITIMO				Barco						
					Bote					Naturales:	Deportes Extremos
	FLUVIAL				Canoa						HORAS AL DÍA
					OTROS						
AÉREO					Avión					Culturales:	Día Inicio:
					Avioneta						
					Helicóptero					Naturales:	Museo ecológico cultural
Observaciones:											

A P O Y O	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:				
	NOMBRE DE LA RUTA: Coop. Liberpesa, Coop. Costa Azul, Coop. CLP				
	DESDE: Gye – Sta. Elena – Manglaralto a Sta. Elena; 45 Minutos a Manglaralto y Dos Mangas 15 Minutos		HASTA: Dos Mangas		FRECUENCIA: Diario
	DISTANCIA: 2 Horas de Gye				
	9. INFRAESTRUCTURABÁSICA				
	AGUA				
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>				
	ENERGÍA ELÉCTRICA				
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>				
	ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>					
PRECIO					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>					
Observación: _____					
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS					
NOMBRES			DISTANCIA		

<p>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/></p> <p>PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/></p> <p>Otros:</p>	<p>Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>
--	---

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Propia

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

LOCALIDAD: Senderos de la comuna Dos Mangas.

FECHA: 15/11/15

Hora de inicio: 10:00

Hora Final: 14:00

OBSERVADORA: Mayra Alejandra Ortiz Murrieta

ASPECTOS	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Existen las condiciones para las actividades a través de los senderos					x
Accesibilidad del terreno				x	
Señalización de los senderos		x			
Estado de conservación de los recursos naturales				x	