UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

"ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA"

AUTOR

KEVIN JORDAN GUERRERO REYES

TUTORA

BLGA. JENNY CASTRO SALCEDO MSC

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2022

ANEXO XI

Presidencia de la República del Ecuador

Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes

SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de mercado para planificar un complejo recreativo turístico en la comunidad de Sinchal de la provincia de Santa Elena		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Guerrero Reyes Kevin Jordan		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Blga. Jenny Castro Salcedo/Dr. Javier Ricardo López		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Licenciatura		
GRADO OBTENIDO:	Tercer nivel		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		**No. DE PÁGINAS:**	104
ÁREAS TEMÁTICAS:			
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Estudio de mercado, complejo recreativo, Sinchal, destino		
RESUMEN/ABSTRACT: La presente investigación detalla el estudio realizado a la comunidad de Sinchal ubicada en la parroquia Manglarato provincia de Santa Elena. El objetivo fue analizar los elementos del sistema turístico que permita el reconocimiento actual del sector para el diseño de un centro turístico. Se aplicó una metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo; con una metodología teórica de análisis y síntesis, y una metodología empírica de observación. Las técnicas de recopilación de datos fueron: la observación directa, que permitió verificar las condiciones actuales del sector, factor social, e infraestructura, la encuesta aplicada a los 384 potenciales turistas que usan la Ruta del Spondylus (moradores de sectores cercanos o visitantes), que ven a la comuna como sitio de paso, por estar ubicado en una intersección y con problemas de obras inconclusas, las cuales afectan el acceso y tránsito dentro de la comuna. El resultado logrado fue reconocer las condiciones de los elementos del sistema turístico de la comuna, que permitan proyectarse como un nuevo sitio de estancia. Se evidenció la aceptación de la propuesta de impulsar el desarrollo turístico y la factibilidad administrativa del desarrollo de un centro recreacional dentro de la comunidad Sinchal.			
ADJUNTO PDF:	[x] SI	[ ] NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Kevin Jordan Guerrero Reyes	**Teléfono:** 0997092753	E-mail: Kevin.guerreror@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	**Nombre:** Blga. Jenny Castro Salcedo		
	Teléfono: 0999427357		
	E-mail: jenny.castrosa@ug.edu.ec		

ANEXO VII

ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Blga. Jenny Castro S., M.Sc.,** tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **GUERRERO REYES KEVIN JORDAN** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Se informa que el trabajo de titulación: **"ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA."** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio TURNITIN quedando el 3 % de coincidencia.

TESIS SINCHAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%	3%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.espoch.edu.ec Fuente de Internet	3%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 3%
Excluir bibliografía	Activo		

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&u=1133714070&o=1900085355&lang=es

Firmado electrónicamente por:
JENNY PATRICIA CASTRO SALCEDO

NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE TUTOR
Blga. Jenny Castro Salcedo, M.Sc.
C.I. 0912928611
FECHA: Septiembre del 2022

ANEXO XII

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, Kevin Jordan Guerrero Reyes NOMBRE DEL ESTUDIANTE con C.I. No. 0931272975, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "Estudio de mercado para planificar un complejo recreativo turístico en la comunidad de Sinchal de la provincia de Santa Elena" son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Kevin Jordan Guerrero Reyes

C.I. No. 0931272975

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines

ANEXO I

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Guayaquil, Septiembre del 2022

Sra.
Lcda. Gina Morán Cárdenas, Mgs.
DIRECTORA
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **"ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA."** del estudiante **GUERRERO REYES KEVIN JORDAN** indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO,** para los fines pertinentes, que el estudiante **GUERRERO REYES KEVIN JORDAN** está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

JENNY PATRICIA CASTRO SALCEDO

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
Blga. Jenny Castro Salcedo, M.Sc.
C.I. 0912928611
FECHA: Septiembre del 2022

ANEXO VIII

ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 21 de septiembre del 2022
Sra.
Lcda. Gina Morán Cárdenas, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -
De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **"ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA"** Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:
El título tiene un máximo de 18 palabras.
La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:
El trabajo es el resultado de una investigación.
El estudiante demuestra conocimiento parcial profesional integral.
El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que la estudiante está apta para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

javier lopez
Firmado digitalmente por javier lopez
Fecha: 2022.09.21 12:38:40 -05'00'

Dr. Javier Ricardo López Ruiz, Mg.
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0912705290
FECHA: 21 de septiembre del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

ANEXO XI 2
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA 2
ANEXO VII 3
ANEXO XII 4
ANEXO I 5
ANEXO VIII.- CERTIFICADO DEL INFORME DEL DOCENTE REVISOR 6
CAPÍTULO I 16
EL PROBLEMA 16
1.1 Planteamiento del problema 16
1.2 Formulación del problema 17
1.3 Delimitación 17
1.4 Relevancia social 18
1.5 Idea a defender 18
1.6 Justificación 18
1.7 Objetivos 18
1.8 objeto y campo 19
1.9 Sistematización de la investigación 19
1.10 Operacionalización de las variables 20
CAPÍTULO II 21
MARCO TEÓRICO 21
2.1 Referentes históricos 21
2.1.1 Historia del turismo en el sector 21
2.1.2 Historia de los estudios de mercado 22
2.2 Antecedentes de la investigación 23
2.3 Fundamento teórico 28
2.3.1 Estudio de mercado 28
2.3.2 Tipos de estudios de mercados 28
2.3.3 El Proceso del estudio de mercado: 29
2.3.4 Objetivos del estudio de mercado 29
2.3.5 Características del estudio de mercado 31
2.3.6 Métodos de investigación 31
2.3.6 Estructura del estudio de mercado 32
2.3.7 FODA 33
2.3.8 Para qué sirve el FODA 33
2.3.9 Objetivo de la matriz FODA 34

2.3.10 Desarrollo del análisis FODA 35
2.3.11 Utilidad del análisis FODA 35
2.3.12 Sistema turístico 35
2.3.13 Partes del sistema turístico 36
2.3.14 Demanda turística 37
2.3.15 Tipos de servicios turísticos 37
2.3.16 Tipos de alojamientos turísticos 38
2.3.17 Tipos de servicios de alimentos 40
2.3.18 Tipo de servicios de viajes 40
2.3.19 Tipo de transporte turístico 40
2.4 Fundamento legal 41
2.5 Fundamento conceptual 45
CAPÍTULO III 49
MARCO METODOLÓGICO 49
3.1 Enfoque de la investigación 49
3.2.1 Alcance 49
3.2.2 Diseño 49
3.3 Métodos teóricos 49
3.4 Técnicas e instrumentos de investigación 50
3.4.1 Observación directa 50
3.4.2 Encuesta 50
3.4.3 Entrevista 50
3.5 Población y muestra de la investigación 51
3.6 Análisis de resultados 51
3.6.1 Análisis de observación 51
3.6.2 Análisis de la encuesta 55
3.6.3 Análisis de las entrevistas 69
3.6.4 Triangulación 73
CAPÍTULO IV 74
LA PROPUESTA 74
PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA 74
4.1 Introducción 74
4.2 Justificación 74
4.2.1 Económico 74
4.2.2 Social 74

4.2.3 Turístico 74
4.2.4 Ambiental 75
4.3 Objetivos 75
4.3.1 Objetivo general 75
4.3.2 Objetivos específicos 75
4.4 Análisis FODA 75
4.5 EDT 76
4.6 Desarrollo de la propuesta 77
4.6.1 Localización 77
4.6.2 Logo del proyecto 77
4.6.3 Diseño de la infraestructura 77
4.6.3 Estructura del centro recreativo 79
4.6.4 Medios de promoción 84
4.6.5 Normas para el uso de las instalaciones 84
4.6.6 Personal de trabajo 85
4.7 Presupuesto del proyecto 88
4.7 Préstamo o accionista 92
CONCLUSIONES 93
RECOMENDACIONES 94
Bibliografía 95
ANEXOS 99
Anexo A Ficha base de informacion 99
Anexo B Encuesta para la invetigacion 100
Anexo C Entrevista presidente comunal 102
Anexo D Entrevista comunero 103

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Operacionalizacion de las variables 20
Tabla 2 Vias de acceso 52
Tabla 3 Infraestrucctura 53
Tabla 4 Atractivos 54
Tabla 5 Servcios turisticos 54
Tabla 6 Edad de los encuestados 55
Tabla 7 Genero encuestado 56
Tabla 8 Localidad de los encuestados 57
Tabla 9 Frecuencia de viaje 57
Tabla 10 Conocer comunidades 58
Tabla 11 Conocimineto del sector 59
Tabla 12 Le gustaria conocer la comunidad 60
Tabla 13 Visitar centro recreacional 61
Tabla 14 Actividades para realizar 62
Tabla 15 Pago por disfrutar del centro 63
Tabla 16 con quien viaja 64
Tabla 17 Motivo de viaje 65
Tabla 18 Preferencia en los viajes 66
Tabla 19 Tiempo de permanencia 67
Tabla 20 Presupuesto estimado 68
Tabla 21 Triangulacion de los resultados 73
Tabla 22 Analisis FODA 75
Tabla 23 EDT 76
Tabla 24 Gasto de personal 89
Tabla 25 Materiales de obra 90
Tabla 26 Gastos administrativos 91
Tabla 27 Gastos en obra 92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 Mapa de la ubicación de la comuna Sinchal 17
Figura 2 Foto Sinchal 52
Figura 3 Obras de la comuna en proceso 53
Figura 4 Edad en porcentaje 55
Figura 5 Genero encuestado 56
Figura 6 Lcoalidad de los encuestados 57
Figura 7 Frecuencia de viaje 58
Figura 8 Conocer comunidades 59
Figura 9 Conocimiento del sector 60
Figura 10 Le gustaria conocer la comunidad 61
Figura 11 Visitar centro recreacional 62
Figura 12 Acitivades para realizar 63
Figura 13 Pago por disfrutar del centro 64
Figura 14 Con quien viaja 65
Figura 15 Motivo de viaje 66
Figura 16 Preferenccia en los viajes 66
Figura 17 Tiempo de permanencia 67
Figura 18 Presupuesto estimado 68
Figura 19 Logo 77
Figura 20 Centro turistico 78
Figura 21 Ejemplo del dieño arquitectonico 78
Figura 22 Piscinas para niño 79
Figura 23 Piscinas para adolecentes 79
Figura 24 Piscinas para adultos 80
Figura 25 Cancha de uso multiple 81
Figura 26 Cancha de baloncesto 81
Figura 27 Sanitarios 82
Figura 28 Comedor 83
Figura 29 Basureros 83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Ficha base de informacion 99
Anexo B Encuesta para la invetigacion 100
Anexo C Entrevista presidente comunal 102
Anexo D Entrevista comunero 103

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

"ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA"

Autor: Kevin Jordan Guerrero Reyes

Tutor: Blga: Jenny Castro

RESUMEN

La presente investigación detalla el estudio realizado a la comunidad de Sinchal ubicada en la parroquia Manglarato provincia de Santa Elena. El objetivo fue analizar los elementos del sistema turístico que permita el reconocimiento actual del sector para el diseño de un centro turístico. Se aplicó una metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo; con una metodología teórica de análisis y síntesis, y una metodología empírica de observación. Las técnicas de recopilación de datos fueron: la observación directa, que permitió verificar las condiciones actuales del sector, factor social, e infraestructura, la encuesta aplicada a los 384 potenciales turistas que usan la Ruta del Spondylus (moradores de sectores cercanos o visitantes), que ven a la comuna como sitio de paso, por estar ubicado en una intersección y con problemas de obras inconclusas, las cuales afectan el acceso y tránsito dentro de la comuna. El resultado logrado fue reconocer las condiciones de los elementos del sistema turístico de la comuna, que permitan proyectarse como un nuevo sitio de estancia. Se evidenció la aceptación de la propuesta de impulsar el desarrollo turístico y la factibilidad administrativa del desarrollo de un centro recreacional dentro de la comunidad Sinchal.

Palabras clave: Complejo recreativo, Sinchal, Manglararlto, Spondylus, Sistema Turístico

FACULTY OF SOCIAL COMMUNICATION

TOURISM AND HOTEL CAREER

"MARKET STUDY TO PLAN A TOURIST RECREATIONAL COMPLEX IN THE COMMUNITY OF SINCHAL IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA"

Author: Kevin Jordan Guerrero Reyes

Tutor: Blga: Jenny Castro

ABSTRACT

The present investigation details the study carried out in the Sinchal community located in the Manglarato parish in the province of Santa Elena. The objective was to analyze the elements of the tourist system that allow the current recognition of the sector for the design of a tourist center. A qualitative and quantitative approach methodology was applied; with a theoretical methodology of analysis and synthesis, and an empirical methodology of observation. The data collection techniques were: direct observation, which allowed verifying the current conditions of the sector, social factor, and infrastructure, the survey applied to the 384 potential tourists who use the Spondylus Route (residents of nearby sectors or visitors), who see the commune as a place of passage, for being located at an intersection and with problems of unfinished works, which emerge access and transit within the commune. The result achieved was to recognize the conditions of the elements of the tourist system of the commune, which allowed it to be projected as a new place of stay. The acceptance of the proposal to promote tourism development and the administrative feasibility of developing a recreational center within the Sinchal community was evidenced.

Keywords: Recreational complex, Sinchal, Manglarlto, Spondylus, Tourist System

INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente investigación es realizar un estudio de mercado en la comunidad de Sinchal ubicada en la parroquia Manglaralto perteneciente a la provincia de Santa Elena, la información recopilada fue obtenida de los lugareños y de las comunas aledañas del sector estudiado.

En el capítulo I, se analiza el eje principal de la problemática, siendo este una comuna con recursos es considera una comuna de paso hacia los puntos turísticos del sector, se expone objetivos generales y específicos en base al objeto y campo de la investigación.

En el Marco Teórico, se analiza el estudio de mercado como eje principal de obtención de datos, en base a referentes de los antecedentes de la investigación, donde se coteja con estudios realizados en el mismo campo para analizar los datos obtenido, enunciando las leyes que permiten el funcionamiento de lo proyectado en la investigación.

El Marco Metodológico se basa en el enfoque y tipos de la investigación que iniciarán los métodos de obtención de información con datos reales recopilados dentro del sector estudiado, esto mediante encuestas y entrevistas a personas oriundas del sector en el que está enfocado la investigación.

En el capítulo final se realiza una propuesta de planificación para el diseño de un complejo recreacional turístico, para fomentar la actividad turística y económica del sector, debido a que en el no existe ninguna planta turística como tal, finalizando con recomendaciones en base a los objetivos estudiados y conclusiones sobre la factibilidad de la investigación para la comunidad de Sinchal.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Ecuador posee diversidades de zonas naturales turísticas, marcado por regiones como son costa, sierra, oriente e insular, en la región costera si bien es cierto es caracterizada por la ruta del Spondylus alberga otras riquezas naturales en sectores poco explotados en el área turística.

¿Teniendo zonas sin explotar, por qué solo se enfatiza la ruta del Spondylus en la región costera de Ecuador?

Basándose en este precedente se debe ser enfatizar que no se busca olvidar o darle menos importancia a la zona costera, más bien en conjunto, promover otros sectores adyacentes a ellos; en el sector costero de la provincia de Santa Elena existen muchas comunas que poseen atractivos naturales y culturales que no son muy promocionados, una de estas es la comuna Sinchal ubicada en la parroquia de Manglaralto, debido a que está ubicada en una zona de tránsito poco usada por los turistas, por este motivo el sector no es apreciado en todo su esplendor, toda su belleza cultural y natural aún es poco conocida; pudiendo encontrar en el sector un sin número de recursos para realizar como: senderismo, ciclismo, cabalgatas, turismo de naturaleza, inclusive cuenta con festividades locales y ferias gastronómicas.

La comuna Sinchal es un sector agrícola y sus habitantes tienen actividades como las manuales, en la construcción y un gran número de ellos se encuentran involucrados en actividades turísticas externas, debido a que salen de su localidad para laborar en diferentes ramas del turismo. Por parte del gobierno competente no se ha dado un buen manejo a la calidad de vida de estos sectores, como consecuencia de esto se puede mencionar que las vías de acceso se encuentran en mal estado, sumado a esto, se abastecen de agua por pozos y no poseen un buen liderazgo por parte del cabildo comunal para el mejoramiento de su sector.

Se expone como problema central la inexistencia de oferta de establecimientos de alojamiento y recreación turísticas que cumplas con las normativas vigentes para que los

demandantes logren recibir las facilidades al llegar al sitio, y eleven su nivel de satisfacción para un pronto retorno.

Una de las causas detectadas es el abandono del sistema vial, las dificultades de acceso se hacen cada vez más notorias, con la proximidad de los inviernos que año tras año caotizan a la población, como consecuencia no es atractivo para el turista avanzar a la comunidad; el desabastecimiento de agua potable en el sector agrava la situación, debido a que se abastecen del líquido vital mediante pozos reservorios de agua proveniente de la montaña, el servicio de alcantarillado aún está en proceso de construcción, debido a que la obra está paralizada por ineficiencia administrativa cantonal. .

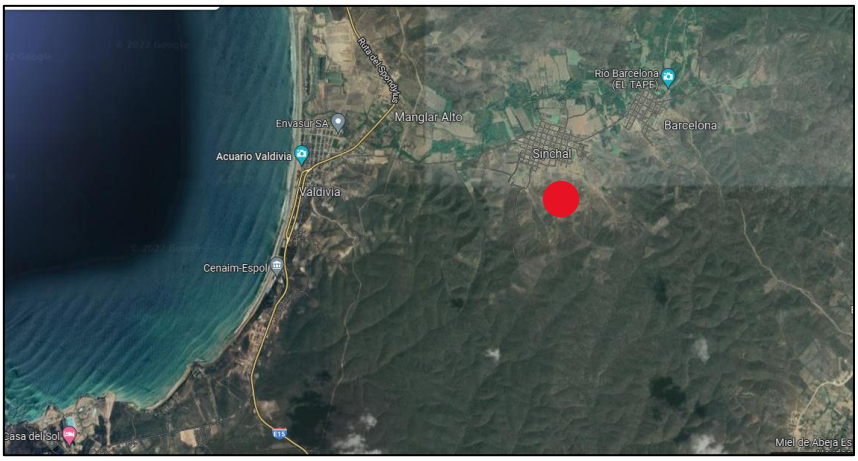
Por tal motivo, la presente investigación se enfoca en levantar un historial de la situación actual de la comuna, y las riquezas naturales que ofrece, ofreciéndole la oportunidad de impulsar su desarrollo local a través del diseño de un complejo turístico, que permita el aprovechamiento de los recursos naturales del sector con facilidades que los turistas deseen cubrir.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera influirá el estudio de mercado en la comuna Sinchal para la planificación de un complejo recreativo turístico?

1.3 Delimitación

Figura 1 Mapa de la ubicación de la comuna Sinchal



Nota: Tomado de (Google maps, 2020)

La comuna Sinchal está ubicada en la zona costera de Ecuador, en la provincia de Santa Elena que limita al norte con Manabí y al sur con Guayas, dentro de la provincia está ubicada en el cantón Santa Elena – parroquia Manglaralto, la vía de acceso hacia el destino seria la ruta del Spondylus que conecta con el cruce ubicado en la comuna valdivia como muestra la Figura 1, esta comuna posee recursos naturales como los bosques de algarrobo o comúnmente llamado “muyuyo”, además que en las épocas lluviosas el rio baja de las montañas y se puede disfrutar en todas las comunas aledañas, el sector es limonero, artesanías como las ollas de barro.

1.4 Relevancia social

Esta investigación pretender aumentar la actividad socio económica para ayudar a los habitantes, de esta manera se abrirán nuevas plazas de empleo y creación de negocios comunitarios para brindar un desarrollo socioeconómico y propiciar mejorar la calidad de vida del sector.

1.5 Idea a defender

El estudio de mercado de la comuna Sinchal influirá a la planificación de un complejo recreativo turístico que permita el fortalecimiento del turismo rural

1.6 Justificación

Con el análisis se dará a conocer la situación actual de todo el sistema turístico en la localidad. Se presentará una propuesta en base a la situación actual para implementar servicios que se necesitan en el lugar. Para la adecuación de instalaciones turísticas que brinden satisfagan las necesidades básicas que pueda requerir el turista.

Se va a contar con recursos económicos, teóricos, bibliográficos, de tiempo de contactos para llegar a datos certeros que permitirán entregar resultados veraces.

Se usará instrumentos tecnológicos para el levantamiento de información, como drones simuladores térmicos y tectónicos para el establecimiento, además diversas herramientas amigables con el medioambiente. Es de recalcar que dependiendo de los métodos a seguir se podrá analizar y palpar la realidad para formar una base sólida del proyecto, y disponga de una buena estructura usando métodos eficaces para llegar al objetivo planteado.

1.7 Objetivos

Objetivo general

- Analizar los elementos del sistema turístico que permita el reconocimiento actual del sector para el diseño de un centro turístico de la comuna Sinchal.

Objetivos Específicos

- Identificar las fortalezas y debilidades del sector para el reconocimiento del estado actual de la comuna a través del FODA
- Identificar los recursos naturales y culturales que puede brindar el sector como elementos tangibles e intangibles a ofertar
- Determinar el perfil del turista para cubrir la demanda con los recursos existentes del sector
- Establecer las pautas metodológicas para el diseño de un complejo recreativo turístico que disponga de elementos innovadores para el incremento del turismo rural en la comuna Sinchal

1.8 objeto y campo

Objeto: Estudio de mercado

Campo: Complejo recreacional

1.9 Sistematización de la investigación

Mediante este estudio se van originando interrogantes que orientaran a la investigación.

- ¿Cuántos turistas llegan a esta provincia cada mes?
- ¿Qué porcentaje de turistas son locales o extranjeros?
- ¿Qué llama la atención de los visitantes?
- ¿Qué tipo de turistas llegan a esta provincia?
- ¿Por qué escogen desplazarse a este sector costero?
- ¿Cuáles son los motivos que impulsa a un visitante en pernoctar en estas comunidades?
- ¿Cuáles son los recursos que posee el sector?
- ¿Cuáles son las limitantes de los servicios de esta comunidad?
- ¿Qué tipos de actividades se puede brindar en el sector?
- ¿Cuáles son los impedimentos para llevar a cabo este proyecto?

1.10 Operacionalización de las variables

Tabla 1 Operacionalizacion de las variables

Objetivos Específicos	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
Identificar las fortalezas y debilidades del sector para el reconocimiento del estado actual de la comuna a través del FODA	Estudio de Mercado	Según Douglas da Silva, (2021), "Su finalidad es conocer en profundidad del nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad"(p. 1).	Esta definición nos permitirá comprender la situación real y las necesidades que presenta la localidad las cuales se desea mejorar, enfocando los puntos en los cuales se debe modificar o implementar optando por las mejores propuestas.	Exploratorio	Variables sociales Actividades turísticas	Encuesta Observación directa
Identificar los recursos naturales y culturales que puede brindar el sector como elementos tangibles e intangibles a ofertar				Descriptivo	Categorizar los recursos	Observación directa e indirecta
Determinar el perfil del turista para cubrir la demanda con los recursos existentes del sector				Casual	Causa Efecto	Fichas de investigación Observación directa
Diseñar un complejo recreativo turístico que disponga de elementos innovadores para el incremento del turismo rural en la comuna Sinchal	Turismo natural y cultural	Son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medioambiente, cultual y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes.	Las actividades recreacionales permiten el flujo socioeconómico de cada sector, con esto los recursos naturales y culturales impulsa las actividades económicas respetando y cuidando los recursos brindados.	Planta turística	Servicios Infraestructura turística	Encuestas Fichas técnicas
				Servicios turísticos	Actividades recreativas	

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Referentes históricos

2.1.1 Historia del turismo en el sector

El turismo se originó en base a lo manifestado por los pobladores de esta parroquia, con la creación de la aduana (1904), cuando Manglaralto era un puerto de exportación, donde desembarcaban gran cantidad de barcos y por ende los tripulantes buscaban lugares donde poderse alojar y sobre todo alimentarse, por esta razón empezaron a crearse los primeros establecimientos que ofrecían estos servicios. Desde entonces Manglaralto empezó a ser reconocido a nivel nacional e internacional, por causa del desarrollo económico comercial que había tenido en el siglo XIX.

Los lugareños del sector de la antigua comuna de Manglaralto comentan, en las varias entrevistas de campo, que entre los años 1965 y 1970 se construyeron dos hoteles de tercera categoría, el hotel Cosmopolita, que fue administrado por el propietario Segundo Jara, y el hotel Parador Turístico por Hugo Idrovo; estos alojamientos se ubicaban en el malecón del sector, durante la década mencionada, su presencia se evidenciaba antes de que la marea empezara a provocar erosión y al ganar terreno destruyera parte de este magnífico lugar de recurso sol y playa.

A finales del siglo XX el crecimiento potencial de la parroquia Manglaralto fue en aumento, esto fue posible gracias a las instituciones públicas e inversión privada, y la participación de los pobladores con la creación de microemprendimientos propios del sector. El crecimiento de actividad turística se fortaleció en un sector cercano llamado Montañita, esta activa en auge no daba abasto con la demanda, las comunas aledañas como Olón y Manglaralto comenzaron con la creación de infraestructura para cubrir la falta de algunos servicios tales como: alojamiento y restauración. (Moreno & Coromoto, 2016)

Realizando el levantamiento de información de la zona, una comunera de Sinchal, la señora Felipa Amada Domínguez Laínez considerada una de las primeras habitantes de la comuna, con 92 años de edad, relata algo de la historia del sector como el origen del nombre de la comuna Sinchal; este se debió gracias a una vestimenta

llamada “CHAL” usada por el frio en la comunidad Colonche, y en ese entonces se formaba la comuna y se le denominaba SIN-CHAL ya que en este sector no se usaba.

La comunidad se basa en la producción agrícola mayormente cítricos, por ende, al sector se le denomina “Limoneros”, además de otros productos de ciclos cortos como sandía, melón, pimiento y pepino. La población es de aproximadamente 5000 habitantes, con 1360 familias establecidas.

2.1.2 Historia de los estudios de mercado

La investigación de mercado dio a lugar cuando surge el comercio, para identificar las exigencias y hacia donde apunta las necesidades de la gente y a vez estudiar a sus competidores. El estudio de mercado como materia surgió a la mitad del siglo XIX cuando se implementaron los cuestionarios también llamados encuestas.

Luego de la segunda guerra mundial los involucrados dentro del área de comercio incorporan las técnicas de muestreo estadístico a la investigación de mercado, con ello surge la investigación cuantitativa. A finales de los 40’s un grupo de sociólogos realiza ciertas pruebas con personas, para observa estímulos y comportamientos del ser humano con ello nació la investigación cualitativa. El crecimiento que produjo la posguerra favoreció la investigación de mercados, en conjunto con el auge tecnológico con los electrodomésticos crecieron los negocios de la publicidad conocido en la actualidad como marketing. En 1911 Charles Carlin de Curtis Publishing Group funda el primer departamento de investigación de mercados en donde se populariza el uso de las encuetas como método de recopilación de datos para conocer las preferencias del consumidor.

> La producción y las ventas son enfocadas a la orientación del consumidor en los años 80´s, con el auge del tipo de investigación cualitativa surgen competencia que genera variedad de marcas y la implementación del uso de internet. (Alvarez, Arias, & Romario, 2015)

Cuando se refiere a la investigación de mercado se tiene que evidenciar que no solo se enfoca al consumidor final, también involucra a todo el proceso que concierne la producción hasta llegar al cliente. Se logran mayores y mejores resultados al trabajar utilizando metodologías activas que les permita el contacto con la fuente primaria de información (clientes – consumidores).

2.2 Antecedentes de la investigación

Centro turístico cultural en el Balneario de Pimentel como recurso turístico – recreativo de la provincia de Chiclayo (Sanchez, 2020)

El presente trabajo se da por la deficiencia de espacios que se demanda para la interacción del turista. El objetivo de la tesis es diseñar un centro turístico cultural a fin de promover el recurso turístico, cultural complementándose con la recreación con áreas de esparcimiento y de ocio, para contribuir con el desarrollo de la ciudad. Los lineamientos del diseño fueron resultantes de un diagnóstico urbano, análisis de referente arquitectónicos, de oferta existente en el área de estudio, y las necesidades de los usuarios delimitados.

El tipo de enfoque que fue usado es mixto, porque se utilizaron los métodos cualitativos y cuantitativos; es cualitativo, porque se realizó recolección de datos, levantamiento de referentes arquitectónicos, fichas, encuestas, entrevistas. Los referentes analizados cumplen con el criterio de generar malecones o bulevares como espacios públicos integradores y de uso altamente comercial.

El presente trabajo permitirá a la investigación fortalecer la estrategia del vínculo entre las comunidades del sector, se demuestra que un proyecto de esta naturaleza ofrece una interacción entre las comunidades de los sectores rurales, poco desarrollados turísticamente.

Centro cultural y turístico Del Valle de Colchagua (Rencoret, 2012)

Actualmente no existe un desarrollo sistemático y educativo de la cultura que lo traduzca al reconocimiento de artistas locales en diversas disciplinas dentro del valle de Colchagua, el objetivo es reconocer el potencial del valle de Colchagua a través de sus atractivos culturales y patrimoniales. La metodología aplicada observación directa del sector reconocimiento de los recursos naturales por medio de entrevistas del lugar y encuestas con los pobladores. Los resultados arrojaron la factibilidad del proyecto propuesto con buenas tasas de acogida e interés hacia las personas.

La presente investigación establece una relación en donde se puede observar y desarrollar la interacción entre infraestructura y recursos naturales del entorno donde se conglomera estos dos elementos, esto crea el mismo entorno simulado con otros tipos d cultivos que pueden fortalecer a futuro con otras actividades.

Centro turístico vivencial a fin de promover y difundir las técnicas ancestrales de los artesanos y productores en el distrito de Mórrope (Ruiz, 2020)

Esta investigación fue basada por la inexistencia de proyectos que promuevan la cultura de este sector, el objetivo principal es proponer un centro turístico vivencial que permita que el turismo sostenible coadyuve a revalorizar las técnicas ancestrales de los artesanos y productores propio del distrito de Mórrope. La metodología usada en esta investigación fue mediante observación directas, entrevistas, encuestas y coordinación con las instituciones públicas y privadas solicitando documentación necesaria para la investigación, se identificó una falta de gestión con el patrimonio vivo en Mórrope que es sobre su técnica ancestral, y que por consecuencia una pérdida de esta vivencia cultural, la investigación se asienta en el eje Tumbes, Piura, Lambayeque y Trujillo – Sipán, en donde se logra identificar un desbalance de infraestructuras, lo que ha tenido como consecuencia una desvalorización de sus saberes ancestrales artesanales.

Con la presente investigación aporta un agregado como son las referencias culturales del sector así impulsando al centro recreacional turístico no solo a la diversión sino también a enriquecer con la cultura local.

Proyecto para la creación de un complejo ecoturístico en la parroquia Canuto del cantón Chone (Ruales, 2012)

El problema es la inexistencia de una planta turística adecuada que brinde servicio de alojamiento, entre otras actividades; al mismo tiempo que permita que los turistas puedan disfrutar de los atractivos turísticos de dicha parroquia y sobre todo que se encuentre dentro del marco de las buenas prácticas del turismo sostenible. Con esto el objetivo es diseñar un complejo ecoturístico para la parroquia Canuto del cantón Chone, para lo cual el investigador realizo encuestas para analizar el fenómeno, tomar información y registrarla. El estudio comprendió el diseño de un complejo ecológico y turístico en el sitio La Juanita de la parroquia Canuto del cantón Chone, en el cuál analizaron los aspectos y las características del lugar de construcción a través de visitas de campo y la recopilación de datos desde fuentes primarias y secundarias. El complejo

ecoturístico comprende un área ideal para el descanso, la recreación y el esparcimiento, ya que las instalaciones de dicho complejo lograrán satisfacer la demanda actual de turistas que buscan un lugar donde a más de interactuar en un ambiente natural, pueden contar con las facilidades que le permitan permanecer y disfrutar de un espacio alejado del ruido y del estrés del área urbana.

Este proyecto ofrece la posibilidad de realizar un similar levantamiento de información en zonas rurales y estructurar un esquema diferente donde el sector no posee un sistema turístico como tal.

Propuesta para la creación de un complejo turístico como alternativa económica para la cooperativa "El Cisne del Mulaute" del cantón San Miguel de los bancos de la provincia de Pichincha (Zambrano & Benavides, 2018)

La población de la cooperativa "El Cisne del Mulaute" actualmente se dedica a labores productivas de ganadería, agricultura y a la crianza y venta de aves sin embargo estas actividades no generan los recursos económicos suficientes que permitan cubrir las necesidades de los habitantes, en los últimos años ha provocado la inmigración de la población hacia las grandes ciudades en busca de mejores oportunidades laborales y económicas. Como objetivo se propone un proyecto de inversión, para la creación de un complejo turístico en la cooperativa "El Cisne del Mulaute", como alternativa para incrementar los ingresos económicos de los habitantes y fomentar el empleo local.

En la primera visita realizada a la población y basado en la información obtenida en las entrevistas con los pobladores, se pudo determinar que la mayoría de ellos invierten su fuerza productiva en la agricultura y ganadería, lo cual no es una actividad que genere mucha ganancia por lo cual su economía no es muy estable. La propuesta de creación de un complejo turístico como fuente complementaria para la generación de ingresos económicos y de plazas de trabajo es adecuada, pues no solamente contribuirá con estos dos factores, sino que atraerá turistas y hará más conocida la zona lo cual permitirá incrementar los ingresos por venta de productos y servicios que se generan en la cooperativa contribuyendo de manera indirecta a las 15 familias integrantes de la cooperativa.

La presente investigación permite encontrar la factibilidad en la ejecución de un complejo para el sector Sinchal, donde se podrá demostrar lo positivo que resultará para la economía de la zona rural de la península de Santa Elena.

Propuesta de un centro recreacional, ecoturístico y cultural como eje de conservación y sustento económico para la eco-comunidad de Santay (Cadena & Rios, 2011)

Este producto, buscaba cubrir una demanda insatisfecha, manifestada principalmente por grupos familiares y turistas que buscan escapar de la rutina diaria, sin gastar mucho dinero y sin tener que desplazarse largas distancias, mientras que grupos escolares se muestran interesados en aprender de forma dinámica y entretenida acerca del medio ambiente. Con el objetivo de reconocer y evaluar los aspectos más importantes que incidan en la creación de un centro recreacional, ecoturístico y cultural, como medio de escape del estrés citadino y sustento económico para la comunidad de santay.

La metodología utilizada en la presente investigación es un estudio de caso, ya que esta herramienta permite el análisis de elementos similares de forma detallada con el objetivo de obtener una percepción más completa, además en el método mencionado los datos fueron obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, entrevistas directas, observación directa, archivo. Este nuevo producto, cubrirá la demanda insatisfecha, manifestada principalmente por grupos familiares y turistas que buscan escapar de la rutina diaria, sin gastar mucho dinero y sin tener que desplazarse largas distancias.

Este proyecto facilita el análisis de los enfoques del sector que busca este tipo de complejos recreacionales para su entretenimiento y descanso. Acota un modelo eco-amigable para explotar sus recursos mediante medios sustentables y de bajo impacto para el medio ambiente.

Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena (Chavez, 2015)

Se basa en la ausencia de lugares de recreación en la zona, por lo cual es necesario plantear el diseño de un complejo turístico que permita su rejuvenecimiento y capte nuevos mercados contando así con áreas de recreación dirigidas a todos los segmentos, con espacios acuáticos, deportivos y de diversión infantil, donde se puedan realizar varias actividades al aire libre y disfrutar buenos momentos en familia y

amigos, puesto que la oferta de la comuna Montañita ha segmentado el mercado de gente joven y tanto su oferta como su demanda centran sus actividades en sol, playa, surf y vida nocturna, por lo que con la creación de un complejo turístico se daría paso a nuevas experiencias tanto para turistas como nativos, dejando a un lado la monotonía de la vida diaria.

El objetivo era estudiar la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita, mediante las técnicas investigativas y el análisis de encuestas, para minimizar la falta de diversificación en el mercado turístico y mejorar la situación socio económica incrementando las fuentes de trabajo e involucrando a los pobladores en el aspecto turístico.

La Implementación del Complejo Turístico permitirá el incremento de turistas en la comuna Montañita como una nueva alternativa de turismo en la zona, igualmente mejorará la situación socio económica incrementando las fuentes de trabajo e involucrando a los pobladores en el aspecto turístico Por las características tanto físicas como turísticas que posee la Comuna Montaña, se hace factible la implementación del Proyecto, siendo el mismo una alternativa innovadora y única acorde a los requerimientos de la demanda.

Este proyecto acota a la investigación a estadísticas vivenciales de los turistas en las cuales permite establecer el comportamiento de los visitantes y establecer las necesidades que podrían cubrirse a implementar un segmento nuevo en un área que ya posee ciertos servicios turísticos.

Diseño de un plan de promoción turística de los atractivos naturales y culturales de la comuna Manglaralto, provincia de Santa Elena, 2016 (Yagual, 2017)

La falta de promoción turística de los atractivos que se encuentran en este lugar se debe al desinterés que presentan las autoridades de la parroquia, a la desorganización por parte de los comuneros ya que no consideran que Manglaralto pueda ser considerado como un destino turístico, en base a esto su objetivo es elaborar un plan de promoción turística de los recursos naturales y culturales de la Comuna Manglaralto con el fin de posicionarlo turísticamente. Este proyecto tiene como finalidad fomentar el turismo comunitario y turismo vivencial.

La presente investigación nos permite estructurar y obtener información del sector con relación al proyecto donde podemos evidenciar la vulnerabilidad de las comunas adyacentes e impartir mejoras en base a la falencia que se ha obtenido con este proyecto, que nos brinda a identificar los recursos naturales de la zona.

2.3 Fundamento teórico

2.3.1 Estudio de mercado

Según (Kotler, 1996), "La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones" (p, 10). En cambio, (Fischer, 1996), dice que "La Investigación de mercados es un proceso de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para la toma adecuada de decisiones y para establecer así una correcta política de mercado" (p, 51). Así mismo para (Blom & Hayes, 1996), el estudio de mercado "Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (p, 1). Por otra parte, (Randall, 1998), define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing" (p, 1). Y según (Malhotra, 2004), "Los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor" (p, 1).

Por lo consiguiente se define que el estudio de mercado es la base donde parte la planificación u proyecto, la cual está basado en la recopilación de datos para realizar un perfil de consumidor y proveedores de servicios o productos.

2.3.2 Tipos de estudios de mercados

Según (Blom & Hayes, 1996) los tipos de mercados son:

- **Estudios cualitativos:** Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones. Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

- **Estudios cuantitativos:** Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

2.3.3 El Proceso del estudio de mercado:

Según (Kotler, 1996) (Blom & Hayes, 1996), un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
- Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
- Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

  Investigación basada en la observación

  Entrevistas cualitativas

  Entrevista grupal

  Investigación basada en encuestas

  Investigación experimental

- Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

2.3.4 Objetivos del estudio de mercado

En base a los expuesto (Nuño, 2017) determina que los objetivos del estudia de mercado son:

- Es importante analizar quién será el público objetivo.
- Otro factor relevante es la mejora de la idea inicial.
- Establecer un valor al producto o servicio

En cambio (Orjuela & Sandoval, 2002) determina que los objetivos son:

- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- Estudiar el mercado competidor, es decir, a todas las empresas que forman parte de la industria en la que se llevara a cabo el proyecto.
- Comprender las características del medio externo o internacional que pueden influir el desempeño del proyecto.
- Conocer los posibles efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político-legales del macroentorno, sobre las actividades que se vayan a desarrollar en el futuro.
- Caracterizar al usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado.
- Delimitar el área geográfica que va a ser atendida por el proyecto.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto.
- Planificar la estrategia de comercialización más adecuada a la naturaleza del bien y servicio del proyecto y a las características del usuario o consumidor.
- Definir las características generales del bien o servicio que se ofrecerá.
- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de la empresa del proyecto que los consumidores estarán dispuestos a adquirir.
- Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir el producto y los productores a ofrecerlo.
- Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor al consumidor final.
- Describir la promoción y publicidad que se ocupara para la comunicación del posicionamiento del producto a los consumidores o clientes.

Se determina que los objetivos del estudio de mercado es analizar al público segmentado a quien se va a dirigir el producto o servicio, brindar facilidades de compra y productividad de este, además de mejorar lo ofertado.

2.3.5 Características del estudio de mercado

Un estudio de mercado se realiza con el propósito de estudiar la viabilidad de nuestra idea de negocio o nuevo producto o servicio. (Nuño, 2017)

- Es un documento que comprueba la existencia de una necesidad en el mercado y qué productos existen actualmente satisfaciéndola y de qué modo.
- Proporciona los productos o servicios que actualmente existen en el mercado y que satisfacen esa necesidad insatisfecha.
- Realiza una estimación de la cantidad de productos que el mercado está demandando más.
- Determinación de los principales canales de distribución y comercialización de los productos, a través de los cuales llegaremos de mejor manera al consumidor final. Por ejemplo, actualmente, uno de los principales canales de comercialización será internet.
- Una de las principales características de un estudio de mercado es que sirve para detectar el riesgo que corremos en caso de que nuestro producto no se venda y no sea demandado por los usuarios.
- Conocer al detalle información sobre nuestra competencia directa, así como de los bienes y servicios que ofrecen. Este análisis de la competencia nos ayudará a saber más acerca de las empresas que compiten en el mismo mercado que nuestro negocio.
- Analizar los precios de los productos complementarios y sustitutivos.

Las características del estudio de mercado determinan cuales son los factores que implica el estudio de mercado para detallar la estructura de este, y facilitar la búsqueda de información.

2.3.6 Métodos de investigación

Según (Orjuela & Sandoval, 2002), existen tres tipos de investigación para recopilar información de fuentes primarias.

- **Investigación por comunicación.**

La investigación por comunicación es la más apropiada para recoger información descriptiva y es muy flexible, porque permite recoger mucha información de características diferentes y en distintas situaciones. Además, recoge información rápidamente y a bajo costo.

- **Investigación por observación**

En la investigación por observación, se recoge información observando personas, acciones y situaciones relevantes.

- **Investigación experimental**

La investigación experimental, es una fuente relativamente nueva de recolección de información. En ella se recoge información primaria seleccionando grupos parejos de sujetos que reciben diferentes tratamientos, controlando los factores no relacionados y cotejando las diferencias en los grupos.

Los autores permiten determinan los tres métodos de investigación como son, la investigación por comunicación que describe la información y puede ser muy versátil para recoger datos de diferentes situaciones, investigación por observación se caracteriza por recopilar datos mediante la observación del comportamiento, acciones y situaciones relevantes del individuo en cambio la investigación experimental se enfoca en estudiar grupos parejos para analizar la causa y efecto del mismo.

2.3.6 Estructura del estudio de mercado

Con los datos recopilados, se determina que la estructura del estudio de mercado esta segmentado de la siguiente forma:

Recopilar la información: el levantamiento de datos de los individuos segmentados a estudiar.

Observar demanda: Determina al público destinado el producto o servicio, la cual no ha sido considerada o no existe una buena oferta que satisfaga las necesidades.

Análisis de la oferta: Evalúa lo existente para brindar un mejor producto o servicio en base al análisis realizado determinando las falencias de este.

Definir el objetivo: se establece el objetivo del estudio y desglosar la información a las conclusiones que se obtiene de la investigación, se procesa la información teniendo en cuenta que se requiere para obtener resultados concretos.

Informe final: Se detalla el proceso de la investigación integrando el análisis de los datos recopilados de manera simplificada y determinando la factibilidad de lo investigado.

2.3.7 FODA

Según (Dyson, 2004), el análisis FODA (también conocida como DOFA, FODA, MAFE en español y SWOT en inglés) es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa. Por lo demás, es una importante herramienta de apoyo para la toma de decisiones generalmente usada para analizar sistemáticamente los ambientes interno y externo de una organización.

Así mismo (Ponce, 2006) determina. El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

Se concluye que la matriz FODA, es una herramienta que permite analizar los factores que contiene una organización, la cual permite analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que se puede generar en el transcurso de una investigación.

2.3.8 Para qué sirve el FODA

(Riquelme, 2016). Determina, que se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, además, el análisis FODA es una

herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Cabe señalar que, si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

Además, el FODA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia.

2.3.9 Objetivo de la matriz FODA

Según (Riquelme, 2016), el objetivo de la matriz FODA es:

- **Fortalezas:** los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.
- **Debilidades:** lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.
- **Oportunidades:** las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo
- **Amenazas:** lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

Con esto se determina que el FODA, está estructurada por:

Fortaleza: se deriva a los puntos fuertes y recurso que posee la investigación para un proyecto.

Oportunidades: cuales son los alcances del proyecto, las oportunidades o beneficios que se van generando desde que el proyecto está en marcha.

Debilidades: los riesgos y factores que puede enfrentarse en la investigación.

Amenazas: situaciones que provienen del entorno atentando contra la estabilidad de la investigación.

2.3.10 Desarrollo del análisis FODA

El análisis FODA brinda información acerca de la situación de una empresa y permite trazar una estrategia con pasos a seguir de acuerdo con la información obtenida de sus características internas y del contexto. Este análisis ayudara a investigación para la propuesta de este proyecto, exponiendo todas las fortalezas y falencia que puede derivar la realización de esta investigación.

2.3.11 Utilidad del análisis FODA

Podemos enlazar las amenazas y debilidades para determinar los factores externos e internos que pueden obstaculizar la realización del proyecto, de la misma manera combinamos las fortalezas y las oportunidades, para evidenciar los recursos disponibles al igual determinar los puntos fuertes de la propuesta.

Matriz FODA del proyecto

Fortalezas: la comuna de Sinchal posee recursos naturales tales como, senderos, áreas de cultivos, ríos estacionarios, además de recursos culturales como son las festividades de la localidad, artesanías con barro y algarrobo.

Oportunidades: los factores que permiten la factibilidad del proyecto la seguridad social, se puede brindar diferentes actividades recreativas en el sector.

Debilidades: no existe una dirección estratégica clara, no existe una distribución de servicios básicos en condiciones, inexistencia de modelos de desarrollo del sector por parte del ministerio.

Amenazas: vías en mal estado, obras publicas sin concluir.

2.3.12 Sistema turístico

Según (Abarca, 2000), La partida del funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector.

Según la (OMT, 1994), el sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística.

Con esto determinamos que el sistema turístico es un conjunto de elementos que son necesario para llevar a cabo una actividad turística dentro de un espacio geográfico.

2.3.13 Partes del sistema turístico

Según (Abarca, 2000) está conformado en cuatro partes basado en los autores Roberto Bullón, Neil Leiper.

- **Órgano rector del sistema turístico:** El órgano rector, debe funcionar como el distribuidor de encendido del sistema turístico, que, al transmitir fluidamente a los elementos y componentes de la oferta, el comportamiento, exigencias y tendencias de la demanda real y potencial, resultado de una constante investigación y monitoreo, permita la retroalimentación de productos turísticos acorde a las exigencias y tendencias de la demanda.
- **Demanda real y potencial del sistema turístico:** Las corrientes turísticas real y potencial conforman la demanda del sistema turístico, que, al momento de tomar la decisión de viajar, dependen de su nicho ecológico, distribuido en dos componentes; factores (económico, psicológico, sociológico, físico, ético) y ambientes (económico, político, sociocultural y ambiental). Entendiendo que la corriente turística real representa a los turistas que constan en las estadísticas del sistema en análisis, y la corriente turística potencial, son todos los residentes que, mediante investigación de mercado, probablemente viajarán al sistema turístico en análisis.
- **Espacio geográfico del sistema turístico:** El espacio geográfico, está conformado por el transporte aéreo, terrestre, fluvial, marítimo, y los clúster turísticos ahí existentes, comprendiendo al transporte antes mencionado como organizaciones legalmente constituidas que operen en esta zona, transportando la demanda turística real, hacia la oferta y sus clúster turísticos como asociaciones de servidores o empresarios

turísticos que se unen y ejecutan estrategias conjuntas, para ofertar servicios y productos turísticos de calidad.

- **Oferta del sistema turístico:** Son todos los servicios y/o productos turísticos (atractivos, facilidades, accesibilidad) que, a través de la innovación, tecnología, competitividad, talento humano, política y economía, se puedan crear y posicionar en el mercado. Estos productos turísticos están integrados por los atractivos naturales, culturales, artificiales y los elementos directos e indirectos del sistema turístico.

Podemos sintetizar que estos elementos son esenciales para proyectar un impulso turístico en un sector que carezca de estos, para la propuesta de esta investigación en donde la inexistencia del sistema turístico es evidente, el órgano rectal turístico podría ser la creación de un centro recreacional turístico, en donde el eje del sistema turístico pueda valerse por si mismo para impulsar infraestructura dentro del sector. Crear una oferta y con ello va generando demanda de diferentes demandas.

2.3.14 Demanda turística

(Boullon, 2004), define a la demanda turística como la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores. Se tiene en cuenta para la contabilización de esta, no sólo la cantidad de turistas que ingresan a un destino sino también los ingresos que generan estos mismos al destino.

En turismo el concepto de demanda comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el consumo y la experiencia de lugares. Los turistas compran artículos y utilizan servicios, tales como restauración y alojamiento. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico en sí.

2.3.15 Tipos de servicios turísticos

Según (Linares, 2019) existen cuatro tipos de servicios.

Servicio de hospedaje

Las habitaciones para los huéspedes primero formaban parte de residencias privadas. Después surgieron las posadas y los cuartos de huéspedes. Ahora, las actividades de alojamiento tienen una enorme importancia económica. Muchos lugares de hospedaje, actualmente, proporcionan además de las habitaciones para el descanso y

permanencia de los turistas, salones de juntas, instalaciones para congresos, restaurantes, bares, espectáculos, tiendas, casinos, gimnasios y otras instalaciones y actividades.

Servicios de alimentos

El servicio de alimentos y bebidas forma parte de la gama de servicios turísticos que se ofrecen para satisfacer las necesidades y deseos del turista en general. Este servicio es proporcionado al turista mediante una gran diversidad de establecimientos, los cuales varían en cuanto a instalaciones, operación, precio. Un restaurante es el establecimiento que se dedica a la venta de alimentos y bebidas preparadas, mediante un servicio especializado y dirigido principalmente al segmento de turistas nacionales e internacionales.

Servicios de viajes

El servicio de la agencia de viajes nació como resultado de la falta de información, orientación y organización que existía en el pasado para realizar el desplazamiento turístico; es decir, tanto el traslado como la estancia en los destinos a los que se dirigen los turistas. Cabe mencionar que la persona que inició esa actividad fue Tomas Cook, en 1841, cuando efectuó un viaje organizado entre Leicester y Longborough, Inglaterra, lo que le valió, por su labor continuada, ser considerado por muchos teóricos del turismo como el padre del moderno turismo organizado.

Servicios de transportación

El transporte turístico procura el mayor y mejor aprovechamiento del tiempo libre, mientras que el transporte público proporciona los medios para lograr un ágil intercambio de mercancías y personas en el ámbito estricto de las actividades de un país. Por tanto, puede decirse que la transportación turística es el servicio que realiza el movimiento de pasajeros, al permitir el traslado del lugar de residencia habitual a uno diferente, con el objetivo de obtener descanso, placer u otra clasificación del tiempo libre.

2.3.16 Tipos de alojamientos turísticos

Alojamientos urbanos

Denominados así por la cercanía de la ciudad o ubicada dentro de la misma, estos pueden ser:

Hoteles: (Pérez & Merino, 2009)**.** El hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante).

Hostales: (Pérez & Merino, 2009). Un hostal tiene una categoría menor a la que ostenta un hotel. Puede tratarse de una hostería, una posada o un albergue, aunque las definiciones son imprecisas y las acepciones varían de acuerdo con el contexto y a la región.

Moteles: son alojamientos donde el servicio más prestado es por horas, y por lo general solo pernoctan una noche.

Apartamentos: se denomina a estos a servicios brindados por departamentos amoblados que ofrecen esto tipos de servicios dentro de las ciudades. Por lo general se renta por feriados y fines de semanas.

Alojamientos rurales: Categorizados de esta manera porque están ubicado en sectores a las afueras de las ciudades, dentro de estos están situados:

Resorts: (Pérez & Merino, 2009). Un resort es un hotel que cuenta con servicios de ocio y diversas instalaciones para el descanso y el disfrute del huésped. Esto quiere decir que, además de las habitaciones, el comedor y otros espacios que suelen tener la mayoría de los establecimientos hoteleros, un resort dispone de prestaciones adicionales.

Cabañas ecoturísticas: según (Camacho, 2022), “Un alojamiento de pequeñas dimensiones, generalmente construido en madera o piedra y situado en entornos naturales alejados de núcleos de población”

Complejos recreacionales: según (Urrutia, 2022), “Espacio con un conjunto de atractivos turísticos y diversos servicios dirigidos a complacer al visitante”.

Haciendas: son denominadas a las viviendas construidas en grandes hectáreas de cultivos, en la actualidad estas brindan servicios de alojamientos entre otros tipos de servicios turísticos.

2.3.17 Tipos de servicios de alimentos

Centro de comida rápida: (fast-food), denominados así a los establecimientos que brindan este servicio de comidas al paso, las cuales no requiere de mucho tiempo de preparación.

Cafeterías: por lo general estos establecimientos brindan bebidas calientes como: café y té, además de postres dulces y salados.

Restaurantes: son establecimientos que brindan el servicio de alimentación, pero este es más amplio, depende de este puede brindar varios tipos de platos y cuenta con un menú en el cual puede estar estructurado por: entrada, sopas, fuertes, postres, bebidas, etc. Además, que es atendido por un mesero, el servicio es más personalizado.

2.3.18 Tipo de servicios de viajes

Agencias de viajes: (Westeircher, 2022) argumenta. “Una agencia de viajes es una empresa que se dedica a ofrecer y/o producir diversos servicios turísticos al público. usualmente, actúan como intermediarias de otras firmas, caracterizándose por diseñar paquetes o planes que simplifican al cliente la organización de su itinerario”.

Servicio de guianza: es dominado al servicio de un individuo a otro u grupo, detallando los recursos naturales y culturales de un sector.

2.3.19 Tipo de transporte turístico

Aviones comerciales: es un medio de movilización de pasajeros mediante aeronaves, que planean por lo cielos, permitiendo el desplazamiento de los turistas en distancias más largas.

Cruceros: (Pérez & Gardey, 2011). El término crucero posee múltiples significados, pero en la actualidad se acostumbra a asociar la noción con el viaje recreativo que se realiza en barco y ofrece distintas escalas.

Buses interprovinciales-estatales: son transporte que recorren grandes distancias en las vías terrestres y poseen su propio terminal. Con mayor comodidad que los buses urbanos generalmente.

2.4 Fundamento legal

La **Constitución del Ecuador** (Asamblea Nacional, 2015)

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.

5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.

6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural. (p, 172).

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad. (p, 173).

La constitución ecuatoriana respalda a nacionales y extranjeros, siempre y cuando respeten las normas establecidas en la constitución. Con esto se garantiza una mejor convivencia entre las personas estando en suelo ecuatoriano.

Ley de Turismo del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2014)resuelve lo siguiente:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (p, 1).

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. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas. (p, 2).

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (p, 2).

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. (p, 12).

La ley resuelve que tenemos derecho a recrearnos y usar los espacios naturales y culturales respetando y conservando cada espacio establecido como turístico.

Leyes municipales

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.
2. Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.
3. Planificar, construir y mantener la vialidad urbana.
4. Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley. (p, 118).

El gobierno municipal respectivo, estará a cargo de velar por la planificación, construir y restaurar los servicios públicos, llevar el control del uso de suelo y establecer buena infraestructura para el saneamiento ambiental respectivos de las comunidades.

Plan de Creación de Oportunidades (Secretaria Nacional de Planificación, 2021-2025) indica:

Objetivo del Eje Económico

Objetivo 1: incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales. (p, 51).

Objetivo 2: impulsar un sistema económico con reglas claras que fomenten el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. (p, 53).

Objetivo 8: generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades. (p, 74).

Objetivo 11: conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales. (p, 87).

El Plan Nacional de Creación de Oportunidades, promueve el impulso socioeconómico con las personas y comunidades. Además, que garantiza generar más oportunidades laborales dentro del área turística y la conservación de los recursos naturales.

Código Orgánico de Organización Territorial (Presidencia de la República del Ecuador, 2015) indica:

Art. 64.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad. (p, 45).

Art. 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural. - Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. (p, 46).

El código orgánico de organización territorial establece que elabora, establece, fomenta y promueve actividades relacionadas con el turismo, y garantiza el desarrollo de las comunidades. Además de dar seguimiento a las obras publicas sean entregadas en concordancia a las necesidades de las comunidades.

2.5 Fundamento conceptual

Ecoturismo

(OMT, 2020), "Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales".

Producto

(Kotler, 1989), "es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo capaces de satisfacer una necesidad o un deseo".

Comunidad

(Arias, 2003), "grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos".

Balneario

(Aguilar, 2018), "Definimos a los balnearios como los establecimientos que tienen como característica fundamental la de utilizar aguas mineromedicinales declaradas de utilidad pública, con equipamientos e instalaciones y equipo médico para realizar los tratamientos derivados de esta especialidad". (p, 1).

Gastronomía

La (Española, 2022) define que es
"Conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar".

Cultura

(UNESCO, 2015), “La cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad. Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo”.

Instalaciones

(Construmática, 2022), “Conjunto de aparatos, conductos u otros elementos destinados a complementar las condiciones de habitabilidad de un edificio o prestar un servicio”.

Demanda

(Fischer L. , 2004), “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”.

Natación

(Ministerio de Turismo, 2014), “Modalidad turística de aventura por medio de la que el ser humano se sumerge en cuerpos de agua, ya sea el mar, un lago, un río, una cantera inundada o una piscina, con el fin de desarrollar una modalidad comercial, profesional, recreativa, de investigación científica o militar con o sin ayuda de equipos especiales”.

Complejo

(Pérez P. J., 2009), “conjunto de instalaciones o edificios que se agrupan para desarrollar una actividad en común”.

Actividades

(De Vargas, 2020) “Una actividad se compone de una necesidad, un motivo, una finalidad y condiciones para obtener la finalidad”.

Fútbol

(Española, 2022) define que es un
“Juego entre dos equipos de once jugadores cada uno, cuyo objetivo es hacer ent

rar en la portería contraria un balón que no puede ser tocado con las manos ni co n los brazos, salvo por el portero en su área de meta".

Baloncesto

(Española, 2022) define que es un
"Juego entre dos equipos de cinco jugadores cada uno, cuyo objetivo es introduc ir el balón en la cesta o canasta del contrario, situada a una altura determinada".

Recursos

(Chiavenato, 1999) "Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización".

Salvavidas

(WrodReference, 2022), "Flotador o cualquier otro utensilio insumergible empleado para mantener a flote a los náufragos o personas que no saben nadar".

Recreación

(Ferrater, 1976), "Un modo de hacer, una manera de vivir, una forma de ser que se apodera del ser humano, que se identifica con él, que lo realiza o que le permite un cierto grado de éxito personal que le satisface plenamente".

Visitante

(OMT, 1994) "Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado".

Turista

(Smith, 1992), "una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún lugar alejado de su lugar de residencia con objeto de cambiar de ambiente"

Cancha

(Pérez p. J., 2009), “El vocablo se utiliza para referirse al espacio reservado para la práctica de distintos deportes o para la organización de espectáculos”.

Canasta de baloncesto

(Tropical, 2022), “aros metálicos sujetos horizontalmente a un tablero vertical, y del que penden una red tubular sin fondo en la que es necesario introducir el balón para el enceste”.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

Esta investigación se caracteriza por tener un enfoque mixto, en el cual su estudio cualitativo describe al objeto de estudio que se puede emplear en esta investigación y con el cuantitativo se explica o predice al campo objeto de estudio del mercado.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Alcance

Descriptivo: con este análisis se pudo caracterizar las variables que se está estudiando en la comunidad para la integración de un centro recreacional turístico, para brindar las comodidades a los turistas ofrecerles y un servicio de calidad para satisfacer sus necesidades.

3.2.2 Diseño

Investigación acción: la investigación parte de una problemática y se proyecta una factible propuesta con datos concluyentes.

No experimental: el levantamiento de información se realizó por observación sin alterar el sector, con los factores analizados se propone una solución, no se manipulan las variables.

Transversal: debido a la toma de datos en un periodo determinado agosto 2022, donde se procede a determinar la problemática.

3.3 Métodos teóricos

Analítico-sintético: se estudió el sector para determinar los factores concluyentes que nos determina las causas del problema de esta investigación.

Inductivo-deductivo: el estudio nos permitió encontrar los beneficios para la comunidad y los turistas, mediante encuestas aplicadas en el sector.

Método empírico

La observación

Con esto se determina las condiciones del sector y mediante las fichas de observación evidenciamos los resultados que determinan los factores que afectan al lugar.

3.4 Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1 Observación directa

Para este análisis se hizo un recorrido del sector aplicando la ficha para la recolección de información que permitió la situación actual de los elementos del sistema turístico del sector.

La ficha se adecuo para visibilizar las necesidades, para realizar la observación con la lista de cotejo para verificar los recursos ausentes y presentes en esta investigación y el registro anecdótico que muestra el proceso realizado para la observación, Anexo A.

3.4.2 Encuesta

La encuesta se realizó con un banco de preguntas estructurado de 12 interrogantes con opción múltiple usando la medición de Likert, Anexo B, en donde podemos observar con los filtros integrados las preferencias de los visitantes, y evaluar así las variables del estudio de mercado del sector, las encuestas se realizaron por software debido a las condicionales de salud actuales.

3.4.3 Entrevista

Se realizo la entrevista al presidente de la comuna el señor Carlos Borbor, en donde se realizó un banco de preguntas conformado por 12 interrogantes consideradas, Anexo C, para exponer los beneficios que puede brindar la propuesta de esta investigación. Al igual al sr. Vitor Borbor comunero de la localidad, Anexo D.

3.5 Población y muestra de la investigación

Para la investigación se consideró lo siguientes datos, usaremos la muestra de la formula infinita, (MAGAP, 2020) indica que tiene una población de 4000 habitantes aproximadamente. (p, 350). Determinaremos la muestra de los posibles visitantes.

Datos:

Z (nivel de confianza) = 1,96

P (probabilidad de ocurrencia) = 0,5

Q (probabilidad de no ocurrencia) = 0,5

E (margen de error) = 0,005

Fórmula infinita

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 * 0{,}25}{0{,}0025}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}0025}$$

$$n = 384{,}16$$

3.6 Análisis de resultados

3.6.1 Análisis de observación

La comunidad Sinchal ubicada en la parroquia Manglaralto pertenece a la provincia de Santa Elena, mediante la observación directa se evidencio lo siguiente:

Las únicas vías de acceso son mediante transporte terrestre, ya sea este particular o público, en las cuales la principal compañía de transporte que lleva al destino

partiendo del terminal terrestre de Santa Elena es la Coop. 2 de noviembre, al igual que los taxis que dan rutas por el sector.

Figura 2 Foto Sinchal

Nota: Fuente propia

Las vías de acceso se encuentran asfaltadas, dentro de la comunidad las calles se encuentran en mal estado.

Tabla 2 Vias de acceso

Vías de acceso

	ACCESO	Muy Bueno	Bueno	Malo	No tiene
Terrestre	Asfaltado		X		
Transporte que lleva al destino desde Guayaquil hasta terminal terrestre de Santa Elena	CLP, Liberpesa, CICA	Coop. 2 de noviembre, desde el terminal terrestre de Santa Elena			

Nota: Elaborado por el autor.

En la actualidad la comunidad se encuentra en obras de asfaltado de calles e integración del sistema de alcantarillado, aunque este ha tenido inconvenientes por la mala administración de las obras por parte de las autoridades competentes, generando molestia a los pobladores debido a las constantes paralizaciones de las obras esto genero malos olores y calles dañadas por el alcantarillado, esto genero atraso al asfaltado de las calles.

Figura 3 Obras de la comuna en proceso

Nota: fuente propia

La comunidad consta con servicios básicos, agua, luz, e internet, el GAD municipal debe tomar más atención, con el servicio de agua potable debido que aun no cuentan con este servicio con regularidad y sufren de cortes prolongados por días.

Tabla 3 Infraestrucctura

Infraestructura

Detalle	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Agua			X	
Electricidad		X		
Internet			X	
Alcantarillado				X
Teléfono Fijo			X	

El servicio de internet es brindado por las compañías Salina net y Visión mágica. Aunque en la actualidad la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), está

trabajando en el sector para brindar el servicio de telefonía fija e internet. Los recursos que se puede explotar dentro de la localidad son los enumerado en la tabla 3. La comunidad fue parte de la reforestación del plan socio - bosque, en el cual se salvó el bosque seco tropical que bordea con la plantación de Muyuyo que es la planta autóctona del sector.

Tabla 4 Atractivos

Atractivos

Recursos Turísticos de la Comunidad		
Recursos	Tipo	Observación
Festividades Locales	Etnografía	10 de agosto
Bosque del sector	Bosque	Bosque seco tropical
Festividad del 2 de noviembre	Etnografía	2 de noviembre

Los servicios turísticos brindados en el sector evidenciados en la siguiente tabla 5.

Tabla 5 Servcios turisticos

Servicios turísticos

Servicios Turísticos			
Servicios	Si	No	Observación
Alojamiento		X	
Transporte	X		Público y taxi
Restaurantes		X	
Entretenimiento		X	
Artesanías	X		

3.6.2 Análisis de la encuesta

Datos demográficos

Tabla 6 Edad de los encuestados

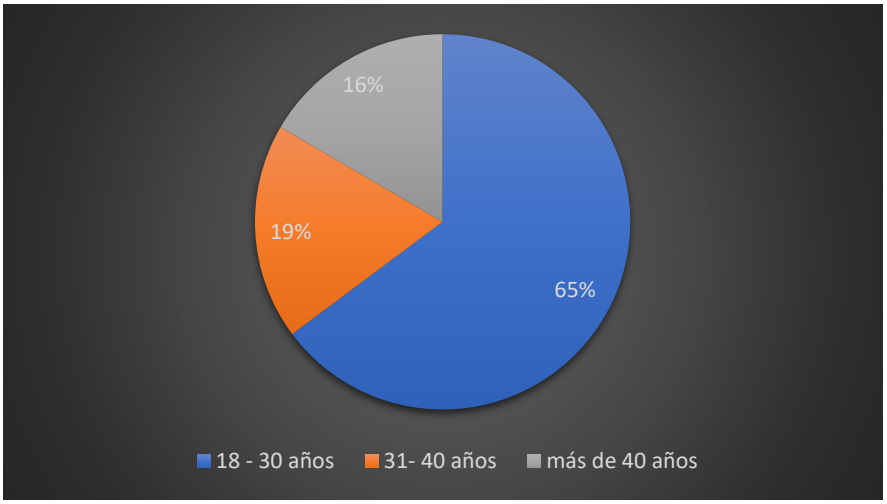
Edad

Descripción	Encuestados	Porcentaje
18 - 30 años	254	65%
31- 40 años	73	19%
más de 40 años	65	16%
TOTAL	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 4 Edad en porcentaje

Edad en porcentaje



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

La encuesta fue realizada a 392 personas, podemos visualizar en la Figura 20, que el 65% de los encuestados son del rango menores igual que 30 años, seguido por 19% personas mayores a 40 años, finalizando con el rango 31 a 40 años con el 16%. Podemos reflejar que jóvenes tienen más impulso de viaje debido a su edad.

¿Cuál es su sexo?

Tabla 7 Genero encuestado

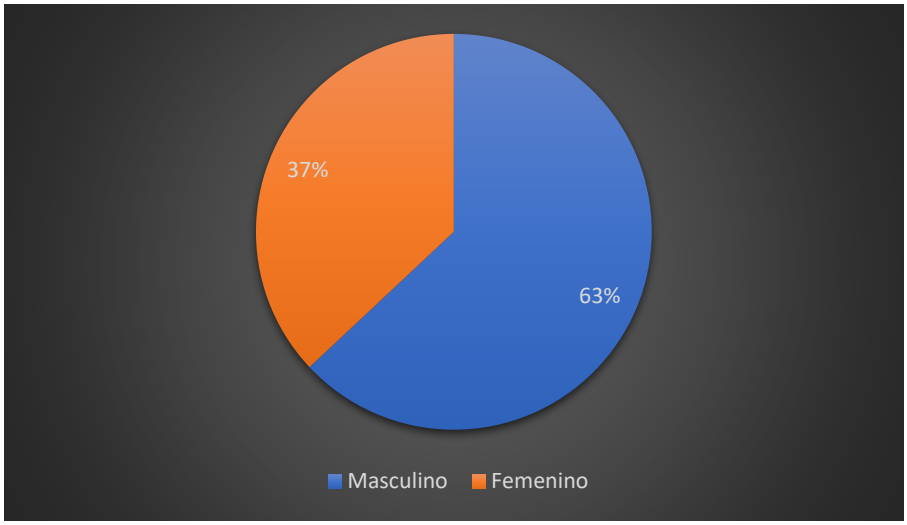
Sexo

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Masculino	247	63%
Femenino	145	37%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 5 Genero encuestado

Sexo en porcentaje



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Dentro de las 3927 personas encuestadas, 145 son mujeres y 247 fueron hombres, tomando en cuenta las edades se determina que el público joven al no tener mayores responsabilidades puede moverse con mayor facilidad. Por lo general los hombres tienen más libertad que las mujeres, al preferir salir en grupo de mayor confianza.

¿Usted vive en la provincia de Santa Elena?

Tabla 8 Localidad de los encuestados

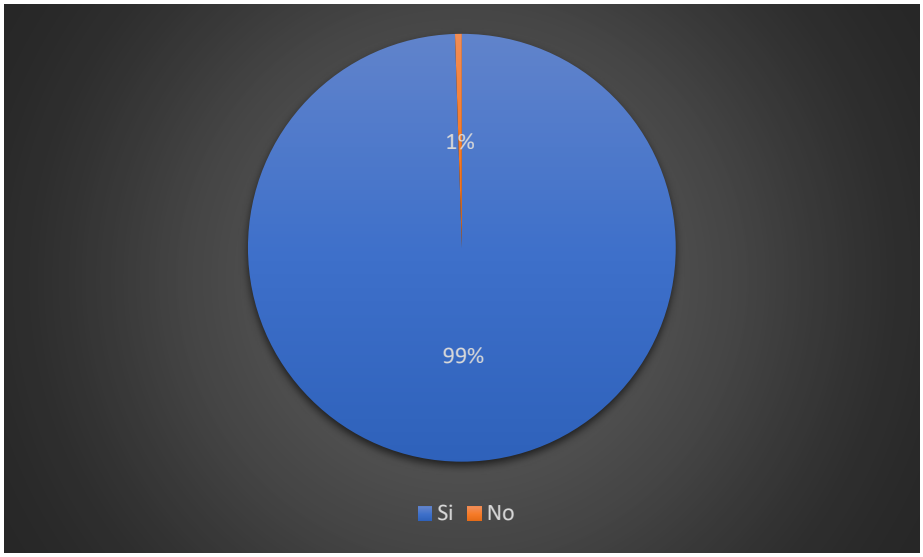
Localidad de los encuestados

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Si	301	77%
No	91	23%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 6 Lcoalidad de los encuestados

Localidad en porcentaje



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Se puede observar que la mayoría de los encuestados son cerca de la localidad, por lo cual se podría activar la economía local con su misma población, para posteriormente atraer turistas externos.

SECCION 2

Pregunta 1. ¿Cuán a menudo usted viaja?

Tabla 9 Frecuencia de viaje

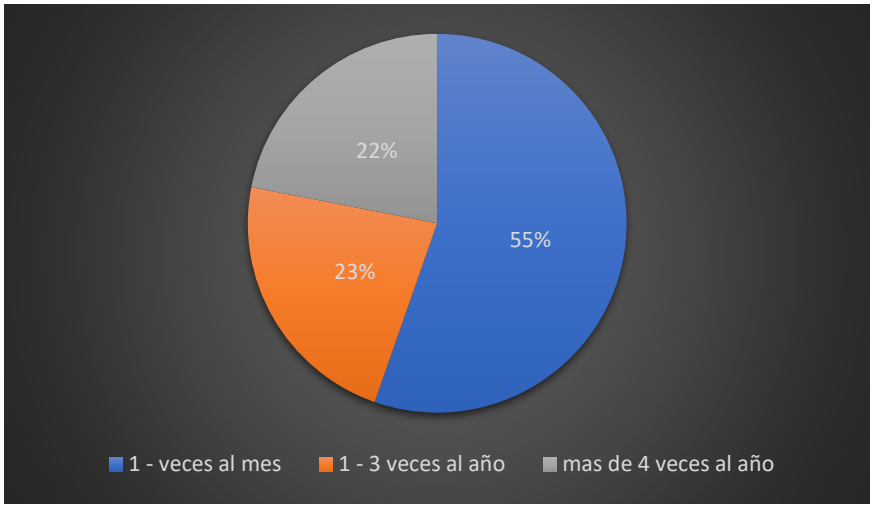
Frecuencia de viaje

Descripción	Encuestados	Porcentajes
1 – 3 veces al mes	217	55%
1 - 3 veces al año	89	23%
más de 4 veces al año	86	22%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 7 Frecuencia de viaje

Frecuencia de viaje en porcentaje



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos observar que existe una gran afluencia mensualmente, indistintamente el motivo, se puede beneficiar la comunidad con este proyecto.

Pregunta 2. ¿Le gustaría conocer comunidades cerca de la ruta del Spondylus?

Tabla 10 Conocer comunidades

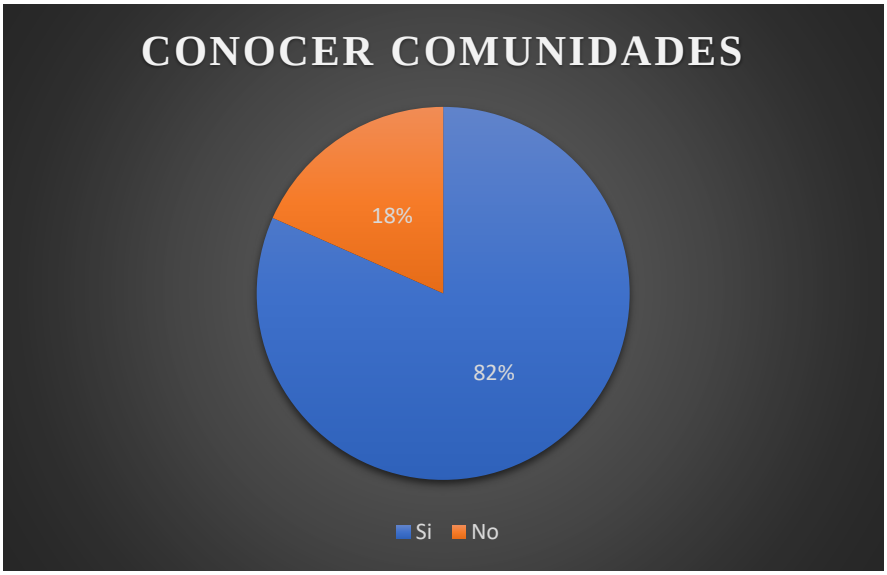
Conocer comunidades

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Si	359	92%
No	33	8%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 8 Conocer comunidades

Porcentaje conocer comunidades



Nota: Elaborado por el autor.

Análisis

Podemos resolver con esto que el interés es casi del 100% de los encuestados teniendo un 92% positivo, en la aceptación de conocer nuevas comunidades.

Pregunta 3 ¿Usted ha visitado la ruta del Spondylus y conoce que existe una comuna llamada Sinchal?

Tabla 11 Conocimineto del sector

Conocimiento del sector

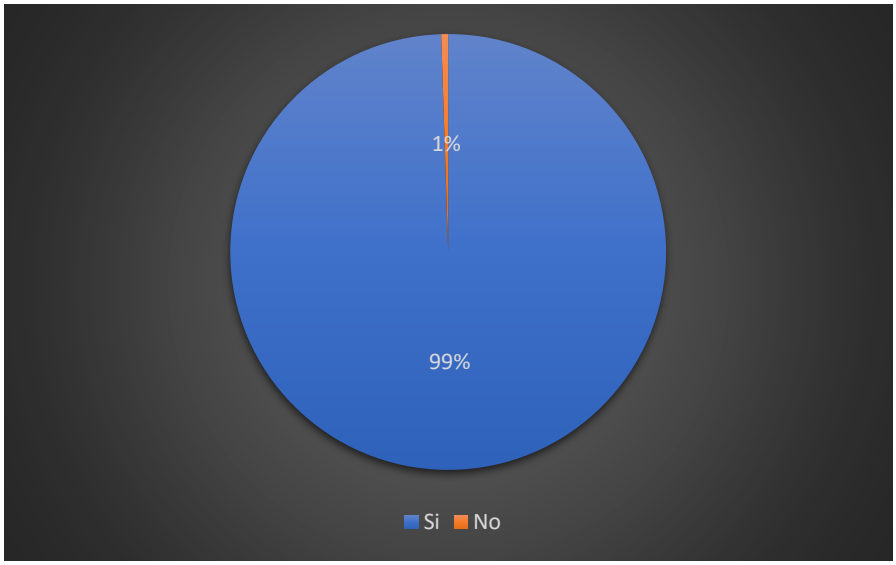
Descripción	Encuestados	Porcentajes
Si	298	76%

No	94	24%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 9 Conocimiento del sector

Porcentaje del conocimiento del sector



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

En el grafico podemos observar que un gran porcentaje de los encuestados conocen la comunidad, se puede usar esta información para incentivar explotar los recursos turísticos del sector.

Pregunta 4. ¿Le gustaría visitar la comuna Sinchal, como actividad turística?

Tabla 12 Le gustaria conocer la comunidad

Gustaría conocer la comunidad

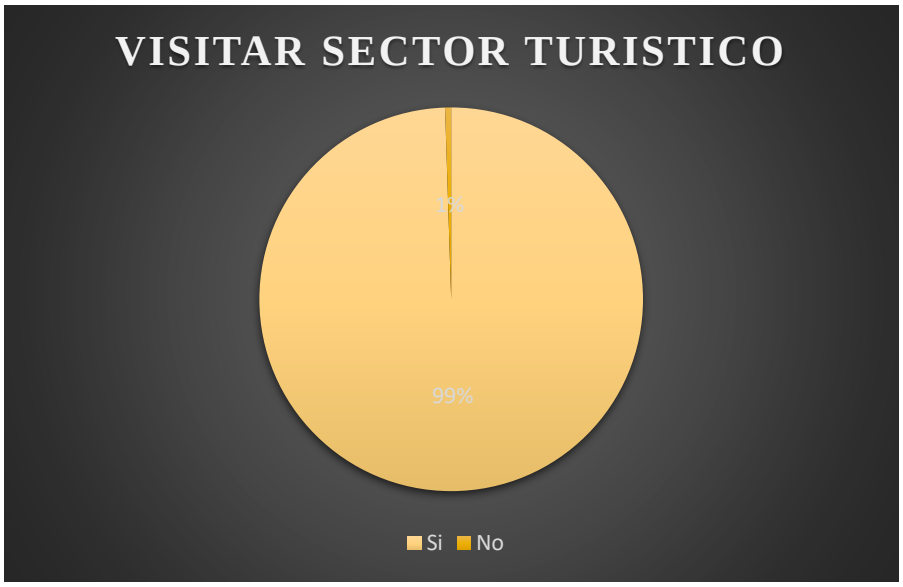
Descripción	Encuestados	Porcentajes
Si	382	97%
No	10	3%

Total	392

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 10 Le gustaria conocer la comunidad

Porcentaje conocer la comunidad



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos analizar, que la mayoría de los encuestados conoce la comuna, y les gustaría realizar una actividad turística en el sector, con 382 encuestados que desean indagar más en esta comunidad.

Pregunta 5. ¿Estaría de acuerdo en que exista un centro recreacional en esta comunidad?

Tabla 13 Visitar centro recreacional

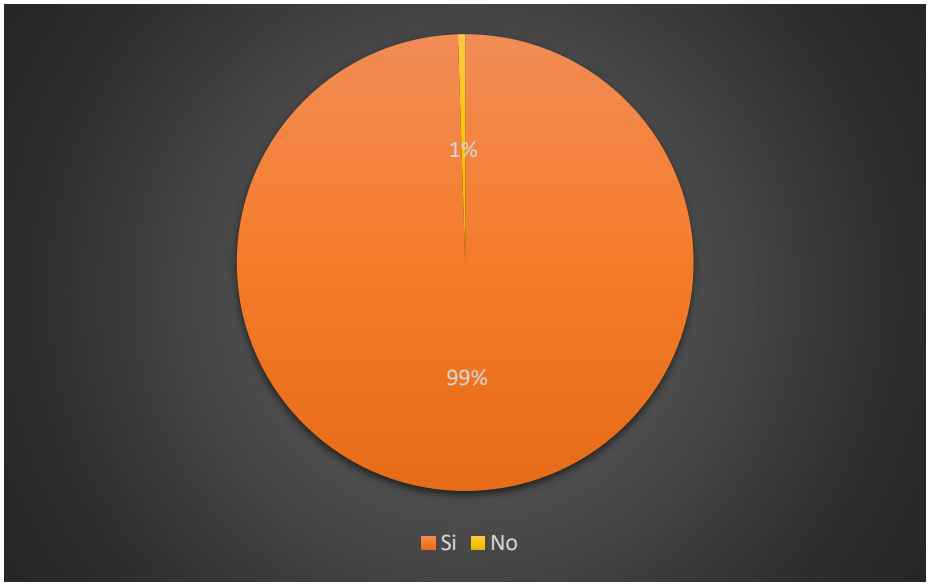
Visitar centro recreacional

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Si	390	99%
No	2	1%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 11 Visitar centro recreacional

Porcentaje visitar centro recreacional



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos observar que 390 de los encuestados con el 99% de aceptación, están interesados en un centro recreacional turístico en el sector. Se puede impulsar el desarrollo económico con este proyecto.

Pregunta 6. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el centro turístico?

Tabla 14 Actividades para realizar

Actividades para realizar

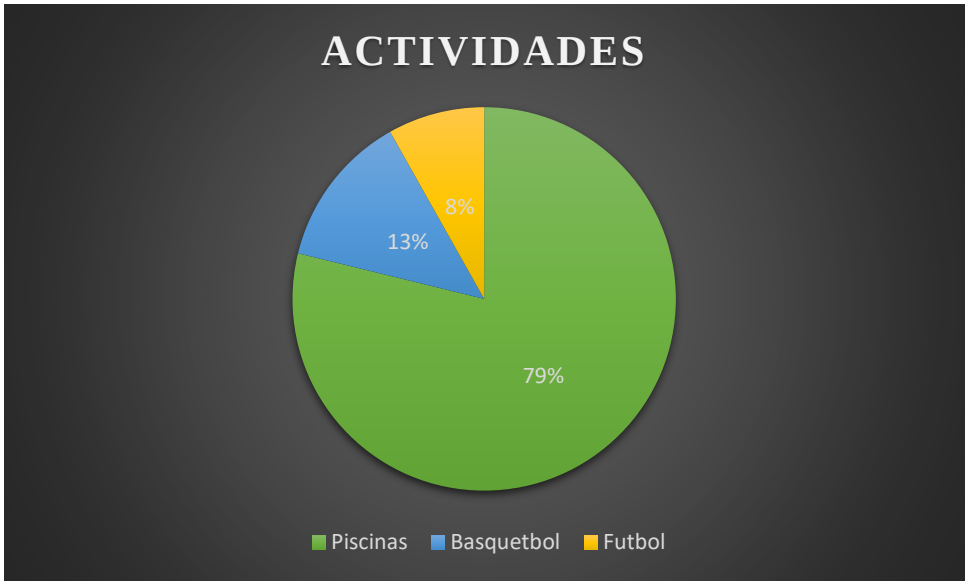
Descripción	Encuestados	Porcentajes
Piscinas	309	79%

Baloncesto	51	13%
Fútbol	32	8%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 12 Acitivades para realizar

Porcentaje actividades para realizar



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos ver el indicador que nos dice la preferencia de los encuestados con el 74% en piscinas, el 16% desea básquetbol y el 10% fútbol.

Pregunta 7. ¿Cuánto pagaría usted por disfrutar de un centro recreacional turístico en este sector?

Tabla 15 Pago por disfrutar del centro

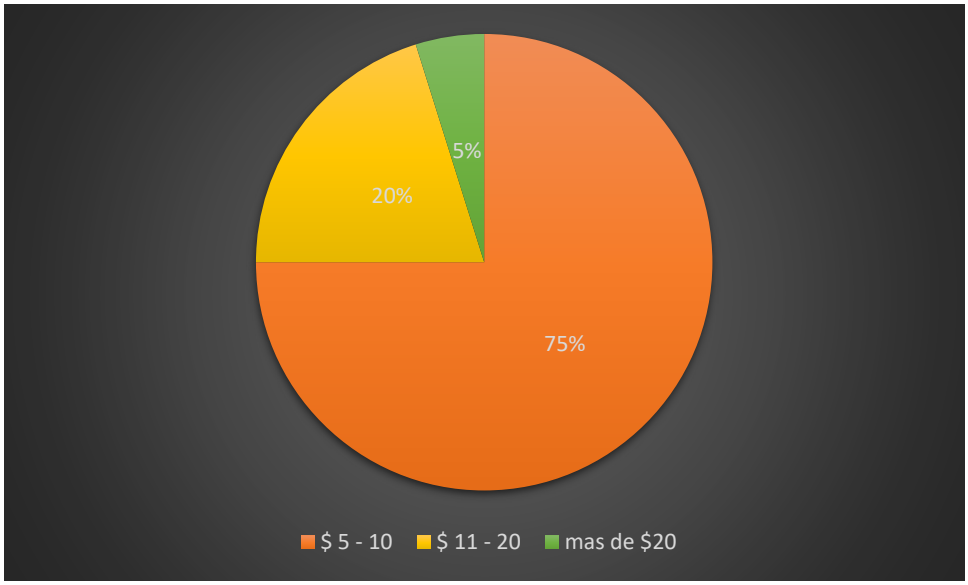
Pago por disfrutar del centro

Descripción	Encuestados	Porcentajes
$ 5 - 10	294	75%
$ 11 - 20	79	20%
más de $20	19	5%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 13 Pago por disfrutar del centro

Porcentaje costo de la entrada



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos observar que un valor referencial es $10 por persona, con el 75% de aprobación, y la diferencia de los encuestados pagaría más de $10 para ingresar al centro recreacional.

Pregunta 8. ¿Usted viaja con?

Tabla 16 con quien viaja

Con quien viaja

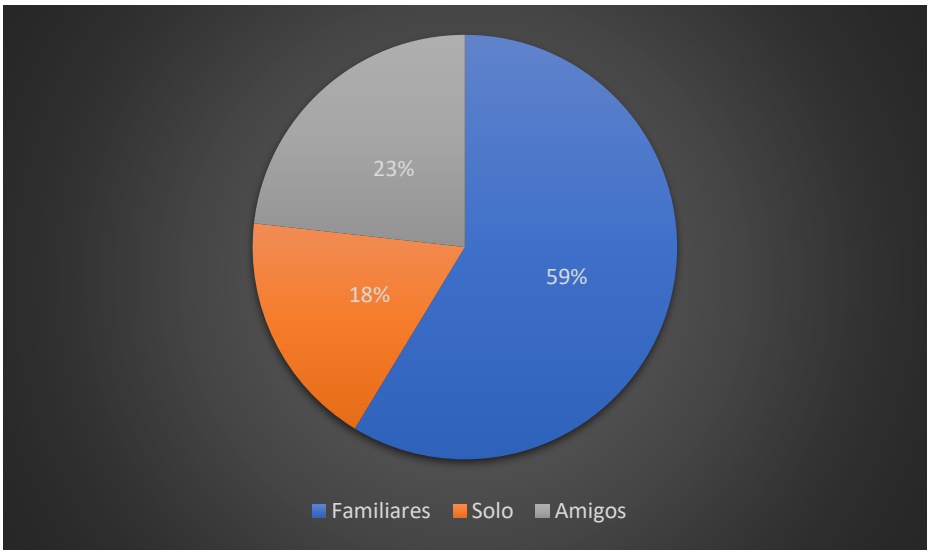
Descripción	Encuestados	Porcentajes
Familiares	230	59%
Solo	71	18%

Amigos	91	23%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 14 Con quien viaja

Porcentaje con quien viaja



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

En la gráfica podemos evidenciar que el 59% de los encuestados viaja con familiares, podemos describir que el segmento al cual podemos enfocarnos, para factibilizar la propuesta es la familia.

Pregunta 9. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Tabla 17 Motivo de viaje

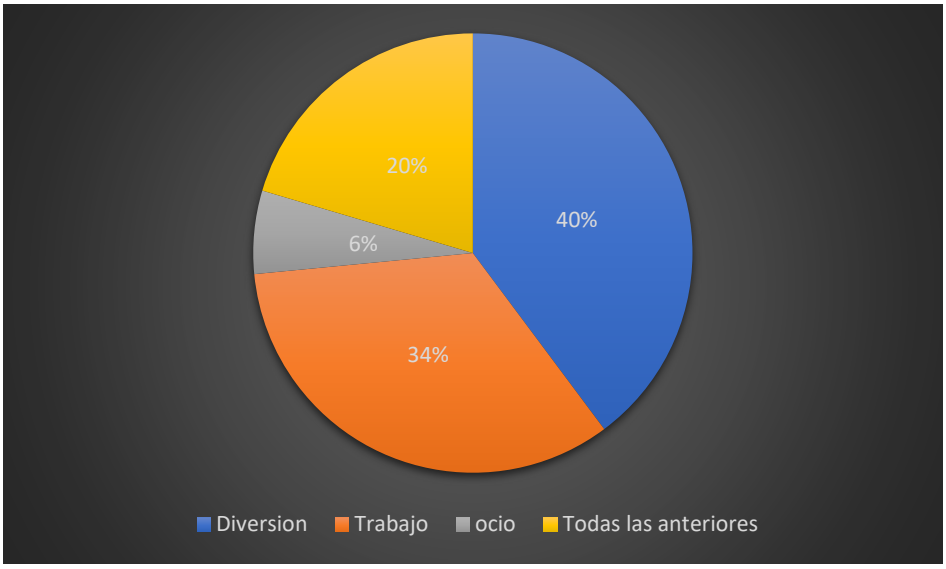
Motivo de viaje

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Diversión	156	40%
Trabajo	132	34%
ocio	24	6%
Todas las anteriores	80	20%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 15 Motivo de viaje

Porcentaje motivo de viaje



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

En el siguiente cuadro se puede observar que 156 de los encuestados viajan por diversión al igual que los 24 encuestados que exponen que uno de los motivos de su viaje es por placer, por otra parte 132 de los encuestados se desplazan por motivos laborales y los 80 restantes realizan todo en sus viajes.

Pregunta 10. ¿Qué disfruta más de sus viajes?

Tabla 18 Preferencia en los viajes

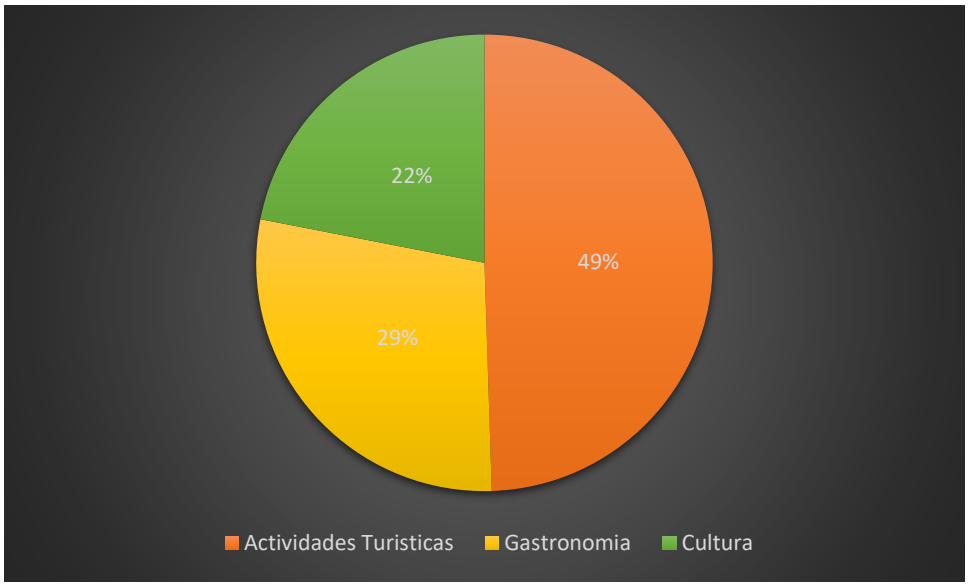
Satisfacción en los viajes

Descripción	Encuestados	Porcentajes
Actividades turísticas	194	49%
Gastronomía	112	29%
Cultura	86	22%
total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 16 Preferenccia en los viajes

Porcentaje satisfacción en los viajes



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

En el siguiente cuadro podemos observar que los encuestados disfrutan más de las actividades turísticas con un total de 194 encuestados de los 392, 112 personas indicaron que su motivación es la gastronomía y los 86 les llama la atención la cultura del sector.

Pregunta11. ¿Qué tiempo permanece en un sector?

Tabla 19 Tiempo de permanencia

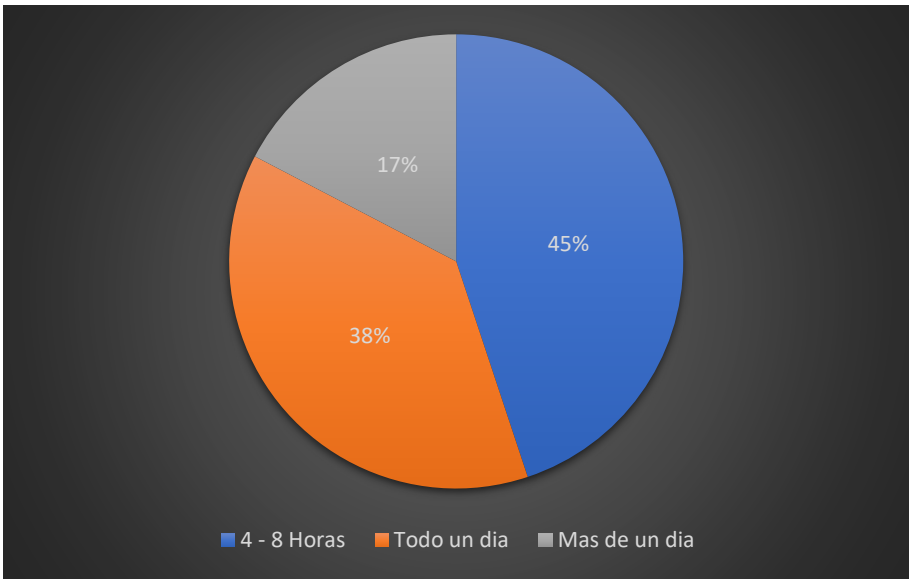
Tiempo de permanencia

Descripción	Encuestados	Porcentajes
4 - 8 Horas	176	45%
Todo un día	148	38%
Mas de un día	68	17%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 17 Tiempo de permanencia

Porcentaje tiempo de permanencia



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

En la siguiente interrogante podemos observar que 176 de los encuestados permanece por horas en un sector turístico, 148 de ellos disfrutarían un full Day, en cambio 68 de ellos pernoctarían en ese sector. Con estos datos se puede impulsar los servicios de alojamiento.

Pregunta12. ¿Cuál es el presupuesto que estima en sus viajes?

Tabla 20 Presupuesto estimado

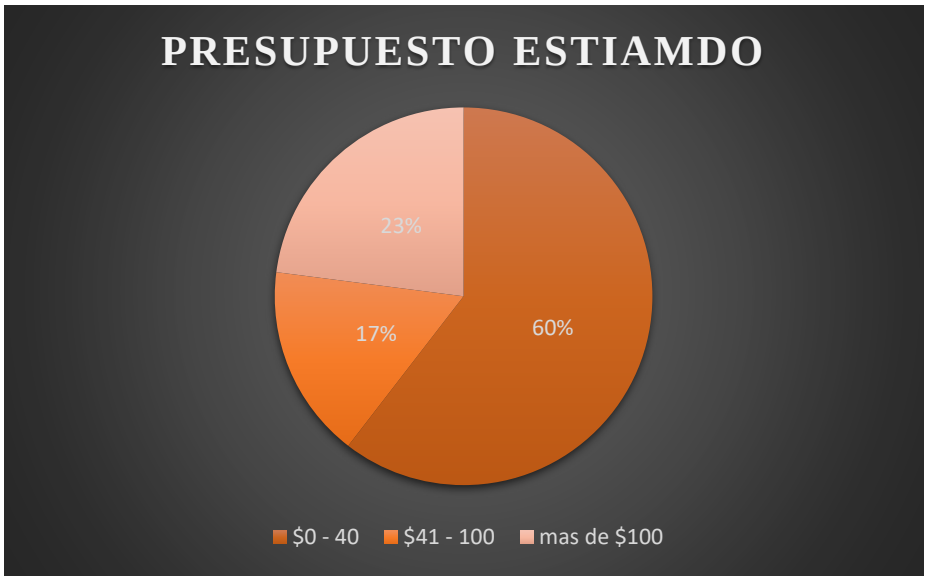
Presupuesto estimado

Descripción	Encuestados	Porcentajes
$0 - 40	237	60%
$41 - 100	65	17%
más de $100	90	23%
Total	392	

Nota: Datos tomado de las encuestas.

Figura 18 Presupuesto estimado

Porcentaje presupuesto estimado



Nota: Datos tomado de las encuestas.

Análisis

Podemos observar que 237 de los encuestados su presupuesto promedio es de $40, mientras que 65 indican que aproximadamente $100 es su presupuesto, 90 indico que el presupuesto sube de los $100.

3.6.3 Análisis de las entrevistas

Entrevista al sr. Carlos Borbor, presidente de la comuna Sinchal.

Representante de la comuna constitucionalmente establecido. Electo por los comuneros, para llevar los procedimientos directos con las autoridades.

Expreso que la comuna está en un proceso de cambio, en donde el cabildo comunal ha expresado sus molestias mediante oficio a la alcaldía, nos indicó que el año pasado debido a un mal manejo en la obra de alcantarillado, el contratista encargado del proyecto no estaba realizando un buen manejo de los materiales, se hizo el llamado, y el alcalde, el ing. Otto Vera, se acercó a la comuna para expresar el apoyo y manifestó su disgusto por la mala administración del proyecto, dicha reunión entre el alcalde y el cabildo el cual fue puertas abiertas con participación activa de los comuneros, se resolvió que en el transcurso de lo que va el año 2022, la obra de alcantarillado estará

funcionando en óptimas condiciones y sin problema alguno, al igual que la obra de las calles asfaltadas estancada por el alcantarillado.

La situación económica de la comuna, está en progreso debido a que los comunero tienen iniciativa, en donde, en lo que va del año han surgido micronegocios dentro de la comuna, como ferreterías, carnisariato, y pequeños restaurantes que atienden de viernes a domingos en horarios nocturnos, muy a parte de la actividad agrícola el cual está un poco afectada por la falta de lluvias en el último año, el cual no abasteció los pozos de agua, los cuales se brindan el agua, mediante tanqueros y pozos hechos en las fincas de los comuneros. Se necesita un impulso a la actividad económica local, el turismo no es de nuestro punto fuerte, debido a que los turistas que no visitan son estacionarios, por las festividades locales y cultura, y gran parte de ellos son de comunas cercanas dentro de la parroquia manglaralto. Debido a la falta de un plan de manejo de recursos que posee la comuna no se ha podido atraer turistas.

Durante la pandemia una parte de la comuna trabajo sin descanso, los transportistas y los agrícolas, debido a esto hubo un incremento en la economía del sector por un periodo de tiempo, pero a diferencia la otra parte que son artesanos los cuales sus obras se vieron paralizadas no tuvieron muchos ingresos y sus deudas crecían.

La comunidad no posee ninguna clase de alojamiento, los comuneros suelen prestar o alquilar sus casas u habitaciones, a los estudiantes de medicina que realizan las rurales en este sector, y rara vez a personas de otro lugar. Dentro de la comuna y en conjunto con las comunas aledañas se realizan actividades recreativas como rutas de ciclismo, el circuito está conformado por las tres comunas que son: Sinchal, Barcelona, Loma Alta.

En conclusión, debido al mal manejo por parte de la alcaldía en los proyectos de impulso social, las comunas que no bordean la zona costera quedan poco consideradas para estas campañas de reformas turísticas, en las cuales impulsan comunas de perfil costero para atraer turísticas que dejan problemas como el actual dentro de las comunidades por una mala administración de los recursos destinados a las comunidades que se encuentran lejos del mar.

Entrevista al sr. Víctor Borbor, comunero de Sinchal

La presente entrevista fue dirigida al comunero Víctor Borbor con 48 años, el cual ha vivido toda su vida en la comuna, su labor es joyero artesano, y nos brinda información acerca de la situación económica y social del sector.

Indico que la localidad es segura, y la mayoría de los comuneros son agricultores, otros se dedican a trabajos manuales como son albañilería y carpintería. Las festividades hacen que las personas de pueblos aledaños se desplacen, menciono que hace unos años la comunidad sufría por las vías que conectan a la comunidad hace años atrás (2018), se realizaron obras de asfaltados para el mejoramiento de accesibilidad a la comuna ya que esta era de tierra formada por maquinarias.

Se expresa que debido al problema de salud a nivel mundial (COVID19), la única cooperativa 2 de noviembre que conecta este sector, mantiene un horario de 4 am hasta las 9 pm, de lunes a viernes los fines de semana solo labora hasta las 7 pm, otros medios de acceso son los taxis, el problema es que con la economía actual ya no hacen paradas mínimas por $0.5 como antes de la pandemia, solo se manejan por carrera corta por el valor de $1.5, debido a esto gran parte de las comuneros opta por comprar una moto, ya que este medio es muy común en estas comunidades tanto para jóvenes y adultos.

Actualmente existe un problema mayor dentro de las calles de la comunidad, debido a que las obras de alcantarillado iniciados en el 2021, por mala administración no se ha concluido, hasta la fecha terminan de solucionar el problema, con esto la otra obra iniciada este año, el asfaltado de las calles se ha retrasado, “no terminan una obra e inician otra, no existe ningún esquema a seguir por parte del cabildo comunal, y se escucha un mal manejo interno con respecto a estas obras, es una lástima que siendo personas oriundas de este sector elegidas para representarnos no hagan algo al respecto” estas fueron las palabras del comunero Víctor Borbor.

Consultando que actividades recreativas realizan en el sector nos indicó que existen muchas fiestas debido a quinceañeras o eventos que realiza individualmente cada comunero, los fines de semana, y los jóvenes salen a la playa o van a piscinas que cerca del sector, como Manlgaralto, también suelen ir al rio, pero este solo es estacionario y en los últimos años debido al clima no se a pronunciado con normalidad.

Al sector si llegan turistas que van de paso hacia el suspiro que es el rio ubicado en la comuna aledaña, suelen visitarlos por las festividades de agosto en donde todos los años se elige reina comunal que represente en los diferentes eventos a nivel parroquial. “Un espacio turístico como tal no existe en la comuna y sería muy bueno que se impulse el turismo dentro de nuestro sector”, fueron las palabras del comunero.

Analizando ambas entrevistas, se puede cotejar que no existe un sistema turístico en si dentro de la comuna, existe recursos naturales, pero uno de ellos es estacionario como es el rio, presentan problemas sociales, y los servicios básicos no están en óptimas condiciones actualmente. Se necesita una infraestructura turística para ayudar a impulsar el turismo y mejorar la economía del sector.

3.6.4 Triangulación

Tabla 21 Triangulacion de los resultados

Triangulación de los resultados

Variable	Observación	Entrevista	Encuesta
Campo Estudio de mercado	Según Douglas da Silva, (2021), "Su finalidad es conocer en profundidad del nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad", mediante la técnica de observación se pudo verificar la inexistencia del sistema turístico en el sector, actualmente refleja un par de restaurantes que funciona los fines de semana, las vías de acceso están en buen estado, a diferencia de las calles dentro de la comunidad que se encuentran en mal estado y con obras inconclusas.	En la entrevista realizada al presidente comunal, expresó que existe planes a futuro para mejora social por parte de las autoridades competentes, y con esto comienza a impulsar el turismo local. Por otra parte, en la entrevista con el comunero Víctor Borbor, expresó que sería de gran ayuda económica impulsar el turismo en la comunidad, buscar la manera que las obras publicas finalicen y queden operativas ya que es esencial para cualquier actividad a realizarse, además se debería implementar más medios públicos para poder transportarse en el sector.	En las encuestas realizadas, se da a conocer la aceptación de la propuesta para implementar una infraestructura turística en el sector, además que existe la demanda, falta dar una oferta sustentable impulsando la economía en el sector.
Objeto Complejo recreacional	No existe complejo recreacional en el sector, que permita atraer turistas.	Reconocen los problemas sociales actuales, pero, aun así, existe iniciativa por parte de los comuneros, pero hace falta un plan de desarrollo turístico.	Los encuestados indicaron que les interesa un espacio recreativo en la zona y están dispuestos a pagar por un tiempo de diversión.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

4.1 Introducción

El objetivo de la propuesta es impulsar las actividades turísticas de la comunidad, mediante un centro recreacional turístico como primera infraestructura establecida que atraiga visitantes.

Con este proyecto se prevé que los comuneros inicien actividades económicas en el área turística. Con la finalidad de mejorar la calidad de vida del sector, se realizó una investigación para analizar la factibilidad de un centro recreativo en el sector se determinó ciertos parámetros en los cuales los encuestados estuvieron de acuerdo con generar un gasto en la comunidad por el servicio previamente expuesto.

4.2 Justificación

4.2.1 Económico

La propuesta tiene carácter económico debido a que se integraría el turismo como medio adicional a las actividades económicas de la comunidad, ya no solo por fiestas locales, sino también por infraestructura turística como seria el centro recreacional.

4.2.2 Social

De carácter social ya que se integrará los negocios que los comuneros están implementando en la actualidad, generando más empleo y emprendimiento local.

4.2.3 Turístico

De carácter turístico, debido a que no existe una planta turística como tal en la comunidad, será un punto a favor para atraer turistas que rodean el sector. Ayudando con el turismo cultural del sector y promoviendo el turismo rural.

4.2.4 Ambiental

Debido a que el centro turístico se realizara sin afecciones al medio ambiente, usando espacios abiertos y con materiales naturales, previniendo el buen manejo de los desperdicios que se generaran dentro de las instalaciones cuidando así la comuna.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

Planificar un centro recreacional turístico para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural de la comuna Sinchal.

4.3.2 Objetivos específicos

Estructurar la organización administrativa y operacional funcional de un centro turístico en la comuna Sinchal

Estructurar un centro recreacional para el realce turístico de la comuna Sinchal

Programar las tareas y actividades a través de un EDT para desarrollarse la planificación del centro recreacional.

Calcular presupuesto estimado con base en la situación económica actual.

4.4 Análisis FODA

Tabla 22 Analisis FODA

Análisis FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
Posee recursos naturales. Seguridad social. El área permite el asentamiento de un centro recreacional.	Impulsar la comunidad como nuevo punto turístico. Se puede brindar diferentes actividades en el sector. La comunidad es emprendedora.
Debilidades	**Amenazas**
No existe una planta turística como tal en el sector. No poseen un buen sistema de servicios básicos.	Vías de acceso en mal estado. Obras publicas paralizadas.

Nota: Elaborado por el autor.

4.5 EDT

Tabla 23 EDT

Levantamiento topografico del terreno	**Planificacion de inicio de obra**	**Cronograma de proceso del proyecto**
Accesibilidad donde estara ubicado el centro turistico	Contratacion de los maestros contratistas, para que esten encargado del proyecto.	Se da inicio con la marcacion del area social, empezando por las piscinas.
Levantamiento de analisis del terreno donde estara ubicado el centro turistico	Contratacion del personal de albañileria correspondiente	continuando las canchas de uso multiple y las de baloncesto.
Realizacion de planos arquitectonico de aguas servidas	Guardias encargados de cuidar la obra y materiales de construccion	area comun o social, sanitarios, comedor, y acabados finales.
Planificacion de planos arquitectonicos del centro turistico	Analisis de los materiales requeridos en la obra	Terminacion de todo lo faltante en el complejo para entregar obra
Permisos legales dentro de la comunidad	Definicion de tiempo aproximado de la entrega de la obra.	

4.6 Desarrollo de la propuesta

4.6.1 Localización

La presente propuesta será ejecutada en la comuna Sinchal ubicada dentro de la parroquia manglaralto perteneciente al cantón Santa Elena. El centro recreacional turístico se realizará en un área que esté disponible al momento de proyectar la propuesta.

4.6.2 Logo del proyecto

Figura 19 Logo

Logo

Nota: Imagen creada por el autor en (BrandCrowd, 2022)

4.6.3 Diseño de la infraestructura

La planificación nos permitirá considerar las mejores decisiones al momento de la ejecución del proyecto. Se enfoca en elaborar un diseño sustentable con bases ecológicas para no alterar o perjudicar el ecosistema del sitio.

De primero se tomará un diseño base para la infraestructura, considerando el número de visitantes que se proyecta al centro recreacional.

Lo siguiente se considerará la ruta que deberían tomar los visitantes para llegar al sector, como antes mencionado, una ruta ya establecida para no realizar alteraciones al sector.

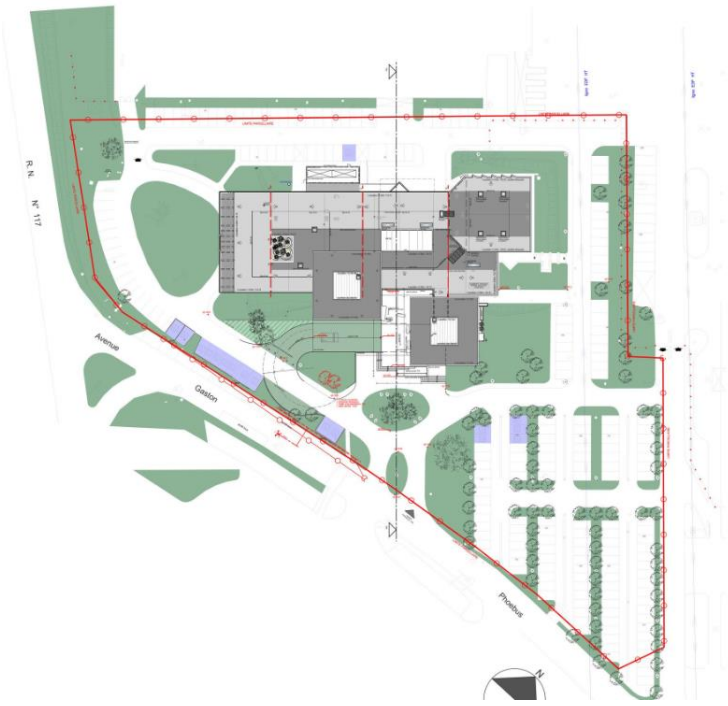
Figura 20 Centro turistico

Centro turístico

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Figura 21 Ejemplo del dieño arquitectonico

Ejemplo del diseño arquitectónico



Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Una vez teniendo un modelo, se realizará un diseño en base a la ubicación elegida donde pueda desarrollarse la construcción del centro turístico. Debido a este punto puede variar el diseño por el tipo de terreno del sector.

4.6.3 Estructura del centro recreativo

Piscinas

Se prevé un estimado de 5 piscinas en las cuales 2 de ellas tendrán una estructura adecuada para niños de 2 a 10 años, considerando un área circular u ovalada de 30mts2 aproximadamente y una profundidad de 50cm, constara de juegos acuáticos.

Figura 22 Piscinas para niño

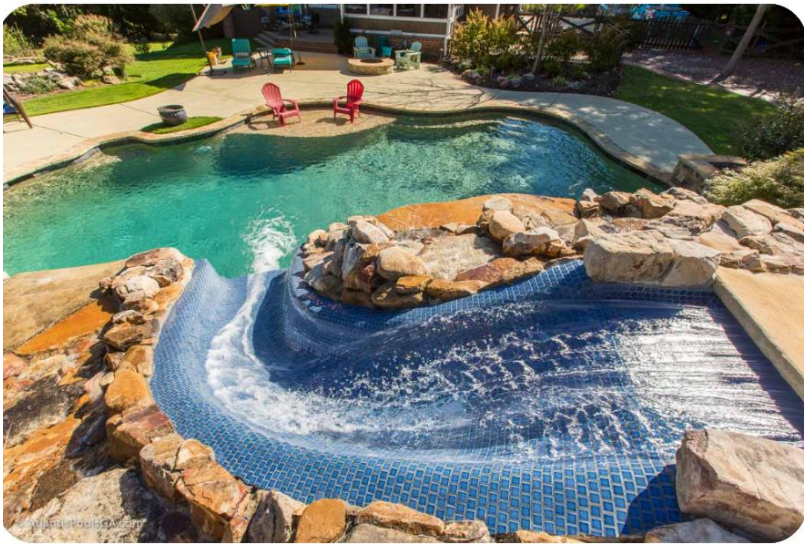
Piscina para niños

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

La siguiente piscina constara con un área de 40 mts2 en forma rectangular, con un tobogán recto de 3mts. Esta piscina estará dirigida para adolescentes de 11 a 16 debido a que se estima una profundidad de 1,3mts.

Figura 23 Piscinas para adolecentes

Piscina para adolescentes



Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Finalizando tendremos las 2 últimas piscinas las cuales tendrán un área de 50 mts2 con una profundidad de 1mt descendiendo a 2mts en su área más profunda, esta es dirigida a un público adulto, mayores de 17 años. Además, constara con un tobogán en forma de espiral en ambas piscinas

Figura 24 Piscinas para adultos

Piscina para adultos

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Área deportiva

El área deportiva constara de 2 canchas de uso múltiple para indor y voleibol, además de dos cachas de baloncesto y gradas en los laterales del área deportiva.

Figura 25 Cancha de uso multiple

Cancha de uso múltiple

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Las canchas de uso múltiple tendrán una dimensión de 12 x 6mts, y constara con sus respectivo arcos y puntos de anclaje para montar la red de voleibol.

Por otra parte, las canchas de baloncesto constaran con sus respectivos aros de fierro y tablero de fibra de vidrio.

Figura 26 Cancha de baloncesto

Cancha de baloncesto

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Área social

Esta área tendrá la siguiente distribución, una recepción o boletería, un área médica para dar los primeros auxilios si llegase a requerirse, los sanitarios públicos soportaran una carga de cuatro personas al mismo tiempo y constara con lavamanos, duchas y vestidores.

Figura 27 Sanitarios

Sanitarios

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Un comedor donde se venderá comida en recipientes biodegradables y constará con un área de descanso con hamacas y perezosas.

Figura 28 Comedor

Comedor

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

Manejo de los desechos

Se implementará tachos desechos fabricados con caña o madera, con divisiones entre lo orgánico, platico y vidrio. Estos estarán ubicados en todo el centro turístico para evitar que arrojen los desechos en el piso o fuera del área recreativa.

Figura 29 Basureros

Basureros

Nota: Imagen obtenida de (Pinterest, 2022)

4.6.4 Medios de promoción

Para dar a conocer el punto turístico, se usa las redes sociales tales como: Facebook, Instagram, Tiktok, entre otros. Debemos considerar poner una valla publicitaria en la intersección de la vía de acceso a la comunidad para publicitar el centro recreacional turístico.

4.6.5 Normas para el uso de las instalaciones

El complejo recreacional turístico va enfocado a la diversión, y se debe mantener en optimas condicional por parte del personal y de los visitantes. Enumeraremos las prohibiciones y normas requeridas para mantener un orden para poder disfrutar de las instalaciones.

- Prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas
- Prohibido ingresar en estado etílico
- Prohibido el ingreso de ningún tipo de arma que atente contra los visitantes o personal
- Prohibido las mascotas
- Prohibido arrojar basura fuera de los tachos o en los alrededores de las instalaciones, de ser el caso será multado.

- Cuidar de las instalaciones tanto las de áreas de recreación como las áreas de servicios: comedor, sanitarios.

4.6.6 Personal de trabajo

Las instalaciones deben estar debidamente organizada, para mantener un orden y garantizar la seguridad de los visitantes. Para esto se necesitará los siguientes perfiles de candidatos para el momento del funcionamiento del centro recreacional turístico.

Guardia de seguridad

Vacantes: 3

Sexo: masculino

Edad: 30 a 50 años

Experiencia.

- Haber laborado en cargos similares 1 año
- Buen estado físico
- Sin antecedentes

Función

- Registro a los visitantes en la entrada
- Recorrer las instalaciones para mantener el orden
- Polifuncional

Sueldo: básico vigente en curso

Salvavidas

Vacantes: 2

Sexo: indistinto

Edad: 20 a 40 años

Experiencia

- Haber laborado en cargo similares 1 año
- Buen estado físico

Funciones

- Velar por la seguridad dentro de los complejos acuáticos
- Polifuncional

Sueldo: básico vigente en curso

Cajero

Vacante: 1

Sexo: indistinto

Edad: 18 a 40 años

Experiencia

- Haber laborado en cargo similares
- No es indispensable

Funciones

- A cargo de la boletería
- Polifuncional

Sueldo: básico vigente en curso

Cocinero y ayudante

Vacante: 2

Sexo: indistinto

Edad: indistinto

Experiencia

- En cocina comprobable

- Higiene

Funciones

- Atender el comedor
- Polifuncional

Sueldo: básico vigente en curso

Limpieza

Vacante: 2

Sexo: indistinto

Edad: 18 a 40

Experiencia

- Actitud de trabajo
- No requiere

Funciones

- Mantener limpia las instalaciones
- Polifuncional

Sueldo: básico vigente en curso

Administrador

Vacante: 1

Sexo: indistinto

Edad: 22 a 45 años

Experiencia

- Egresado o cursando estudios en administración o afines
- Haber laborado en cargo similares 1 año

Funciones

- Control del personal
- Manejo del suministro de las instalaciones
- Informes de novedades de todas las áreas
- Polifuncional
- De buen carácter y responsable
- Registro e informes de boletería

Sueldo: $650 a 750 puede incrementar

4.7 Presupuesto del proyecto

En este punto se debe considerar, que dentro de la comuna existen comunero que venden sus terrenos a terceros mediante un permiso comunal, ya que los terrenos son comunales. En la actualidad un estimado el valor estimado por metro cuadrado es entre los $25 a 50, puede variar dependiendo de la ubicación del terreno y su vendedor.

Para este proyecto se estima un terreno que posea un área de 1000mts2. Se analizo valores actuales de materiales y mano de obra de albañiles del sector.

Tabla 24 Gasto de personal

Gastos de personal

Personal

Cargo	Funciones	Cantidad	Tiempo (meses)	Salario	Promedio anual
En obra					
Maestro/obra	Supervisar	1	6	600	3600
Maestro/albañil	Construcción	2	6	500	6000
Oficiales/albañil	Construcción	5	6	425	12750
Ing/arq	Estructurar planos y sedimentos	1	2	2000	4000
Electricista	Montar redes de cableado	2	2	600	2400
Guardia/obra	Vigilancia de obra y materiales	2	6	425	5100
Gafitero	Instalaciones de sanitarios y aguas servidas	1	1	600	600
Pintor	Acabados	2	2	600	2400
Maestro/cañero	Estructuras de caña y bambú	1	2	500	1000
Varios	Polifuncional	1	6	425	2550
Administrativo					
Supervisor	Encargado de todos los procesos del proyecto	1	6	500	3000
Marketing	Publicidad	1	2	425	850
Abogado	Trámites legales/municipales	1	6	300	1800
Asistente	Notificación de todo e informes	1	6	425	2550
Valor estimado referencia de gastos en personal				8325	48600

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 25 Materiales de obra

Materiales de obra

Materiales de construcción/oficina

Ítems	Detalle	Cantidad	Medida	Valor unitario	Total
Varilla 12	Material	120	Unidad	9.5	1140
Varilla 10	Material	140	Unidad	9	1260
Varilla 8	Material	110	Unidad	5.5	605
Cemento	Material	500	Sacos	8.6	4300
Relleno	Material	8	Volquetadas	100	800
Arena fina	Material	300	Metros	23	6900
Piedra	Material	120	Metros	24	2880
Piedra base	Material	4	Volquetadas	220	880
Arena gruesa	Material	200	Metros	24	4800
Nivel	Material	3	Unidad	5	15
Pala	Material	6	Unidad	18	108
Carretilla	Material	3	Unidad	80	240
Escoba	Material	8	Unidad	2	16
Pico	Material	8	Unidad	20	160
Piola	Material	12	Rollos	3	36
Sika	Material	15	Galones	8	120
Caña	Material	300	Unidad	4	1200
Bambú	Material	60	Unidad	4	240
Cerámica	Material	300	Cajas	25	7500
Bondex	Material	50	Sacos	8	400
Empaste	Material	40	Sacos	12	480
Sellador	Material	10	Caneca	40	400
Empore	Material	10	Sacos	15	150
Pintura	Material	25	Caneca	45	1125
Choba	Material	500	Metros	3	1500
Duratecho	Material	10	Planchas	55	550
Riel	Material	30	Tubo	14	420
Bloque	Material	15	Ciento	45	675
Total, aproximado					38900

Nota: Elaborado por el autor

Tabla 26 Gastos administrativos

Gastos administrativos

Administrativo y varios

Ítems	Detalle	Cantidad	Valor unidad	Total
Mesa	Escritorio	2	120	240
Silla	Oficina	4	70	280
Cafetera	Coffe/brake	1	150	150
Vasos	Utensilios	12	2	24
Cubertería	Cuchara, tenedor, cuchillo	12	3	36
A/c	Climatizador	2	450	900
Impresora	Oficina	1	250	250
Computadora	Oficina asistente	1	350	350
Laptop	Administrador	1	800	800
Tv	Oficina	2	280	560
Refrigeradora	Minibar	1	300	300
Platos	Coffe/brake	6	1	6
Microondas	Coffe/brake	1	150	150
Bidón de agua	Coffe/brake	1	8	8
Dispensador	Coffe/brake	1	70	70
Silla recibidora	Oficina	4	20	80
Papel higiénico	Limpieza	24	1	24
Escoba	Limpieza	2	2	4
Recogedor	Limpieza	2	2	4
Desinfectante	Limpieza	4	3	12
Deja	Limpieza	4	3	12
Trapeador	Limpieza	2	1	2
Plumas	Oficina	12	1	12
Cuadernos	Oficina	5	1	5
Total, aproximado				4279

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 27 Gastos en obra

Gastos en obra

Gastos de obra

Ítems	Gasto mensual	Tiempo en obra	Gasto total
Agua/alcantarillado	15	6	90
Luz	80	6	480
Terreno	0	0	40000
Transporte	200	6	1200
Arriendo oficina	100	6	600
Internet	35	6	210
Teléfono	20	6	120
Gasto administrativo	0	6	4620
Recursos en obra	0	6	39350
Administrativo y varios	0	6	4279
Materiales internos	0	6	7601
Personal	11225	6	67350
Capital aproximado			165900

Nota: Elaborado por el autor.

4.7 Préstamo o accionista

La propuesta de la investigación se puede realizar mediante un préstamo bancario, por el monto de este las instituciones financieras lo dan a plazos de 10 a 20 años con un interés aproximado de 16% dependiendo de la institución financiera, o en su consecuente conseguir un patrocinador para que inyecte capital para realizar el proyecto.

CONCLUSIONES

El estudio para analizar la factibilidad de implementar un centro turístico en un sector rural el cual no mantiene un sistema turístico en sí, que está en desarrollo social, nos ha permitido conocer la situación actual en la que se encuentra la comuna Sinchal.

Con esto se pudo determinar las problemáticas del sector como son las obras paralizadas que afectan al buen vivir de la comuna, la mala gestión de las autoridades competentes. Además, que el acceso a la comuna es solo medio de paso para los turistas lo cual no toman relevancia hacia esta comunidad por falta de infraestructura turística.

Los datos arrojados por la investigación indico que existe el conocimiento de la comunidad por parte de los visitantes locales, y los mismo están interesados en la implementación de un centro de recreación para su tiempo de ocio. Existe la disposición de los interesados en generar un gasto en esta comunidad por brindar una actividad turística de recreación.

En conclusión, la investigación indica que, una vez superado el problema de las obras, se puede implementar la creación del centro turístico en la comunidad Sinchal, el cual los lugareños son personas emprendedoras y con esta infraestructura turística ayudara al desarrollo socioeconómico en el sector y generar nueva plaza de empleo distinta a las ofertadas en la actualidad.

RECOMENDACIONES

Se espera que con el análisis FODA realizada en la investigación, se pueda brindar soluciones a las problemáticas que presenta el sector.

Se sugiere un plan de desarrollo turístico, con esto la finalidad de reconocer los todos los recursos tangibles e intangibles que posee la comunidad, con esto poder explotar sus recursos naturales y culturales.

Se recomienda un estudio de mercado a los perfiles de turistas, el cual investigue las necesidades, para mejorar la investigación con el fin de entregar soluciones a la inexistencia de la planta turística en el sector.

Se sugiere nuevos proyectos de impulsión turística para implementar más infraestructura que permita el crecimiento de la zona como atractivo, pasar de ser solo una ruta de tránsito hacia las demás comunidades que ya poseen planta turística, a establecerse como punto de llega hacia los turistas.

Bibliografía

(2017).*Guía ciclismo.* Obtenido de https://www.maillotmag.com/afondo/guia-ciclismo-que-es-el-desnivel-acumulado

(2020).Ecuador. Obtenido de https://www.losequinos.com/blog/las-cabalgatas-y-la-equitacion_69

(2021).*Terminal Terrestre de Guayaquiloperará 24 durante festividades de diciembre.* Qué Noticias, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de https://quenoticias.com/comunidad/horario-terminal-terrestre-de-guayaquil-diciembre/

(2021).*Cruceros de vuelta al Caribe mexicano tras 15 meses de audiencia.* El ceo, Mexico. Obtenido de https://elceo.com/negocios/cruceros-de-vuelta-al-caribe-mexicano-tras-15-meses-de-ausencia/

Abarca, M. (2000). Obtenido de https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Sistema%20Tur%C3%ADstico.pdf

Aguilar, R. (02 de 03 de 2018). Obtenido de https://dialnet.unirioja.es

Alvarez, E., Arias, J., & Romario, C. (2015). Obtenido de https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/606/1/TUAESCOMECO001-2015.pdf

Arias, H. (2003). Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf

Asamblea Nacional. (2015). *Constitución de la Repúcblica del Ecuador.* Quito. Recuperado el 6 de 9 de 2022, de https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf

Blom, & Hayes. (1996). Obtenido de https://conceptomktestrategicaeq4.wordpress.com/estudios-de-mercado/

Boullon. (2004). Obtenido de https://www.palermo.edu/dyc/pgraduacion/archivos_bajada/mejores_pg/2009-2/GanadoresCarrera/MPG20092-HT-LloydGuadalupe.pdf

BrandCrowd. (2022). Obtenido de https://www.brandcrowd.com/maker/logo/4a82aa85-1406-440b-86b4-1e30b5de99af/draft/c09df951-70ad-472a-bba6-3b215cee4480?savedDraft=True

Cadena, V., & Rios, A. (2011). *Propuesta de un centro recreacional, ecoturístico y cultural como eje de conservación y sustento ecnonómico para la eco-comunidad de Santay.* GUAYAQUIL-ECUADOR.

Camacho, M. (10 de 3 de 2022). Obtenido de https://www.lodgify.com/blog/es/alquiler-de-cabanas/#:~:text=Conclusiones-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20caba%C3%B1a%20tur%C3%ADstica%3F,alejados%20de%20n%C3%BAcleos%20de%20poblaci%C3%B3n%E2%80%9D.

Chavez, K. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena.* LA LIBERTAD-ECUADOR.

Chiavenato. (1999). Obtenido de http://www.cyta.com.ar/ta1101/v11n1a3.htm#:~:text=%E2%80%9CLos%20recursos%20son%20medios%20que,.%E2%80%9D%20Chiavenato%20(1999).

Construmática. (2022). Obtenido de https://www.construmatica.com/construpedia/Instalaciones_(Definici%C3%B3n)

De Vargas, E. (2020). Obtenido de https://rieoei.org/historico/deloslectores/1306Vargas.pdf

Dyson. (2004). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf

Española, R. A. (2022). Madrid. Recuperado el 2022, de https://dle.rae.es/caba%C3%B1a?m=form

Ferrater, M. (1976). Obtenido de https://revistaheduca.files.wordpress.com/2015/03/3_-articulo-quino-benitez.pdf

Fischer. (1996). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/aguilar_v_cd/capitulo3.pdf

Fischer, L. (2004). *Mercadotecnia.*

Google maps. (2020). Obtenido de https://www.google.com/maps/@-1.9404876,-80.7040524,6639m/data=!3m1!1e3

(2022).*Hacienda Piman.* Ibarra, Ecuador. Obtenido de https://haciendasinecuador.com/

Kotler. (1989). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/flores_c_jd/capitulo2.pdf

Kotler. (1996). Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf

Linares, A. (2019). Obtenido de http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13_Art-3.pdf

MAGAP. (2020). *UPSE, Empres Pública.* Santa Elena. Recuperado el 2022, de http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2020/05/DOCUMENTO-PDYOT.pdf

Malhotra. (2004). Obtenido de https://conceptomktestrategicaeq4.wordpress.com/estudios-de-mercado/

Ministerio de Turismo. (2014). Quito. Recuperado el 2022, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-DE-OPERACI%C3%93N-TUR%C3%8DSTICA-DE-AVENTURA.pdf

Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de Turismo.* Quito. Recuperado el 6 de 9 de 2022, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Ministerio de Turismo. (2014). *Reglamento de Operación Turística de Aventura.* Quito. Recuperado el 2022, de https://www.turismo.gob.ec/wp-

content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-DE-OPERACI%C3%93N-TUR%C3%8DSTICA-DE-AVENTURA.pdf

Moreno, M., & Coromoto, M. (2016). *Turismo y producto turístico.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf

Nuño, P. (7 de 7 de 2017). Obtenido de https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20del%20estudio%20de%20mercado,-Un%20estudio%20de&text=Realiza%20una%20estimaci%C3%B3n%20de%20la,mejor%20manera%20al%20consumidor%20final.

OMT. (1994).

OMT. (2020). Obtenido de https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas#:~:text=Gira%20en%20torno%20a%20la,de%20interpretaci%C3%B3n%20de%20la%20naturaleza.

Orjuela, S., & Sandoval, P. (12 de 2002). Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108139/orjuela_s.pdf?seque

(2020).*Parapente San Pedro.* San Pedro. Obtenido de https://www.viajesvistalsur.com/en-us/Article/content/911/detail/Santa-Elena-Los-vuelos-de-San-Pedro

Pérez, J., & Gardey, A. (2011). Obtenido de https://definicion.de/crucero/

Pérez, J., & Merino, M. (2009). Obtenido de https://definicion.de/hotel/

Pérez, p. J. (2009). Obtenido de https://definicion.de/cancha/

Pérez, P. J. (2009). Obtenido de https://definicion.de/complejo/

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/273804852320382513/

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/749638300482707861/

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/116460340356830428/?mt=login

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/836684437022059917/?mt=login

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/360288038930929850/?mt=login

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/627759635575032018/?mt=login

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/899171881822816655/?mt=login

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/600034350330937556/

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/711779916121922021/

Pinterest. (2022). Obtenido de https://www.pinterest.es/pin/140385713373633080/

Ponce, H. (9 de 2006). Obtenido de https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf

Presidencia de la República del Ecuador. (2015). *Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD.* Quito. Recuperado el 6 de 9 de 2022, de https://www.defensa.gob.ec/wp-

content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf

Randall. (1998). Obtenido de https://conceptomktestrategicaeq4.wordpress.com/estudios-de-mercado/

Rencoret, A. (2012). *Centro cultural y turistico del valle de Colchagua.* SANTIAGO DE CHILE.

Riquelme, M. (2016). Obtenido de http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3206

Ruales, J. (2012). *Proyecto para la creación dd un complejo ecoturistico en la parroquia Canuto del cantón Chone.* CALCETA-MANABI.

Ruiz, O. (2020). *Centro turistico vivencial a fin de promover y difundir las tecnicas las tecnicas ancestrales de artesanos y productores en el distrito de Mórrope.* PIMENTEL-PERU.

Sanchez, N. (2020). *Centro turistico cultural en el balneario de Pimentel como recurso turistico-recreativo de la provincia de Chiclayo.* CHICLAYO.

Secretaria Nacional de Planificación. (2021-2025). *Plan de Creación de Oportunidades.* Quito. Obtenido de https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf

Smith. (1992). Obtenido de https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf

Tropical. (2022). Obtenido de https://www.soyvisual.org/fotos/canastas-de-baloncesto

UNESCO. (2015). Obtenido de https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods#:~:text=La%20cultura%20es%20todo%20lo,y%20sea%20inclusivo%20y%20equitativo.

Urrutia, L. (2022). Obtenido de https://www.scribd.com/document/325500465/Conceptos-de-Centro-Recreativo

Westeircher, G. (28 de 5 de 2022). Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/agencia-de-viajes.html

WrodReference. (2022). Obtenido de https://www.wordreference.com/definicion/salvavidas

Yagual, M. (2017). *Diseño de un plan de promoción turística de los atractivos naturales y culturales de comuna Manglaralto, provincia de Santa Elena, 2016.* GUAYAQUIL-ECUADOR.

Yupamqui, L. (s.f.). *Turismo EN SERIO.* PROMPERÚ, Perú.

Zambrano, V., & Benavides, A. (2018). *Propuesta para la creación de un complejo turístico como alternativa económica para la cooperativa "El cisne del Mulaute" del cantón San Miguel de los bancos de la provincia de Pichincha.* QUITO- ECUADOR.

ANEXOS

Anexo A Ficha base de informacion

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

FICHA BASE DE INFORMACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

INFORMACION GENERAL	
Nombre de la infraestructura: Centro recreacional	**Encuestador:** Kevin Guerrero
Equipo encuestador: Kevin Guerrero	**Fecha:** 31 de agosto de 2022
Categoría: Planta turística	**Tipo:** Turismo rural

UBICACIÓN	
Provincia: Santa Elena	**Cantón:** Santa Elena
Parroquia: Manglaralto	**Dirección:** Ruta del Spondylus
Comuna: Sinchal	

ACCESO		**MUY BUENO**	**BUENO**	**MALO**
Terrestre	Asfaltado		X	

Transporte que lleva al destino desde Guayaquil hasta terminal terrestre de Santa Elena	CLP, Liberpesa, CICA	Coop. 2 de noviembre, desde el terminal terrestre de Santa Elena	

INFRAESTRUCTURA BASICA			
Servicio	Si	No	Observación
Agua	X		Mediante Pozos
Electricidad	X		
Alcantarillado		X	En obra inconclusa
Telefonía	X		
Internet	X		

PRINCIPALES ATRACTIVOS/ ACTIVIDAD DEL DESTINO		
Atractivo/ Actividad	Tipo	Observación
Fiestas Locales	Cultural	Tradiciones

PRINCIPALES SERVICIOS/ FACILIDADES TURISTICAS			
Servicios	Si	No	Observaciones
Hospedaje		X	
Guianza		X	
Transporte	X		Bus urbano o taxi
Restaurantes		X	
Entretenimiento		X	
Deporte de aventura		X	

Anexo B Encuesta para la invetigacion

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA PARA EL DISEÑO DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO

La siguiente encuesta tiene como objetivo el "ESTUDIO DE MERCADO PARA PLANIFICAR UN COMPLEJO RECREATIVO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE SINCHAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA". Agradezco la ayuda brindada por llenar el presente formulario.

INFORMACION GENERAL

Sección 1

Edad		
18 - 30 años		
31 - 40 años		
mas de 40 años		
Sexo		
Masculino		Femenino
¿Usted vive en la provincia de Santa Elena?		
Si		No

INFORMACION GENERAL

Sección 2

1. ¿Cuán a menudo usted viaja?		
1 - 3 veces al mes		
1 - 3 veces al año		
más de 4 veces al año		

2. ¿Le gustaría conocer comunidades cerca de la ruta del Spondylus?		
Si		
No		

3. ¿Usted ha visitado la ruta del Spondylus y conoce que existe una comuna llamada Sinchal?		
Si		
No		

4. ¿Le gustaría visitar la comuna Sinchal, como actividad turística?		
Si		
No		

5. ¿Estaría de acuerdo en que exista un centro recreacional en esta comunidad?		
Si		
No		

6. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el centro turístico?		
Piscinas		
Baloncesto		
Futbol		

7. ¿Cuánto pagaría usted por disfrutar de un centro recreacional turístico en este sector?		
$5 - 10		
$11 - 20		
más de $20		

8. ¿Usted viaja con?		
Familiares		
Solo		
Amigos		

9. ¿Cuál es el motivo de su viaje?		
Diversión		
Trabajo		
Ocio		
Todas las anteriores		

10. ¿Qué disfruta más de sus viajes?		
Actividades turísticas		
Gastronomía		
Cultural		

11. ¿Qué tiempo permanece en un sector?		
4 - 8 horas		
Todo un día		
Mas de un día		

12. ¿Cuál es el presupuesto que estima en sus viajes?		
$0 - 40		
$41 - 100		
más de $100		

Anexo C Entrevista presidente comunal

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENTREVISTA CON BASE PARA EL DISEÑO DE UN COMPLEJO TURISTICO

La entrevista tiene como objetivo conocer la problemática para poner en marcha el "Estudio de Mercado para Planificar un Complejo Recreativo Turístico en la Comunidad de Sinchal de la Provincia de Santa Elena"

1. Presentación
2. Agradecimiento por la entrevista
3. Pedir al entrevistado que presente su cargo
4. ¿Cuáles son las funciones que desempeña?
5. ¿Podría indicar que problema tiene actualmente la comunidad?
6. ¿Se ha dado seguimiento o solución a los problemas actuales?
7. ¿Qué actividades económicas se desarrolla en la comunidad?
8. ¿Existe una Planta Turística dentro de la Comunidad?
9. ¿La seguridad dentro de la localidad es buena?
10. ¿Considera usted que la comunidad es emprendedora?
11. ¿Con que frecuencia tienen visitantes de otros lados?
12. ¿Qué le parece la integración de un Complejo Recreacional Turístico en la comunidad?

Anexo D Entrevista comunero

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENTREVISTA CON BASE PARA EL DISEÑO DE UN COMPLEJO TURISTICO

La entrevista tiene como objetivo conocer la problemática para poner en marcha el "Estudio de Mercado para Planificar un Complejo Recreativo Turístico en la Comunidad de Sinchal de la Provincia de Santa Elena"

1. Presentación
2. Agradecimiento por la entrevista
3. Pedir al entrevistado que se presente
4. ¿Qué tiempo lleva viviendo en la comunidad?
5. ¿Podría indicar que problema tiene actualmente la comunidad
6. ¿Considera que se ha dado solución?
7. ¿Qué actividades económicas se desarrolla en la comunidad?
8. ¿Existe algún centro turístico en la comunidad?
9. ¿Como considera usted que es la seguridad dentro de la comunidad?
10. ¿Considera usted que la comunidad es emprendedora?
11. ¿llegan turistas a esta comunidad?
12. ¿Qué le parece la integración de un Complejo Recreacional Turístico en la comunidad?