



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

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO Y
HOTELERÍA.

**“ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL USO
DEL TIEMPO LIBRE, OCIO Y RECREACIÓN EN LA COMUNA SAN PABLO DEL
CANTÓN SANTA ELENA”**

AUTOR:

Stefanny Paola González Villón

TUTOR:

Msc. José Hidalgo León

2014

GUAYAQUIL – ECUADOR

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

“Análisis del comportamiento de la demanda turística y el uso del tiempo libre, ocio y recreación en la comuna San Pablo del cantón Santa Elena”

AUTOR/ES:

Stefanny Paola González Villón.

REVISORES:

Ing. José Hidalgo León

INSTITUCIÓN:

Universidad de Guayaquil

FACULTAD:

Comunicación Social.

CARRERA:

Turismo y Hotelería.

FECHA DE PUBLICACIÓN:

No. DE PÁGS:

114

ÁREAS TEMÁTICAS:

Deportes acuáticos, turismo de sol y playa, demanda turística.

PALABRAS CLAVE:

Demanda turística, tiempo libre ocio y recreación.

RESUMEN:

En la actualidad las personas que gustan de hacer turismo requieren de diferentes opciones para poder disfrutar a plenitud el destino escogido a visitar. Siendo el turismo de sol y playa una opción infaltable en la vida de la mayoría de turistas nacionales y extranjeros, en diferentes temporadas del año, ya que en las playas del país se puede encontrar gran variedad de opciones para el disfrute del tiempo libre de los turistas.

Se ha realizado un estudio profundo de la demanda turística de la comuna San Pablo para determinar el uso del tiempo libre, ocio y recreación de los visitantes que llegan a este punto de la ruta Spondylus.

Con el objetivo de incrementar la demanda turística en la comuna se presenta una nueva propuesta que se enfoca en presentarles a los futuros demandantes un lugar donde puedan disfrutar de su tiempo de ocio en actividades recreativas y deportes acuáticos innovadores.

El proyecto propone ofrecer un deporte no antes visto en el país, considerando las características de la zona y determinando los gustos y preferencias de los visitantes. El Bossaball se caracteriza por ser un deporte practicado en una cama elástica con una red en el centro, donde se fusionan deportes como el futbol y vóley, con movimientos de la capoeira brasileña.

De la misma manera se ofrecen paseos en motos acuáticas, banana, esquí acuático, la pesca vivencial o artesanal. En fechas específicas se realizarán los festivales gastronómicos y las celebraciones de las fiestas patronales de la comuna. A su vez se realizará un concurso de fotografía en redes sociales en el cual los premios que se ofrecen a los ganadores son pases gratis para las actividades de ocio y recreación.

Para dar lugar a todas las actividades se contará con una isla que prestará el servicio de información turística a los visitantes.

No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0984895660	E-mail: stef_mar_@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la Facultad	
	Teléfono: (03)2848487 Ext. 123	
	E-mail: fca@uta.edu.ec	

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Certifico:

Que he analizado el proyecto de trabajo de Investigación presentado por la egresada: **STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN** como requisito previo para obtener el Título de Licenciada en Turismo y Hotelería, cuya temática es:

“ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE, OCIO Y RECREACIÓN EN LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA”

Considerándolo aprobado en su totalidad.

Atentamente

Ing. José Hidalgo León, MSc.

Guayaquil, Noviembre del 2014.

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

CERTIFICACIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, **MSc. Susana del Pilar Chang Yáñez**. Certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido del Proyecto de Investigación: **ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE, OCIO Y RECREACIÓN EN LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA**. Elaborado por **STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN**, con cédula de identidad N° 0930034889, previo a la obtención del título como **LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo la forma del contenido del texto.

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evitan los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja un conocimiento y precisión de las morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como especialista en Literatura y Español, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su tesis de investigación previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

Atentamente.

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

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los suscritos, Miembros del Tribunal de Sustentación de la tesis presentada por la egresada, **STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN** de la Facultad de Comunicación Social Carrera de Turismo y Hotelería efectuada en la Universidad de Guayaquil, acordamos APROBAR la investigación, por sustituir un aporte al desarrollo académico – científico.

Tribunal de Sustentación

Tribunal de Sustentación

Tribunal de Sustentación

ACTA DE RESPONSABILIDAD

ING. JOSÉ HIDALGO LEÓN. MSC.

MIEMBRO DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA CARRERA DE TURISMO

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación **“ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE, OCIO Y RECREACIÓN EN LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA”** realizado por la Srta. **STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN**, egresada de la Carrera de turismo y Hotelería, se ajusta a los requerimientos técnico – metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Guayaquil, por lo que se autoriza su presentación.

Guayaquil, Diciembre del 2014

ING. JOSÉ HIDALGO LEÓN. MSC.

MIEMBRO DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, **STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN**. En calidad de autora del trabajo de tesis realizado sobre **“ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE, OCIO Y RECREACIÓN EN LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA”**

Por medio del presente trabajo y los derechos que como autora me corresponden autorizo a la Universidad hacer uso del contenido de ésta obra con fines rigurosamente académicos.

Atentamente

STEFANNY PAOLA GONZÁLEZ VILLÓN

C.I.: 0930034889

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por bendecirme día a día y darme voluntad y paciencia para hacer que logre cumplir mi meta.

A mis padres John González P. y Lcda. Paola Villón S. por estar siempre pendiente de mí, apoyándome en los momentos más difíciles.

A mi esposo Michael Vera Quezada, gracias por apoyarme, y por esas malas noches pasadas para lograr este objetivo. Por estar siempre a mi lado y ayudarme en todos los momentos. Te amo.

A mi chiquito, John Michael, mi futuro hijo. Por él todo este esfuerzo.

A mi hermana Doménica, por ser un pilar fundamental.

A mis amigas. Gracias por estar conmigo.

Gracias, Ing. José Hidalgo por su paciencia y perseverancia, por sus enseñanzas y consejos.

Stefanny.

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a mis padres, por sus palabras y constancia al estar a mi lado, por hacer que fuera responsable en todo lo propuesto, por estar cuidando de mí en todos los pasos que daba. A ellos por hacer de mí una futura profesional.

Mi esposo, por tener la paciencia de comprenderme y darme fuerzas para que no desmaye y siga adelante.

A mi hijo que viene en camino, para que siga el ejemplo de sus padres y sea una persona de bien y responsable al momento de tomar decisiones.

Stefanny.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Ficha de Registro de Tesis.....	II
Aprobación del tutor	IV
Certificación de la Redacción y Ortografía	V
Aprobación del jurado examinador.....	VI
Acta de responsabilidad.....	VII
Declaración de autoría	VIII
Agradecimiento	IX
Dedicatoria.....	X
Índice de contenido.....	XI
Índice de tablas.....	XII
Índice de gráficos.....	XIV
Índice de imágenes.....	XV
Resumen	XVII
Abstract.....	XVII
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	2
1. 1 El Problema	2
1.1.2 Ubicación del problema en su contexto.	2
1.1.3 Situación en conflicto.....	3
1.1.4 Alcance.....	4
1.1.5 Relevancia social.....	4
1.1.6 Evaluación del problema.....	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo general.....	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 Justificación.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. Marco teórico.....	7
2.1 Fundamentación teórica	7

2.2 Fundamentación histórica.....	13
2.3 Fundamentación epistemológica	15
2.4 Fundamentación legal	21
2.5 Definición de términos.....	24
CAPÍTULO III	29
3. Metodología.....	29
3.1 Métodos de la investigación.....	29
3.2 Tipo de investigación	30
3.3 Software que se utilizará	30
3.4 Población y muestra.....	31
3.5 Técnicas utilizadas en la investigación.....	32
3.6 Instrumentos.....	32
3.7 Operacionalización de las variables.....	33
CAPÍTULO IV.....	34
4. Análisis de los resultados.....	34
4.1 Análisis FODA	34
4.2 Análisis PESTEL.....	35
4.3 Análisis del registro de observación.....	37
4.4 Análisis de las entrevistas.....	39
4.5 Análisis de las encuestas.....	41
CAPÍTULO V.....	55
5. Propuesta	55
5.1 Introducción.....	55
5.2 Objetivo general	56
5.3 Objetivos específicos.....	56
5.4 Diseño de las actividades a implementarse.....	56
5.5 Ruta de llegada.	57
5.6 Características de las instalaciones.....	58
5.7 Isla de servicios de actividades.....	59
5.8 Actividades a implementarse.	59

5.9 Bossaball.....	60
5.10 Actividades recreativas.....	62
5.10.1 Paseo en moto acuática.....	62
5.10.2 Pesca artesanal o pesca vivencial.....	63
5.10.4 Banana.....	64
5.10.5 Esquí acuático.....	65
5.11 Festivales gastronómicos y culturales.....	66
5.12 Concurso de fotografía.....	68
5.13 Difusión de las actividades.....	69
5.13.1 Identidad visual corporativa.....	69
5.13.2 Valla publicitaria.....	70
5.13.3 Tríptico.....	71
5.13.4 Publicidad en revistas y periódicos.....	72
5.13.5 Publicidad móvil.....	73
5.13.6 Difusión en redes sociales.....	73
5.14 Financiamiento.....	75
5.14.1 Cuadro de presupuesto.....	75
CAPÍTULO VI.....	76
6. Conclusiones y recomendaciones.....	76
6.1 Conclusiones.....	76
6.2 Recomendaciones.....	77
Anexos.....	77
Bibliografía.....	92
Lincografía.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Instrumentos.....	32
Tabla 2	Operacionalización de las variables.....	33
Tabla 3	Mediante el intervalo de años indique su edad	41
Tabla 4	Cuál es su nacionalidad.....	42
Tabla 5	Ha visitado la playa de la comuna San Pablo.....	43
Tabla 6	Cuántas veces al año visita la playa.....	44
Tabla 7	Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en la playa Sal Pablo...	45
Tabla 8	Qué actividades de ocio y recreación le gustaría realizar en la playa de la comuna San Pablo.....	47
Tabla 9	Cuántos días está dispuesto a permanecer en la playa para disfrutar de su tiempo libre con actividades de ocio y recreación.....	49
Tabla 10	De estas opciones; qué medio publicitario cree usted que tendría más acogida para las personas que deseen visitar la comuna.....	51
Tabla 11	Cuáles son sus gustos y preferencias al momento de elegir un destino de sol y playa.....	52
Tabla 12	Señale según su criterio cuales son las falencias más comunes en la playa.....	54
Tabla 13	Tipos de actividades.....	59
Tabla 14	Características del deporte.....	60
Tabla 15	Bossaball.....	60
Tabla 16	Campeonatos de Bossaball.....	61
Tabla 17	Paseo en moto acuática.....	62
Tabla 18	Pesca artesanal.....	63
Tabla 19	Banana.....	64
Tabla 20	Esquí acuático.....	65
Tabla 21	Festival del langostino.....	66
Tabla 22	Fiestas patronales.....	66
Tabla 23	Festival del ceviche.....	67
Tabla 24	Festival de la artesanía.....	68
Tabla 25	Concurso de fotografía.....	68
Tabla 26	Cuadro de presupuesto.....	76
Tabla 27	Registro de observación.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mediante el intervalo de años indique su edad.....	41
Gráfico 2. Cuál es su nacionalidad.....	42
Gráfico 3. Ha visitado la playa de la comuna San Pablo.....	43
Gráfico 4. Cuántas veces visita la playa al año.....	44
Gráfico 5. Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en la playa San Pablo.....	46
Gráfico 6. Actividades recreativas.....	47
Gráfico 7. Caminatas.....	48
Gráfico 8. Deportes extremos.....	48
Gráfico 9. Cuántos días está dispuesto a permanecer en la playa para disfrutar de su tiempo libre con actividades de ocio y recreación.....	50
Gráfico 10. De estas opciones; qué medio publicitario cree usted que tendría más acogida para las personas que deseen visitar la comuna.....	51
Gráfico 11. Cuáles son sus gustos y preferencias al momento de elegir un destino de sol y playa.....	53
Gráfico 12. Señale según su criterio cuales son las falencias más comunes en la playa.....	54
Gráfico 13. Plano de la cabaña donde se ubica la isla.....	58

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1	Ruta del Camino a la cabaña Yoly.....	57
Figura 2	Vista aérea de la ruta	57
Figura 3	Cabaña Doña Yoly.....	58
Figura 4	Modelo de la isla.....	59
Figura 5	Bossaball.....	61
Figura 6	Moto acuática.....	62
Figura 7	Pesca artesanal.....	63
Figura 8	Banana.....	64
Figura 9	Esquí acuático.....	65
Figura 10	Fiestas patronales.....	66
Figura 11	Isologotipo.....	70
Figura 12	Modelo de la valla publicitaria.....	71
Figura 13	Parte delantera del tríptico.....	72
Figura 14	Parte posterior del tríptico.....	72
Figura 15	Auto de perifoneo.....	73
Figura 16	Encuestas.....	88
Figura 17	Encuestados.....	88
Figura 18	Encuestas.....	89
Figura 19	Encuestas.....	89
Figura 20	Encuestas.....	90
Figura 21	Encuestas.....	90
Figura 22	Piquero patas azules.....	91
Figura 23	Piquero.....	91
Figura 24	Emuturismo.....	92
Figura 25	Instalaciones del Emuturismo.....	92
Figura 26	Entrevista con personal de Emuturismo.....	93
Figura 27	Entrevista con personal de Emuturismo.....	93
Figura 28	Entrevista Ing. Mario Aquino.....	94
Figura 29	Lcdo. Douglas Dillón.....	94

RESUMEN

En la actualidad las personas que gustan de hacer turismo requieren de diferentes opciones para poder disfrutar a plenitud el destino escogido a visitar. Siendo el turismo de sol y playa una opción infaltable en la vida de la mayoría de turistas nacionales y extranjeros, en diferentes temporadas del año ya que en las playas del país se puede encontrar gran variedad de opciones para el disfrute del tiempo libre de los turistas. Se ha realizado un estudio profundo de la demanda turística de la comuna San Pablo para determinar el uso del tiempo libre, ocio y recreación de los visitantes que llegan a este punto de la ruta Spondylus. Con el objetivo de incrementar la demanda turística en la comuna se presenta una nueva propuesta que se enfoca en presentarles a los futuros demandantes un lugar donde puedan disfrutar de su tiempo de ocio en actividades recreativas y deportes acuáticos innovadores. El proyecto propone ofrecer un deporte no antes visto en el país, considerando las características de la zona y determinando los gustos y preferencias de los visitantes. El Bossaball se caracteriza por ser un deporte practicado en una cama elástica con una red en el centro, donde se fusionan deportes como el fútbol y vóley, con movimientos de la capoeira brasileña. De la misma manera se ofrecen paseos en motos acuáticas, banana, esquí acuático, la pesca vivencial o artesanal. En fechas específicas se realizarán los festivales gastronómicos y las celebraciones de las fiestas patronales de la comuna. A su vez se realizará un concurso de fotografía en redes sociales en el cual los premios que se ofrecen a los ganadores son pases gratis para las actividades de ocio y recreación. Para dar lugar a todas las actividades se contará con una isla que prestará el servicio de información turística a los visitantes.

Palabras claves: Actividades recreativas, tiempo libre, ocio, Bossaball.

ABSTRACT

Today people who like sightseeing require different options to enjoy the chosen destination to visit. Destinations located on coastal regions are inevitable options in the lives of most domestic and foreign tourists in different seasons. At country's beaches you can find a large variety of options for leisure activities. Throughout a deep study of tourism demand of San Pablo community, it has determined the use of free time for leisure and recreation activities of visitors to this zone located on the Spondylus route. With the aim of increasing tourism demand, this new proposal focuses on presenting to prospective applicants a place where they can enjoy their leisure time in recreational activities and water sports with innovative features. The project proposes the development of a sport never seen before in the country, considering the characteristics of the area and determining the preferences of visitors. The Bossaball is characterized as a sport practiced on a trampoline with a net in the middle where sports like soccer and volleyball merge with Brazilian capoeira movements. Also, special rides on jet skis, banana boats, water skies, experiential or artisanal fishing, are activities that could be provided on San Pablo beach. On specific dates, food festivals and celebrations will be made. Photo contests on social networks in which the prizes offered to the winners are free passes for leisure and recreational activities could be performed. To provide information about different activities there would be a tourist information center for visitors.

Keywords: Recreation, leisure, entertainment, Bossaball.

INTRODUCCIÓN

Ecuador, un país turístico por excelencia, lleno de diversidad en sus cuatro regiones, considerado como uno de los países donde está concentrada la mayor parte de biodiversidad del mundo, en el que encontramos diferentes climas y etnias, donde todo lo que queremos visitar está al alcance de nuestras manos y en poco tiempo.

Una de las provincias más sobresalientes es la de Santa Elena, localizada al oeste de la República del Ecuador, creada en el año 2007, siendo una de las más actuales, con territorios que anteriormente formaban parte de la provincia del Guayas, es el punto más saliente de la Costa Ecuatoriana.

Tiene una extensión de 3.762 Km² distribuida en tres cantones, el más grande es Santa Elena, seguido por Salinas y La Libertad, limita al Norte con la Cordillera Chongón – Colonche, la que a su vez limita con la Provincia de Manabí, al Sur y Este con la Provincia del Guayas y al Oeste con el Océano Pacífico y es internacionalmente conocida por sus playas y la Ruta del Spondylus.

El cantón Santa Elena es el de mayor extensión, siendo el centro político de esta provincia y está ubicado en la parte occidental en la puntilla de Santa Elena y este encierra pequeñas comunas y parroquias, una de ellas es la Comuna San Pablo la cual cuenta con una gran extensión de playa que bordea con la carretera y en ella encontramos también las numerosas lanchas de pescadores con gran variedad de peces en sus redes artesanales.

En nuestro país los destinos de sol y playa son el primer icono del turismo interno junto con la práctica de actividades innovadoras y recreativas, que determinan los gustos y preferencias de los visitantes, así mismo del comportamiento y la utilización del tiempo libre. De esta forma se realizará un análisis respectivo sobre la demanda turística determinando los factores internos y externos que afectan la compra de los servicios y productos turísticos predominantes de la Comuna San Pablo.

CAPÍTULO I

1. 1 EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

En la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena debido a la gran demanda de turistas en busca de esparcimiento y recreación, es primordial realizar un estudio de las nuevas tendencias de la demanda turística. Esta es una comuna que a pesar de tener atractivos turísticos de gran valor no han sido potenciados en su totalidad, ya sea por falta de presupuestos o desinterés de sus autoridades quienes no llegan a acuerdos definitivos.

1.2 Ubicación del problema en su contexto.

San Pablo es una comuna rural ubicada en la Provincia de Santa Elena, en el km 15 al norte de la cabecera cantonal de Santa Elena y tiene un área de aproximadamente de 3.500 m², su zona de la playa una extensión de 10 km. Ésta comuna tiene una población de once mil habitantes siendo la de mayor población entre las demás comunas. Limita al norte con la comuna Monte Verde, al Sur con las comunas Cerro Alto y San Miguel, al este con la comuna San Miguel y al Oeste con el Océano Pacífico.

Ésta comuna no cuenta con áreas recreativas, solo con una pequeña plazoleta en la calle Chimborazo que hace poco ha sido renovada, así como no existen canchas deportivas para el esparcimiento de los jóvenes. Cuentan con un pequeño mirador al pie de la playa que está en total abandono y no existe un puesto de información turística que sirva de guía a los visitantes, pese al esfuerzo de los alumnos del Colegio Fe y Alegría de implementar uno cerca del malecón.

Respecto a las hospederías comunitarias en la zona no se encuentran registrada ninguna en el Cabildo, sin embargo existen de 4 a 5 casas que ofrecen el servicio de hospedaje, algunas con tarifas un poco altas y otras a precios razonables que oscilan entre ocho a quince dólares. Los hostales que encontramos en ésta comuna son pocos a pesar de la demanda, se cuenta con 7 en su totalidad, como se puede mencionar los de más concurrencia que son: Hostería Las Olas Rivert y Hostería San Pablo que ofrecen servicios completos con piscina en sus instalaciones. Con capacidad hasta de 100 personas el primero y de 60 en segundo con precios de entre dieciocho a veinticinco dólares.

Esta comuna no cuenta con áreas de distracción nocturna como discotecas, por el contrario hay un número significativo de cantinas, con una totalidad de cuarenta y ocho registradas, sin considerar las casas que brindan el servicio de venta de bebidas alcohólicas.

El punto de mayor atracción para los turistas sin duda son las cabañas que se encuentran al pie de la playa, como en la carretera que ofrecen gastronomía a base de mariscos, son veintiséis legalizadas por la Marina, pero sesenta y ocho en funcionamiento. Las cabañas que no están registradas se encuentran en riesgo de ser desalojadas por actividad ilegal. Sus horarios de atención dependen mucho de la afluencia de personas que visitan San Pablo, para la temporada que inicia desde enero hasta finales de abril otros locales atienden desde las 9:00 am hasta las 17:00 pm y si hay mucha afluencia de turistas el horario se puede extender, por el contrario cuando no hay muchos visitantes el horario es extremadamente limitado.

1.1.3 Situación en Conflicto

El turista nacional y extranjero en la actualidad se ve atraído por un turismo que le permita convivir con la naturaleza, y a su vez que el mismo ofrezca alternativas de recreación de gran magnitud que se puedan realizar cerca de su lugar de origen o de residencia habitual.

Siendo el turismo de sol y playa una de las fuentes principales de ingresos para la provincia, la comuna no aprovecha sus recursos naturales ya que los visitantes de la zona lo utilizan como un paradero gastronómico momentáneo, de la misma manera la población no posee la capacitación, estudios o experiencia suficiente para optimizar con eficiencia y eficacia los atractivos naturales que el lugar ofrece así mismo que conste con servicios adecuados para sus potenciales demandantes.

1.1.4 Alcance

En este caso el alcance del proyecto es que a corto plazo las personas que visitan la comuna de San Pablo tengan la certeza que en este lugar encontrarán a más de gastronomía, sitios donde puedan pernoctar adecuadamente con todos los servicios estimados y donde puedan realizar actividades de esparcimiento para disfrutar el tiempo de ocio en actividades recreativas.

1.1.5 Relevancia Social.

Este proyecto tiene como base uno de los objetivos del plan nacional del buen vivir, en donde se menciona que, a más de disfrutar, incrementar y fomentar el uso del tiempo libre para una riqueza social de descanso y esparcimiento dedicarlo a la recreación, distracción y el turismo, es así que después de una jornada de trabajo se promueve el descanso y actividades de recreación. De ésta manera en la comuna de San Pablo la población que en ella habita así como los turistas verán el cambio social que mantendrá el proyecto por lo que incentivarán a las personas a fomentar el turismo progresivamente de manera que será una responsabilidad social de la comuna y mejoramiento turístico de la misma que incidirá en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

1.1.6 Evaluación del problema

Al analizar la demanda turística que visita la comuna encontramos que su desarrollo es netamente gastronómico, por lo tanto no consta con la infraestructura adecuada ni con un plan de implementación para las áreas recreativas y mucho menos con un mejoramiento en los servicios ofrecidos en las cabañas.

Por esa razón, es conveniente resolver el problema para la mayor afluencia de visitantes a la comuna y que éstos tengan una nueva opción de entretenimiento en un lugar diferente al de su sitio de residencia. Utilizando los recursos que encontramos en esta comuna así como lo es la playa, el malecón y la plazoleta. Así la factibilidad del proyecto será analizar más a fondo la demanda turística para el mejoramiento de las zonas antes mencionadas a través de un proyecto sostenible.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar la tendencia de la demanda turística y el uso del tiempo libre, ocio y recreación para el desarrollo de la comuna San Pablo Cantón Santa Elena.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Establecer el grupo objetivo en el mercado de la comuna.
2. Identificar gustos y preferencias de los potenciales turistas y excursionistas de la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena.
3. Identificar las falencias en la oferta de servicios turísticos de la localidad
4. Proponer alternativas de promoción turística que contribuyan al fortalecimiento del turismo en la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena.

1.3 Justificación

Para la mayoría de las personas en la actualidad el hacer turismo y la búsqueda de diferentes destinos con prácticas innovadoras constituyen una de sus principales actividades para el esparcimiento y el disfrute del tiempo que les queda libre. Los visitantes muestran un mayor interés hacia los sitios rodeados de naturaleza y cerca de la playa, ya que la mayoría busca un espacio donde se alejen del ruido y la contaminación de la ciudad, para volcarse a la tranquilidad de lugares cercanos que ofrezcan comodidad, seguridad y relajación.

En referencia a lo expuesto anteriormente, el presente proyecto tiene como finalidad incrementar los niveles de efectividad para una mayor demanda de turismo en la comuna, mediante un análisis del comportamiento de las personas que visitan el sector y del uso del tiempo libre, el ocio y la recreación que nos permita determinar los mejores resultados para brindar una buena calidad en los servicios ofrecidos.

El proyecto se realiza con el propósito de que las personas que visiten la comuna tengan la opción de pernoctar en los lugares de alojamiento disponible en el sector, para que no solo disfruten de la gastronomía sino también tengan la opción de disfrutar su tiempo que les queda libre compartiéndolo en un lugar que cuenta con atractivos suficientes para su total disfrute y así esta zona se convierta en un optimizador y fomentador de turismo.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Fundamentación Teórica

El ocio, es definido como el tiempo para distraerse de las obligaciones de cada persona, para realizar cosas que deseen, para invertirlo en la distracción y recreación; con plena satisfacción, realizando actividades escogidas por las mismas personas. De esta forma mientras mayor sea el tiempo libre mayor será el consumo de los servicios turísticos ofrecidos tanto en la comuna como en diferentes lugares de la ruta Spondylus. Es así como el crecimiento turístico implica directamente a que más personas aprovechando su tiempo libre se conviertan en consumidores frecuentes.

Al mismo tiempo, es como se asocia a la nueva demanda con el tiempo de ocio de las personas y esto hace que la oferta crezca a pasos grandes. Ya que, dado como derecho humano, el ocio debe invertirse de manera enriquecedora, para el desarrollo integral de las personas de forma tolerante y creativa, procurando tener un tiempo de ocio igual al del trabajo y que de esta forma sea favorable para la satisfacción completa de las personas. (Muñoz, 2012)

De esta manera el ocio, la recreación y el tiempo libre en todo sentido ha tenido un gran desarrollo a nivel del mercado, en las cuales hay propuestas en donde aparecen estas categorías como un objeto más de consumo, aunque también asociadas a las actividades físicas y deportivas. Por eso existen una gama de propuestas educativas que incluyen a la recreación y diversas prácticas culturales como estrategias de intervención educativas y de nivel social; planificándose dentro de las políticas públicas.

El cabildo en conjunto con los comités de turismo y los gobiernos seccionales son los responsables de optimizar ideas y soluciones confiables para el desarrollo cultural de la comuna a través de la implementación de prácticas recreativas y que

incurran en el aumento de la demanda en dicha zona, así no tan solo se benefician los pobladores sino también al mismo tiempo los visitantes en busca de relajación. (Tabares, Molina, Gerlero, Bestrad, Lazzarotti, Días, Paz, Conde & Martínez, 2014)

Así es como un sistema de cooperación ayuda a todo proyecto siendo este público o privado, y no excluye a la función que realiza el turismo puesto que se existe la necesidad de colaboración del estado o de empresas privadas, las mismas que ayuda a reafirmar las tendencias positivas del turismo, y sobre todo demostrar la calidad turística de la zona al turista o en términos de marketing al consumidor.

De la misma manera se observa que desde la perspectiva del marketing relacional, existe la necesidad de la cooperación turística que se ha ido mencionando, el cual manifiesta la fidelidad de los consumidores, en un modelo de extensión hacia un mercado de varios productos y servicios diferentes, enfocándose en la atracción principal y secundaria de la zona turística. En este caso la comuna que percibe lugares para una cómoda estadía y un buen servicio gastronómico unificado, compuesto por elementos que combinan bienes y servicios propiamente relacionados entre sí. Estos bienes o servicios son los adquiridos por el turista durante su estancia entrelazados con los factores del entorno ya sean el paisaje sencillo y rural.

Los que hacen notar y sentir una experiencia integral satisfactoria; es decir dentro del contexto turístico no solamente basta el destino sino también el entorno y los productos o servicios que ofrece; de esta forma el turista extiende su experiencia a través del tiempo, antes, durante y después de la visita. (Cobo, Hervé & Aparicio, 2009)

De esta forma el turismo de sol y playa se convierte en un ícono dominante en la economía de los países, siendo uno de los principales recursos costeros el cual se basa en usar un atractivo natural para el progreso de sectores que cuentan con una playa a su alrededor, necesitando de financiamientos y préstamos gubernamentales para hacer esto posible, así la comuna obtendrá mayores beneficios. Realizando diversos estudios para la demanda turística, que es una tendencia en crecimiento que exige más calidad y cantidad de servicios que obliga a los destinos a analizar la

competitividad, implementando estrategias que les permitan mantenerse en el mercado manteniendo los estándares que los visitantes exigen, ya sea económico, social, cultural y medioambiental. (Ferradás & Carrasco, 2009)

Es así, como las nuevas tendencias motivan a la demanda a participar en este mercado y que a su vez éste mercado tenga mejores ideas fusionando un medio ambiente limpio y el buen servicio al cliente, ofreciendo nuevas ofertas y mejorando las tradicionales, para de ésta forma obtener un mayor incremento de visitantes. La influencia de varios cambios en el aumento de las competencias del sector obligan a que empresas turísticas y destinos adopten nuevas estrategias para adaptarse a un nuevo escenario de tipo turístico; en las que existen asociaciones entre zonas para fidelizar al cliente con nuevas fórmulas de gestión de destinos turísticos, las mismas que son manejadas por las entidades públicas para maximizar la obra y potenciar el turismo en cada zona.

Esto se realiza con el propósito de que se demuestre el turismo como una experiencia singular; es decir otorgar al turista la experiencia única de satisfacer sus expectativas; fusionando las estrategias de la mercadotecnia con los conocimientos de las zonas turísticas implementando cada una de las variables analizadas como mejor decisión para la ejecución de los proyectos turísticos en la comuna. (Sánchez, 2014)

Mejorando la calidad de servicios orientada a la satisfacción del cliente, respondiendo a las exigencias y aceptando la vinculación factible organizacional de todo tipo de recurso y tecnología, para que así se realice un cambio consecutivo que incidirá en un progreso hacia la excelencia. Demostrando los hábitos y valores que poseen las personas del sector para ofrecer un buen servicio al cliente, con buena educación para que la actividad turística sea favorable y beneficie a los visitantes como a la población de la comuna.

De esta forma la organización de los ofertantes para obtener una buena calidad en los servicios ofrecidos debe tener un crecimiento progresivo tanto como en la economía como en el comercio, gestionando enfoques hacia el estudio y la valoración relativa de las necesidades de los futuros demandantes complaciendo las exigencias para así poder tener un buen posicionamiento en las plazas de los destinos y así la comuna llegue a ser un punto de más concurrencia en la ruta Spondylus y que deje de ser visto como paradero gastronómico. (Castellucci, 2009)

El turismo se ve significado como un fenómeno humano que constituye la posibilidad de realizar alguna actividad de entretenimiento generando el ocio como una recreación. Por medio del reconocimiento de un lugar extraordinario, en donde se pueda establecer con variedad las relaciones sociales, históricas, ambientales, culturales y afectivas en un determinado tiempo-espacio. Esto se determina como una comprensión lógica la cual pone en evidencia la necesidad de construir otros referentes para el turismo y a los estudios abarcados sobre la recreación y el ocio la cual colabora con los principios del turismo.

La recreación y el ocio son comprensibles como una dimensión de la cultura caracterizada por la experiencia lúdica de las manifestaciones culturales en el respectivo tiempo-espacio. Y en términos culturales el ocio representa las prácticas sociales vividas como un disfrute y fruición de la cultura, así como fiestas, juegos, el paseo, viajes. Son las manifestaciones que poseen significados singulares para las personas que viven lúdicamente en un lugar determinado. (Gerais, 2010)

Es así como Montero (2011) menciona que ciertos centros de ocio familiar son espacios lúdicos cubiertos con diferentes ambientes y una amplia cartera de servicios capaces de satisfacer a todo tipo de público en general, sin tener restricciones a edades ni preferencias sociales, culturales, etc. La oferta de estos servicios constituye un nuevo concepto que integra zonas infantiles, ferias, servicios de restauración y recreación. El éxito en estos centros de ocio familiar se mide de acuerdo a la variedad de atracciones turísticas y elementos más populares en la zona.

Los destinos turísticos pocos frecuentados son los destinados a generar los centros de recreación, ocio y deporte turístico familiar, ya que forman parte de un estilo de vida activo que se expresa extrovertidamente y facilitan la adquisición de servicios que promuevan la autorrealización, bienestar, superación del aislamiento social, entre otros.

La actividad social crece en armonía junto con sus elementos, igualando su potencial e intereses en la comunidad. En cada región hay una expansión local que crece cada día. Es así como la búsqueda de interés común forma parte de la vida cotidiana, con un gran poder de influencia en la población para que el desarrollo en la comuna sea progresivo (Cássia, 2009)

De esta manera el turismo es uno de los principales sectores económicos del país, ya sea por la interacción social y cultural, y los destinos turísticos aumentan las plazas de empleo y emprendimientos, así como mejoran su calidad de vida por el constante movimiento de masas. Así también existe la obligación de cuidar el medio ambiente que representa uno de los mayores atractivos para diferentes lugares, como la comuna San Pablo, cuyo mayor atractivo es su extensa playa.

Asimismo, es importante la gastronomía en el turismo, porque cumple con la función biológica de suministrar al cuerpo de alimentos y también de cumple la función de integrar a los visitantes a la cultura del lugar que visitan, es así como se demuestra la identidad de los pueblos. En San Pablo la gastronomía se convierte en una de sus mayores representaciones, es decir existe un turismo determinado netamente en los gastronómico. (Flores, 2012)

Se recalca que el ocio y la recreación son tomados como un derecho desarrollado por comunidades y gobiernos, esto permite que sean tomados por la población como iniciativa para el disfrute de su tiempo libre después del trabajo. Se debe establecer distancias entre el trabajo la recreación y el ocio, junto con las actividades familiares en forma ordenada. (Gomes & De Sousa, 2009)

Reverter y Plaza (2011) describen que el deporte está asociado con el turismo, donde inciden muchos factores que benefician a los consumidores tanto social, física y mentalmente. Describiendo que el ocio es una actividad que se ejecuta después del horario laboral y como las actividades específicas que son desarrolladas por cada persona. El ocio fomenta al deporte y por ende este fomenta a la buena salud y bienestar.

De esta manera la sociedad interactúa positivamente, provocando transformaciones económicas con cambios e implementación en la demanda en sectores comunitarios y rurales. Se aprende y se beneficia con actividades realizadas bajo la propia voluntad, descansando y cuidando la naturaleza. El ocio también mejora la calidad de vida de los ofertantes ya que ofrece incrementar más plazas de trabajo comunitario en la comuna.

2.2 Fundamentación Histórica

Santa Elena está considerada como uno de los centros de civilización más antiguas de América, por los restos encontrados en su territorio de las Culturas Las Vegas, Valdivia y Guangala las cuales realizaban trabajos hechos en cerámica, metales, conchas y caracoles. Los habitantes de la época adoraban a San Biritute, a quien se le atribuyen poderes sobrenaturales, como la protección de la agricultura y de las doncellas, también tenía la facultad de atraer la lluvia.

También se menciona que en una antigua leyenda aparecieron gigantes en el mar, no se sabe de dónde y se quedaron a vivir en las costas de esta zona, hasta que tomaron a las mujeres nativas para destrozalas, entonces los habitantes enojados quisieron destruirlos, pero bajando un ángel del cielo con una espada les quitó la vida consumidos por el fuego (Rivadeneira, 2009)

En una recopilación histórica de la comuna (Figuroa, 2013) se establece que la misma anteriormente se la llamaba CANGREJO, ya que existía gran variedad de esta especie a la orilla de la playa, es así como en éste lugar fue donde tomaron posesión personas que llegaron de otros pueblos cercanos en busca de trabajo, como la pesca. Po su cercanía al mar, se empezaron a construir casas de caña con techo de hojas de palmas debido a la gran cantidad de palmeras que existían en el lugar. La actividad pesquera se realizaba en diferentes horas del día.

Al pasar el tiempo empezaron a llegar más personas con ganado para habitar en el sector, y como sus tierras eran fértiles también se dedicaron a la agricultura. De esta manera con más habitantes el lugar se llamó CANGREJO NUEVO. Donde no constaban con los servicios básicos en ese tiempo, los habitantes decidieron construir pozos para suministrarse de agua dulce, también existía una albarrada que en invierno se llenaba y las personas aprovechaban para regar sus plantas y darle de beber a sus animales.

Después se fue extendiendo más y toma el nombre de San Pablo debido a que el comunero Francisco Jiménez llevó la imagen del apóstol de Jesús quien llevaba este nombre. Esta comuna se extiende desde la zona de Punta Barandúa hasta las fábricas de sal Pacoa. Como todo pueblo costero está lleno de historias y leyendas donde sobresale la del Camarón Gigante que atrapaba a los pescadores y nunca aparecían, además se decía que los habitantes de San Pablo eran gigantes y que construyeron los pozos de agua de 25 metros de profundidad y que están empedrados a la perfección. Los personajes populares de ésta Comuna son el Diablo y el Diablico, los comuneros cuentan que ellos asustaban a los niños y ancianos, para robarles su comida y burlarse aprovechándose de ser los más indefensos. (Fischer & León, 2009)

2.3 Fundamentación Epistemológica

La mayoría de las personas que escucha hablar de turismo saben que es una actividad de desplazamiento breve desde su lugar de origen o residencia habitual hacia otro destino; y así mismo con intenciones de regresar a su lugar de partida. El viaje se realiza para tratar de visitar temporalmente lugares que posiblemente sean turísticos aunque en algunos casos no lo son.

A pesar de que la mayoría de las personas realizan actividades turísticas, muchos de ellos no pueden definir correctamente que el turismo es el conjunto de muchos procesos, que ponen en marcha la llegada, estancias y salida de turistas hacia una determinada comunidad o región relacionadas directamente entre sí. Siendo el turismo una ciencia social que cuestiona intereses de gran magnitud para su desarrollo, implementando servicios y ofreciendo productos de calidad. Es así como la comuna ha ido desarrollando poco a poco al pasar del tiempo, empezando con cabañas pequeñas hasta llegar a las más grandes como ahora; constando con hosterías y hospederías para que la llegada de los visitantes sea un poco más comfortable. (Ascanio, 2010)

Es así como muchas otras actividades el turismo ha sido estudiado sociológicamente, produciendo varios enfoques y criterios al pasar del tiempo. Para los visitantes el turismo es recorrer libremente el espacio elegido, ya que se le presenta como algo ajeno a lo visto normalmente en su vida cotidiana así sea por periodos de corto plazo.

Se transforma en un conjunto social todo aquello que hace que su estancia en ese lugar sea agradable, empezando desde las carreteras o sitios donde debió pasar para llegar a su destino. Es así como de a poco el turismo se ha ido construyendo con la interacción de los visitantes con los ofertantes, llegando a ser visto como el tiempo libre y de ocio que les queda después del trabajo, el cual disfrutan las personas con más agrado y sin preocupaciones. (González, 2009)

La evolución del turismo se debe a que las diferentes disciplinas han crecido y están presentes en la vida cotidiana de las personas, sociológicamente se intenta explicar las crisis, conflictos y tensiones propias de la sociedad, además al deporte se lo considera como actividades de poco valor siendo vista como una actividad física y no como social, de esta manera no está incluido en un estudio de ciencia social.

Después de la Segunda Guerra Mundial se empieza a ver las actividades recreativas y deportivas como turísticas que legalmente desde ese la guerra se ha tomado como derecho cívico para las personas. Ya que la recreación y las actividades deportivas son fundamentales en la relajación para las personas junto con el contacto con la naturaleza y la relación social entre sí.

De esta manera la sociedad incide directamente en la economía del turismo, ejerciendo con instituciones públicas y privadas, incurriendo en planificaciones de gestión para organizar programas de desarrollo para el crecimiento del turismo como elemento progresivo. Especialmente en lugares de mayor valor ambiental que cuente con patrimonios culturales y atractivos naturales. (Andrade, 2010)

También, Hernández (2009) señala que, el turismo es una actividad económica que explota lugares naturales, patrimoniales y ancestrales que han sido conservados y equipados para darles un uso adecuado dirigido a satisfacer las necesidades de ocio y recreación de los visitantes. De ésta manera el turismo ha ido creciendo a medida que pasa el tiempo y gracias a la globalización que ha sido un proceso de desarrollo positivo para varios países, el turismo se ha convertido en un ícono de impacto consecutivo principalmente en actividades realizadas en espacios naturales.

Es de ésta manera que el turismo cultural empieza a crecer empíricamente, dado en lugares que por lo general se hayan encontrado hallazgos de culturas, como lo es la comuna donde se encontraron pequeños descubrimientos de culturas ancestrales como la Valdivia, Chorrera Huancavilca; asimismo éstos lugares pasan a transformarse en atractivos y empieza a fluir elementos para la transformación de la calidad de vida de los habitantes, mostrando su estilo de vida, rituales y costumbres; para satisfacer sus propias necesidades implementando un tipo de turismo local.

Ferradás (2009) menciona que la actividad turística cada día crece, desarrollando espacios costeros a través de la oferta de turismo de sol y playa que se define por la búsqueda de disfrutar del mar, arena y sol llevados de la mano por el buen clima del lugar como recurso principal para el disfrute; favoreciendo los espacios litorales tomados para realizar esta actividad. Así es como muchos factores han contribuido para que el turismo de sol y playa se vaya desarrollando a través de los años, ya sea por la mejora en las jornadas laborales, como también el incremento del tiempo libre para la recreación, la disminución del tiempo para transportarse gracias a nuevas vías de acceso y mejoras en las carreteras, además de nuevos servicios de transporte para una mayor accesibilidad.

El turismo de sol y playa era considerado años atrás como el hecho de solo ir a balnearios donde se disfrute del sol y una playa, puesto que eran suficientes para el éxito de un destino. En la actualidad es necesario considerar que tener a la demanda informada para que formen parte bajo sus criterios sobre los diferentes destinos a seleccionar considerando la calidad, sostenibilidad, competitividad del lugar a escoger; es así como la comuna ha ido desarrollando poco a poco un turismo que empezó siendo netamente gastronómico para luego empezar a implementar hostales y hosterías para convertir el lugar en un sitio de más interés para las personas; ya que hace poco el turismo estaba masificado y pocos destinos recibían las llegadas de turistas. (Moreno & Coromoto, 2010)

El mundo se encuentra acostumbrado al turismo y muchos países que poseen destinos exóticos han comenzado a ofrecer productos a mercados emisores tradicionales al mismo tiempo que lo hacen a otros mercados emergentes; ya que esta situación mundial exige cambios y diversas acciones que velozmente son parte de las gestiones de los agentes de los destinos turísticos; se procesan transformaciones y adaptaciones a un nuevo escenario turístico que proporciona una condición para mantener un mercado.

Ese fue uno de los motivos para que el gobierno del país decida invertir en el diseño de una ruta turística como lo fue la ruta del sol, la cual antes no era considerada. Este diseño incluyó la ampliación de carreteras y fomentación del

turismo en diferentes zonas. A pesar que algunos pueblos ya recibían visitantes, ésta ruta empezó llamándose ruta del Sol y al pasar del tiempo llegó a llamarse Ruta Spondylus por la concha del mismo nombre que las personas de las diferentes culturas que habitaban en esos sectores cercanos a la playa utilizaban para realizar trueques e intercambios. (Medaglia & Silveira, 2009)

Toda área rural tiene interés empresarial de distintos tipos como son las atracciones, transporte, campings, hoteles, alojamiento en casa de labranzas, centros de recreación y entretenimiento; muchos de estos negocios muestran una campaña de marketing baja por la característica de los negocios, por lo que el estado y los gobiernos autónomos descentralizados juegan el papel de incentivar a los empresarios y microempresarios; a desarrollar y tener crecimiento considerable a través de campañas turísticas y planes estratégicos dependiendo de cada zona, es decir un plan de marketing estratégico excluyente de cada zona.

El objetivo de cada estudio es demostrar que la aplicación de una buena gestión de marketing puede ser un principio a tener en cuenta para el desarrollo del turismo rural, ya sea porque en estos lugares hay un alto índice de desempleo y las personas deben buscar maneras para salir adelante con lo que constan. (Gilbert, 2009)

El turismo ha ganado un interés significativo en ciudades tradicionales, ya que por esfuerzos publicitarios se ha logrado demostrar los niveles de turismo que poseen los destinos turísticos. Diversas estrategias mercadotecnicas aplicadas por las empresas privadas y gestiones estatales logran atraer con éxito a la demanda turística. Así los diversos turistas locales y extranjeros pueden conocer de los diversos destinos a visitar.

Es así, como nuestro turismo en la actualidad crece exponencialmente y es reconocido a nivel internacional, gracias a los medios publicitarios, el reconocimiento por turistas extranjeros y locales; puesto que las playas, lugares arqueológicos, amazonia y fiestas tradicionales se vuelven atracciones que realizan los y las ecuatorianos residentes en los destinos turísticos para demostrar los atractivos de la tierra ecuatoriana. (Prieto, 2011)

El modelo turístico de sol y playa genera productos turísticos estandarizados para un consumo masificado dentro de un mercado manejado por las grandes empresas, las mismas que son altamente concentradas en mercados locales y en porcentajes respetables en mercados extranjeros, con un modelo alternativo que centra las experiencias turísticas como una nueva ventaja competitiva sustentable como un medio de “vivir experiencias” en contextos concretos donde se logra una interacción entre el turista y el servicio, logrando una experiencia diferente a la de los demás destinos turísticos.

Dentro de los resultados obtenidos sobre la articulación entre actividades y experiencias turísticas del sol y de la playa; existen variedades de actividades que brindan experiencias múltiples, como las que se realizan fuera de un núcleo costero como los juegos de vóley playero y que consideran prácticas emergentes como una nueva forma que genere experiencias periféricas que pueden en un momento dado imponerse como un nuevo modelo y tendencia que atrae a la demanda para realizar actividades diferentes, así la comuna no seguirá siendo paradero gastronómico. (González & Riverón, 2013)

De ésta forma el turismo generado por un puñado grande de turistas se denomina “Turismo de masas”, ya que se origina debido a la calidad de los atractivos del destino turístico; la cual está respaldada por el buen desempeño del estado o de las empresas privadas; las mismas que se encargan de optimizar los recursos del sector para que aumente su nivel turístico, usando métodos y estrategias factibles en el campo del turismo.

Aunque también puede ser que el destino turístico no requiera de tantas estrategias para optimizar su nivel, ya que el atractivo natural es de gran atracción para los turistas, y así esto van generando mayor demanda, ofreciendo mayor recreación y actividades relajantes para los visitantes, de ésta manera los turistas están dispuestos a regresar. (Arambarri, 2011).

El punto en donde se encuentre localizado los puestos de negocios turísticos como restaurantes, cafeterías, etc.; son los que le dan un toque extra a la zona turística en la cual aumentara los niveles de satisfacción de los visitantes. Así la zona turística se vería optimizada y no solamente atractiva por el lugar sino por los locales en los que ofrezcan: comida típica, servicios y productos, los mismos que hacen referencia y énfasis en la zona. Los instrumentos de marketing para realizar proyectos y estudios turísticos para todo tipo de actividad forman un mix de comunicación como: la publicidad, herramientas de medios, marketing directo, relaciones públicas, etc.

Estos instrumentos sirven para todo tipo de proyecto y conforman los principales para un turismo de sol y playa, ya que se enfoca no solo en el lugar sino el servicio y productos que pueden brindar y dar a conocer a los turistas que llegan a la zona, optimizando su calidad de vida y su desempeño en la sociedad, explotando un producto muy bien conservado y satisfactoriamente productor de ingresos tan solo por tratarse de una comuna que cuenta con una playa. (De la Colina, 2010)

Es así, como el turismo llega a ser una fuente de dependencia para la demanda creciente, que proporciona empleo directo a los ofertantes. Ya que para el mejoramiento de infraestructura se necesita mayor inversión por parte de los gobiernos. De esta forma la tendencia evolutiva crece, por el número de visitantes que varía según la temporada, que progresivamente a largo plazo evoluciona.

Podemos mencionar que una de las características más importantes en las operaciones turísticas son las actividades que generan las empresas privadas y públicas para optimizar un destino turístico; ya sea generando servicios y productos que vayan de la mano con el atractivo principal del lugar, en este caso sería renovando constantemente la variedad y servicio de la comuna. (Pedreño & Ramón, 2012)

2.4 Fundamentación Legal

- Constitución Política del Ecuador del 2008:

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.”

- Plan Nacional del Buen Vivir del 2009:

Este tercer objetivo propone acciones públicas, con un enfoque intersectorial y de derechos, que se concretan a través de sistemas de protección y prestación de servicios integrales e integrados. En estos sistemas, los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales se articulan con énfasis en los grupos de atención prioritaria, los pueblos y nacionalidades.

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones personales y familiares.

Las condiciones de los entornos en los que se desarrollan el trabajo, la convivencia, el estudio y el descanso, y la calidad de los servicios e instituciones públicas, tienen incidencia directa en la calidad de vida, entendida como la justa y equitativa redistribución de la riqueza social.

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santa Elena 2012:

En el análisis previsto para la planificación turística es necesario que se revisen ciertos componentes y elementos del sistema turístico de la provincia, entre los que se consideran: (Pág. 61)

El Contexto Histórico del Turismo.- Conocer la historia del turismo en la península nos permitirá develar la vocación turística que se posee, desde hace más de 200 años.

Los Atractivos Turísticos.- El patrimonio existente en la zona, que nos lleva a definir un inventario general de atractivos turísticos, el cual ha sido alimentado con la nueva información recogida en las mesas territoriales.

Dar a conocer a los visitantes la historia de la provincia para el incremento de la demanda, promocionar los atractivos que posee ésta región y ofrecer nuevos servicios turísticos legalmente establecidos.

Se analiza la situación del sistema vial y del transporte de personas y bienes como vínculo entre asentamientos y áreas productivas del territorio y con el sistema regional o nacional. Se analiza no sólo el estado de las vías, su sección y estado, sino además, cómo se transportan las personas y los bienes (esencialmente de los productos generados en las zonas hasta los destinos previstos por las cadenas productivas). Pág. 229.

- Ley de turismo 2008:

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;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

- PLANDETUR 2020:

Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.

2.5 Definición de términos.

Atractivo Natural

Elementos de la naturaleza que motiva a las personas a realizar turismo, con fines de ocio, recreación y esparcimiento tales como las playas, lagos, bosques, etc.

Cabildo

Grupo de personas que se encargan de la administración de un pueblo pequeño o comunidad.

Comuna

Es un conjunto de personas que viven en unión económica, asumiendo reglas de convivencia organizadas conforme a la sociedad.

Cultura

Es el conjunto de conocimientos intelectuales y representaciones ancestrales, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo mediante la lectura y estudio especializado.

Demanda

Es la cantidad demandada por los consumidores de los servicios y productos a un precio determinado, la demanda puede ser creciente y decreciente de acuerdo al incremento turístico.

Desarrollo Cultural

Es el grado de educación que tiene toda sociedad, comprende todas las estructuras productivas y económicas de la vida social así como costumbres, hábitos, arte y vestimenta.

Desarrollo Turístico

Se lo considera como un generador de oportunidades con la capacidad de fomentar fuentes de empleo ya sea para hombres y mujeres, potenciando el crecimiento de un área determinada.

Destinos Turísticos

Zona o área geográfica escogida por el turista, que consta con edificaciones, infraestructura y límites de naturaleza física adecuada para satisfacer la gran demanda de visita.

Estudio Sociológico

Es el análisis del comportamiento de las personas relacionadas con su entorno y que realizan actividades en común. Interpretando las representaciones características que ejecutan con la necesidad de constituir un tipo de colectividad.

Hostería

Lugar donde se proporciona alimentos, alojamiento y servicios por dinero de categoría inferior al hotel.

Hospedería Comunitaria

Es una red de alojamiento alternativo de personas que aportan con sus viviendas, teniendo habitaciones extras. Se diferencia en sus características al servicio de hospedaje habitual, ya sea por sus servicios ofrecidos y por el precio.

Marketing Turístico

Es un proceso de identificación para adelantarse a las necesidades de los consumidores; de conocer el producto o servicio ofrecido para que este se ajuste a las necesidades del consumidor; de producir y vender de acuerdo a las características personales del cliente.

Ocio

Es considerado en la actualidad como un fenómeno social y una actividad individual que queda después del tiempo libre para utilizarlo a voluntad y en forma activa para realizar viajes, descansar, divertirse, ampliar su formación y educación y estar al margen de las obligaciones cotidianas.

Paradero Turístico

Es un elemento típico entre ciudades o espacios urbanos cerca del mar, donde se ofrecen servicios adecuados para que la estadía momentánea del turista sea plena.

Producto Turístico

Determinado por los componentes tangibles e intangibles ya sea de recursos, atractivos, actividades recreativas, etc. Ofrece gran variedad de servicios para la atracción de un determinado sector para la aceptación de dicho mercado.

Recreación

Es la acción o actividad en el uso placentero del tiempo libre constituido básicamente en el juego, es la necesidad de refrescar la mente y el cuerpo con diferentes tipos de diversión de acuerdo a la forma que pensamos y sentimos.

Sociología

Estudio de la sociedad, el comportamiento y la actividad social de las personas, utilizando técnicas de investigación para analizar las diversas teorías de convivencia del ser humano.

Tiempo Libre

Lapso de tiempo social que queda después del trabajo es decir el tiempo de “no trabajo” incluyendo las vacaciones, que no es totalmente libre para que sea ocio, es llamado originalmente el reparador de fuerzas gastadas.

Turismo

Según La Organización Mundial de Turismo (OMT) el turismo consiste en todo lo que realizan las personas durante sus viajes, en lugares distintos a los de su entorno habitual o residencia, por un lapso de tiempo mayor a 24 horas y menor a un año. Ya sea por motivos comerciales, profesionales o de placer.

Turismo Cultural

Es el que cuenta con recursos históricos y patrimoniales para su desarrollo, ya sean museos, monumentos, gastronomía y folklore. Este turismo conlleva al desarrollo de la región con una mejora en la educación impulsando la fomentación de empleo y generando más ingresos.

Turismo de masas

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) se refiere a los ingresos generados a nivel mundial debido al turismo internacional. Se realiza masivamente y así hay mayor crecimiento en gastos de turistas un ejemplo es el turismo de sol y playa.

Turismo Natural

Se desarrolla en áreas rurales o áreas protegidas, realizando actividades recreativas preservando el ecosistema. Conociendo las costumbres, gastronomía y tradiciones del sector.

Turismo de Sol y Playa

Se da exclusivamente en localidades costeras en las que existen playas y las condiciones climáticas son de tiempo soleado, este turismo es utilizado por personas que viven en localidades de clima lluvioso y temperaturas bajas, hay gran variedad de hoteles y actividades para el ocio y tiempo libre.

Turista

Es la persona que se traslada de su lugar de origen o residencia habitual a uno diferente al suyo. Con ausencia de más de 24 horas y menos de seis meses. Con finalidades de ocio, recreación y aumentar su conocimiento cultural.

CAPÍTULO III

3. Metodología

El estudio sociológico llega a conocer las relaciones entre sí de las personas, por ende se logra comprender claramente la reacción de los hombres. Es así como Augusto Comte es el primero en elaborar un estudio que se basa en los criterios objetivos para analizar la sociedad. Para esto el turismo va tomando forma y creciendo poco a poco, fomentando fuentes de ingresos en sitios culturales, ancestrales y con patrimonio. Los anfitriones empiezan a vender servicios culturales, se transforma el paisaje, hay muchas más variedades de elección.

Empieza a fluir el turismo de masas, crecer la economía y se empieza a estudiar la sociología del turismo como un ícono generador de empleo, donde existe un desarrollo en la infraestructura, también ayuda a conservar el patrimonio y fomenta la educación, de la misma manera se fomenta la necesidad de las personas de liberarse, es decir de invertir su tiempo de ocio en actividades recreativas, de escapar de la rutina y ambientes estresantes.

3.1 Métodos de la Investigación

Se utilizará el método histórico lógico ya que la sociedad muestra los diferentes problemas, fenómenos contratiempo y riesgos envueltos en un largo proceso, refiriéndose a los hechos y fenómenos evolutivos, cambiando dependiendo a las tendencias que van apareciendo continuamente. También se utilizará el método analítico sintético, que consiste en ir descomponiendo cada parte de un todo en varios elementos para conocer con más profundidad el objeto de estudio, observando las causas y los efectos. Es necesario conocer la naturaleza y los fenómenos para poder comprender y conocer nuevos elementos. Conociendo los aspectos y relacionando las perspectivas básicas en su totalidad para poder vincularse entre sí. Por último el método inductivo deductivo, el cual es el proceso de inducción en el que un tipo de razonamiento conlleva a un tema de lo general a lo particular, con formas de inferencia, para encontrar resultados lógicos.

3.2 Tipo de Investigación

El proyecto a realizar según su finalidad es aplicada ya que no se busca descubrir nuevos conocimientos, sino que se utilizarán los existentes y se relacionara la información obtenida con otras fuentes referentes al tema, se inicia con una investigación descriptiva que se enfoca en resumir, enunciar y bosquejar la actividad a realizar. Según el contexto es de campo, ya que hay que dirigirse a la comunidad para poder analizar las causas y efectos de la implementación del proyecto.

Según su orientación temporal es histórica, porque se va a valorar los hechos que ocurrieron en la comuna, ya que el trabajo que se realiza tiene que ver con los hechos sociales de este lugar. Y según el diseño el proyecto es declarado como cualitativo, se analiza los datos de manera científica en forma numérica con la ayuda de las herramientas del campo estadístico, aquí se incluye el método de las encuestas para poder generalizar los resultados y luego describirlos.

Según el control de las variables la investigación es no experimental, ya que las variables independientes no tienen control porque sus hechos ya ocurrieron.

3.3 Software que se Utilizará

La presentación de la consolidación de la información estadística del proyecto, está acompañada con herramientas informáticas de diseño que permite observar e interpretar con claridad la información recopilada en el periodo del muestreo, utilizando Microsoft Excel, ya que es de gran importancia para la resolución de la problemática y desarrollo del proyecto tomando en cuenta las influencias que comprenden el sistema de información, desarrollo y presentación de las variables estadísticas empleadas.

3.4 Población y Muestra

El tipo de muestra es probabilística, ya que el interés del proyecto es buscar un enfoque de calidad, más que cantidad. Es así como se permite realizar una muestra integrada escogiendo el tipo de personas a encuestar al azar, es decir todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

Para el muestreo de esta investigación se decidió utilizar la formula con muestra infinita, ya que la demanda producida en la comuna varía según temporadas.

Z= Margen de confiabilidad (1.96)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.80)

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.20)

E= Error de estimación (0.05)

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.80) (0.20)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.16)}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.614656}{0.0025}$$

$$n = 245.86$$

$$n = 246.$$

El tamaño de la muestra para las encuestas a realizar es de 246 según el cálculo que se realizó.

3.5 Técnicas utilizadas en la Investigación

Entre las técnicas fundamentales se emplea la observación, donde se realiza un mapeo de la zona, analizando el lugar y determinando las causas y los problemas que presenta la población. Se realizará entrevistas a las autoridades de Santa Elena en la empresa municipal de turismo “Emuturismo”, también se realizará encuestas a los visitantes quienes forman parte de la demanda turística de la zona. Se utilizará el FODA para analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, observando y describiendo las características del lugar.

De la misma manera se realizará el análisis PESTEL referente al entorno de la comuna, analizando los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que se los toma como amenazas y oportunidades para el sector. Realizado específicamente con el fin de comprender el mercado posicionado y que va poco a poco desarrollándose en todos los niveles externos.

3.6 Instrumentos

Tabla N. 1

Observación	Registro de Información
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Banco de preguntas

Fuente: Elaboración propia

3.7 Operacionalización de las Variables

Tabla N. 2

Objetivo general	Objetivos específicos	Indicadores	Instrumentos	Fuente
Analizar la tendencia de la demanda turística y el uso del tiempo libre, ocio y recreación para el desarrollo de la comuna San Pablo Cantón Santa Elena	Establecer el grupo objetivo en el mercado de la comuna.	Número de visitantes	Entrevista	Técnico de Turismo Ing. Mario Aquino
	Identificar gustos y preferencias de los potenciales turistas y excursionistas de la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena.	Nivel económico Nivel cultural Nivel de aceptación	Registro de observación Cuestionario	Visitantes del sector
	Identificar las falencias en la oferta de servicios turísticos de la localidad	Capacidad de las cabañas	Registro de observación Cuestionario Banco de Preguntas	Técnico de Turismo Ing. Mario Aquino
	Proponer alternativas de promoción turística que contribuyan al fortalecimiento del turismo en la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena.	Número de visitantes Nivel de aceptación	Banco de Preguntas	Técnico de Turismo Comunitario Lcdo. Rómulo Andrade

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis FODA

Fortalezas

- Propicia ubicación geográfica, en la Ruta del Spondylus.
- Amplia playa al pie de la carretera.
- Excelente y fresca gastronomía con comida típica del sector.
- Comodidad y ambiente de relajación.
- Avistamiento de aves al pie de la playa.
- La comuna recibe capacitaciones frecuentemente para la mejora de los servicios ofrecidos.
- Su mayor recurso es la pesca artesanal.
- Por encontrarse en la Ruta Spondylus se beneficia principalmente del mantenimiento de las vías de acceso

Oportunidades

- Ser a corto plazo un generador de ingresos turísticos para la zona.
- Promover la playa como un nuevo atractivo alternativo para futuros clientes potenciales.
- Generar alianzas estratégicas que permitan mejorar los servicios en la comuna.
- Ofertar nuevos servicios implementados en el lugar.

Debilidades

- No cuenta con suficiente planta hotelera.
- Falta de un punto de información turística.
- Las personas no tienen una buena organización entre ellos para la adecuación de la comuna.
- Las cabañas que ofrecen alimentos y bebidas se encuentran mal ubicadas.
- No todas las cabañas que ofrecen alimentos y bebidas están registradas legalmente.
- Falta de promoción turística.
- No existe implementación para actividades recreativas.

Amenazas

- La futura reubicación de las cabañas por parte del gobierno.
- Desintegración total de las asociaciones turísticas.
- Pocos turistas deciden pernoctar en la zona.

4.2 Análisis PESTEL

- **Político**

La Constitución Política del Ecuador del 2008, ampara la protección del medio ambiente por medio de la legislación que dicta el Ecoturismo en el País. Así mismo, garantiza el derecho al tiempo libre y actividades de esparcimiento y descanso; en conjunto con el Plan Nacional del Buen Vivir del 2009 que describe la calidad de vida de la población es un proceso multidimensional en el cual detalla como derecho del ocio y la recreación como equitativa redistribución de la riqueza social.

- **Económico**

Comprendiendo que el factor económico en la comuna San Pablo es dependiente del turismo de su playa en especial de la gastronomía que promocionan durante el tiempo que disponen los turistas. Es baja la demanda turística de los demás servicios que ofrece la comuna como es el hospedaje, artesanía y pesca artesanal; Ya que solo incrementa cuando la demanda turística asiste con mayor frecuencia y volumen, esto únicamente se da cuando existen los feriados largos debido a las temporadas altas para esta region como lo es “La Temporada Playera”.

- **Social**

Dentro de los aspectos sociales analizados en la comuna San Pablo, el cabildo de la comuna y las gestiones realizadas por el EMUTURISMO promueven el mejoramiento del turismo en base a programas de reubicaciones de las cabañas e implementación, publicidad de hostales y hoteles de la zona. Aunque en la actualidad los lugareños no están en total de acuerdo con los cambios que están por implementarse en la comuna, son cambios de gran relevancia para llevar la comuna al mejoramiento continuo de la misma, demostrando al turista el potencial de la zona.

- **Tecnológico**

Referente a los aspectos tecnológicos en la comuna, se observa claramente que no cuenta con tecnología básica que promueva el turismo de la comuna, ya sea por no tener apoyo tecnológico gubernamental o de los mismos negocios que en la comuna existe, puesto que sea simplemente por desconocimiento mismo de los representantes legales de los negocios locales o por no tener recursos necesarios.

- **Ecológicos**

Dentro de un ámbito ambiental y ecológico, en la comuna San Pablo existe preocupación de los lugareños por el factor ambiental que en su comuna y playa la mantienen en armonía con el ambiente pero no tan notable. Aunque existe bajo interés en reutilizar el reciclaje para formar artesanías dado que esto solo incrementa cuando existe temporada alta y es por parte de vendedores de otros lugares turísticos.

- **Legales**

Dentro de los aspectos legales existe irresponsabilidad en la comuna, debido a que la mayoría de propietarios de las cabañas ubicadas en la playa no se encuentran de acuerdo a la nueva disposición de ubicación y legalización de cabañas en el territorio de la playa de esta comuna. Esta medida tiene como finalidad incrementar el turismo de manera ordenada implementando una estandarización de cada servicio que en este lugar se brinde.

4.3 Análisis del Registro de Observación.

Mediante el registro de observación que es una herramienta empírica que se utiliza para la recopilación de los datos se obtuvo varios resultados. Por lo tanto encontramos que se está empezando a realizar un análisis sobre la demanda, ya que las personas que visitan el lugar solo realizan un “turismo de paso” concentrándose en la gastronomía del lugar.

Referente a que si hay una gran afluencia de turistas en el sector esto sólo se ve cuando la temporada es alta, es decir cuando empieza la temporada playera para las personas de la costa. Y para las personas que visitan de parte de la sierra prefieren un turismo de paso, ya que no están informados de que en el sector existen lugares para su hospedaje. De la misma forma los turistas extranjeros que visitan la comuna, conocen poco del lugar, aunque eso no les impide visitarla.

Analizando la promoción y puntos de información turística en el sector, se establece que estos aspectos son bastante precarios. El Emuturismo se encuentra trabajando en este ámbito con ayuda de los técnicos de turismo que laboran en dicha entidad, ya que el objetivo de ellos es que las comunas de la provincia tengan un desarrollo turístico organizado y con visión al futuro. En los servicios que ofrece la comuna se verificaron algunas falencias, el principal es la desorganización que existe en el sector por parte de los comuneros, ya que legalmente no acatan las órdenes proporcionadas por las autoridades; imponiendo sus propias reglas, realizando construcciones nocturnas de cabañas sabiendo que en el sector éstas serán reubicadas para su mejor seguridad. También en el pequeño sector hotelero que existe en la zona no se han tomado precauciones para su oferta de servicios.

Por este motivo, es casi nula la probabilidad de que las personas pernocten en el lugar, ya sea porque las hosterías no tienen una promoción adecuada al igual que la playa de la comuna. No cuentan con un plan de mercadeo que les permita atraer a los turistas de forma gradual y constante, las únicas personas que manejan la promoción empíricamente son los dueños de las cabañas que están en funcionamiento constante ya que no todas abren sus puertas al público en temporada baja.

4.4 Análisis de las entrevistas

Entrevista N. 1

Personaje Entrevistado: Ing. Mario Aquino.

Técnico Comunitario

Técnico en Gestión Turística.

En la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena existen cuatro organizaciones de turismo, las cuales no tienen buena comunicación y no se identifican entre sí. Los proyectos que presentan cada una de las organizaciones se orientan para cierto límite de personas mas no para toda la comunidad, su relación es independiente al desarrollo de la comuna.

Se caracteriza por ser uno de los puntos estratégicos en gastronomía en la ruta Spondylus como turismo de paso, que crece rápidamente de forma desordenada. A la comunidad le falta mucha promoción y no generan servicios buenos, ya que las cabañas que no están legalmente constituidas no ofrecen servicios de apertura diaria.

Referente al mercado que existe en San Pablo el Ing. Aquino menciona que no es objetivo por ser turismo de paso, ya que el proceso de la actividad turística de la comuna se realiza en ciertos puntos, con pocos establecimientos que cumplen con la ley. Es así como ellos, como empresa turística tratan de solucionar los problemas internos para poder lograr una buena organización en las comunas que están creciendo turísticamente ya que no tienen una estructura adecuada para mejorar la actividad turística para los demandantes.

Los servicios de buena calidad que ofrecen son pocos, ya que las personas no adecuan las cabañas en las que trabajan mejorando su infraestructura y capacitando en servicios y equipamiento. El fortalecimiento de la comuna es grande por la oferta complementaria que realizan en la playa de la zona, ya que el hecho de disfrutar buena gastronomía al pie del mar es motivador para los visitantes.

Entrevista N.2

Personaje Entrevistado: Lcdo. Rómulo Andrade

Licenciado en Gestión Turística

Técnico en Turismo Comunitario

Trabajando con la comuna se notan las falencias a simple vista, ya que es un lugar donde las personas se estacionan momentáneamente para disfrutar de la gastronomía que existe en la zona, más no para disfrutar del paisaje y mucho menos pernoctar, ya que hay varios puntos turísticos con los que cuenta la comuna que no son explotados. Hay zonas de camping, avistamientos de aves durante todo el año, la pesca artesanal se la puede considerar como atractivo turístico, para las personas que deseen ver y vivir esta actividad que los comuneros realizan con mucha frecuencia.

La afluencia de turistas en la comuna es buena por ser un punto de paso, y sin embargo las cabañas que ofrecen alimentación no están preparadas para dar un buen servicio, es así como los proyectos turísticos presentados al Emuturismo fortalecen y atraen a visitantes en la zona, por esta razón hay que realizar una labor de seguimiento para incentivar a los comuneros para que la propuesta sea aceptada por ellos.

Debe existir una alianza entre los ofertantes de servicios de restauración, hospedaje y guianza, lo que permitirá un fortalecimiento directo para el desarrollo del sector. Se deberá realizar un estudio de análisis de la tendencia de la demanda para determina cuantas personas visitan la comunidad y cuál es el perfil de cada persona.

De ésta manera crear un servicio de calidad completo para atender al tipo de demanda que llega al sector y tratando de mejorar los costos, ofreciendo servicios de calidad a bajos precios, según el estatus de las personas visitantes y dependiendo de los gustos y preferencias de cada uno.

4.5 Análisis de las encuestas

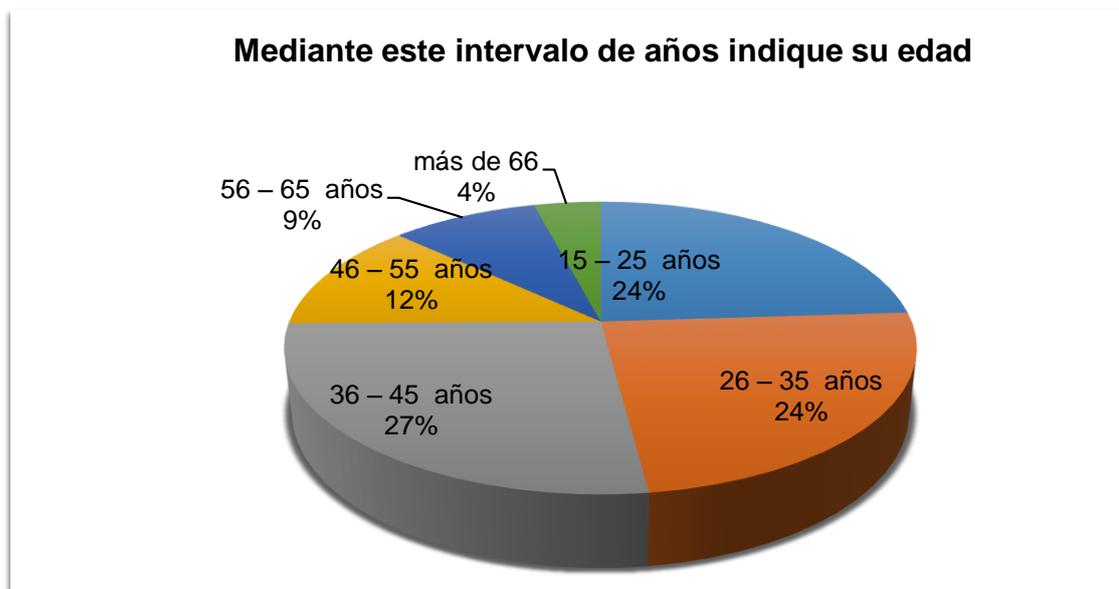
1. Mediante este intervalo de años indique su edad.

Tabla N. 3

	N°	%
	Encuestados	
15 – 25 años	59	24%
26 – 35 años	59	24%
36 – 45 años	66	27%
46 – 55 años	30	12%
56 – 65 años	22	9%
Más de 66 años	10	4%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N.1



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Mediante este punto podemos observar que entre los encuestados están en una edad promedio de 15 a 25 años de edad, y 26 a 35 años de edad con un porcentaje de 24% cada uno; es decir que la edad promedio de turistas que visitan la comuna San Pablo está entre 15 a 26 años.

2. ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla N. 4

	N°	%
Ecuatoriano	221	90%
Extranjero	25	10%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 2



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Entre la nacionalidad de las personas encuestadas encontramos que el mayor porcentaje recae sobre los ecuatorianos con 90%, y de los turistas extranjeros es un 10%, que visitan la playa de la comuna. Es importante mencionar que en el momento de efectuar la encuesta era temporada baja; es decir que existe menor volumen de turistas nacionales y extranjeros que visitan la playa.

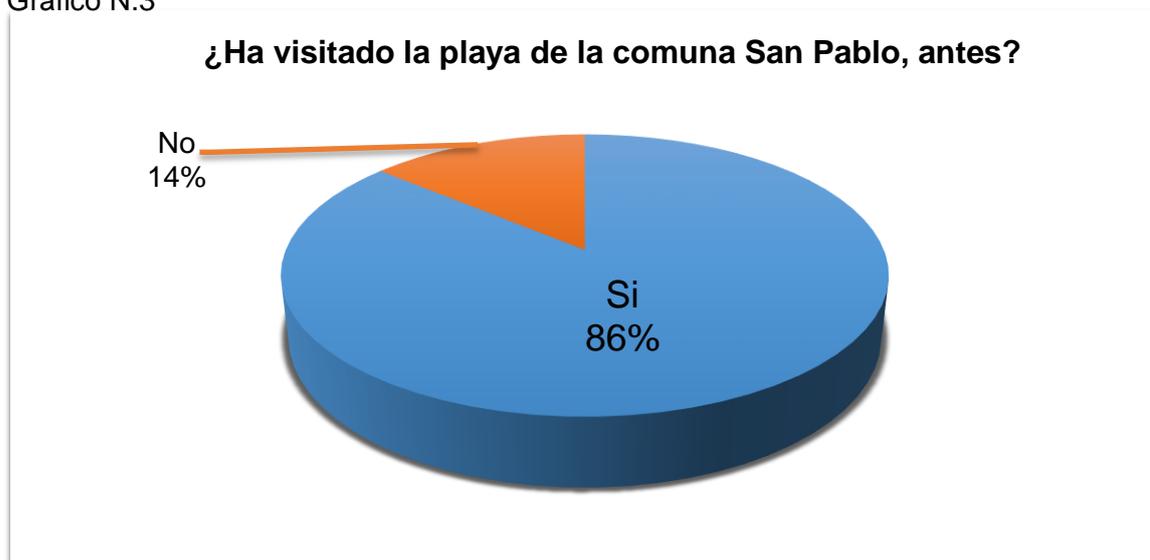
3. ¿Ha visitado la playa en la comuna San Pablo antes?

Tabla N. 5

	N°	%
Si	212	86%
No	34	14%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N.3



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Podemos observar que existe un 86% de turistas que han visitado la playa de la comuna San Pablo anteriormente y que un 14% de turistas no la había visitado, ya sea por no tener conocimiento de su existencia o no conocer el nombre de la comuna.

4. ¿Cuántas veces visita la playa al año?

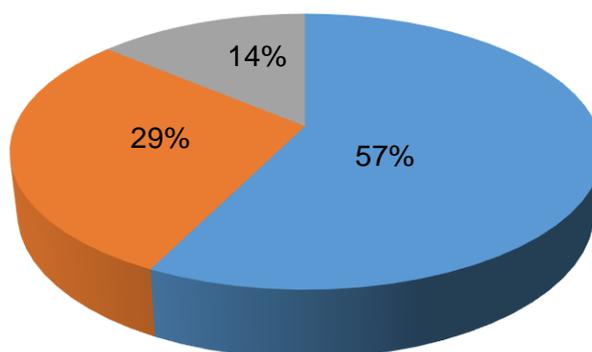
Tabla N. 6

		%
Una vez al año	141	57,32%
Dos veces al año	71	28,86%
Tres o más veces al año	34	13,82%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N. 4

¿Cuántas veces visita la playa al año?



■ Una vez al año ■ Dos veces al año ■ Tres o más veces al año

Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En esta pregunta podemos observar la frecuencia anual de visitas que tiene la playa de la comuna San Pablo, la misma que según los encuestados indican que existe un 57% de turistas que visitan este lugar una vez al año, esto nos indica que la comuna San Pablo debe tener una promoción constante mejorando notablemente la misma y optimizar los servicios que en ella se podrían implementar; todo esto con el fin de aumentar este porcentaje de manera representativa.

5. ¿Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en la playa de San Pablo?

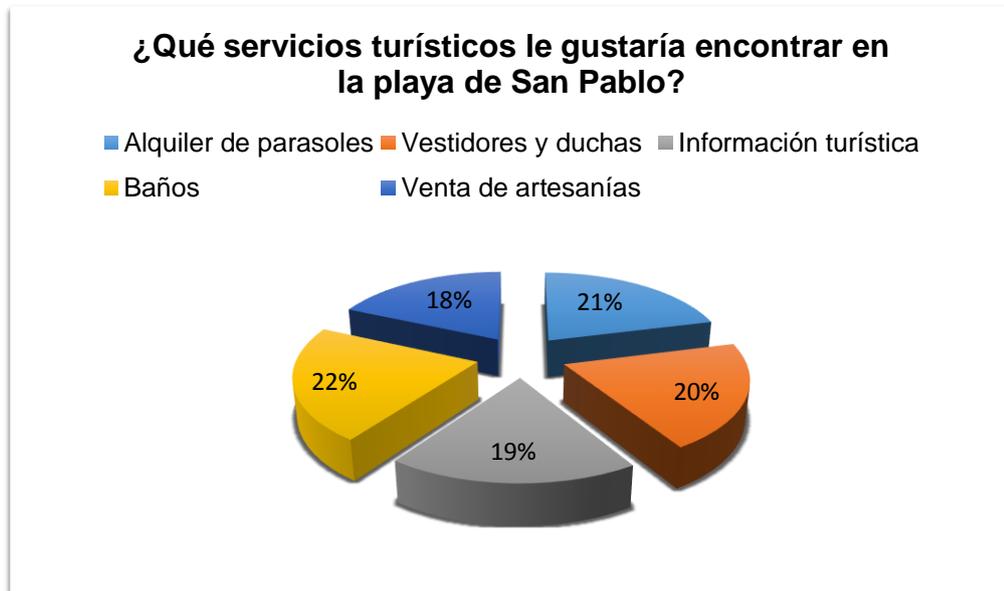
Tabla N. 7

Alquiler de parasoles	153	21%
Vestidores y Duchas	147	20%
Información Turística	136	19%
Baños	159	22%
Venta de Artesanías	133	18%

NOTA: Pregunta de respuestas múltiples

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 5



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En esta pregunta los encuestados podían escoger más de una respuesta; podemos observar que existe un 22% de turistas que les gustaría encontrar baterías sanitarias en la playa de la comuna San Pablo, en conjunto de un 21% de turistas que les gustaría encontrar alquiler de parosoles, un 20% de turistas que les gustaría encontrar vestidores duchas en la comuna. Así se describe gráficamente la opinión de los turistas ya que son puntos fundamentales para el mejoramiento turístico de la comuna San Pablo.

6. ¿Qué actividades de ocio y recreación le gustaría realizar en la playa de la comuna San Pablo, del 1 al 5 señale cual es el de su mayor preferencia. Siendo 1 el de menor y 5 el de mayor?

Tabla N. 8

	1	2	3	4	5
Actividades Recreativas	13%	13%	32%	22%	20%
Caminatas	19%	32%	25%	12%	12%
Deportes extremos	38%	18%	16%	12%	16%

NOTA: Pregunta de respuestas múltiples

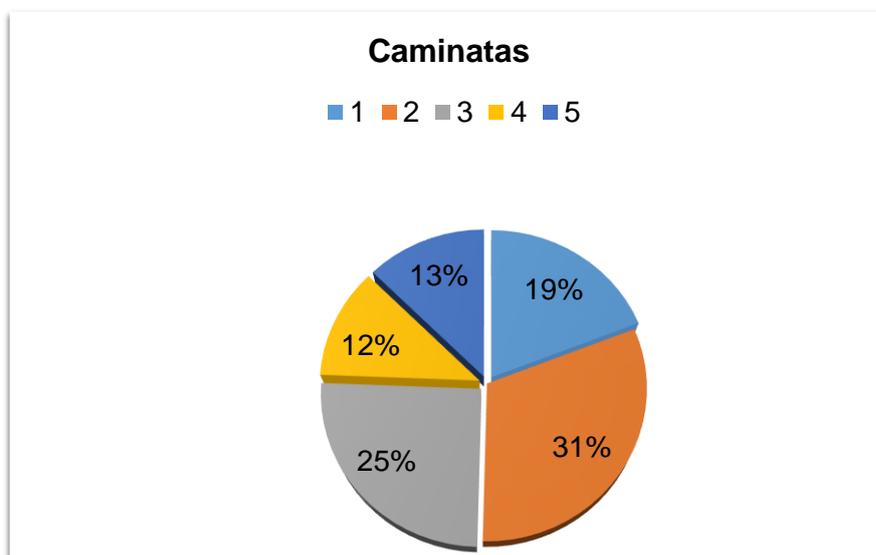
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 6



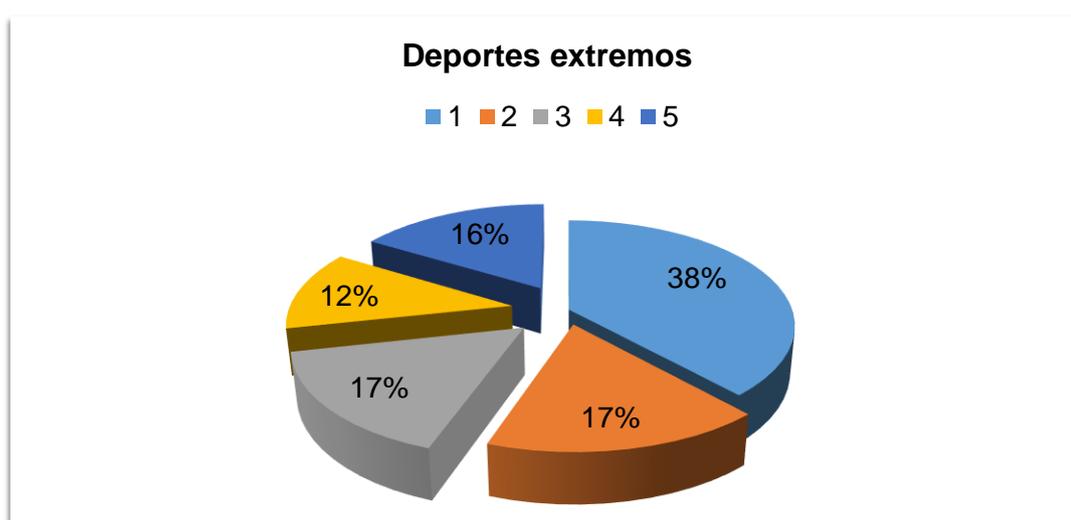
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 7



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 8



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En esta pregunta observamos que los encuestados calificaron las actividades de ocio y recreación que le gustaría realizar en la comuna San Pablo; cuyos resultados en la opción actividades recreativas existe un interés medio de 32% es decir con calificación de 3/5; la opción caminatas existe un interés bajo de 31% es decir con calificación 2/5; y en la opción deportes extremos existe un mayor interés en esta actividad es decir de un 38% de calificación 4/5. Esto nos indica que los encuestados se inclinan favorablemente a diversas actividades de realizar deportes extremos en la comuna San Pablo para el disfrute del ocio y recreación de los mismos.

7. ¿Cuántos días está dispuesto a permanecer en la playa para disfrutar de su tiempo libre con actividades de ocio y recreación?

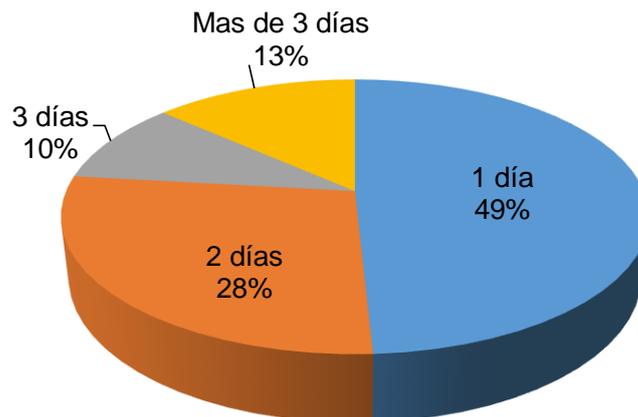
Tabla N. 9

1 día	121	49%
2 días	68	28%
3 días	24	10%
Más de 3 días	33	13%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 9

¿Cuántos días está dispuesto a permanecer en la playa para disfrutar de su tiempo libre con actividades de ocio y recreación?



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Los encuestados manifestaron acerca de esta pregunta que su estadía promedio es de un día en la playa es decir un 49%; y hasta más de 3 días con un 13% de estadía. Esto es debido básicamente a que en la comuna no existe promoción alguna de los servicios de hospedaje que esta ofrece, puesto que hay poco interés en los lugareños para elevar y cambiar este pensamiento.

8. De estas opciones; ¿qué medio publicitario cree usted que tendría más acogida para las personas que deseen visitar la Comuna?

Tabla N. 10

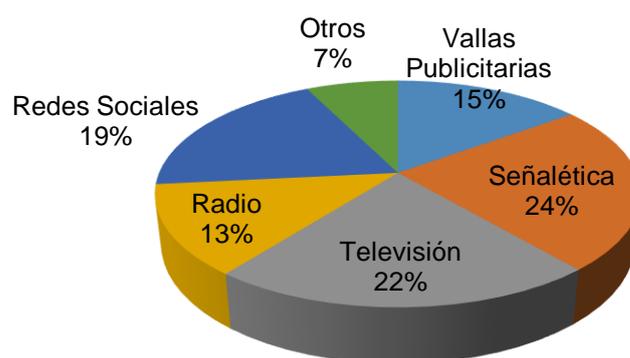
Vallas Publicitarias	65	14,91%
Señalética	104	23,85%
Televisión	95	21,79%
Radio	56	12,84%
Redes Sociales	84	19,27%
Otros	32	7,34%

NOTA: Pregunta de respuestas multiples

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 10

¿Qué medio publicitario cree usted que tendría más acogida para las personas que deseen visitar la Comuna?



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En esta pregunta los encuestados podían escoger más de una respuesta, los mismos supieron indicar que sería factible usar señaléticas y la televisión como medio de publicidad para que los turistas visiten la comuna y la playa. Esto quiere decir que representa un 39% en señalética y 36% en televisión según las encuestas, debido que es la manera más rentable de hacer propaganda de esta playa.

9. Cuáles son sus gustos y preferencias al momento de elegir un destino de sol y playa.

Tabla N. 11

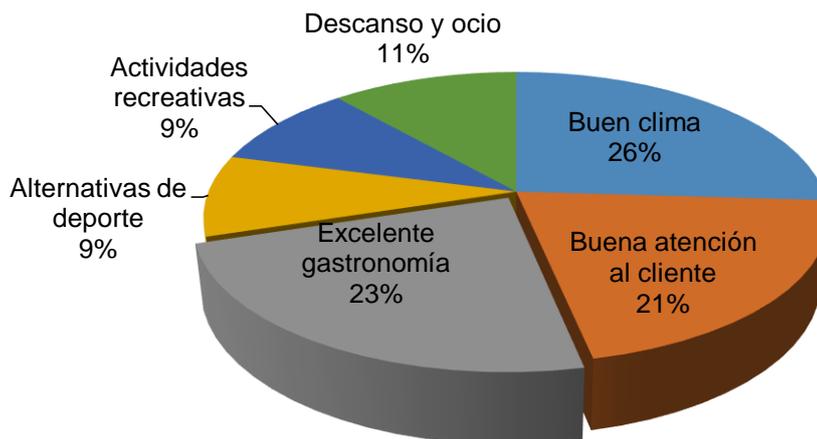
	%	
Buen clima	204	26%
Buena atención al cliente	163	21%
Excelente gastronomía	184	23%
Alternativas de deporte	71	9%
Actividades recreativas	74	9%
Descanso y ocio	90	11%

NOTA: Pregunta de respuestas múltiples

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N. 11

¿Cuáles son sus gustos y preferencias al momento de elegir un destino de sol y playa.?



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

En esta pregunta los encuestados podían escoger más de una respuesta, los mismos que señalaron que para escoger un destino de sol y playa determinan diferentes preferencias, debidas que un 83% de los encuestados seleccionaron que debe tener buen clima, seguido de un 75% que debe tener excelente gastronomía y un 66% que debe tener buena atención al cliente; estas son las virtudes que expresa la playa de la comuna San Pablo, además de ser un punto reconocido por su gastronomía por ello la demanda es constante a la estadía de un día.

10. Señale según su criterio cuales son las falencias más comunes en la playa

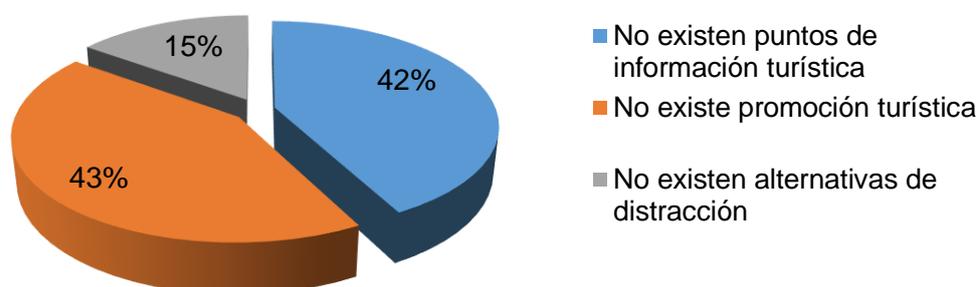
Tabla N.12

		%
No existen puntos de información turística	104	42%
No existe promoción turística	105	43%
No existen alternativas de distracción	37	15%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N.12

Según su criterio cuales son las falencias más comunes en la playa



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Podemos observar que las falencias más comunes en la playa de la comuna San Pablo, según los encuestados es que *no existe* promoción turística con un 43%, seguido de un 42% que no existen puntos de información turística, esto quiere decir que la playa no es promocionada ni con los puntos de información correspondientes para hacer conocer al turista de las actividades e historia que posee la comuna y playa de San Pablo.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1 Introducción

El análisis del comportamiento de la demanda turística es un proyecto que propone a los visitantes conocer más elementos importantes de la comuna San Pablo para dar realce al turismo rural y cultural de la zona, y al mismo tiempo analizar los factores tanto de ocio y recreación como el tiempo libre de los visitantes.

Debido a que la comuna es considerada por los turistas como un lugar de paso a pesar de todos los atractivos con los que cuenta, los visitantes prefieren sólo degustar de la gastronomía que se ofrece y seguir hacia otro punto de la Ruta Spondylus.

El motivo por el cual se realiza esta propuesta es la implementación actividades recreativas y servicios adecuados para el disfrute del tiempo libre de los visitantes, los cuales deberán contar con servicios de información turística eficientes que permitan que los visitantes conozcan los puntos relevantes de alojamiento, ocio, gastronomía, recreación y cultura. Se trabajara en conjunto con la cabaña Yoly en una alianza estratégica, para que esta funcione como punto de información turística y distribución de materiales informativos.

Para que la propuesta se dé a cabo se espera contar con el apoyo de los comités de turismo implementados en la zona, los propietarios de las cabañas quienes tienen más contacto con los visitantes, los comuneros de la zona, ya que las actividades que se implementarán aportan grandes beneficios para la población, y con los pescadores para las actividades artesanales.

5.2 Objetivo General

Incorporar actividades de ocio y recreación que contribuyan a la optimización del tiempo libre de los visitantes de la comuna de San Pablo y al incremento de la demanda turística.

5.3 Objetivos Específicos

- Identificar actividades recreativas como nuevas alternativas de disfrute de tiempo libre.
- Difundir las actividades recreativas para los turistas nacionales y extranjeros
- Generar una mayor afluencia de turistas promoviendo las actividades recreativas ya propuestas.

5.4 Diseño de las actividades a implementarse.

La propuesta del proyecto es la implementación de actividades de ocio y recreación para optimizar el tiempo libre de los visitantes, brindándoles comodidad ya sea realizando deportes acuáticos o en la arena, disfrutando de festivales gastronómicos que se darán cada cierto tiempo y de actividades culturales en la comuna de San Pablo, de esta manera se incrementa la demanda turística.

Contando con el apoyo del Emoturismo para la implementación de estas actividades recreativas se trabajara en conjunto con una de las cabañas de la zona de playa, como lo es la cabaña Yoly en donde se facilitará información sobre las actividades a realizar en la playa, así como el cronograma con fechas específicas de los eventos a realizarse. Ésta cabaña también se encargará de la promoción de las actividades de ocio y recreación que se implementarán.

5.5 Ruta de Llegada.



Figura N. 1 Ruta del Camino a la Cabaña Doña Yoly
Google Maps

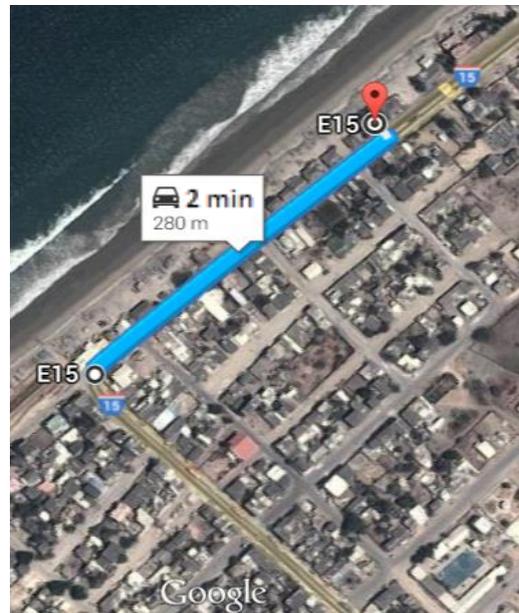


Figura N. 2 Vista Aérea de la Ruta
Google Maps

Esta imagen muestra el camino de cómo llegar a la cabaña Doña Yoly, donde la flecha marca el recorrido exacto desde el ingreso a la comuna.



Figura N. 3 Cabaña Doña Yoly
Google Imágenes

Se va a trabajar en conjunto con ésta cabaña, donde se brindará la información turística adecuada para los visitantes.

5.6 Características de las instalaciones.



Gráfico N. 13 Plano de la Cabaña donde está ubicada la isla.

Fuente: Elaboración propia

5.7 Isla de Servicios de Actividades.



Figura N. 4 Modelo de Isla
Mercadolibre.com

Esta imagen muestra el modelo de la isla que se implementará, donde el turista podrá reservar las actividades recreativas o deportivas a las que desee acceder y también recibirá la información turística necesaria.

5.8 Actividades a Implementarse.

Tabla N.13

Tipos de actividades
Deportivas
Recreacional
Festivales

Fuente: Elaboración propia

5.9 Bossaball

Tabla N. 14

Característica del Deporte
<p>El deporte en la playa que se implementará es el Bossaball, el cual es una combinación del vóley playero y el fútbol de playa, que combina movimientos de la capoeira brasileña. Para practicar este deporte hay distintos niveles dependiendo de las personas que lo deseen practicar, siendo sexo, edad y el nivel de calidad de cada jugador. La originalidad de este juego es que se lo realiza en una superficie inflable en forma de cama elástica dividida por una red.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla N. 15

Nombre del deporte: Bossaball	
Categoría: Deporte	Grupo objetivo: Desde 15 años hasta 45.
<p>Tipo: Modalidad deportiva que combina movimientos del vóley, fútbol y gimnasia. Se lo practica en dos equipos, ya sea de cuatro o cinco personas.</p>	
<p>Zona de juego: Se lo monta en un colchón inflable que mide 18.75 metros de largo por 13.75 de ancho, en una superficie entre los 20 y 22 metros.</p>	<p>Duración: Aproximadamente 40 minutos divididos en 2 tiempos de 20 minutos cada uno.</p>

Fuente: Elaboración propia.



Figura N. 5 Baseball

Google imágenes

Tabla N. 16

Campeonatos de Bossaball	
Días de Carnaval (14 – 17 Febrero – 2015)	Feriado Semana Santa (3 – 5 Abril – 2015)
<ul style="list-style-type: none"> • Total de ocho equipos • Jugaran dos equipos por día. 	<ul style="list-style-type: none"> • Total 6 equipos • Jugaran dos equipos por día.
Los participantes tendrán que inscribirse con un mes de anticipación con el listado de su equipo ya conformado.	

Fuente: Elaboración propia.

5.10 Actividades Recreativas.

5.10.1 Paseo en Moto Acuática.

Tabla N. 17

Nombre de la actividad: Paseo en Moto Acuática	
Categoría: Actividad Recreativa	Grupo objetivo: Jóvenes y adultos hasta 50 años.
Modalidad: Se realizará todos los fines de semana. Siendo una embarcación propulsada por una turbina a motor, considerada ecológica porque oxigena el agua.	
Precio Referencial: \$ 20 dólares. (incluye salvavidas)	Duración: 1 hora

Fuente: Elaboración propia.



Figura N. 6 Moto Acuática

Google Imágenes

Se contará con dos motos con una capacidad de dos personas. Estas motos pueden realizar diez recorridos diarios con un total de capacidad de veinte personas. Es de mencionar que el paseo en moto se efectuará entre los límites establecidos por la Fuerza Naval, constando con boyas que harán la referencia al mismo.

5.10.2 Pesca Artesanal o Pesca Vivencial.

Tabla N. 18

Nombre de la actividad: Pesca Artesanal	
Categoría: Actividad Recreativa	Grupo objetivo: Jóvenes y adultos de toda edad.
Modalidad: Se practicará en embarcaciones pequeñas junto con los pescadores que realizan ésta actividad, formando grupos que se ubican en cada extremo de la red, esperando máximo dos horas comprobando la cantidad de peces que se encuentran en la red.	
Precio Referencial: \$ 10 dólares. (incluye salvavidas)	Duración: Jueves, Viernes y Sábados. Desde las 5:00 am

Fuente: Elaboración propia.



Figura N. 7 Pesca Artesanal
Fuente propia

5.10.4 Banana

Tabla N. 19

Nombre de la actividad: Banana	
Categoría: Actividad Recreativa	Grupo objetivo: Jóvenes y adultos hasta 40 años.
Modalidad: Es un deslizador inflable, considerado como una actividad divertida, donde es arrastrado por una lancha a motor hasta la zona permitida por la Fuerza Naval.	
Precio Referencial: \$ 1.50 dólares. (incluye salvavidas)	Duración: 15 minutos.
Capacidad: Seis personas por viaje.	

Fuente: Elaboración propia.

Se realizarán recorridos dependiendo de la demanda, si es temporada alta se realizarían 25 recorridos por día como máximo con una capacidad total de 150 personas.



Figura N. 8 Banana
Google Imágenes

5.10.5 Esquí acuático

Tabla N. 20

Nombre de la actividad: Esquí acuático.	
Categoría: Actividad Recreativa	Grupo objetivo: Jóvenes y adultos hasta 40 años.
Modalidad: Es una mezcla entre el surf y el esquí. Consiste en que la persona va parada sobre un esquí, donde se sujetan a una cuerda enganchada a una lancha, la cual acelera y así el esquiador toma velocidad y el control de su cuerpo.	
Precio Referencial: \$ 8.00 dólares. (incluye salvavidas)	Duración: 30 minutos.

Fuente: Elaboración propia.



Figura N. 9 Esquí acuático

Google Imágenes

Nota: Los costos aplicados a cada actividad son referenciales, han sido comparados con precios de playas cercanas como Salinas y Montañita. Varían según la temporada y demanda.

5.11 Festivales Gastronómicos y Culturales

Tabla N. 21

Nombre de la actividad: Festival del Langostino.	
Categoría: Ferias gastronómicas	Grupo objetivo: Personas de toda edad.
Modalidad: Se seguirá con la continuidad de este festival para dar una mención al día Internacional del Turismo.	
Platos a degustar: Paella de langostinos, sphaguetti de langostinos, langostinos al ajillo, tortilla de langostinos, cazuela de langostinos, entre otros.	Fecha: 27 de Septiembre.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N. 22

Nombre de la actividad: Fiestas Patronales	
Categoría: Cultural - Manifestaciones Religiosas	Grupo objetivo: Personas de toda edad.
Modalidad: Como es tradición celebrar la fiesta del patrono San Pablo. Considerada la más importante por ser el santo de quien lleva el nombre la comuna.	
Actividades: Desfiles náuticos, comparsas y caminatas por la zona	Fecha: 29 de Junio

Fuente: Elaboración propia.



Figura N. 10 Fiestas Patronales
Eluniverso.com

Tabla N. 23

Nombre de la actividad: Festival del Ceviche	
Categoría: Cultural	Grupo objetivo: Personas de toda edad.
Modalidad: Se realizará un concurso y se premiará al mejor ceviche por su sazón y mejor presentación del plato.	
Platos a presentar: Ceviches de todo tipo según su categoría.	Fecha: 29 de Junio

Fuente: Elaboración propia

Se trabajará en conjunto con el Emoturismo para la premiación de los tres primeros lugares escogidos.

Tabla N. 24

Nombre de la actividad: Festival de la Artesanía	
Categoría: Cultural	Grupo objetivo: Personas de toda edad.
Modalidad: Se realizará la exhibición y venta de artesanías de todo tipo. Los integrantes de este festival estarán ubicados en carpas al pie de la playa.	
Se utilizarán materiales propios de la comuna y se premiará el trabajo, creatividad y esfuerzo.	Fecha: 15 - 16 de febrero

Fuente: Elaboración propia

5.12 Concurso de Fotografía

Tabla N. 25

Nombre de la actividad: Concurso de Fotografía	
Categoría: Cultural	Grupo objetivo: Personas mayores de edad.
Modalidad: Se realizará un concurso de la mejor fotografía de la comuna	
Las fotos de los concursantes se subirán a la página web de la organización.	Fecha: Desde 1 de Agosto hasta 30 de Septiembre

Fuente: Elaboración propia

A inicios del mes de Agosto se realizará las inscripciones al concurso de fotografía y en la última semana de Septiembre se realizará el sorteo donde la foto con mayor like y mejor foto creativa ganará, esta es una manera de incentivar al turista en amar el Turismo.

Se premiarán a las tres mejores fotos, el tercer lugar obtendrá 2 pases gratis para las actividades recreativas implementadas, el segundo lugar obtendrá un pase para el ganador y su grupo en el deporte implementado y el primer lugar obtendrá un pase para todas las actividades implementadas.

5.13 Difusión de las Actividades.

5.13.1 Identidad Visual Corporativa.

La comuna posee un isologotipo muy llamativo que permite darle identidad al lugar y reforzar la imagen corporativa del mismo, por ese motivo se ha utilizado este grafismo en todas y cada una de los ítems publicitarios que se divulgarán en medios de comunicación como periódicos, revistas, así como redes sociales y publicidad estática como afiches y vallas, y otros materiales promocionales tales como la folletería presentada en este trabajo de titulación.

La imagen que se muestra a continuación ha sido elaborada por personal de la Casa Comunal y del Emuturismo, para que sea utilizada como identidad visual de la zona de San Pablo.



Figura N. 11 Isologotipo

Facebook.com

La difusión de las actividades oficiales que se proponen para San Pablo se la realizará a través de medios publicitarios, tales como vallas publicitarias ubicadas en puntos estratégicos de la carretera denominada Vía a la Costa, así como en la Ruta Spondylus, trípticos con información turística de la zona, espacios en revistas y periódicos, perifoneo y comunicación a través de redes sociales.

5.13.2 Valla Publicitaria



Figura N. 12 Modelo de valla publicitaria.

Facebook.com

Este modelo de valla se usará en las carreteras de la Ruta Spondylus bordeando el camino hasta llegar a San Pablo. Se escogió esta imagen ya que muestra la actividad principal de la comuna que es la pesca, en la cual las personas que se dedican a este oficio tiran de la red para llevar los peces a la orilla de la playa, de la misma manera se observan los pelicanos y piqueros sobrevolando el sector, en busca de alimento fresco.

Así mismo, los visitantes que llegan temprano a la playa pueden acercarse a observar las faenas pesqueras y participar de las mismas, y de esta manera así vivir una experiencia única que se expresa en San Pablo cada mañana.

5.13.3 Tríptico

En la figura que se muestra a continuación se observa el tríptico que se facilitará a las personas que visitan la comuna para que se informen de las nuevas actividades a implementarse en la playa.



Figura N. 13 Parte delantera del tríptico

Fuente: Elaboración propia



Figura N. 14 Parte posterior del tríptico

Fuente: Elaboración propia

5.13.4 Publicidad en Revistas y Periódicos

Se realizará también publicidad, anunciando en el periódico las actividades y festivales que se realizará en la comuna. Y se continuará con la publicidad en la “Revista Contrastes” la cual se refiere al turismo, noticias de personajes, cultura y más.

Se invertirá en publrreportajes que traten de los deportes playeros, festivales y concursos que se plantean en el cronograma de actividades.

La publicidad se la realizará en Diario “El Universo”, uno de los más reconocidos nacionalmente por ser uno de los diarios más comercializados del país. La publicidad de los festivales se divulgará una semana antes de la actividad para que los lectores puedan informarse del suceso a realizarse en la comuna.

Los publrreportajes tendrán lugar en la “Revista Contrastes” que circula mensualmente en la provincia de Santa Elena, ésta dará un reportaje especial a las actividades implementadas, destacando la innovación de los deportes y señalando los horarios de atención, a su vez informará semanalmente sobre los festivales y sucesos en su blog de la página web que se actualiza día a día.

5.13.5 Publicidad Móvil

Cuando se esté a pocas horas de realizar una actividad se preparará un pequeño auto con un micrófono y unos parlantes, el mismo irá recorriendo comunas y pueblos cercanos con la información de la actividad para promocionar dicho evento. A esta herramienta se la denomina “perifoneo”



Figura N. 15 Auto de Perifoneo.
Google Imágenes

5.13.6 Difusión en Redes Sociales.

Las redes sociales también son importantes para la difusión de las actividades que se realizarán en la comuna, se continuará con la página de Facebook que se maneja hasta ahora en el lugar, se creará una página de Twitter e Instagram para la promoción del sector, su gastronomía, los deportes y juegos recreativos que se implementarán.

Así mismo, para la difusión de los festivales y campeonatos que se ofrecerán. Es importante recalcar que de esta misma forma se realizará el concurso de fotografía siguiendo los parámetros ya establecidos para la participación y premiación del mismo.

De tal manera, se presentarán frases innovadoras como lo son los “hashtag”, éstas servirán para darle vida a la comuna, con un conjunto de palabras unidas entre sí formando una frase.

Los primeros hashtag que se utilizarán en la publicidad de la comuna son:

#SanPabloteatrapa
#BossaballSanPablo
#Viveturismo_SanPablo
#SanPabloesdiversion

A medida que la comunidad de seguidores va creciendo se implementarán nuevos hashtag definiendo nuevas actividades y dependiendo de nuevos anuncios a realizarse.

5.14 Financiamiento

5.14.1 Cuadro de Presupuesto

Tabla N. 26

N°	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO	COSTO TOTAL
1	1	Isla Comercial	4.000	4.000
2	5.000	Trípticos	140 x millar	700.00
3		Publicidad Escrita Periódicos y revistas		3.820
4	4	Vallas Publicitarias	220	880.00
5	2	Perifoneo	10 x hora	60.00
6	Varios	Útiles de oficina: Resma de hojas, calculadora, carpeta, lápiz, esfero, borrador, corrector líquido.		40.00
7		Mobiliarios y Equipos: Sillas, laptop		1.000
8	6	Carpas De 8m ²	50	300
9	300	Sillas Plásticas Con Forro Y Lazo	1,15	345.00
10	150	Mesas	1,75	262.50
11	300	Manteles Bicolor	2,50	750
12			Total	12.157.50

El presente proyecto se encuentra estructurado para que sea ejecutado dentro de los valores de la cédula presupuestaria de las Unidades Operativas Desconcentradas del Ministerio de Turismo, puesto que el avalúo del costo de los servicios a implementarse estarían concesionado por el Emuturismo que es una empresa pública, ésta a su vez publicará procesos a través del Portal de Contratación Pública realizando una exhaustiva selección para así garantizar la flexibilidad y transparencia que requiera la adquisición de dichos servicios prestados por dichas entidades suscritas en el portal.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones.

- El nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor es de índole gastronómico, por lo que las actividades de ocio propuestas para el uso del tiempo libre de los visitantes son viables y permitirán el incremento de afluencia al sector durante la temporada alta, pero también durante los meses de estacionalidad.
- Según los gustos y preferencias de los demandantes se identificó sus principales necesidades al momento de elegir un destino.
- La implementación de las actividades recreativas beneficiarán a la comuna en general, ya que posee los recursos y atractivos naturales necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Al implementar un deporte que no está establecido en el país, se contribuye directamente con el desarrollo de la comuna, ya que por ser un servicio innovador, la curiosidad de los visitantes será mayor, y por ende la demanda turística aumentará.
- Las estrategias de difusión de las actividades son piezas claves para el éxito del proyecto. Se debe prestar atención especial al uso de las redes sociales, ya que hoy en día son las herramientas de comunicación de mayor utilización por parte del grupo objetivo.
- Éste proyecto influirá en las decisiones de los turistas al momento de elegir un destino de sol y playa, por lo que los futuros demandantes tomarán la comuna como un punto de distracción.

6.2 Recomendaciones.

- Se sugiere que los establecimientos de hospedaje incrementen su inversión en publicidad para así lograr una complementación junto con la isla de servicios y que los visitantes tengan opciones de pernoctar en el lugar.
- Fortalecer los sistemas de calidad en los servicios prestados manteniendo los niveles de buen servicio al cliente para atraer mayor número de demandantes.
- El Emuturismo realice evaluaciones periódicas para analizar el avance del proyecto y de esta manera ir corrigiendo errores y solucionando imprevistos que se presenten.
- El Ministerio de Turismo deberá aportar al proyecto no sólo de manera económica sino con capacitación técnica, logística y difusión de las actividades propuestas, ya que este proyecto se enmarca en los lineamientos del PlandeTur 2020.
- Los criterios de evaluación para los participantes de los concursos públicos de concesiones de los servicios recreacionales deberán ser estrictos y específicos con el objetivo de salvaguardar la calidad de los mismos, ya que este es el factor que permitirá la fidelización de los demandantes.
- Se debe prever un plan de capacitación continua para los prestadores de servicios turísticos, tanto en el área de alimentos y bebidas, información, alojamiento y de servicios recreacionales.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

Universidad Estatal de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
Carrera de Turismo y Hotelería

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un análisis de la demanda turística y el uso del tiempo libre, ocio y recreación en la comuna San Pablo del cantón Santa Elena.

1. Mediante este intervalo de años indique su edad

- | | |
|------------------|------------------|
| 15 – 25 años () | 46 – 55 años () |
| 26 – 35 años () | 56 – 65 años () |
| 36 – 45 años () | más de 66 () |

2. ¿Cuál es su nacionalidad?

- Ecuatoriano () Extranjero ()

3. ¿Ha visitado la playa en la comuna San Pablo?

- Si () No ()

4. Que servicios turísticos le gustaría encontrar en la playa de San Pablo.

- | | |
|---------------------------|-------------------------|
| Alquiler de parasoles () | Baños () |
| Vestidores y duchas () | Venta de artesanías () |
| Información turística () | |

5. ¿Qué actividades de ocio y recreación le gustaría realizar en la playa de la comuna San Pablo, del 1 al 5 señale cual es el de su mayor preferencia. Siendo 1 el de menor y 5 el de mayor?

- Actividades Recreativas ()
Caminatas ()
Deportes extremos ()

ANEXO 2

REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Tabla N. 27

N.		SI	NO	Observaciones
1	Se realiza un análisis sobre demanda turística en la comuna.	✓		Se está empezando a establecer un proyecto con el Emuturismo.
2	Hay gran afluencia de turistas en el sector.	✓		Solo en la temporada de playa, de ahí la afluencia es poca.
4	Hay promoción turística en el sector.		✓	No existe, se está trabajando con el Emuturismo y la Casa Comunal para realizar un proyecto.
5	La comuna recibe visitantes internacionales.	✓		Si recibe, en poco porcentaje.
6	Tiene falencias en los servicios ofrecidos	✓		Si las tiene, porque no se establece un trabajo en conjunto ni existe organización.
7	Es mayor la visita de turistas nacionales que extranjeros	✓		La playa la visitan con más afluencia personas que viven cerca o que degustan de la gastronomía.
8	La mayoría de personas que visitan el sector se hospedan allí		✓	No, ya que las hospederías que se encuentran en el sector no son promocionadas.
9	Proponen alternativas de promoción turística		✓	Solamente los dueños de las cabañas más grandes lo hacen empíricamente.

Anexo 3

Entrevista con el Ing. Mario Aquino, Técnico de Turismo que labora en la empresa municipal Emuturismo de la provincia de Santa Elena.

1) ¿Cree usted que en la comuna San Pablo existe un mercado objetivo?

En si no existe, por ser turismo de paso. Se traslada diferente tipos de personas, pero el proceso de la actividad turística es en ciertos puntos estratégicos, por ser solo 5 establecimientos que cumplen con todos los requisitos que estipula la ley. En sí no hay un segmento específico de cuantos turistas llegan a la comuna.

2) ¿En qué sentido cree que su gestión está ayudando a los potenciales turísticos de la comuna?

Como empresa de turismo con 3 meses de administración se trata de mejorar y solucionar problemas casa adentro, para luego intervenir en las comunidades y ayudarlas porque son comunas que están creciendo turísticamente pero necesitan un apoyo institucional de una empresa que les ayude a promocionar por canales directos e indirectos de promoción para que la gente se entere de que es lo que pasa en el destino.

3) ¿Cuáles son las falencias a nivel turístico que existe en la comuna?

La falta de organización, por ser un factor importante en casi todas las comunas de la zona. Si no existe organización por parte de ellos no existe nada.

4) ¿Cuáles serían sus alternativas de promoción para atraer a futuros demandantes?

Mejorar la actividad turística, tanto en calidad, servicio, variedad de productos y alternativas. San Pablo tiene cultura, tradiciones, costumbres y hay que tratar de aprovechar al máximo para promocionar más a la comuna.

5) ¿Cree que existe una buena oferta de servicios turísticos en la comuna?

De un 100% existe un 25% porque del total de las cabañas no todas ofrecen un servicio de buena calidad, entonces le falta al resto de personas mejorar su infraestructura, capacitarlas en servicios y tener el equipamiento adecuado para recibir al turista.

6) ¿Cree usted que la comuna pueda tener un fortalecimiento turístico?

Si, porque forma parte de la ruta del Spondylus, y los turistas si le hablas de sol y playa y que exista una oferta complementaria sería mucho mejor.

Anexo 4

Entrevista con el Lcdo. Rómulo Andrade, Técnico de Turismo Comunitario que labora en la empresa municipal Emuturismo de la provincia de Santa Elena.

1. ¿Cómo ve la frecuencia turística de la comuna?

Es muy buena, por lo que es de paso, pero no hay mayores opciones, solo hay gastronomía. Las falencias es que las cabañas no están preparadas para dar un buen servicio a las personas.

2. ¿Cree usted que un proyecto turístico puede incentivar la demanda en la comuna?

Por supuesto, en redes sociales. Con una campaña que se puede lanzar, si una operadora turística ve que el turismo en San Pablo es bueno puede armar paquetes turísticos y eso crea ingresos económicos.

3. ¿Cree usted que un proyecto turístico será aceptado en la comuna. Por qué?

Es así como se ha venido trabajando, con una labor de seguimiento, porque se le puede ofrecer muchas cosas, pero si dejas que se organicen ellos solos no lo aceptarán y será improbable que se realice el proyecto.

4. ¿Qué mejoras se puede realizar en el grupo de los ofertantes de la comuna?

Por ejemplo armar paquetes turísticos, trabajando en conjunto las cabañas con los hoteles y ellos tener un guía que los lleve a recorrer San Pablo, porque las personas llegan y no tienen alternativas para realizar en el día. Así la demanda se incrementará ya que un turista al irse luego atrae cinco más.

5. ¿Qué actividades de ocio y recreación piensa usted que le hacen falta a la comuna?

Por ejemplo una reserva que tiene que es de bosque seco ahí se puede hacer senderismo, el mirador que pocas personas lo conocen, se puede hacer bicicleta de montaña, actividades de pesca, deportes playeros, parapente desde el cerro. Pero se necesita organización.

6. ¿Según su criterio: Cuáles son los gustos y preferencias de los demandantes?

Algo económico pero que sea bueno. Ya que si vas a un lugar, es barato y te atienden bien da gusto regresar. Eso es lo más importante. Más que todo cuando se habla de playa el presupuesto es mejor que por ejemplo ir a la Sierra, ya que te puedes quedar en la playa a dormir ofreciendo un servicio de calidad.

ANEXO 5

Encuesta a los visitantes de la playa de la comuna San Pablo



Figura N. 16 Encuestas
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 17 Encuestas
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 18 Encuestas
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 19 Encuestas
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 20 Encuestas
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 21 Encuestas
Fuente: Elaboración propia

Piquero pata azul. Se los encuentra al pie de la playa.



Figura N. 22 Piquero

Fuente: Elaboración propia



Figura N.23 Piquero

Fuente: Elaboración propia



Figura N. 24 Emuturismo
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 25 Instalaciones del Emuturismo
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 26 Entrevista con el personal del Emuturismo Encuestas

Ing. Mario Aquino y Lcdo. Rómulo Andrade

Fuente: Elaboración propia

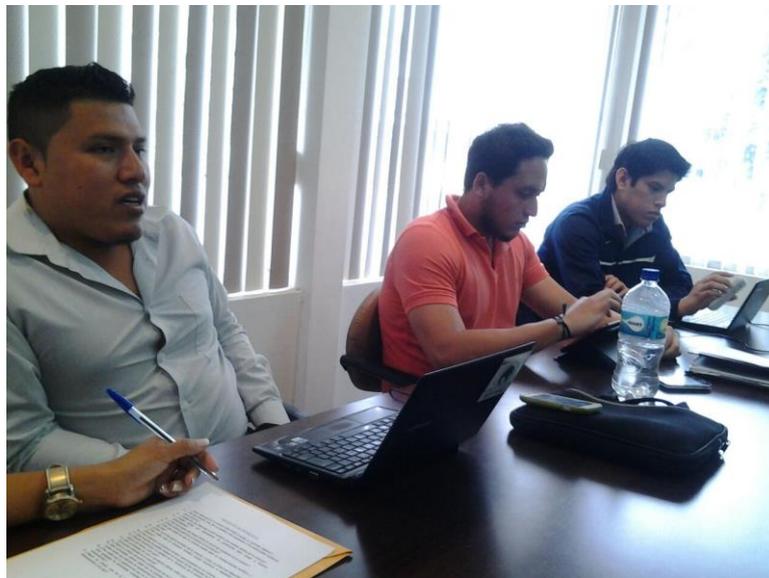


Figura N. 27 Entrevista con el personal del Emuturismo Encuestas

Fuente: Elaboración propia



Figura N. 28 Entrevista Ing. Mario Aquino
Fuente: Elaboración propia



Figura N. 29 Lcdo. Douglas Dillon
Gerente General del Emuturismo
Fuente: Elaboración propia

Bibliografía

1. Andrade, N. B. (2009). *Los orígenes de la sociología del turismo, sociología del deporte y sus vinculaciones con la sociología medioambiental*. Buenos Aires. Universidad Nacional del Comahue.
2. Aramberri, J. (2011). *Turismo de masas y modernidad. Un enfoque sociológico*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
3. Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo *¿Una posible ciencia social de los viajes?* Venezuela. Pasos.
4. Cássia, N. A. (2009). *Desarrollo Turístico y Comunicación Local*. Brasil. Estudios y perspectivas en Turismo.
5. Castellucci, D. (2009). *La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros*. Mar del Plata. Portal de Promoción y Difusión Pública de Conocimiento Académico y Científico.
6. Cobo, F. y Hervé, A. (2009). *El sistema turístico en clave de marketing relacional: El factor relacional*. España. Anuario Jurídico y Económico Escurialense.
7. De la Colina, J.M. (2010). *Marketing Turístico*. Antioquia. CEO.
8. Ferradas, C. S. (2009). *El consumo del espacio litoral en las ciudades turísticas*. España. Espacio y Tiempo.
9. Figueroa, M. (2013). *Recopilación histórica de la comuna de San Pablo*. [Documento no publicado]. Colegio Fe y Alegría, Comuna San Pablo.

10. Fisher, Y. y León, C. (2009). *Propuesta para la creación de un centro de facilitación turística y deportes acuáticos en la zona de playa de San Pablo, península de Santa Elena*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, (ESPOL), Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar. Ecuador.
11. Flores, G. S. (2012). *Perfil del turista nacional que consume alimentos durante Semana Santa en Mazatlán, Sinaloa*. Sinaloa. Universidad del Occidente.
12. Gilbert, D. (2009). *Turismo Rural y Marketing: Nuevas vías de trabajo*. Surrey. Universidad de Surrey.
13. Gomes, C. y De Souza, T. (2011). *La temática del ocio según los docentes de las carreras de Turismo*. Brasil. Estudios y perspectivas en Turismo.
14. González, A. D. (2009). *El turismo desde un enfoque de sociología constructivista*. México. Teoría y Praxis.
15. González, J. y Riverón, E. (2013). *Articulación entre actividades y experiencias turísticas en hotel de sol y playa*. Cuba. Retos Turísticos.
16. Hernández, F.M. (2009). *La relación sociedad – naturaleza y el turismo. Reflexiones sobre el turismo de sol y playa*. Mar del Plata. Observatorium.
17. Medaglia, J. y Silveira, C. (2009). *La evolución del marketing de destinos*. Brasil. Estudios y perspectivas en turismo.
18. Moreno, M. y Coromoto M. (2010). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. España. Visión General.
19. Muñoz, J.L. (2012). *El ocio y tiempo libre en la sociedad*. España. Contribuciones a las Ciencias Sociales.

- 20.** Pedreño, A. y Ramón, A. (2012). El turismo: Globalización, competitividad y sostenibilidad. España. CAJAMAR.
- 21.** Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: El turismo en Ecuador*. Ecuador. FLACSO.
- 22.** Reverter, M.J. y Plaza, M.D. (2010). *Ocio, deporte y Turismo, Situación actual y líneas de negocio*. Barcelona. Ocio, deporte y Turismo.
- 23.** Rivadeneira, L. Ch. y Rivadeneira, A. S. (2009). *La provincia de Santa Elena*. Ecuador. Ediciones Moré.
- 24.** Sánchez, R. M. (2014). *Plan de Marketing de Destinos Turísticos*. Valladolid. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.
- 25.** Tabares, J.; Gerlero, J.; Lazzarotti, A.; Días, C.; Paz, E.; Conde, L. y Martínez, E. (2014). *Producción de conocimiento en ocio, recreación y tiempo libre en América Latina*. Venezuela. Instituto Pedagógico de Maturín Antonio Lira Alcalá.

Lincografía

1. Isla comercial. Recuperado el 11 de Noviembre del 2014, de <http://listado.mercadolibre.com.ec/isla-para-centro-comercial>
2. Bossaball. Recuperado el 13 de Noviembre del 2014, de <http://www.bossaballsports.com/en/online-pressenglish1054>.
3. Cabañas de la comuna. Recuperado el 13 de Noviembre del 2014, de <http://compusanpablo.blogspot.com/>
4. Moto acuática. Recuperado el 14 de Noviembre del 2014, de <http://vehiculos.mercadolibre.com.ar/jet-ski-yamaha/moto-de-agua-yamaha-1100>
5. Banana. Recuperado el 15 de Noviembre del 2014, de <http://ecuador.travel/es/4/18/destinos/santa-elena>
6. Esquí acuático. Recuperado el 17 de Noviembre del 2014. de <http://www.ecuador-turistico.com/2012/01/playa-de-atacames-ecuador-turistico.html>
7. Fiestas Patronales. Recuperado el 18 de noviembre del 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/29/nota/3161881/fiestas-san-pablo>
8. Isologotipo. Recuperado el 19 de Noviembre del 2014. de <https://www.facebook.com/849505778406822/photos/a.849508591739874.1073741825.849505778406822/849510441739689/?type=1&theater>

9. Valla publicitaria. Recuperado el 19 de Noviembre del 2014, de <https://www.facebook.com/849505778406822/photos/a.849523158405084.1073741828.849505778406822/873151282708938/?type=1&theater>
10. Perifoneo. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014, de <http://volanteoyperifoneo.com.mx/principal/perifoneo>
11. Costo de la Isla Comercial. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-405856702-islas-para-centros-comerciales-stands-para-ferias-_JM
12. Costo del alquiler de las sillas, mesas y mantelería. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014, de http://guayas.quebarato.com.ec/guayaquil/alquiler-de-sillas-mesas-manteleria-vajilla__42EF04.html