



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**“Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia
de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local”**

AUTORAS:

**Tandazo Chacòn Yomayra Yadira
Portocarrero Valencia María Isabel**

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Mgs Ramírez Iñiguez Karla

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **TANDAZO CHACON YOMAYRA YADIRA Y VALENCIA PORTOCARRERO MARÍA ISABEL**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Yomayra Yadira Tandazo Chacon

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local.** Previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Yomayra Yadira Tandazo Chacón



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María Isabel Valencia Portocarrero

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local.** Previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

María Isabel Valencia Portocarrero



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Yomayra Yadira Tandazo Chacón**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Yomayra Yadira Tandazo Chacón



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, María Isabel Valencia Portocarrero

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

María Isabel Valencia Portocarrero

AGRADECIMIENTO

Primeramente le agradezco a Dios por bendecirme siempre, a mis padres que han sido un pilar fundamental en mi vida y me han ayudado en todo, a mi amiga Rosita León que me ha brindado su apoyo incondicional, y a mi tutora la Lcda. Karla Ramírez que me ayudo y dedico su tiempo en el desarrollo de este proceso tan importante para mí.

Yomayra Yadira Tandazo Chacòn

A mi respetable tutora Mgs. Karla Ramírez Iñiguez, académico de excelencia de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que con sus conocimiento, tiempo y guía, fue participe para lograr mi objetivo profesional, mi afectuoso agradecimiento.

A mi compañera de tesis Yadira Tandazo, por su constancia, apoyo, facilitaron su tiempo aportando sus ilustrados consejos para continuar con la meta, y a todas aquellas personas que una u otra forma apoyaron mi meta, mis sinceros reconocimiento, los llevare sinceramente en mi mente.

María Isabel Valencia Portocarrero

DEDICATORIA

Le dedico este Proyecto a Dios que me ha dado la fortaleza para seguir a delante en todo lo que me he propuesto y mi abuelita Mercedes García por su apoyo y amor incondicional.

Yomayra Yadira Tandazo Chacón

A Dios por darme la oportunidad de vivir esta experiencia y las que van a venir, porque en cada uno de mis propósitos primero se encuentra el, que es mi guía y mi fortaleza para emprender cada uno de mis éxitos y sueños.

A mis padres: Al Eco. Juan Valencia y la Sra. María Portocarrero, por su inmenso amor, tiempo y fe, por el esfuerzo brindado infalible económicamente y cariñosamente todos estos años de existencia, estudios y trabajo, mi amor y reconocimiento por su sustento y cariño, preceptos que me llevaron a culminar esta nueva etapa de mi vida.

A mi hermano y demás familiares por su estímulo y respaldo en mis tiempos más complejos. Gracias a todos los mantendré en mi corazón.

María Isabel Valencia Portocarrero



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

Apellidos y nombres	Nota final del Tutor
TANDAZO CHACON YOMAYRA YADIRA	
VALENCIA PORTOCARRERO MARIA ISABEL	

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez Mgs.

Tutora

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVI
RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT	XVIII
CAPITULO 1	14
1.1 INTRODUCCION.....	14
1.2 ANTECEDENTES	15
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.4.1 VARIABLE DEPENDIENTE.....	18
1.4.2 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	19
1.5 JUSTIFICACION DEL TEMA	19
1.6. CONTRIBUCION POTENCIAL DEL ESTUDIO.....	21
1.6 OBJETIVOS	21
1.6.1 OBJETIVO GENERAL	21
1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	21
1.7 MARCO TEORICO	22
1.7.1 TURISMO	22
1.7.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	22
1.7.3DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR	27
1.7.4 MARKETIG	29
1.8.5 MARKETING TURISTICO	34
1.8.6 PLAN DE MARKETING	35

1.8.6.1 Contenido y Propósito Plan De Marketing	35
1.8.7 SEGMENTACION DE MERCADO	39
1.8.8 PROMOCIÓN TURISTICA	40
1.9 MARCO CONCEPTUAL	41
1.9.1 ACTIVIDAD TURÍSTICA	41
1.9.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS	42
1.9.3 CALIDAD	42
1.9.4 CAPACIDAD ECOLÓGICA (DE CARGA)	42
1.9.5 CENTRO DE INTERPRETACIÓN	42
1.9.6 DEMANDA TURISTICA	43
1.9.7 MARCA TURISTICA	43
1.9.8 OFERTA TURÍSTICA	43
1.9.9 PLANTA TURÍSTICA	44
1.9.10 SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	44
1.9.11 TURISTA	44
1.9.12 TURISMO COMUNITARIO	44
1.9.13 TURISMO SOSTENIBLE	45
1.10 MARCO REFERENCIAL	45
CAPITULO 2	47
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	47
2.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	47
2.1.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	47
2.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL MÉTODO	48
2.1.4 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	48
2.1.5 TIPOS DE ESTUDIO	49

2.1.6 TRABAJO DE CAMPO	49
2.1.7 TIPO DE MUESTREO SELECCIONADO	49
CAPITULO 3	51
3.1 ANALISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	51
3.1.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA	51
3.1.2 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	52
3.1.3 MERCADO OBJETIVO	52
3.1.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	53
3.1.5 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	53
3.1.6 ANÁLISIS DE LOS DATOS	56
3.1.7 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	69
CAPITULO 4	71
4.1 ANALISIS DEL ENTORNO PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNA DE DOS MANGAS	71
4.1.1 MATRIZ PETA	71
4.1.2 ANÁLISIS Y CONCLUSION DEL ESTUDIO PETA	75
4.1.3 RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO PETA	75
4.1.4 FODA	76
4.1.5 PRESUPUESTO DE PROGRAMAS A IMPLEMENTAR	78
CAPITULO 5	81
5.1 PROPUESTA DE PROMOCIÓN PARA LA COMUNA DE DOS MANGAS ...	81
5.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	81
5.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	82
5.2.1 OBJETIVO GENERAL	82
5.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	82

5.2.3 BENEFICIOS	83
5.3 PLAN DE MARKETING.....	83
5.3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO	83
5.4 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA MARCA	84
5.5 MARKETING MIX	85
5.5.1 PRODUCTO.....	85
5.5.2 PRECIO.....	85
5.5.3 PLAZA	87
5.5.4 PROMOCION	87
5.6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	90
5.7 INVERSIÓN INICIAL.....	90
5.8 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS POR LA INICIATIVA TURÍSTICA DE LA COMUNA.....	93
5.8.1 IMPACTO AMABIENTAL.....	93
5.8.2 IMPACTO ECONOMICO.....	93
5.8.3 ANÁLISIS SOCIAL Y CULTURAL.....	94
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS.....	101

TABLA DE ILUSTRACION

Ilustración 1 Ubicación Geográfica de la Comuna de Dos Mangas	16
Ilustración 2 4 Mundos Ecuador.....	20
Ilustración 3 Procesos del Marketing.....	33
Ilustración 4 Mezcla del Marketing	38
Ilustración 5 Segmentación de Mercado	40
Ilustración 6 Tarabita	46
Ilustración 7 Cascada el Pailón del Diablo.....	46
Ilustración 8 Propuesta del Logo Representativo de la Comuna.....	84
Ilustración 9 Señalización de la Comuna	105
Ilustración 10 Mapa de los Senderos	105
Ilustración 11 Centro de Interpretación	106
Ilustración 12 Normativas para los Visitantes.....	106
Ilustración 13 Cascadas.....	107
Ilustración 14 Pozas Naturales	107
Ilustración 15 vegetación Paja Toquilla.....	108
Ilustración 16 Venta de Artesanías	108
Ilustración 17 Tríptico Parte Delantera.....	109
Ilustración 18 Tríptico Parte Trasera	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ingreso Anual de Divisas por Turismo.....	28
Tabla 2 Datos para Emplear Formula	50
Tabla 3 Aplicación Formula.....	51
Tabla 4 Significado de los Colores del PETA.....	71
Tabla 5 Precio de Recorrido Caminata	86
Tabla 6 Precio Recorrido Cabalgata	86
Tabla 7 Precio Página Web	88
Tabla 8 Precio Medios Escritos	89
Tabla 9 Inversión Inicial del Proyecto	90
Tabla 10 Presupuesto de la Investigación	91
Tabla 11 Presupuesto de Publicidad	91
Tabla 12 Presupuesto Total de Promoción.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Sexo de los Encuestados.....	56
Grafico 2 Rango de Edades.....	57
Grafico 3 Turismo que Realiza.....	58
Grafico 4 Medios Publicitarios.....	59
Grafico 5 Visitas Realizadas a Santa Elena	60
Grafico 6 Concurrencia a las Playas de la Provincia	61
Grafico 7 Generalmente Viaja.....	62
Grafico 8 Conoce la Comuna de Dos Mangas	63
Grafico 9 Referencia de la Comuna de Dos Mangas	64
Grafico 10 Realización de Artesanías	65
Grafico 11 Medios de Promoción.....	66
Grafico 12 Actividades	67
Grafico 13 Precio	68

RESUMEN

El presente proyecto se habla sobre la “Propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local”. Debido a que muchos de los turistas no conocen su ubicación ni mucho menos los atractivos con los que cuenta la Comuna.

Con la propuesta de promoción se desea incentivar la afluencia de los turistas y a su vez que sirva de ayuda socioeconómico para la comunidad explotando sus atractivos promoviendo el desarrollo turístico local.

En el primer capítulo se podrá encontrar la introducción, los aspectos relevantes de la Comuna como los antecedentes, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos generales y los específicos los cuales impulsaron a realizar la investigación. También en este capítulo se desarrolla las bases teóricas, conceptuales y referenciales que dan soporte al proyecto.

En el segundo capítulo se describe la metodología, las herramientas y técnicas aplicadas a la investigación del mercado. En el tercer capítulo se muestra el análisis de los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas lo cual ayudo a determinar el mercado objetivo.

El capítulo número cuatro se basa al estudio del entorno donde se analizan varios aspectos generales del país aplicados al turismo que sirven de ayuda para impulsar el proyecto. Y además se encuentra el análisis foda con sus pertinentes estrategias.

El capítulo cinco se refiere a la propuesta de la promoción de la Comuna donde se detallan los planes de promoción y publicidad así como también se describe la proyección financiera. Y para finalizar se encuentran las conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Promoción, Ecoturismo, senderos, Comuna Dos Mangas, turístico, Marketing

ABSTRACT

The present project is based in “A proposal for the promotion of the Commune of Dos Mangas, in the Province of Santa Elena as an alternative for the local tourism development”. Due to the fact that many of the tourists don’t know the location, let alone the attractions that the commune counts with.

With the promotion proposal it is desired to encourage the attendance of the tourists and at the same time to serve as a socioeconomic help for the community exploiting its attractions and promoting the local tourist development.

In the first chapter you can find the introduction, relevant aspects of the commune like the background, the justification, the problem statement, general and specific objectives which boosted to perform the investigation. Also in this chapter the theoretical, conceptual and referential bases that support the project are developed.

In the second chapter there is described the methodology, tools and techniques applied to the market research. In the third chapter the analysis of the results obtained is shown by surveys and interviews which helped to determine the target market.

The chapter number four is based to the environmental study which analyzes several general aspects of the country applied to the tourism that serves as a help to boost the project. And additionally is found the SWOT analyzes with his relevant strategies.

The chapter five is concerned to the proposal promotion of the Commune where are detailed the plans of promotion and advertisement as well as is described the financial projection. To finalize you will find the conclusions and recommendations.

Keyword: Promotion, Ecotourism, Paths, Commune of Dos Mangas, touristic, marketing.

CAPITULO 1

1.1 INTRODUCCION

El turismo a través del tiempo se ha transformado en una actividad rentable en todo el mundo convirtiéndose en una de las principales industria generadora de dinero puesto que cada vez va en aumento el número de turistas que busca nuevas alternativas para pasar el tiempo libre, diversión, ocio, recreación o simplemente disfrutar de actividades de su agrado en las vacaciones.

El Ecuador en la actualidad se está potencializando mundialmente en el ámbito turístico porque es uno de los países que cuenta con una gran biodiversidad tanto en la flora y fauna en todas sus regiones tal como lo promociona el Ministerio del Turismo junto a la campaña “All you need is Ecuador” ya que se busca posicionar al país como un destino de preferencia por los turistas.

Por este motivo la propuesta de este proyecto busca dar a conocer lugares poco explotados promocionalmente pero que cuentan con grandes atractivos para brindar tanto a los turistas nacionales como extranjeros por lo tanto se ha decidió tomar un lugar ubicado en la Provincia de Santa Elena llamado Dos Mangas es una Comuna que se encuentra al noroeste de Manglaralto y cuenta con una gran vegetación propia de un bosque húmedo tropical gracias a la cercanía de la cordillera chongón colonche sus pobladores se dedican a la elaboración de artesanía y al cultivo de productos orgánicos gracias a su suelo fértil. Hace 5 años aproximadamente se dedican al turismo ya que poseen cascadas y posas formadas naturalmente y se pueden acceder a ellas mediante los recorridos por los senderos y con la compañía de un guía nativo que va explicando la

gran variedad que existe de flora y fauna haciendo de estas actividades de ecoturismo un ingreso económico para los habitantes de la Comuna.

Por lo tanto cabe recalcar que la Comuna cuenta con recursos naturales de los cuales se pueden sacar provecho promocionando sus atractivos y las bondades naturales que posee. Siendo de gran importancia para la Comuna ya que mejoría el nivel de vida de los habitantes mediante la promoción turística del lugar.

1.2 ANTECEDENTES

El turismo en Dos Mangas es escaso por falta de publicidad y poco interés de las autoridades para promover sus atractivos. Dos Mangas es una comuna ubicada a 7 km de la parroquia de manglar alto provincia de Santa Elena, sus límites territoriales son: al norte con Olón, al sur Sinchal-Barcelona, al este las Delicias y al oeste Manglaralto, su población es de 1100 habitantes aproximadamente información proporcionada por el comité comunal (Suarez, Poblacion Dos Mangas, 2014). El nombre se le da por la unión de Dos rio el Rio Grande y el Rio Colín que nacen de las montañas y se cruzan a lo largo de los senderos del bosque y antiguamente los comuneros a los ríos los llamaban mangas por eso el nombre de Dos Mangas. (Suarez, Poblacion Dos Mangas, 2014)

Ilustración 1 Ubicación Geográfica de la Comuna de Dos Mangas



Fuente: <http://salinasparaisoazul.wordpress.com/>

Esta comuna asentada en las laderas montañosas de la cordillera chongòn colonche cuenta con gran cantidad de recursos naturales. En el año 1938 fue fundada y el 15 de Enero de 1943, obtiene la Personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial No. 015 reconocida por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, MAGAP. (Dos Mangas)

La comunidad en 1968 se dedicaba a la tala de árboles y a la venta de madera tales como: cedrón, pino, laurel ya que esto era una de sus principales fuentes de ingreso por esta razón la continua explotación maderera hacía difícil mantener el bosque en estado puro pero gracias al a fundación natura y al gobierno Alemán hicieron posible un plan de reforestación.

El 14 de noviembre del 2009 Ministerio de Turismo inauguraron la Adecuación y Señalización de los senderos Las Cascadas y Las Pozas Naturales y un Mini Centro de Interpretación y también a través del Programa Nacional de Capacitación Turística instruyó a guías nativos, para que sean partícipes de los proyectos turísticos. (Ecuador, 2009)

En la actualidad la comunidad de Dos Mangas promueve la conservación y sus comuneros se dedican a la agricultura y ganadería en pequeña escala Seguido del Turismo y la elaboración de artesanías 160 mujeres elaboran carteras sombreros a base de paja toquilla y los hombres trabajan en tagua y tallan toda clase de figuras.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El motivo por el cual se propone este proyecto es para dar a conocer los lugares turísticos no explotados, como la Comuna de Dos Mangas que se encuentra a 7 kilómetros de la Parroquia de Manglaralto, Provincia de Santa Elena. Esta provincia cuenta con una gran afluencia turística por su ubicación dentro del trayecto de la ruta del spondylus, pero la falta de promoción de algunos lugares que cuentan con grandes atractivos hacen que los turistas se dirijan siempre a los destinos más conocidos y promocionados por ejemplo tenemos; Santa Elena, Salinas, Libertad, San pablo, Montañita, Ballenita etc. dejando de lado a los lugares que cuentan con escasa publicidad en términos de difusión y que de igual manera cuentan con grandes atractivos que ofrecer a los turistas.

Uno de los lugares turístico poco conocido de esta provincia es la Comuna Dos Mangas este pequeño pueblo en el cual sus habitantes, se dedican a la agricultura y al trabajo de artesanías elaboradas con tagua y con paja toquilla cuenta con grandes

atractivos naturales. Rodeado de la montañas de la cordillera chongón colonche y de senderos ecológicos, posee dos rutas que los turistas pueden recorrer a pie o en caballo, Estas rutas o senderos son el de Las Cascadas y el de Las Pozas.

En la ruta del sendero de las cascadas durante el recorrido se pueden apreciar varias cascadas, que son de poca caída, pero con la llegada de las lluvias del invierno hacen que su caudal de agua sea más fuerte y correntoso aumentando el nivel de sus caídas. Por otra parte, el sendero de Las Pozas se encuentra entre las montañas de la cordillera Chongón Colonche, Su nombre se debe a la variedad de pozas de formación natural que se encuentran durante la caminata. Este lugar también cuenta con una gran variedad de flora y fauna que hacen atractiva a la comuna.

El problema principal que tiene esta, **comuna es la poca acogida que se le da al lugar y a la poca difusión de parte de las entidades gubernamentales y municipalidades que se brinda sobre actividades** y atractivos turísticos.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Conociendo la problemática del bajo desarrollo turístico con el que cuenta la comuna de Dos con lleva a formular la siguiente pregunta:

1.4.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Escasa visita de los turistas para que disfruten de los atractivos turísticos de la Comuna de Dos Mangas.

1.4.2 VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de marketing como propuesta de promoción para fomentar el turismo en la Comuna de Dos Mangas

¿De qué manera influye elaborar un plan de promoción para fomentar el turismo en la Comuna de Dos Mangas que cuenta con escasa publicidad de sus atractivos turísticos?

1.5 JUSTIFICACION DEL TEMA

El Ecuador ha registrado un gran crecimiento turístico tal como lo plantea El Ministerio de Turismo “un total de 118.614 turistas extranjeros arribaron a Ecuador durante abril del 2014, registrándose así un incremento histórico del 32% con respecto a abril del 2013. De esta manera el primer cuatrimestre cerró con una variación positiva del 17%, con relación a igual período del año anterior, al recibir a 509.781 viajeros se estima que para fines del 2014 Ecuador reciba al menos 1.5 millones de turistas” (MINTUR, 2014)

Gracias a la propuesta de promoción “All You Need Is Ecuador” el país ha tenido buena acogida haciendo que el Ecuador sea reconocido en todo el mundo resaltando todas las bellezas naturales y culturales que poseen los 4 mundos (Galapagos, Costa, Andes, Amazonia), ya que el país cuenta con una gran biodiversidad que encierra todas estas maravillas.

Ilustración 2 4 Mundos Ecuador



Fuente: <http://ecuador.travel/es>

Pero algunos lugares del país que poseen grandes potenciales turísticos no son explotados, debido a la falta de publicidad y a la poca difusión de sus atractivos uno de estos lugares es la Comuna de Dos Mangas Provincia de Santa Elena donde se realizara este proyecto que está enfocado principalmente en promocionar la comuna, mostrando sus atractivos ya que cuenta con una gran biodiversidad en flora y fauna valiéndonos de las bondades que posee la comuna con esta propuesta se busca promover de forma equitativa la distribución de los visitantes ya que siempre llegan a los lugares que cuentan con mayor promoción y también busca aumentar la oferta turística ya que hoy en día es un factor importante porque genera dinero y empleos además da a conocer sobre la cultura y tradiciones de la comuna a los turistas. Este proyecto intenta generar visita a la Comuna de Dos Mangas, utilizando herramientas de marketing y promoción.

Para finalizar lo que se quiere lograr con este proyecto es posicionar, realzar y promocionar el potencial turístico con el que cuenta la comuna de Dos Magas practicando un turismo responsable, valorando las etnias y las culturas para evitar la pérdida de identidad, creando beneficios mediante un turismo sustentable para el

mejoramiento socioeconómico de la población protegiendo el medio ambiente al igual que a la naturaleza colaborando con nuestro intelecto poniendo en práctica todo lo aprendido durante los años de estudios.

1.6. CONTRIBUCION POTENCIAL DEL ESTUDIO

El aporte del proyecto a la Comuna de Dos Mangas es generar visitas mediante la promoción y difusión de los atractivos turísticos que esta bella comuna posee, también se dará reconocimiento a los lugareños que se verán incentivados a crear negocios aprovechando la afluencia turística que se espera obtener en el lugar y por ende crear nuevas fuentes de trabajo y mejorar el nivel socio económico de la comuna para evitar la migración de los jóvenes locatarios por falta de empleo a las ciudades principales.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de marketing mediante una propuesta de promoción para generar visitas hacia la comuna de Dos Mangas a través de sus atractivos.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diagnosticar y evaluar la situación turística actual de la comuna Dos Mangas.
2. Identificar el mercado objetivo
3. Elaborar una propuesta de promoción para impulsar el turismo en la comuna de Dos Mangas de acuerdo al mercado identificado

1.7 MARCO TEORICO

Este se proyectó se encaja en el ámbito del turismo y tiene como finalidad la propuesta de promoción y difusión de las atractivos turísticos que se presentan en la localidad de Dos Mangas que tiene como base el soporte teórico necesario para realizar este proyecto

1.7.1 TURISMO

Se podría decir que el turismo básicamente se trata del desplazamiento voluntario que realizan las personas del lugar de residencia por ocio o aventura vacaciones etc.

Según la Organización Mundial del Turismo.” El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (OMT, 2005-2007)

1.7.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Al turismo se lo puede clasificar según la actividad que se realiza al momento de desplazarse y la motivación del visitante. Según el Ministerio de Turismo

El turismo se clasifica de la siguiente manera:

- **Según el tipo de desplazamiento**

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del turista y el desplazamiento al lugar visitado. (Mincetur, 2013)

Turismo receptivo o receptor

Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.

Turismo interno o doméstico.

Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción.

Turismo agresivo o emisor.

Es el que realizan los nacionales o residentes del país al visitar países extranjeros.

- **Según el motivo de viaje**

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos: (Mincetur, 2013)

Turismo convencional

Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.

Turismo no convencional

Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales. Entre estas actividades tenemos:

Turismo de aventura: Es el que se realiza en zonas naturales y se practican deportes extremos ej.: montañismo, kayak, canotaje.

Turismo de naturaleza: Se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural.

El ecoturismo: Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia.

Turismo rural: El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.

Turismo místico o religioso: Se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.

Turismo esotérico: Es aquella demanda interesada en la fuerza de la energía cósmica y su influencia en el hombre y la tierra.

- **Según la forma de viaje**

En este caso el turista decide como con quien viajar depende del tipo de arreglo que efectuado y puede ser: (Mincetur, 2013)

Individual, cuando una persona viaja sola, o grupal, cuando los viajeros se desplazan en grupos familiares o laborales.

- **Según el tipo de viaje**

Esta clasificación responde a la toma de decisión del visitante con relación a como adquiere los servicios turísticos, comprende: (Mincetur, 2013)

Turismo independiente: Cuando el propio turista compra directa e independientemente los componentes del producto turístico final, es decir, el pasaje, el hotel, el tour y la alimentación.

Turismo organizado: Cuando el turista adquiere todos los servicios por un precio global, es decir, el “paquete turístico”.

- **Según la permanencia en el lugar de destino**

Tiempo de permanencia del turista dentro de un destino utilizando sus servicios turístico y puede ser clasificado como. (Castro, 2010, pág. 53)

Permanencia breve: son aquellos viajes cuya prolongación dura de 24 a 72 horas y de 1 a 3 días de pernoctación.

Permanencia corta: se incluye dentro de este grupo a los visitantes cuya duración de permanencia sea superior a los 3 días e inferior a los 14 días. (Cárdenas citado en (Castro, 2010, pág. 54)

Permanencia mediana y larga: dentro de esta categoría se encuentran los visitantes que permanecen en un destino con una duración superior a 2 semanas e inferior a un año. (OMT citado en (Castro, 2010, pág. 54)

- **Otras formas de clasificar el turismo**

El turismo puede identificarse de otra forma para identificar las distintas formas que este puede adoptar en la sociedad (Mincetur, 2013)

Turismo De Masas

Se caracteriza por el gran número de personas, grandes concentraciones de turistas en los centros receptores .Tiene su origen en la acción comercial llevada a cabo por la “Industria turística”.

Turismo Selectivo

Realizado por ciertos sectores de la sociedad en un principio se empleó para identificar al turismo que realizaban los sectores de mayores ingresos, en la actualidad se dice de grupos reducidos de turistas de distintos estratos sociales

- Turismo alternativo

Turismo Popular

Es aquel turismo que llega a tener gran aceptación por la población puede llegar a tener un carácter masivo, no necesariamente está referido a los estratos de menores ingresos.

Turismo Social

Lo realizan los sectores de menores ingresos estudiantes, jubilados. En ocasiones este turismo es promovido por los gobiernos de un determinado país.

Turismo Alternativo

Los turistas suelen tener un contacto más estrecho con los pueblos .Por lo general viajan solas o en grupos reducidos las alternativas incluyen:

- Turismo cultural
- Turismo de aventura
- Turismo rural
- Turismo ecológico o ecoturismo

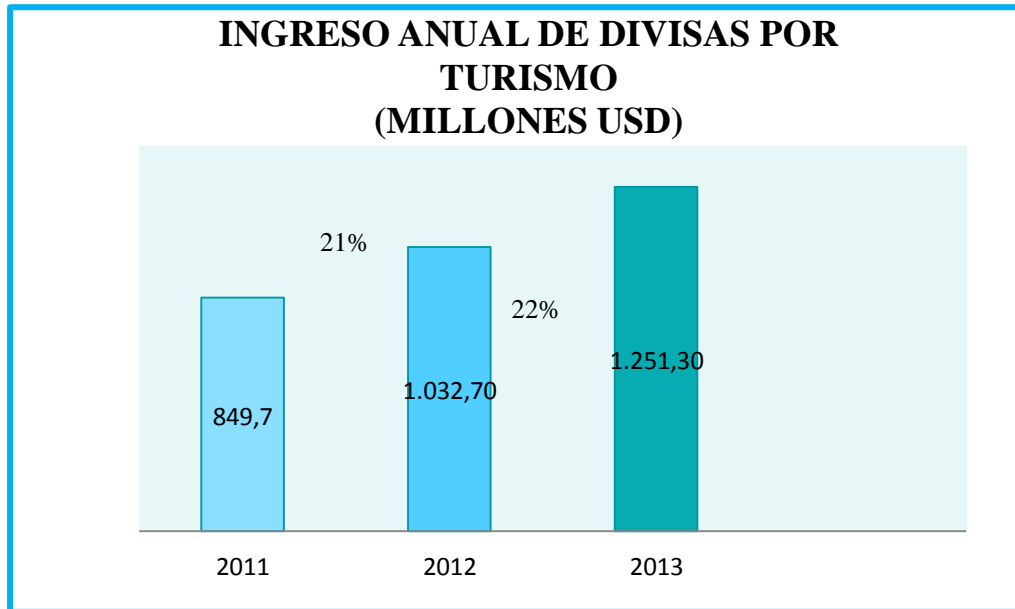
1.7.3DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR

Según (Ballesteros & Solís Carrion, 2007, pág. 29)“El turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas, en que empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de importancia”. En 1992 en el Gobierno de Sixto Durán Ballén muestra un interés y realiza la creación de Ministerio de Turismo y a partir de esa fecha Ecuador empieza a dar sus primeros pasos para explotación de sus atractivos y hacerlos conocer al mundo.

El ex Ministro Ehlers destacó que “Ecuador trascendió fronteras para posicionarse como el primer destino para turistas extranjeros en América Latina, de esta manera se logró que en el 2012 nuestro país participe en 55 ferias turísticas internacionales, mientras que en el 2006 apenas se llegaba a siete por año”. (MINTUR, 2013)

Hoy el turismo representa la cuarta actividad económica de mayor ingreso después del petróleo, banano, el camarón y otros elaborados productos marítimos en el año en el 2012 al Ecuador ingreso 1.032,7 millones de dólares por año aumentado en el 2013 a 1.251,3 por esto se lo coloca como uno de los principales sectores productivos del país. (MINTUR, 2014)

Tabla 1 Ingreso Anual de Divisas por Turismo



**Fuente: Anuario de Entrada y Salida Internacional a Ecuador 2012 Inec Llegadas Provinciales 2013-2014 Dirección Nacional de Migración Banco Central del Ecuador
Elaborado por las Autoras**

En la actualidad El Gobierno está muy convencido que en el sector turístico está la clave para la transformación de la matriz productiva del país en la cual se quiere convertir a cada uno de los sitios turísticos del Ecuador en destinos de excelencia porque de cada turista que ingresa al país representa una fuente de empleo para el turismo por tanto el Gobierno ha cuadruplicado el presupuesto que tenía estimado para este sector. En el 2012, el presupuesto asignado para el Ministerio de Turismo fue de 40 millones de dólares, desde este año y hasta el 2017 se incrementará a 150 millones anuales. (ANDES, 2013)

Debido a que la línea equinoccial atraviesa al país y lo divide en hemisferio norte y sur hace de Ecuador un sitio interesante de conocer por su ubicación dentro del continente sudamericano. Es uno de los lugares más atractivos para ser visitado ya que cuenta con un conjunto de posibilidades que brinda al turista para satisfacer todos los gustos

1.7.4 MARKETIG

El marketing es una herramienta muy importante pero muchas veces se entiende de manera errónea se lo confunde con la publicidad por que se piensa que incentiva a las personas a vender o a comprar más y si se aplica a un destino turístico se cree que atrae a un mayor número de turistas. Pero en la realidad el marketing es todo un conjunto de actividades que se estudia con anticipación, para satisfacer los deseos y necesidades del cliente y está destinada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos o servicios. Según diferentes autores al Marketing lo definen de la siguiente manera:

Kotler lo define como “Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes” (Philip & Amstrong, 2008, pág. 5)

Según la Asociación Americana de Marketing “El marketing es la actividad, un conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general”. (AMA, 2013)

otro autor como (Ardua, 2006, pág. 21) define al marketing como una filosofía para referirse a una actitud o a un punto de vista propio de las organizaciones que centran sus esfuerzos en satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores. El marketing como filosofía defiende la relación permanente que debe existir entre los consumidores y la organización y se fundamenta en 3 principios que se relacionan entre sí

- la organización se debe centrar fundamentalmente en satisfacer las necesidades de los consumidores, para lo que debe conocer los cambios que se van produciendo en el mercado.
- la satisfacción de las necesidades de los consumidores requiere un esfuerzo coordinado e integrado por parte del conjunto de la organización.
- la organización debe centrarse a conseguir el éxito a largo plazo.

según las autoras (Marmol & Ojeda, 2012, pág. 9) dentro de la definición del marketing se lo puede dividir en dos subgéneros:

- Marketing estratégico se refiere a la orientación de la empresa a mantener o aumentar sus ventajas; esto lo hará mediante objetivos y estrategias orientadas al mercado, tales como investigación de mercado, segmentación de mercado, análisis de la competencia .
- Marketing operativo o denominado marketing mix tiene como finalidad diseñar y ejecutar todas aquellas acciones concretas que la empresa debe llevar a cabo para la consecución de las estrategias previamente planteadas.

1.7.4.1 Importancia del marketing

Según los autores (Staton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 18) “sería difícil imaginar un mundo sin marketing” ya que en términos generales el marketing posee una gran

importancia en la vida personal, organizacional, sistema socioeconómico de cualquier país y en la economía global si lo vemos desde el punto de vista mundial se sabe que las empresas día a día buscan expandir el marketing a otros países para promover la adquisición de materias primas para la elaboración de nuevos productos o productos ya existentes en otro mercado.

Si se analiza desde el punto de vista socioeconómico posee una gran importancia ya que en la actualidad la elaboración masiva de productos hace que estos estén al alcance de los consumidores satisfaciendo todas sus necesidades, El marketing en el ámbito laborar genera empleos ya sea de manera directa o indirecta siendo de gran ayuda para la economía de un país ya que cada 50 centavos que gastamos al comprar un producto es destinado para cubrir los costos del marketing. El dinero paga el diseño de un producto que está destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores y el poder satisfactor de un producto crea utilidad al mismo.

En el ámbito organizacional el marketing debe ser parte necesaria de toda planeación a corto y largo plazo ya que los objetivos de todas las empresas es satisfacer a sus clientes y de estos depende el éxito social y económico de una organización en cuanto al desarrollo de una empresa son importantes muchas actividades pero siendo el marketing la única que genera ingresos a diferencia de la otras.

Desde el punto de los mercadólogos ven a las personas como su mercado objetivo por el cual diseñan productos, asignan precios y crean publicidad eligiendo estrategias para posicionar los productos dentro de los mercados meta. Si aparte de consumir el marketing las personas lo estudiaran se informarían mejor acerca de los productos y entenderían el éxito de las empresas que usan el marketing al igual que como deciden

que productos ofrecer los precio y las diferentes formas de promocionarlos para atraer a los consumidores.

1.7.4.2 Procesos Del Marketing

Los autores (Kotler, Bowen , Makens , García de Madariaga, & Flores Zamora , 2011, pág. 13) presenta un modelo sencillo sobre el proceso del marketing.

La primera etapa los profesionales del marketing se encargan en identificar las necesidades y deseos de los clientes y los potenciales que poseen los mercados en el que actúan mediante un estudio de marketing que permite conocer y estudiar mejor a sus clientes potenciales y mercados de consumo en los cuales se pueda obtener rentabilidad

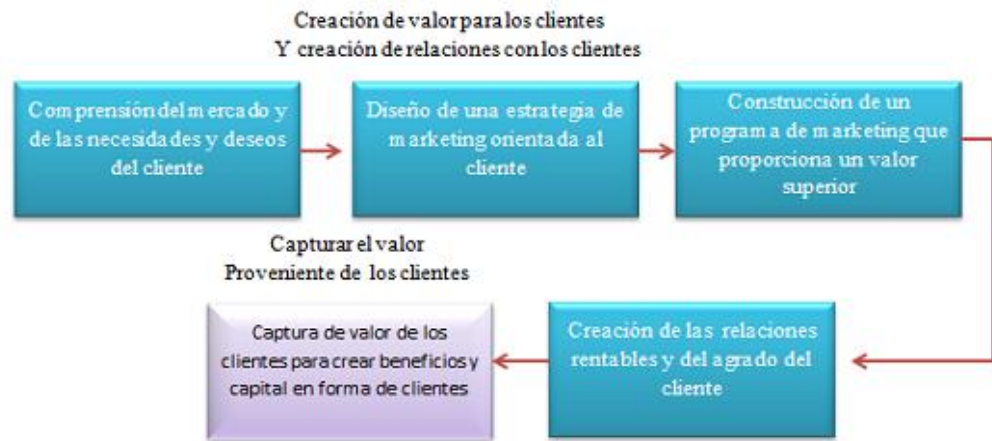
La segunda etapa plantea que una vez que se identifica las necesidades y deseos de los clientes y el mercado de consumo, se crean estrategias que permitan encontrar, atraer y hacer crecer el valor de los clientes objetivos para que elijan siempre sus productos y no los de la competencia.

La tercera etapa lo profesionales del marketing transforman las estrategias en acciones mediante un programa de marketing integrado que permite crear relaciones con los clientes. Las herramientas de marketing que es usan para implementar las estrategias son el marketing mix denominado también como las “Cuatro P” que son producto, precio, promoción y plaza las empresas deben combinar todas estas herramientas para atraer a los clientes elegidos.

La cuarta etapa trata acerca de las relaciones rentables, sociales y estructurales que deben tener las empresas con los consumidores esto quiere decir que las empresas deben crear beneficio financiero, vínculos sociales y estructurales con sus clientes frecuentes premiándolos por su recurrencia y animando a sus clientes no tan frecuentes a usar de manera reiterada los productos o servicios

La última fase consiste que las empresas recogen los beneficios actuales y futuros de haber creado un valor superior a los clientes obteniendo clientes comprometidos y leales que siempre consuman más obteniendo un mayor rendimiento para la empresa a largo plazo.

Ilustración 3 Procesos del Marketing



Fuente: (Kotler, Bowen , Makens , García de Madariaga, & Flores Zamora , 2011)

Elaborado por las Autoras

1.8.5 MARKETING TURISTICO

“El marketing comprende la selección e investigación de oportunidades para conocer necesidades, deseos y desagradados de clientes actuales y potenciales, para así poder planear y administrar competitivamente el producto o destino turístico sustentable en diversos niveles del mercado”. (Ramirez, 2003, pág. 23)

El marketing de destino no se debe conocer o identificar únicamente como promoción de destino sino como la satisfacción de las necesidades de los turistas y la comunidad local. En general, el sector público y privado han aplicado solo parte del marketing mix al turista (comunicación) con poca atención a los otros componentes que se encuentran dentro del marketing (Enrique Bigné Alcañiz, 2000)

El marketing turístico es la parte especializada del marketing para guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico y sus necesidades y deseos. Además, deberá conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector con sus estrategias y acciones para aplicar el aprovechamiento, diseño, creación, distribución y aplicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad (Marmol & Ojeda, 2012, pág. 8)

Para estos autores el marketing turístico consiste en satisfacer las necesidades de los clientes mediante la creación de productos o servicios, utilizando medios de distribución promoción, precios hacia el mercado objetivo. Desde el punto de vista de Dos Mangas con el marketing se desea cubrir las necesidades de los visitantes mediante la planeación y ejecución de estrategias para que por medio de estas se puedan satisfacer completamente las necesidades de los turistas ya que se busca el posicionamiento de la Comuna en el mercado turístico y de esta manera sea reconocida y sea visitada con recurrencia.

1.8.6 PLAN DE MARKETING

1.8.6.1 Contenido y Propósito Plan De Marketing

El plan de marketing es un documento escrito en el que se detallan acciones específicas derivadas de la aplicación de las técnicas de marketing (análisis, definición de estrategias, medidas de control) dirigidas a obtener unos objetivos, mediante unas estrategias determinadas, apoyadas en los elementos operativos del marketing y válidas para un periodo de tiempo concreto. (Milio & Cabo, 2000, pág. 86)

Un plan de marketing muestra cómo va la empresa a captar y mantener relaciones rentables con los clientes. En el proceso también se establece el número de relaciones internas y externas. Primer lugar la relación que tiene con los demás departamentos de la empresa segundo lugar con los distribuidores o proveedores, tercer lugar relación de la compañía con otros grupos de intereses, reguladores gubernamentales, medios y comunidad en general incluido. Todas estas relaciones son importantes para el éxito de

la organización por lo que deben ser consideradas en el desarrollo de un plan de marketing. (Kotler, Bowen , Makens , García de Madariaga, & Flores Zamora , 2011)

Kotler se refiere que un plan de marketing cumple varios propósitos

- Da la directrices para todas las actividades de marketing de empresa durante el año siguiente
- Garantiza que dichas actividades vayan en consonancia con el plan estratégico de la empresa.
- Obliga a los directores de marketing revisar y analizar objetivamente cada uno de los pasos a seguir
- Ayuda en la elaboración de un presupuesto que ajuste los recursos a los objetivos de marketing
- Implanta un proceso de control para comparar los resultados reales con los esperados. (Kotler, Bowen , Makens , García de Madariaga, & Flores Zamora , 2011)

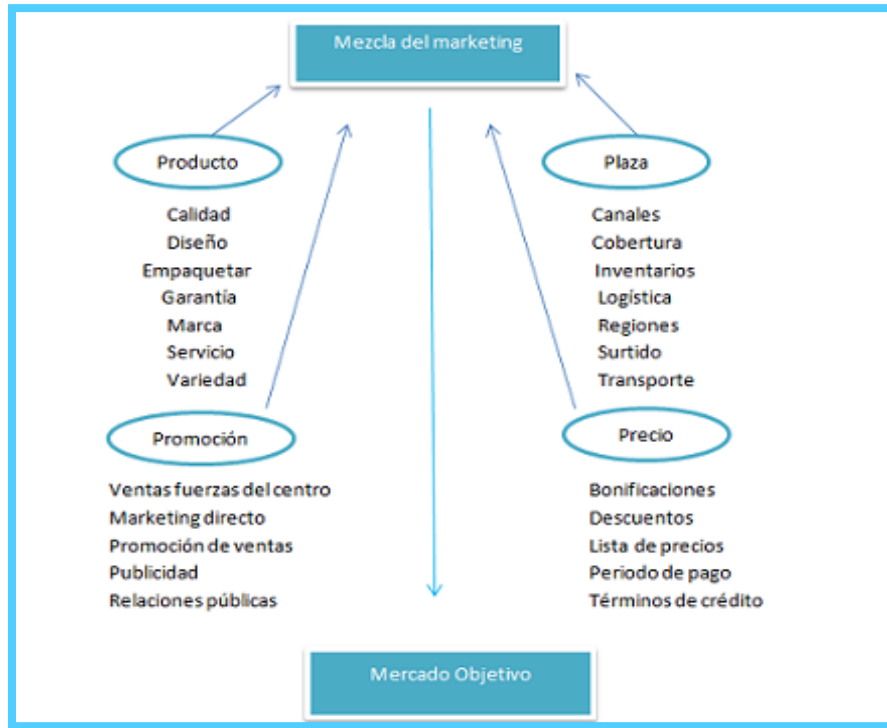
Para concluir se puede decir que un plan de marketing es un documento en el cual se plantean estrategias de los objetivos de la empresa mediante métodos específicos de marketing que se aplican para que un producto, lugar o servicio se posicione en el mercado y sea reconocido por el consumidor. En la comuna de Dos Mangas con la realización del plan de marketing en base a la promoción se buscar generar visitas de parte de los turistas a corto y largo plazo, lo que mejoraría la situación actual de la comuna. El desarrollo turístico y económico de la misma.

1.8.6.2 Marketing Mix

Según Kotler el marketing mix es una herramienta y se clasifican en 4 grupos producto, precio, punto de venta o plaza, promoción para cumplir estas propuestas las empresas primero tienen que crear una oferta de mercado que cumpla con todas las necesidades del consumidor de la misma manera tiene que fijar un precio de cuanto costara la oferta para después ponerlo a disponibilidad de los consumidores metas y finalmente comunicar sobre la oferta y convencer a los consumidores objetivos de sus méritos. (Kotler, Bowen , Makens , García de Madariaga, & Flores Zamora , 2011)

según los autores (Hernández & Maubert, 2009, pág. 44) *la mezcla del marketing de Jerome McCarthy ha difundido su clasificación de cuatro factores que denominó las 4 P: producto, plaza, promoción y precio. Seleccionar una mezcla es una decisión que se toma entre un gran número de posibilidades, porque cada factor puede tomar diversos valores. como se muestra en la imagen, dependiendo del producto elegido será el tipo de plaza que se utilice, la promoción que se requiera y, finalmente, el precio mínimo que se establezca, según los costos totales incurridos en los tres factores (producto, plaza y promoción); después se considerarán en la fijación del precio variables como la distancia, el volumen de compra o la forma de pago, el margen de utilidad o el tiempo en el que se espera recuperar la inversión.*

Ilustración 4 Mezcla del Marketing



Fuente: (Hernández & Maubert, 2009)

Elaborado por las Autoras

En síntesis el marketing mix es un conjunto de variables que se utilizan en una empresa y son conocidas como las 4 P, tienen como objetivo crear un producto o servicio, establecer un precio, distribuirlo y promocionarlo de las cuales cualquiera pueden ser modificadas pero siempre y cuando vayan acorde con los objetivos de la empresa todas estas herramientas o variables deben de estar incluidas dentro de un programa de marketing.

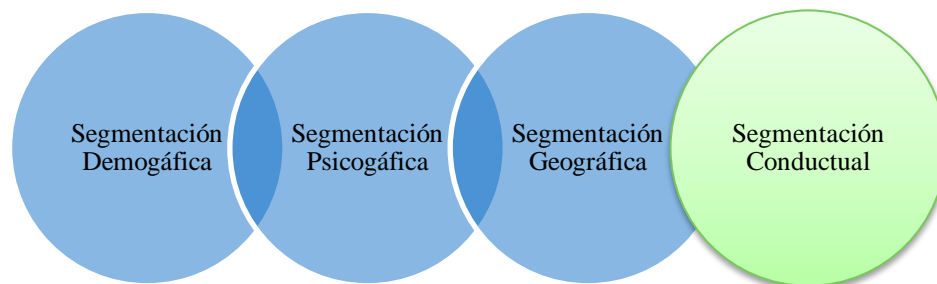
1.8.7 SEGMENTACION DE MERCADO

La segmentación de mercado se define como “Es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicara una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman el segmento y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos.” (Arjona, 2009, pág. 30)

Según Philip Kotler y Gary Armstrong “Dividir un mercado en diferente grupo de compradores con base en sus necesidades, características o comportamiento y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes” (kotler & Armstrong , 2008, pág. 50)

Segmentación de mercado es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarlas claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de estas son más homogéneas. (Bonta & Faber, 2002, pág. 30)

Ilustración 5 Segmentación de Mercado



Fuente: Adaptada del libro Pearson

De acuerdo con el primer autor se puede decir que segmentación de mercado es la actividad de un grupo de personas que poseen iguales características en cuanto a deseos de viajar compra o adquirir un servicio pero se diferencian en las preferencias de las actividades turísticas como también por sus posibilidades económicas.

1.8.8 PROMOCIÓN TURÍSTICA

Gurrí Di-Bella conceptúa a la promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que los aprovecha con fines de explotación económico (Saavedra, Duran, & Durandal, 2004)

El autor Acerenza en su libro promoción turística indica que es una actividad que está destinada a entregar información, persuadir e influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen la realización de actividades tales como publicidad, promoción de ventas,

ventas personales, y otros medios, también se incluye las relaciones públicas, cuando se encuentren integradas al proceso de marketing. (Saavedra, Duran, & Durandal, 2004)

Se deduce que promoción turística es un conjunto de actividades que son utilizados para incrementar la compra de un producto o servicios turísticos durante un tiempo determinado. Están dentro del plan de marketing y tiene por objetivo dar a conocer un lugar como destino de visita para los turísticos mediante los medios publicitarios.

1.9 MARCO CONCEPTUAL

Es importante definir algunos términos que van a ser utilizados para la realización de este proyecto.

El turismo es importante porque beneficia o realiza los atractivos turísticos mediante un proceso de calidad en el cual se debe tomar la capacidad de carga de un destino para incrementar la demanda y oferta turística.

1.9.1 ACTIVIDAD TURÍSTICA

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (Torrejon, 2012)

1.9.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística. (Torrejon, 2012)

1.9.3 CALIDAD

Partiendo de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, respondiendo a costumbres, usos y culturas. (Torrejon, 2012)

1.9.4 CAPACIDAD ECOLÓGICA (DE CARGA)

Es el nivel de visitas por encima del cual se registrarán impactos ambientales inaceptables, provenientes de los turistas mismos o de sus requerimientos. (Torrejon, 2012)

1.9.5 CENTRO DE INTERPRETACIÓN

Unidad con todo lo concerniente para proveer las elementales informaciones que posibiliten "entender" y "vivir con un adicional aporte cultural", el Área Especial Visitada. (Torrejon, 2012)

1.9.6 DEMANDA TURISTICA

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las Características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. (Mincetur, 2013)

1.9.7 MARCA TURISTICA

Se forma de un nombre, un logotipo, y símbolos que trata de asociarse aun lugar o territorio representando su identidad, con el objetivo de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de sus visitantes, elaborando conjuntamente por todos los públicos de un lugar a partir de un Plan de marketing y de una estrategia competitiva del territorio. (Huertas, 2014)

1.9.8 OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos² y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. (Mincetur, 2013)

1.9.9 PLANTA TURÍSTICA

Es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones. (Torrejon, 2012)

1.9.10 SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Torrejon, 2012)

1.9.11 TURISTA

Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual pernocta y permanece en él más de 24 horas. (Torrejon, 2012)

1.9.12 TURISMO COMUNITARIO

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (FEPTCE, 2006)

1.9.13 TURISMO SOSTENIBLE

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.” (OMT)

1.10 MARCO REFERENCIAL

Se ha escogido como referencia el Cantón Baños de Agua Santa que recibe a miles de turistas nacionales y extranjeros amantes de la aventura y la naturaleza, muchos de los cuales también son atraídos por la expectativa que despierta la cercanía del volcán Tungurahua. (Calero, 2012)

En este cantón existen senderos ecológicos, cascadas rodeada de increíbles caídas de agua y piscinas de aguas termales naturales. Los senderos pueden ser recorridos a pie y a caballo. Estos lugares son propicios para mirar la belleza del paisaje y la singularidad de la flora y fauna que se encuentra en la zona y más que todo para disfrutar de la frescura del aire puro.

Los senderos y miradores que están a disposición de los bañistas y visitantes son los denominados: Los Contrabandistas, Sauces, Bellavista y la Virgen de Ventanas, entre otros interesantes sitios que se nombraran a continuación que se puede realizar el aventurismo, senderismo y ecoturismo.

Sendero hacia la Laguna de Limonturo, esta laguna tiene una belleza muy particular, propicia para que los amantes de la naturaleza, del camping y del aire libre lleguen ahí

para acampar, además de disfrutar de su singular paisaje natural, podrá hacer pesca deportiva, caminatas, descansar y descubrir sus encantos.

Sendero de los Contrabandistas – Se caracteriza por la exuberante vegetación subtropical la flora y fauna propia de la zona. Inicia en el costado derecho del puente de la Represa de Hidroagoyán, pasando por las Cascada de Agoyán, caserío de Chinchín, cascada Manto de la Novia, finalizando la ruta en la tarabita de la cascada de San Pedro.

Sendero Llanganates, en Río Verde, en el sector se puede realizar caminatas, cabalgatas, camping, pesca deportiva y observación de aves.

El Encanto, en Río Negro, posee una gran variedad de flora y fauna que da realce a este sector, cuenta con guías nativos de observación de aves. (Calero, 2012)

Ilustración 6 Tarabita



Fuente www.ecuador-turistico.com

Ilustración 7 Cascada el Pailón del Diablo



Fuente: www.elimperdible.ec

CAPITULO 2

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

2.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“Es la reunión, el registro y análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y la venta de bienes y servicios del proveedor al consumidor”. (Bonta & Faber, 2002, pág. 85)

Es una herramienta que ayuda a identificar y definir de manera más concreta el lugar en el cual se va a ofrecer un producto o servicio. Mediante esta investigación se puede saber el grado de aceptación de los atractivos turísticos que tiene la Comuna de Dos Mangas

2.1.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

- Determinar el tipo de turismo que prefieren realizar los turistas
- Conocer los gustos y preferencias de la segmentación del mercado al cual va dirigido la propuesta de promoción para fomentar el desarrollo turístico y socioeconomico de la comuna
- Conocer la intención de compra, servicios esperados e intención de pago para el producto.

2.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL MÉTODO

El método que se utilizara para la realización del estudio de mercado será la investigación descriptiva según (Fidias, 2006, pág. 24) “consiste en la caracterización de un fenómeno, individuo, o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”.

Se ha decidido tomar este método porque ayuda a tener un mejor conocimiento sobre los tipos de consumidores al cual se va a dirigir. También permite obtener información confiable y analizar el entorno en el cual se desarrollara el proyecto.

2.1.4 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Los enfoques más óptimos que se han tomado para realizar la investigación son enfoque cuantitativo y enfoque cualitativo.

“Enfoque cualitativo los resultados no son estadísticamente representativos, pero proporcionan explicaciones del porqué de determinados comportamientos y actitudes con datos más ricos y profundos” (Milio & Cabo, 2000, pág. 100)

Cualitativo se puede describir los factores sociales a partir de rasgo precisos que se van desarrollando en la situación estudiada.

“Enfoque Cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006, pág. 5)

Cuantitativo este permite dar una información concreta y precisa desde el punto objetivo ya que se basa en cifras, gráficos y análisis estadísticos.

2.1.5 TIPOS DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se utilizara para realización de este proyecto será la investigación de campo y documentada

Investigación de campo: esta investigación permite conocer la realidad que rodean los hechos, obtener información directa de donde se produce el problema y estar en contacto con las personas que están involucradas por lo tanto esta investigación se la realizara en la Comuna de Dos Mangas

Investigación documentada se basa en la recopilación de información mediante en libros, revistas, periódicos entre otros para respaldar la investigación.

2.1.6 TRABAJO DE CAMPO

Al momento de realizar el trabajo de campo las herramientas que se utilizaron para la recolección de datos fueron las encuestas aplicadas en la ciudad de Guayaquil y la entrevista que se realizó en la Comuna de Dos Mangas al encargado turístico del lugar.

2.1.7 TIPO DE MUESTREO SELECCIONADO

Para la realización de esta investigación se ha considerado tomar el tipo de muestra no probabilística ya que no todas las personas tienen la posibilidad de ser elegidas para ser parte de la muestra el cual queda al criterio del investigador.

Se procedió a tomar la técnicas de muestreo por cuota se divide en grupos según las características que el investigador considere necesaria. Para la elaboración de este estudio se procedió a utilizar la siguiente formula.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Tabla 2 Datos para Emplear Formula

n= tamaño de muestra	
N= tamaño de la población	685,991
o= desviación estándar de la población	50% = 0.5
z= nivel de confianza	96% =1,96
e = error estimación	5% =0.05

Elaboración: Autoras

CAPITULO 3

3.1 ANALISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Esta investigación se hace en base a los habitantes de la ciudad de Guayaquil entre las edades de 25 a 45 años según el Inec en el último censo realizado en el año 2010, ascienden a 685,991 el cual es nuestra población objetiva para la realización de este proyecto se procederá a la aplicación de la formula y se conseguirá el tamaño de la muestra.

Tabla 3 Aplicación Formula

$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$
$n = \frac{685.991*0,5^2*1,96^2}{(685.991-1)*0,05^2+0,5^2*1,96^2}$
$n = \frac{685.991*0,25*3,84}{685.990*0,0025+0,25*3,84}$
$n = \frac{658.551,36}{2.674975}$
$n = 246$

Elaboración: Autoras

3.1.2 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Encuesta aplicada al mercado objetivo

Objetivo de la encuesta: conocer el gusto y la preferencia de las personas encuestadas y determinar el grado de aceptación que se tiene de lugar en el cual la se realiza la investigación (Ver Anexo)

2. Entrevista profunda a miembros de la comunidad

Objetivo de la entrevista: es obtener información adecuada de la comuna acerca de los servicios que ofrece, su infraestructura y las actividades turísticas que se desarrollan. Esto nos permite conseguir información para la elaboración de la propuesta de promoción y así saber si la comuna es realmente atractiva para poder ser promocionada. (Ver Anexo)

3.1.3 MERCADO OBJETIVO

La realización de este estudio tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los visitantes. Va dirigido a las personas de 25 a 45 años que pertenezcan a un nivel socio-económico de medio a alta que cuenten con fuentes de ingresos propios, que posean un espíritu aventurero, estén en busca de nuevas emociones y sean amante de la naturaleza disfrutando de los recursos que ofrece.

3.1.3.1 Segmentación geografía

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

3.1.3.2 Segmentación demográfica

Sexo: indeterminado

Nacionalidad: varias

Edad: 25 a 45 años

3.1.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis respectivo de los datos se procederá a utilizar el programa Excel en el cual se ingresan los datos una vez ya tabulada las encuestas y se realiza la tabla de distribución y frecuencia con el porcentaje de cada una de las respuestas obtenidas mediante las preguntas y posteriormente se presentaran en gráficos. Por medio de esto se puede sacar una conclusión orientada hacia el grado de aceptación del proyecto.

3.1.5 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

Entrevistadoras: Yomayra Tandazo, María Isabel Valencia

Entrevistado: Alfredo Suarez

Cargo: Jefe de Guías

Duración: 20 minutos

1. ¿Cuáles son los atractivos más destacados de la Comuna?

Los atractivos con los que cuenta la comuna en la actualidad son 2 el sendero Las Posas y el sendero Las Cascadas. Lo que más le llama la atención a los visitantes es la biodiversidad de flora y fauna, lo asimilan con el Amazonas pero la diferencias es que en el Amazona hay vegetación en abundancia y acá en la Comuna por causas de la deforestación no es tan abundante como el lugar antes mencionado pero por lo general eso es lo que le gusta a los turistas y la calidez de las personas que están prestos en ayudarles en lo que necesitan.

2. ¿Qué cree usted que le hace falta a la comuna de dos mangas para brindar atención optima a los turistas?

Como estamos en proceso de desarrollo nos hace falta infraestructuras que cubran la demanda turística futura que se espera obtener con la explotación de los atractivos para ello estamos en conversaciones con la alcaldía para que nos ayuden con los alojamientos y el alcantarillado para poder brindar un buen servicio a los visitantes.

3. ¿La Comuna de Dos Mangas tiene algún plan de promoción?

En la actualidad no contamos con ningún plan de promoción con el único plan que cuenta la Comuna es con el programa de conservación de socio bosque que ha sido de mucha ayuda para la conservación de los bosques y evitar la caza indiscriminada de amínales.

4. ¿Cuántos guías nativos tiene la Comuna de Dos Mangas?

Son 25 guías nativos pero 10 estamos en constante actividad de guianza y los demás están en proceso de estudio o se han dedican a la elaboración de artesanías que también está vinculado con el turismo.

5. ¿Cuáles son las fuentes primordiales de ingreso de la Comuna de Dos Mangas?

Son varias las fuentes de ingresos no le podría decir que es solo una es la principal son varias actividades entre ellas tenemos la ganadería, agricultura, la artesanía, el turismo

6. ¿con cuántos lugares de alojamiento y alimentación cuenta la Comuna?

Gracias a la ayuda de una ONG en la Comuna contamos con 7 comedores comunitarios y 3 hospederías de igual manera que tiene una capacidad total una de 20 personas y las otras con una capacidad de 6 personas.

7. ¿Hace cuánto tiempo se dedican a la actividad turística?

Desde 1999 se emprende el proyecto turístico debido al cambio de ya no talar más árboles y nace poco a poco la explotación de los atractivos de manera informal pero en el 2009 gracias al Ministerio de Turismo que colaboro con la capacitación de los guías, adecuo los senderos, creo un centro de interpretación, y así se fue estructurando la realización de la actividad turística formalmente.

8. ¿cree usted que los comuneros estén de acuerdo que la Comuna de Dos Mangas sea visitada por muchos turistas?

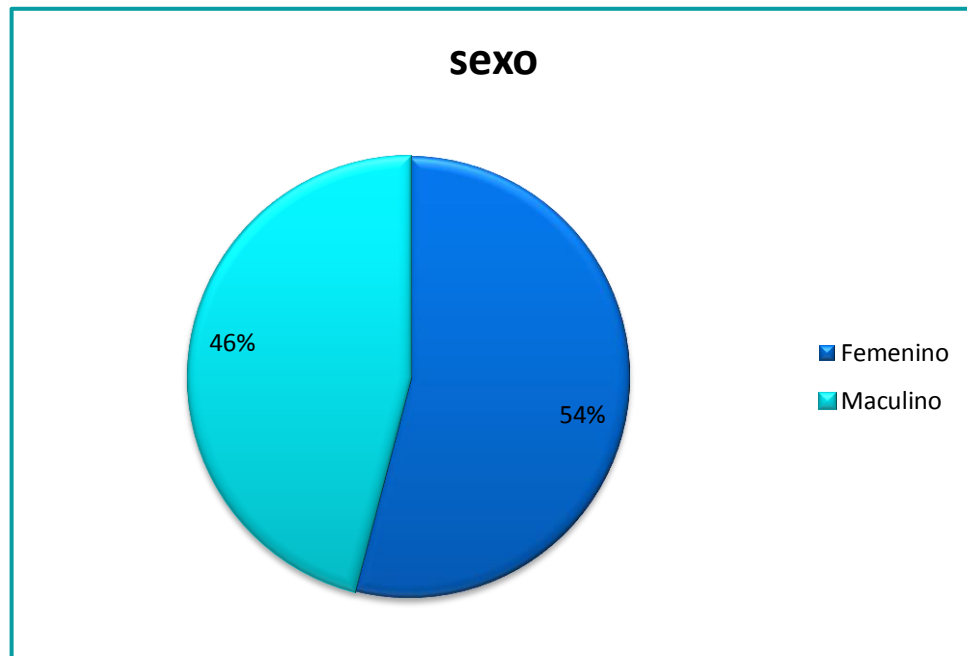
Si por supuesto la comunidad está de acuerdo pero en este momento no contamos con los requerimientos necesarios para la llegada masiva de turistas por lo que se podría producir un impacto al ambiente pero como estamos en vía de desarrollo recibimos capacitación por parte del Ministerio de Turismo acerca del turismo sostenible que es de suma importancia ya que queremos ser el ejemplo de otras comunidades cercanas.

3.1.6 ANÁLISIS DE LOS DATOS

3.1.6.1 Distribución general de la muestra

A. Genero

Grafico 1 Sexo de los Encuestados

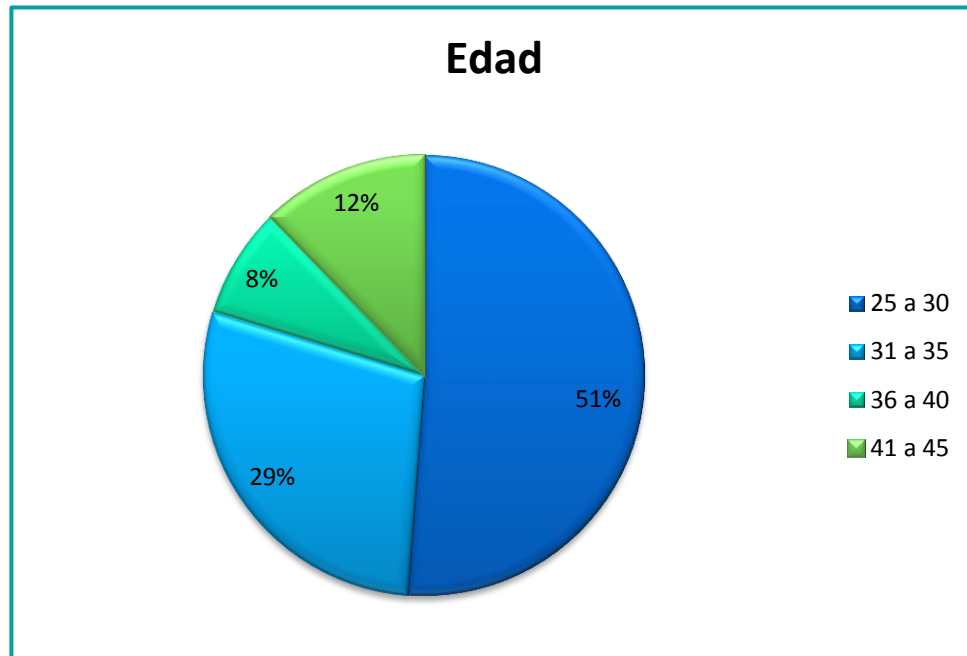


Elaboración Autoras

En el grafico se puede apreciar que la mayoría de los encuestados representan al género femenino con un 54%, seguido del género masculino con un 46% lo que demuestra que no es mucha la diferencia entre los 2 géneros.

B. Edad

Grafico 2 Rango de Edades



Elaboración Autoras

De acuerdo a los datos se puede apreciar que el 51% de los encuestados están dentro del rango de los 25 a 30 años seguido por 29% que está entre las edades de 31 a 35 años, luego viene el grupo de 41 a 45 años con un 12% culminando con el grupo de 36 a 40 con un 8% . Lo que nos muestra que el mercado al cual se va a dirigir va entre las edades de 25 a 35 años.

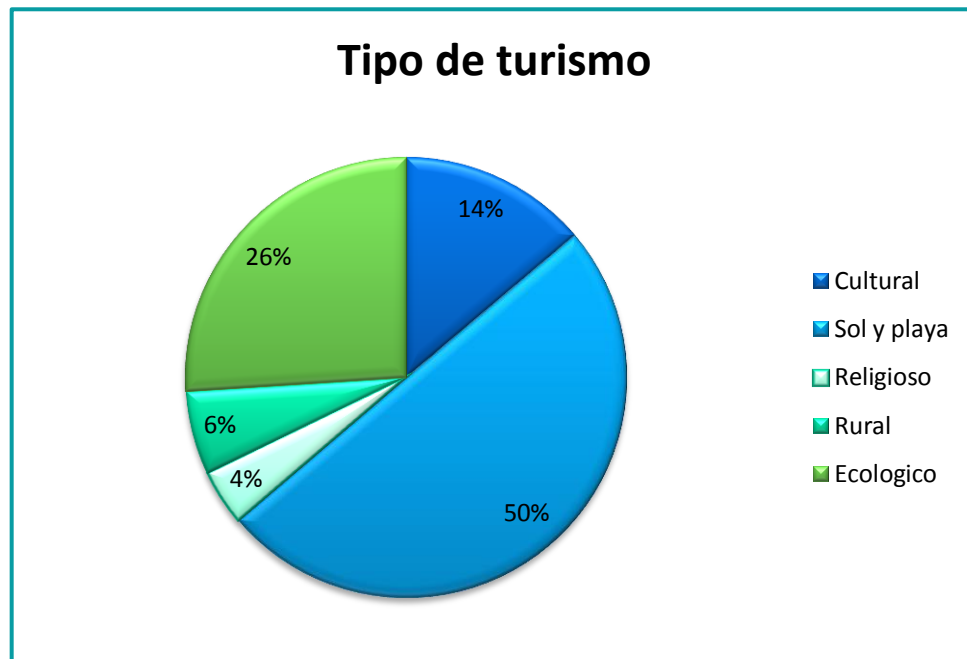
C. Residencia

De todas las personas encuestadas el 100% son de la ciudad de Guayaquil ya que se tomó un segmento de la población de Guayaquil como mercado objetivo para promocionar la Comuna de Dos Mangas.

Pregunta 1.

¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

Grafico 3 Turismo que Realiza



Elaboración Autoras

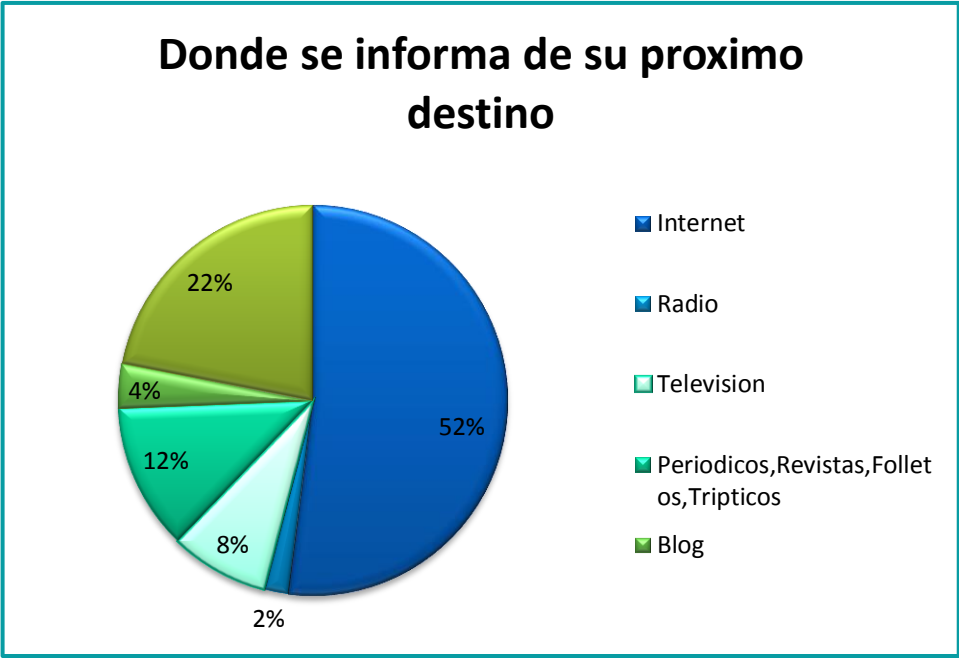
En este grafico se puede observar que mayormente realizan turismo de sol y playa con un 50% esto es de gran interés para la realización del proyecto porque la Comuna de

Dos Mangas está a pocos minutos de la playa. El siguiente turismo que realizan las personas es el turismo ecológico con un 26% mostrando que el destino al cual se quiere promocionar tendrá buena acogida por los turistas ya cuenta que con atractivos naturales. Seguido por los turismos que tiene menos acogidas que son el turismo cultural con un 14%, el turismo rural con un 6% y para finalizar el turismo religioso con un 4%.

Pregunta 2.

¿Cuándo va a salir de viaje por qué medio se informa de su destino?

Grafico 4 Medios Publicitarios



Elaboración Autoras

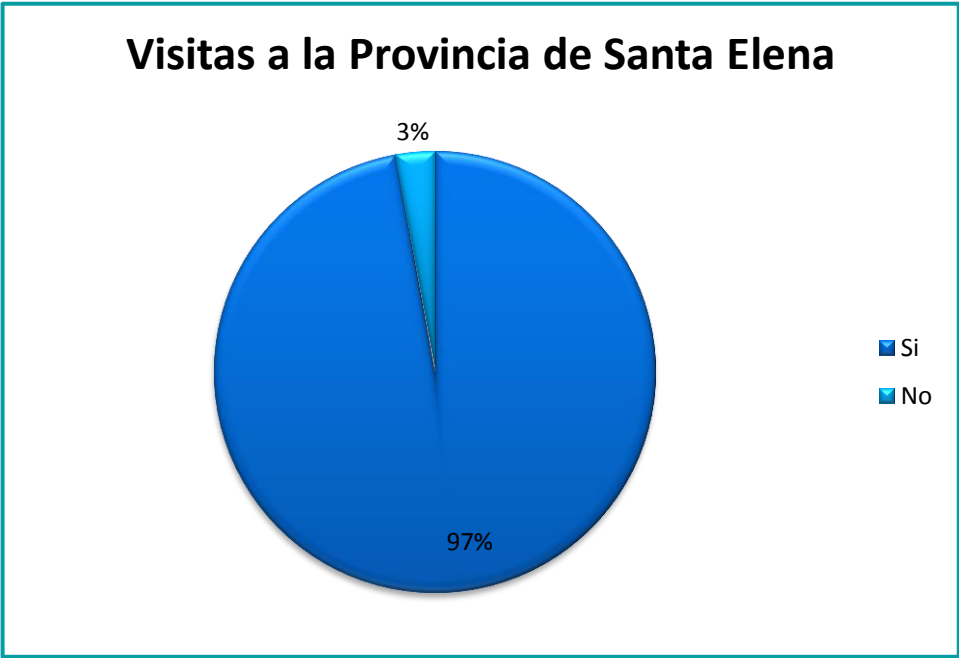
En el grafico se puede apreciar que el 52% de los encuestados se informan de su próximo destino por internet seguido por un 22%, que se informa por recomendaciones de amigos o familiares a este le sigue los medios de comunicación impresos con un 12%

finalizando con los de menor porcentaje que son la televisión con un 8%, la radio con un 4% y blog con un 2%.

Pregunta 3.

¿Ha visitado usted la Provincia de Santa Elena?

Grafico 5 Visitas Realizadas a Santa Elena



Elaboración Autoras

El grafico muestra que la mayoría de los encuestados que representan un 97% han visitado la Provincia de Santa Elena ya sea en temporada de vacaciones, feriados etc. esto da un indicio que la Provincia cuenta con gran afluencia no solo de turistas nacionales sino también de turistas extranjeros siendo de gran interés para la realización de la propuesta de promoción de la Comuna de Dos Mangas.

Pregunta 4.

¿En el último año cuantas veces ha visitado las playas de la Provincia de Santa Elena?

Grafico 6 Concurrencia a las Playas de la Provincia



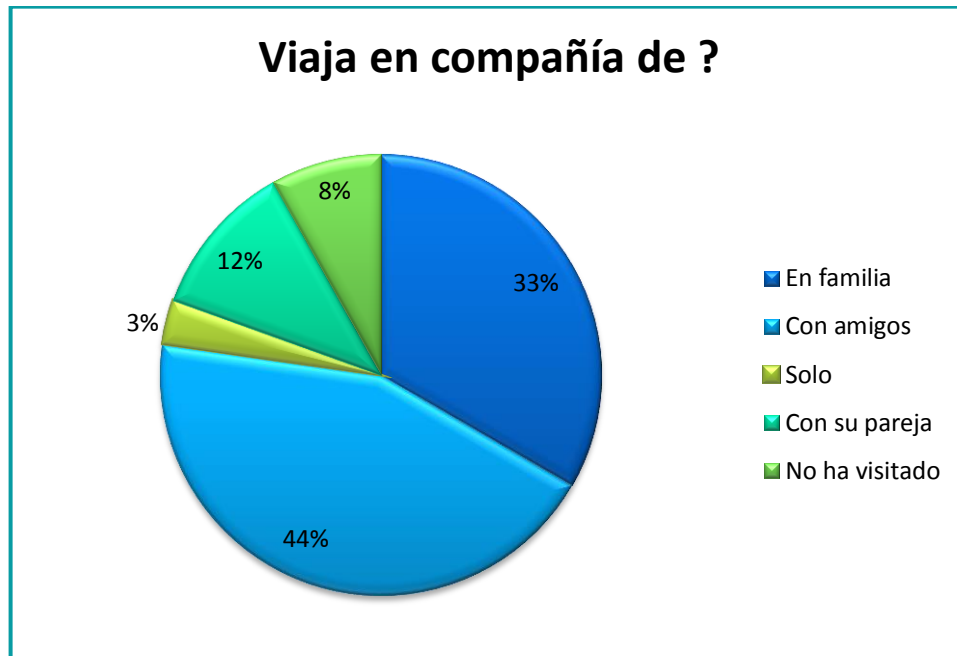
Elaboración Autoras

Las encuestas demuestran que el 59% de las personas han visitado más de 2 veces las playas de La Provincia de Santa Elena. Esto quiere decir que con la promoción turística adecuada de la Comuna de Dos Mangas se puede generar mayor número de visitas ya que se encuentra dentro de un destino con gran afluencia turística en casi toda época del año, luego se tiene que un porcentaje muy bajo de turistas con un 8% nunca ha visitado las playas de la Provincia.

Pregunta 5.

¿Cuándo visita la provincia de Santa Elena viaja acompañado de?

Grafico 7 Generalmente Viaja



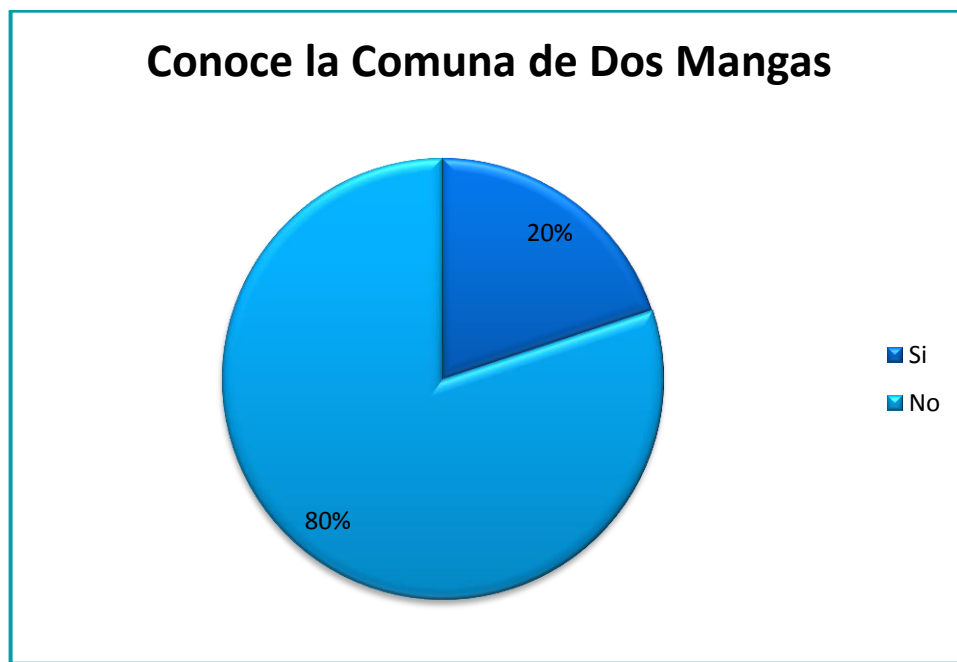
Elaboración Autoras

Las personas encuestadas revelan que el 44% viajan en compañía de amigos posteriormente 33% viaja en familia, el 12% viajan en pareja, el 8 % nunca ha viajado a la Provincia de Santa Elena y para concluir el 3% viaja solo. Con esto se demuestra que los turistas eligen viajar siempre en compañía, por lo que la promoción de la Comuna se enfocara en el turismo grupal.

Pregunta 6.

¿Ha visitado o ha escuchado sobre la comuna de Dos Mangas? si la respuesta es sí siga a la siguiente pregunta si es no pase a la pregunta 9

Grafico 8 Conoce la Comuna de Dos Mangas



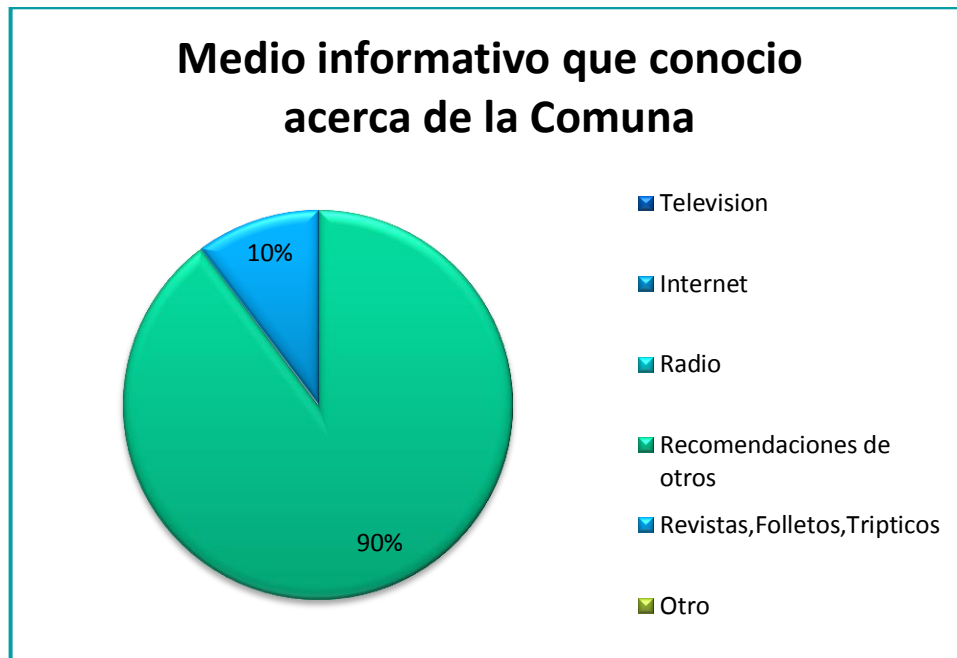
Elaboración Autoras

En el grafico se observa que el 80% de las personas aseguran no conocer la Comuna de Dos Mangas y el 20% afirma haberla escuchado o conocido aunque se encuentra en una zona muy concurrida por los turistas pocos tienen conocimiento de ella.

Pregunta 7.

¿Porque medio informativo conoció a cerca de la comuna de Dos Mangas?

Grafico 9 Referencia de la Comuna de Dos Mangas



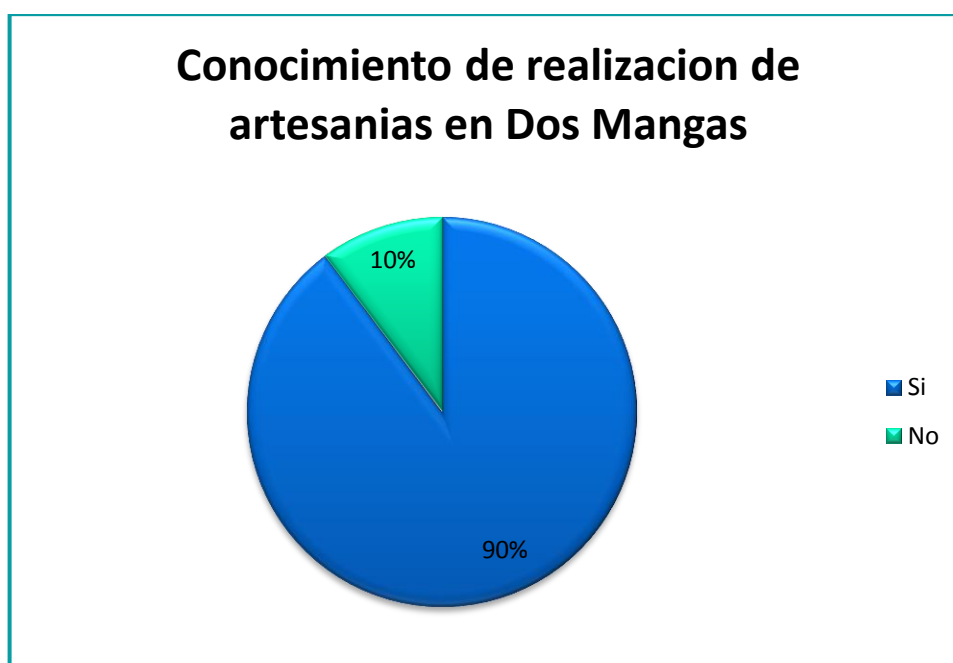
Elaboración Autoras

De las personas que afirmaron conocer la Comuna de Dos Mangas el 90% informo que conoció la comuna por recomendación de otros y el 10% mediante revistas, folletos y trípticos. Por lo tanto es importante el servicio de calidad que debe tener el proyecto, ya que la mayoría de los visitantes van por recomendación que por la publicidad en sí.

Pregunta 8.

¿Tiene usted conocimiento que en la comuna de Dos Mangas se realizan artesanías a base de tagua y sombreros de paja toquilla?

Grafico 10 Realización de Artesanías



Elaboración Autoras

Según las personas que afirmaron conocer la Comuna de Dos Mangas el 10% tienen conocimiento sobre los trabajos de artesanías que se realizan y el 90% desconocer totalmente sobre las labores artesanales que se producen en el lugar.

Pregunta 9.

¿Ha escuchado o ha leído sobre alguna publicidad que promocioe los atractivos turísticos de la Comuna de Dos Mangas?

Grafico 11 Medios de Promoción



Elaboración Autoras

En el grafico se refleja que el 90% de los encuestados no tiene conocimiento alguno de medio que promocionen la Comuna, seguido del 10% que si han escuchado sobre alguna publicidad que promocioe la misma. Esto resulta favorable para el proyecto ya que muy pocas personas tienen conocimiento de los atractivos que posee Dos Mangas.

Pregunta 10.

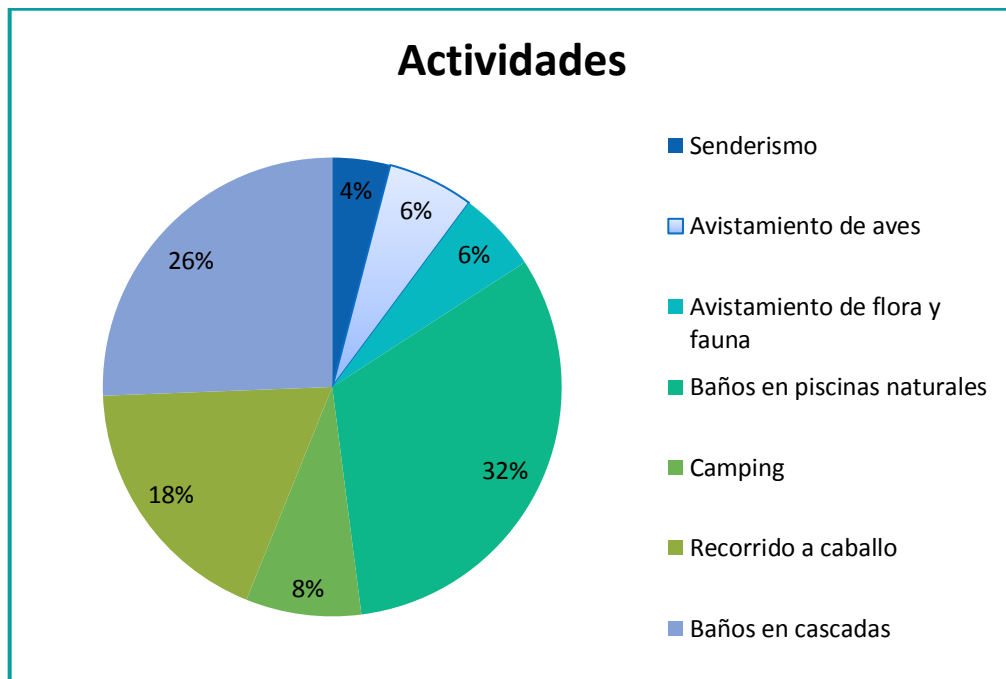
¿Le parecería interesante conocer atractivos culturales en un lugar cercano a la playa en la Provincia de Santa Elena?

El 100% de los encuestados mostraron interés sobre conocer atractivos culturales en la cercanía de la playa con esto se demuestra que el proyecto tendría una gran aceptación por parte de los turista.

Pregunta 11.

¿Qué actividad le gustaría realizar si visitar a este lugar la Comuna de Dos Mangas?

Grafico 12 Actividades



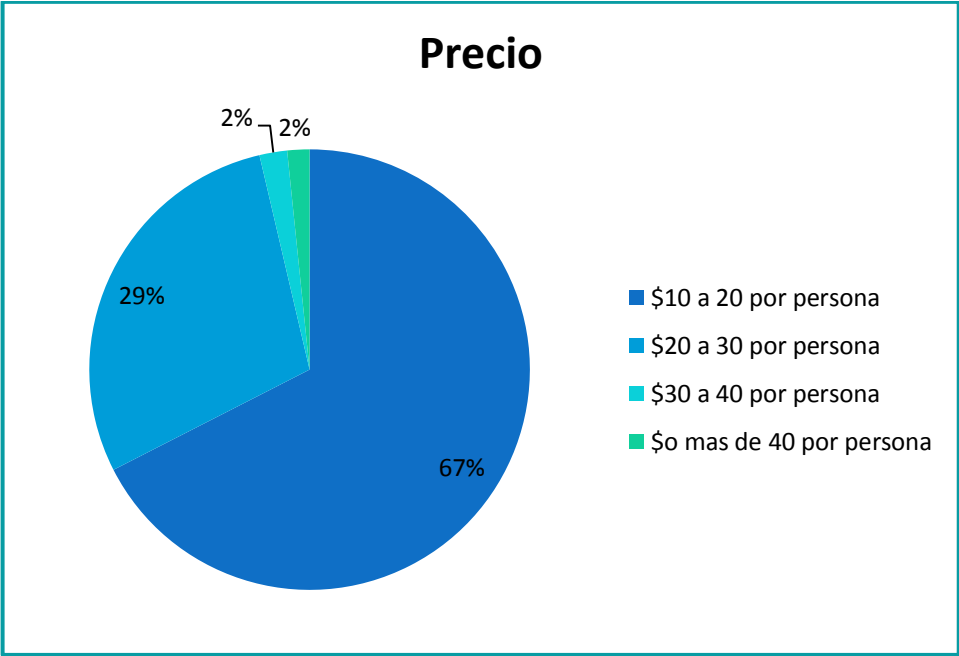
Elaboración Autoras

Se puede observar en el grafico las actividades de interés que los turistas realizarían. Entre ellas están baños en piscinas naturales con un 32%, baños en cascadas con el 26% y el recorrido a caballo muestra un 18% y las de menor acogida son camping que indica un 8% seguido de avistamiento de ave, flora y fauna que representa el 6% y finalmente senderismo con 8%.

Pregunta 12.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al realizar actividades ecoturísticas con el acompañamiento de un guía?

Grafico 13 Precio



Elaboración Autoras

De acuerdo con los encuestados se puede apreciar que un 67% está de acuerdo en pagar entre 10 a 20 dólares por realizar actividades ecoturísticas con las que cuenta la Comuna de Dos Manga, el 29% están dispuestos a pagar de 20 a 30 dólares y solo un 2% pagaría de 30 a más de 40 dólares.

3.1.7 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La información obtenida por medio de las encuestas y entrevistas se puede concluir que el destino al cual se va a promocionar es de gran interés para los encuestados ya que se encuentra dentro de una zona costera donde a pocos minutos de la playa se puede disfrutar de bosques con una gran variedad de flora y fauna, senderos, cascadas y piscinas naturales.

Dentro de las encuestas se concluye

- la mayoría de los encuestados han visitado la Provincia de Santa Elena más de 2 veces y lo han hecho en compañía de varias personas también revelaron que el medio de información más usado para conocer de su próximo destino al momento de viajar es el internet y la recomendación de otros.
- consideran estar dispuesto a conocer atractivos culturales en un lugar cerca de la playa y realizar actividades ecoturísticas con la compañía de un guía. las actividades de interés para realizar en la Comuna son los baños en las piscinas naturales, la cascadas y recorridos a caballo y concluyen estar dispuestos a pagar entre 10 a 20 dólares por realizar actividades ecoturísticas en la Comuna.

Recomendaciones

- Se recomiendan promocionar la Comuna a través de sitios web y redes sociales e implementar la calidad a los servicios turístico ya que el 90% de los encuestados que dijeron conocer la Comuna de Dos Mangas lo hicieron por recomendaciones de otros.
- capacitar a los pobladores para mejorar la atención a los visitantes y la difusión de los atractivos que posee la comuna en lugares estratégicos de Guayaquil y de la Provincia de Santa Elena.

CAPITULO 4







4.1 ANALISIS DEL ENTORNO PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNA DE DOS MANGAS

4.1.1 MATRIZ PETA

La metodología PETA (política, económica, tecnológica, social y ambiental), se basa en un análisis de las fuerzas impulsoras y desaceleradoras. En este caso orientado a la actividad turística nacional con énfasis en la comuna de Dos Mangas y provincia Santa Elena.

Mediante la colocación de fuerzas, se le asigna un color para tomar en cuenta las mismas dentro del análisis. Con el siguiente significado:

Tabla 4 Significado de los Colores del PETA

SIGNIFICADO	Favorable Alta	Favorable Media	Favorable Baja	Desfavorable Alta	Desfavorable Media	Desfavorable Baja
COLORES						

POLITICO	ECONOMICO	TECNOLOGICO	SOCIAL	AMBIENTAL
Políticas de estado a favor del turismo.	Sistema financiero más solvente para proteger el dinero de los ciudadanos	Proliferación de uso de teléfonos celulares en el país para facilitar la circulación del dinero electrónico.	Según el Ministerio de Turismo los empleo directos registrado en la industria turística se incrementa en el 34% durante el periodo 2007-2011, al aumenta de 75.198 a 101.329.	Medidas con el medio ambiente a nivel del país.
Cambio cada dos años de los presidentes de las comunas	El aumento del PIB en un 5% en el 2014 en el Ecuador.	La comunidad no tiene acceso a la tecnología.	No hay servicio de alcantarillado ni agua potable en la comuna de Dos Mangas.	Desarrollo de medidas para el mejoramiento ecológico
Desarrollo para la mejora en el área turística a nivel mundial	El ingreso de divisar por concepto de turismo en la balanza de pago	El avance tecnológico permite que el país ingrese nuevos mercado sin barreras de idioma,	Actualmente el gobierno está fomentando la inclusión de las mujeres y	Capacitaciones de prevención desastre y fenómenos naturales a nivel

Las leyes del Ecuador promueven el respeto por la diversidad de las etnias y culturas que existen en el país	de viaje y transporte de pasajeros ascendió a 1.251 millones durante el año 2013 lo que representa un 21% en comparaciones del año 2012 (Ministerio Turismo)	cultura y geografía para promocionar el país.	jóvenes a las actividades turísticas.	nacional.
La constitución estipula proteger a la Pachamama o la naturaleza otorgándole el derecho a todas las personas a respetarla y protegerla	Actualmente el turismo está ubicado en la cuarta posición económica según el registro de ingreso de divisa por exportación principales del país	Que el uso de la nueva tecnología ayuda a realizar promocionar sin incurrir a mayores gastos.	El Ministerio de Turismo informa que en el mes de julio fue 904.249, que representa el incrementa un 14% a diferencia del año anterior.	El programa verde a nivel de ciudades.
			Actualmente el gobierno ayuda acceder a	Ruido por la nueva carreta puede asustar a

			crédito para desarrollar actividades turísticas mediante las instituciones financieras.	los animales.
			Carretera nueva asfaltada que pasa al pie de la comunidad.	
			El Ministerio de Turismo emprendió un programa de capacitación en competencia laboral para la excelencia turística.	

4.1.2 ANÁLISIS Y CONCLUSION DEL ESTUDIO PETA

A simple vista se puede notar que el proyecto tiene un ambiente externo favorable para el desarrollo. Sin embargo tiene que fortalecer las capacidades internas de los prestadores de servicios turísticos de Dos Mangas.

- por lo que la comuna no tiene guías especializados en otro idioma a parte del español.
- tampoco cuentan con alcantarillado.
- la planta turística es deficiente para brindar un mejor servicio a los turistas.
- la promoción de sus atractivos es escasa.
- la construcción de la nueva carretera puede causar un impacto ambiental en la comuna.

4.1.3 RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO PETA

- Mejorar el acceso a redes sociales e internet en la comuna.
- Mediante convenio las universidades faciliten a sus estudiantes de turismo como pasantes para que capaciten a los comuneros en el habla inglesa.
- las entidades gubernamentales de la provincia ayuden a implementar el servicio de alcantarillado y apoyen a la promoción del lugar.
- capacitar a la comunidad en cuanto al manejo de desechos y reciclaje.
- Mejora en la manipulación de alimentos.

4.1.4 FODA

	FORTALEZA
F1	Cuenta con una variedad de atractivos turísticos
F2	La afluencia turística que tiene la zona cercana
F3	Elaboran los trabajos artesanales en la misma comunidad
F4	Variedades de especies endémicas de la zona
F5	Un turismo ecológico, que diversifica la oferta de la zona
F6	Trabajo en equipo con la comunidad
	DEBILIDADES
D1	Falta de promoción del lugar
D2	No cuenta con facilidad de acceso hacia la comunidad
D3	Falta de explotación ecológica, ambiental y turística
D4	Señalización y facilidades deficientes para realizar la actividad.
D5	Ausencia de planta turística apropiada
D6	No tiene establecido una capacidad de carga en la zona
D7	No cuenta con alojamientos para los turista

D8	No hay sistemas de primeros auxilios
D9	No hay sistemas de recolección de basura PETSAs
	OPORTUNIDAD
O1	EL Apoyo de la prefectura de Santa Elena y el ministerio de turismo y la alcaldía de la Santa Elena
O2	Existen planes de capacitación para la comunidad
O3	La producción artesanal que se encuentra en la zona
O4	Diferentes actividades que se realizan en la zona
O5	Realización de deportes extremos en la comuna
O6	Producción de diferentes variedades de orquídeas, bromelias
O7	Creación de Nueva carretera que va al cantón Pedro Carbo
O8	Producción de paja toquilla y tagua
	AMENAZAS
A1	Falta de señalética para llegar a la comuna
A2	Organización de la comunidad
A3	Fenómenos naturales
A4	La carretera en mal estado en época de invierno
A5	Inseguridad en el sendero

4.1.5 PRESUPUESTO DE PROGRAMAS A IMPLEMENTAR

SISTEMA DEL FODA 2014- 2015				AÑOS			
			PROGRAMAS A IMPLEMENTAR	ENTIDAD DE APOYO	1	2	3
O1	F6	D1 - D3	Generar alianzas con los operadores y alojamientos de la zona para que vendan por comisión los paquetes a la comuna	PROYECTO	500,00	1.000,00	
	D10	F4	Trabajar un plan para mitigar la basura y preservar el ambiente	MINISTERIO DEL AMBIENTE			
O2	D10		Solicitar capacitaciones para reciclaje y manejo de basura	MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MINISTERIO DE EDUCACIÓN			
O8	F3		Diseñar artesanía modelo para la venta en la comunidad	ASOCIACION DELOS ARTESANOS	500.00		
O6	F4		Ingresar a la web de Ecuador el país de las orquídeas		500,00		

O5	F1		Capacitación para generar y operar productos de turismo de aventura	MINISTERIO DE EDUCACION	400,00		
A4			Generar plan de emergencia y contingencia junto con SNGR	MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS			2000.00
A4-5-6		O1	Solicitar mejora de vías de accesos hacia la comuna	MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES		2.000,00	
O1	A1	A5	Solicitar señalización para el acceso a los senderos	MINISTERIO DE TURISMO		6.000,00	
F6	F7	O7	Buscar las oportunidades para implementar desarrollo turísticos de la comunidad	MINISTERIO DE EDUCACION	500,00		
A6	O5	A6	Mantener en buen estado el lugar para facilidad del turista	MUNICIPIO DE SANTA ELENA	500,00		
F2	O1		Programa de levantamiento de estadísticas				
F7	O4		Se necesita hospederías en buen estado para los turista que realizaran algún deporte en el área	PROYECTO	1.500,00		

O1	A5	O2	Plan de capacitación y socialización de la comunidad	MINISTERIO DE EDUCACION, MINISTERIO DE SLUD Y MEDIO AMBIENTE	2.000,00		
F1	D3	A6	Capacitación en la comunidad en varios aspecto	MINISTERIO DE EDUCACION	1.000,00		
O6	O5	A6	Oportunidad para desarrollar varias áreas con la seguridad en la zona	PROYECTO			2000.00
A1	F7		Desarrollo de actividades para los interesados en los deportes de aventura	PROYECTO			1500.00
D5	D1		Mejorar las carretera de Manglaralto y Dos mangas		5.000,00		
F7	O2		Programa de mejora en los senderos	MUNICIPIO DE SANTA ELENA	2.000,00		
				TOTAL POR AÑO	13.900,00	9.000,00	5.500,00

CAPITULO 5

5.1 PROPUESTA DE PROMOCIÓN PARA LA COMUNA DE DOS MANGAS

5.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta del proyecto se basa en la promoción y difusión de los atractivos turísticos de la Comuna de Dos Mangas ya que mediante estos se busca el primer acercamiento entre el destino y los visitantes con la finalidad de aumentar la afluencia de los turistas al destino proponiendo una buena experiencia de viaje. La aplicación de esta propuesta busca crear beneficio económico para los comuneros mejorando la calidad de vida e involucrándolos en las actividades turísticas.

El desarrollo turístico de la Comuna será consecuencia de estrategias de marketing y publicidad que se implementaran para dar a conocer a Dos Mangas como un lugar ideal y agradable para visitar en toda época del año.

Los atractivos a explotar de la Comuna son:

Senderos las cascadas

Se encuentra dentro del bosque húmedo tropical su longitud es de 4.352m el tiempo que dura el recorrido es de 5 horas y 30 minutos, durante el recorrido se puede realizar las siguientes actividades observación de flora y fauna. Entre la fauna se encuentran aves y mamíferos como Pájaro Brujo, Tucanes, Lechuza, Tangaras, Caballo, Venados, Guanta y la flora se encuentran Paja Toquilla, Caña Guadua, Fernán Sanchez,

Heliconias, Guayacán. El recorrido se lo puede realizar pie o a caballo Los horarios de visitas son de las 8:00 a 13:00 (Suarez, Senderos Las Cascadas y Las Posas, 2014)

Senderos las pozas

Al igual que el sendero de las cascadas su bosque es húmedo tropical el nombre se debe a las variedades de pozas formadas de forma natural la longitud con la cuenta el sendero es de 3.800m el tiempo de recorrido es de 4 horas y 30 minutos y durante el recorrido se pueden realizar las actividades de observación de aves, flora, fauna y tomar fotografías. El recorrido se lo puede realizar a pie y a caballo y los horarios de apertura son de 8:00 a 13:00 (Suarez, Senderos Las Cascadas y Las Posas, 2014)

5.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

5.2.1 OBJETIVO GENERAL

Incentivar la afluencia turística a la Comuna de Dos Mangas a través de la explotación de los atractivos y las actividades que se pueden realizar en la misma.

5.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear estrategias de posicionamiento mediante la creación de una marca
- Elaborar estrategias de marketing para la promoción turística y dar a conocer los atractivos.
- Realizar un presupuesto sobre la aplicación de la promoción.

5.2.3 BENEFICIOS

Beneficios para la Comuna

- beneficiar a la economía de la Comuna por medio de los ingresos que reciben por las diversas actividades turísticas que se desarrollan.
- fomentar el desarrollo turístico de la Comuna de Dos Mangas
- conseguir el mejoramiento de las infraestructuras por parte de las entidades Gubernamentales.
- los comuneros se benefician directamente con la creación de nuevas plazas de trabajo.

Beneficios para los turistas

- tendrán una nueva opción para visitar dentro de la oferta turística del país.
- podrán estar en contacto directo con la naturaleza disfrutando de los atractivos y sus diversas actividades.
- aprenderán de las culturas, tradiciones y costumbres de los comuneros
- los turistas extranjeros disfrutaran de la biodiversidad que envuelve la Comuna

5.3 PLAN DE MARKETING

5.3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

En base a la realización de las encuestas la mayoría de la personas informaron no conocen la Comuna de Dos Mangas pero se quedaron con la expectativa de visitar el lugar ya que les parece interesante la existencia de un lugar con las características de la comuna en las cercanías de las playas de la Provincia de Santa Elena. Por lo tanto se invitó a conocer y a disfrutar de las bondades de la naturaleza con las que cuenta Dos Mangas.

5.4 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA MARCA

Se propone cambiar el logo que actualmente está utilizando la Comuna de Dos Mangas debido a que este no muestra nada de lo que se encuentra en la Comuna y los turistas no tienen ningún tipo de familiaridad con el mismo.

Por lo tanto se procedió a diseñar un logo que le de identidad a la Comuna y que represente los atractivos que la rodean. El cual contara con el nombre de Dos Mangas Para que los visitantes la asocien con el diseño y reconozcan a donde están ubicados estos atractivos. Y contara también con un slogan que será “sorpréndete con la naturaleza y vive la aventura” debido a que este lugar se encuentra rodeado de naturaleza, flora y fauna lo cual se quiere dar a conocer y transmitir a través del slogan.

Ilustración 8 Propuesta del Logo Representativo de la Comuna



Elaboración: Ronald Quezada

5.5 MARKETING MIX

5.5.1 PRODUCTO

Los atractivos que ofrece la Comuna de Dos Mangas son el senderos de Las Pozas y el sendero de las Cascadas, que hacen de este un destino natural, ecoturístico y de aventura donde los turistas pueden estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de una gran variedad de fauna siendo de este lugar un nicho ecológico y de hábitat para diferentes especies. Actualmente en la Comuna se conserva las tradiciones y costumbres por lo tanto eso es lo que los comuneros quieren transmitir a los turistas al momento de visitar el lugar.

5.5.2 PRECIO

La determinación de los precios de los recorridos fue ejecutada de acuerdo a las tarifas que se manejan en la comuna y a los resultados de las encuestas puesto que el 67% estarían dispuestos a pagar hasta 20 dólares por realizar actividades ecoturísticas.

El gasto promedio de una persona que haga el recorrido caminando es de \$ 17,00 y si lo hace a lomo de caballo es de \$ 25,00 el precio varía dependiendo como el turista decide realizar el recorrido a pie o en caballo. Los costos fijos son el precio de los Guías ya que este será siempre de \$ 15 dólares independientemente si el recorrido lo hace una persona o un grupo de personas.

Tabla 5 Precio de Recorrido Caminata

Servicios	Costos por persona
Registro Adulto	\$ 2,00
Registro Niños	\$ 1,00
Guía	\$ 15,00
Alquiler Botas	\$ 0,50

Fuente: Comuna Dos Mangas

Elaboración: Autoras

Tabla 6 Precio Recorrido Cabalgata

servicios	Costos por persona
Registro Adulto	\$ 2,00
Registro Niño	\$1,00
Guía	\$ 15,00
Alquiler Botas	\$ 0,50
Alquiler de caballo	\$ 8,00

Fuente: Comuna Dos Mangas

Elaboración: Autoras

5.5.3 PLAZA

La forma de comercialización de la Comuna será mediante los canales de distribución directa e intermediario.

En el canal de distribución intermediario será mediante la asistencia de agencias de viaje, hoteles, operadoras turísticas (fam trip y press trip) en la ciudad de Guayaquil y de la Provincia de Santa Elena puesto que en estos lugares se concentran la mayor parte de los visitantes potenciales

Mientras que el canal de distribución directo será contactándose directamente con la Comuna mediante internet y por contacto telefónica donde también se encontrara una parte de los clientes.

Para la Comuna el canal de distribución más importante es el marketing boca a boca en el cual los turistas recomiendan la grata experiencia que vivieron al momento de visitar la Comuna.

5.5.4 PROMOCION

La promoción consta en dar información al mercado objetivo sobre de los atractivos turísticos para incentivar a los turistas a que visiten la Comuna de Dos Mangas.

Las estrategias de promoción que se proponen son las siguientes:

- Publicidad a través de sitios web y redes sociales

Se creara una página web donde contara con imágenes, videos e información de la Comuna y número de contactos para que los visitantes obtengan información directa sobre los recorridos a los senderos, horarios de atención y precios. También se propone

crear una cuenta de Facebook, twitter donde se harán varias menciones al día incluyendo fotografías de los atractivos y link de videos sobre la elaboración de artesanías.

Tabla 7 Precio Página Web

Publicidad en internet	Precio
Diseño página web	\$2,000
Traducción Inglés-Español	\$400,00
Subtotal	\$2400,00
12% IVA	\$288,00
Total	\$2.688,00

Fuente: Ronald Quezada

Elaboración: Autoras

- Publicidad mediante prensa escrita

Se propondrá la publicidad de la prensa escrita a través de la Revista que circula todos los domingos del Diario El Universo debido a que tiene acogida a nivel nacional, está dirigida a jóvenes, madre y padres de familia cuenta con una sección de turismo donde cada semana se realizan reportajes sobre lugares turísticos y es aquí donde se da a conocer las nuevas opciones que los turistas tiene para visitar el país. También contara con una publicidad en la sección Vida & Estilo del mismo Diario donde se mostrara el conjunto de actividades y atractivos que se pueden visitar y realizar en la Comuna.

Tabla 8 Precio Medios Escritos

Publicidad escrita	Ubicación	Medidas	Precio
Revistas Diario el Universo	Toda la pagina	22,89cm ancho x 27 cm alto	\$3.796,00
Diario el Universo	Quinto página de ancho	19,6cm ancho x 16,89 cm alto	\$2.279,00
Subtotal			\$6.075,00
12% IVA			\$729.00
Total			\$6,804.00

Fuente: Diario "El Universo"

Elaboración: Autoras

- Publicidad por medio de souvenir, trípticos, volantes

Se propone la distribución de carteles tamaño A3 con fotos de los senderos e información de contactos, estos serán repartidos en las principales tiendas comerciales de la Provincia de Santa Elena y en los buses interprovinciales que salen de la ciudad de Guayaquil. También serán entregados volantes y trípticos a través de los departamentos de turismo, hoteles, agencias de viaje, operadoras turísticas para de esta manera llegar al mercado objetivo y obtener un mayor alcance sobre la publicidad de la comuna. En ellos se podrá encontrar información completa como: fotografías del lugar, dirección, página web, teléfonos etc. la información en los trípticos se la colocara en ambos lados. También se facilitara a las operadoras turísticas de la Comuna de Montañita y el cantón Puerto López trípticos, volantes y souvenirs (pulseras, llaveros, plumas) para que los entreguen a los turistas que transiten por esos lugares promocionando así los atractivos de la Comuna.

5.6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Se presenta el presupuesto de la propuesta para la promoción de la Comuna de Dos Mangas, Provincia de Santa Elena como alternativa de desarrollo turístico local.

5.7 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 9 Inversión Inicial del Proyecto

Gastos	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Alimentación			
Desayunos	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Almuerzo	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Transporte			
Gasolina	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Equipos de oficina			
Lápiz	3	\$ 0,20	\$ 0,60
Resma hojas	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Bolígrafos	3	\$ 0,35	\$ 1,05
Cartuchos tinta	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Equipos de computo			
Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Copias	246	\$ 0,03	\$ 7,38
Pendrive	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Diseño del logo	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Imprevistos			\$ 100,00
Total inversión inicial			\$ 284,03

Elaborado: Autoras

Tabla 10 Presupuesto de la Investigación

Rubro	Total
Investigadora	\$ 1.300,00
Encuestadora	\$ 100,00
Total honorarios profesionales	\$ 1.400,00

Elaborado: Autoras

Tabla 11 Presupuesto de Publicidad

Descripción	cantidad	Costo unitario	Total
Publicidad internet			
Página web	1	\$ 2.688,00	\$ 2.688,00
Facebook- twitter	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Medios escritos			
Publicidad prensa	2		\$ 6.804,00
Medios Impresos			
Volantes	500	\$ 0,50	\$ 250,00
Trípticos	500	\$ 0,50	\$ 250,00
Carteles	200	\$ 1,00	\$ 200,00
Souvenirs	500	\$ 0,60	\$ 300,00
Total publicidad			\$ 10.692

Elaborado: Autoras

Tabla 12 Presupuesto Total de Promoción

Presupuestos	
Total presupuesto de honorarios profesionales	\$ 1.400,00
Total presupuesto de publicidad	\$ 10.692,00
Total propuesta de promoción Turística	\$ 12.092,00

Elaborado: Autoras

Aplicar el plan de marketing cuesta \$12.092,00 con una inversión inicial de \$284,03. En la actualidad en base a las encuestas realizadas el 20% de las personas han ido a la comuna de Dos Mangas por lo tanto con la propuesta de promoción se estima que el número de personas aumente cada año y pase a ser de un 20% a un 60% ya que el 100% de los encuestados en otra pregunta informaron que les parecería interesante conocer atractivos culturales en un lugar cercano a la playa

5.8 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS POR LA INICIATIVA TURÍSTICA DE LA COMUNA

Este análisis tiene por como fin identificar los posibles impactos ambientales que generara la realización de este proyecto a través de las diferentes actividades que se efectuaran dentro de las Comuna de Dos Mangas.

5.8.1 IMPACTO AMBIENTAL

Es de gran importancia tomar en cuenta la sobre carga de los turistas al momento de visitar la Comuna esto puede causar problemas en los atractivos puesto que los visitantes pueden arrojar basura y contaminar el lugar, por lo tanto se recomienda ubicar depósitos de basura a lo largo del recorridos de los senderos tomando en cuenta también el posible deterioro del entorno por parte del exceso de turistas que pueden destruir la vegetación. Se tomara medidas preventivas para que el impacto ambiental sea mínimo ya que lo que busca el proyecto es el desarrollo del turismo sostenible.

5.8.2 IMPACTO ECONOMICO

Se ha demostrado que el turismo actualmente en el país es una fuente importante del desarrollo económico, generando fuente de empleos para los pobladores y comunidades en general, por otro lado los empleos generados por el turismo son estacionales funcionan por temporadas y eso hace que los empleos sean inestables por lo tanto lo que se quiere lograr en la comuna es la afluencia turística durante todo el año para así generar ingresos y sea de gran ayuda para el desarrollo económico de la misma.

5.8.3 ANÁLISIS SOCIAL Y CULTURAL

La industria del turismo ayuda al intercambio cultural entre visitante y habitantes, de un modo equitativo en el que ambos se benefician, pero existe el riesgo de que los habitantes adopten o modifiquen sus conductas por influencia de los turistas, cambiando sus costumbres y tradiciones. También puede existir la pérdida de la realización de actividades tradicionales tales como la pesca, ganadería, agricultura haciendo totalmente a la población dependiente del turismo, debido a que esta actividad llama más la atención de los pobladores, o venta de terrenos para inversión en infraestructura hotelera, urbanización, bares, restaurantes, tiendas comenzando a surgir la dependencia del dinero sin importar el impacto o daño que se puede causar al lugar. Se comienza a comercializar productos extranjeros para satisfacer a la demanda extranjera dejando de lado los productos locales.

En conclusión llevando una correcta gestión de estos posibles impactos se lograra un desarrollo turístico sin afectar a las culturas y tradiciones de la población y respetando el medio ambiente ya que es de gran ayuda para los habitantes de la Comuna infundado un turismo sostenible para las próximas generaciones.

CONCLUSIONES

Luego de realizar la investigación y el análisis de los atractivos potenciales que tiene la Comuna de Dos Mangas ubicada en la provincia de Santa Elena se procede a concluir lo siguiente:

Dos Mangas es una Comuna con un gran potencial turístico pero aún no ha sido promocionado de manera adecuada.

Los recursos turísticos con los que cuenta la Comuna se encuentran en buen estado y los comuneros en general cooperan mucho con el cuidado de los atractivos y la preservación del bosque.

Al momento de realizar las encuestas un alto porcentaje dijo no conocer la Comuna por lo tanto la afluencia turística de la misma es muy baja tanto de turistas nacionales como extranjeros.

Con respecto a las actividades económicas a las que se dedican los comuneros es a la agricultura, ganadería, guianza turística y a la elaboración de artesanías a base de tagua y paja toquilla.

Acerca de las entrevistas realizadas a los habitantes y al jefe de guía de la Comuna de Dos Mangas todos están plenamente de acuerdo con la promoción y difusión de los atractivos ya que mucho de ellos desean crear sus propios negocios y aumentar los servicios turísticos estando dispuestos a recibir capacitación para elevar los estándares de calidad y de higiene debido a que los lugares que brindan el servicio de alimentación a los turistas esta colocados de manera imprevista y rustica.

La Comuna de Dos Mangas es un destino no explotado totalmente dado a que se puede implementar más actividades para los turistas tales como el ciclismo de montaña, deportes de aventura y observaciones de asentamientos arqueológicas de la cultura Valdivia, Chorrera y Guangala ya que 2 km más adentro de la comuna está ubicado un lugar llamado buen suceso y es donde actualmente se han encontrado los restos arqueológicos.

Es importante destacar el interés de los comuneros por recibir capacitación para brindar un óptimo servicio de calidad a los turistas y de esta manera cumplir con todas las expectativas de los visitantes y hacer de la visita una experiencia agradable y un pronto regreso.

RECOMENDACIONES

- Es necesario poner en marcha el plan de promoción para aumentar el desarrollo turístico de la comuna y fomentar la afluencia de los turistas.
- implementar señalizaciones de los senderos debido a que las que encuentran actualmente se están en deterioro.
- mejorar la planta turística que brinde todos los servicios turísticos complementarios a los visitantes por lo tanto se requiere ayuda de las entidades municipales y turísticas de la provincia.
- se recomienda colocar y promocionar la Comuna como uno de los destinos turísticos que se encuentran dentro de la ruta del spondylus.
- capacitación a los comuneros sobre primeros auxilios, idioma extranjero, manipulación de alimentos y otras herramientas que sirvan de ayuda para brindar un buen servicio a los turistas.
- contribuir con el medio ambiente implementando tachos de basuras reciclaje en los senderos.
- llevar un estricto control sobre el ingreso de los alimentos a las cascadas y a las pozas para evitar la llegada de plagas y la contaminación de los atractivos.
- concientizar a las generaciones futuras para que mantengan la conservación del bosque y contribuyan con el desarrollo turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- AMA. (JULIO de 2013). *Asociación Americana de Marketing*. Obtenido de <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- ANDES. (19 de 09 de 2013). *Andes Agencia publicitaria de noticias del Ecuador y Suramerica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/turismo/gobierno-ecuador-apuesta-serio-desarrollo-turistico-cuadruplica-presupuesto-ese-sector.html>
- Ardua, I. R. (2006). *Principios y Estrategias del Marketing*. Barcelona: Editorial UOC.
- Arjona, C. L. (2009). *Marketing y Gestion de la Calidad Turistica*. Madrid: Libert Factory.
- Ballesteros, E. R., & Solis Carrion, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Bonta, P., & Faber, M. (2002). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. Bogota: Norma.
- Calero, J. L. (Septiembre de 2012). *Revista Ecuador a Colores*. Obtenido de Revista digital internacional de Turismo y Eventos: <http://www.ecuadoracolors.com/index.html>
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de Turismo Teoria, Clasificacion y Actividad*. San Jose: Universidad Estatal a Distancia.
- Comuna De Dos Mangas*. (s.f.). Obtenido de <http://dosmangas.ueuo.com/>
- Dos Mangas*. (s.f.). Obtenido de <http://dosmangas.ueuo.com/>
- Ecuador, G. d. (18 de Noviembre de 2009). *El Ciudadano*. Obtenido de http://elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7681:ministerio-de-turismo-inauguro-obras-por-250-mil-dolares-en-la-provincia-de-santa-elena&catid=1:archivo&Itemid=103
- Enrique Bigné Alcañiz, X. F. (2000). *Marketing de Destinos Turisticos Analisis Y Estrategias de Desarrollo*. Madrid : Esic.

- FEPTCE. (11 de Septiembre de 2006). *Turismo Comunitario*. Obtenido de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
- Fidias, A. O. (2006). *El proyecto de Investigacion*. Caracas: Episteme.
- González Muñiz, R. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Hernández, C., & Maubert, C. A. (2009). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Huertas, A. (2014). *Marca Turistica*. Obtenido de <http://www.marcasturisticas.org/index.php/definiciones/109-marca-turistica-o-marca-de-destino>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turistico*. Madrid: Pearson Educacion S.A.
- kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. MEXICO: Pearson Educación.
- Marmol, P., & Ojeda, C. (2012). *Marketing Turistico*. Madrid: Parainfo.SA.
- Milio, I., & Cabo, M. (2000). *Comercialización productos servicios turísticos*. Madrid: Parainfo.
- Mincetur. (2013). *Producto Turistico*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- MINTUR. (01 de 12 de 2013). Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec/ministro-de-turismo-presento-evolucion-del-turismo-en-enlace-ciudadano-n-305/>
- MINTUR. (Abril de 2014). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

- MINTUR. (20 de 05 de 2014). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 26 de 05 de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/abril-registro-un-crecimiento-del-32-en-arriba-de-turistas-a-ecuador/>
- OMT. (2005-2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (s.f.). *Sustainable Development of Tourism*. Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos De Marketing* (octava ed.). Mexico: perason education.
- Ramirez, J. C. (2003). *Planificacion estrategica de Marketing xxi para destinos turisticos y empresas*. Mexico: Universidad Autonoma de Baja California.
- Saavedra, E., Duran, E., & Durandal, C. (2004). *Promocion Turistica*. La Paz: Edobol.
- Staton, W., Etzel, M., & walker, b. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mexiacana.
- Suarez, J. (18 de Mayo de 2014). Poblacion Dos Mangas. (Y. Tandazo, Entrevistador)
- Suarez, J. (27 de julio de 2014). Senderos Las Cascadas y Las Posas. (Y. Tandazo, Entrevistador)
- Torrejon, A. (13 de febrero de 2012). *Sectur*. Obtenido de [http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/uploads/Tesauro%20Turístico%20Argentino%20\(pdf\).pdf](http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/uploads/Tesauro%20Turístico%20Argentino%20(pdf).pdf)

ANEXOS

ANEXO A MODELO DE LA ENTREVISTA AL JEFE DE GUÍAS DE LA COMUNA



**Universidad Católica
De Santiago De Guayaquil
Facultad De Especialidades Empresariales
Carrera De Ingeniería En Administración De Empresas Turísticas Y Hoteleras**

1. ¿Cuáles son los atractivos más destacados de la comuna?
2. ¿Qué cree usted que le hace falta a la comuna de dos mangas para brindar atención optima a los turistas?
3. ¿La comuna de 2 mangas tiene algún plan de promoción?
4. ¿Cuántos guías nativos tiene la comuna de dos mangas?
5. ¿Cuáles son las fuentes primordiales de ingreso de la comuna de dos mangas?
6. ¿Con cuántos lugares de alojamiento y alimentación cuenta la comuna?
7. ¿Hace cuánto tiempo se dedican a la actividad turística?
8. ¿Cree usted que los comuneros estén de acuerdo que la comuna de dos mangas sea visitada por muchos turistas?

ANEXO B MODELO DE ENCUESTA



**Universidad Católica
De Santiago De Guayaquil
Facultad De Especialidades Empresariales
Carrera De Ingeniería En Administración De Empresas Turísticas Y Hoteleras**

EDAD
25 a 35 _____

SEXO F__ M__
RESIDENCIA _____

36 a 40 _____

41 a 45 _____

Propósito de a encuesta : Es detreminar el grado de aceptacion que se tiene del lugar en el cual se realiza la investigacion

1. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

Cultural _____ Sol Y Playa _____ Religioso _____
Rural _____ Ecológico _____ Otro (especifique) _____

2. ¿Cuándo va a salir de viaje por qué medio se informa de su destino?

Radio _____ Internet _____ Televisión _____
Periódicos, Revistas _____ blog _____ Referencia de un amigo o familiar _____

3. ¿Ha visitado usted la Provincia de Santa Elena?

Si _____

No _____

4. ¿En el último año cuantas veces ha visitado las playas de la Provincia de Santa Elena?

1 Vez ____

Más de 2 ____

2 Veces ____

5 ¿Cuándo visita la Provincia de Santa Elena viaja acompañado de?

En Familia ____

Con Amigos ____

Solo ____

Con Su Pareja ____

6. ¿Ha visitado o ha escuchado sobre la comuna de Dos Mangas? si la respuesta es sí siga a la siguiente pregunta si es no pase a la pregunta 9

Si ____

No ____

7. ¿Porque medio informativo conoció a cerca de la comuna de Dos Mangas?

Televisión ____

Internet ____

Radio ____

Recomendación De Otros ____

Revistas, Folletos, Trípticos ____

Otros ____

8. ¿Tiene usted conocimiento que en la comuna de Dos Mangas se realizan artesanías a base de tagua y sombreros de paja toquilla?

Si ____

No ____

9. ¿Ha escuchado o ha leído sobre alguna publicidad que promocióne los atractivos turísticos de la Comuna de Dos Mangas?

Si ____

No ____

10. ¿Le parecería interesante conocer atractivos culturales en un lugar cercano a la playa en la Provincia de Santa Elena?

Si ____

No ____

11. ¿Qué actividad le gustaría realizar si visitar a este lugar la Comuna de Dos Mangas?

Senderismo ____

Recorrido A Caballo ____

Avistamiento De Aves ____

Baños En Cascadas ____

Avistamiento De Flora Y Fauna ____

Baños En Piscinas Naturales ____

Camping ____

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al realizar actividades ecoturísticas con el acompañamiento de un guía?

\$10 A 20 Por Persona ____

\$30 A 40 Por Persona ____

\$20 A 30 Por Persona ____

\$ O Más De 40 Por Persona ____

ANEXO C ILUSTRACIONES

Ilustración 9 Señalización de la Comuna



Fuente: Propia

Ilustración 10 Mapa de los Senderos



Las Cascadas

1. Paja Toquilla
2. Caña Guadua
3. Fernan Sánchez
4. Heliconias
5. Guarumo
6. Guayacán
7. Figueroa
8. Paja Toquilla
9. Bosque Húmedo Tropical Occidental

Las Piscinas

1. Los Cerros
2. Palmito
3. Flora y Fauna
4. Gigantes de Sumpa
5. Voces en el Bosque

Fuente: Prefectura de Santa Elena

Ilustración 11 Centro de Interpretación



Fuente: Propia

Ilustración 12 Normativas para los Visitantes



Fuente: Propia

Ilustración 13 Cascadas



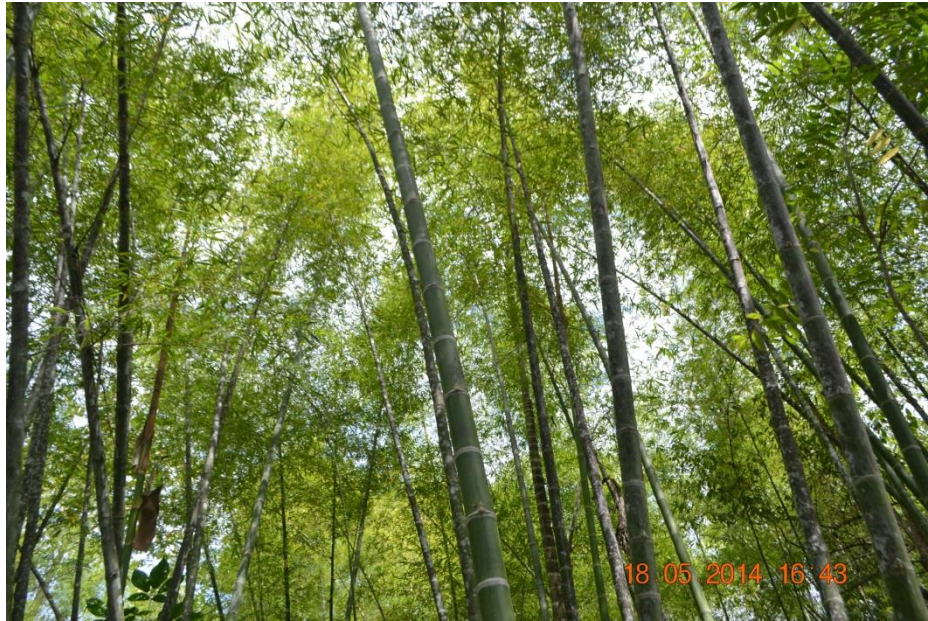
Fuente: Dos Mangas

Ilustración 14 Pozas Naturales



Fuente: Prefectura de Santa Elena

Ilustración 15 vegetación Paja Toquilla



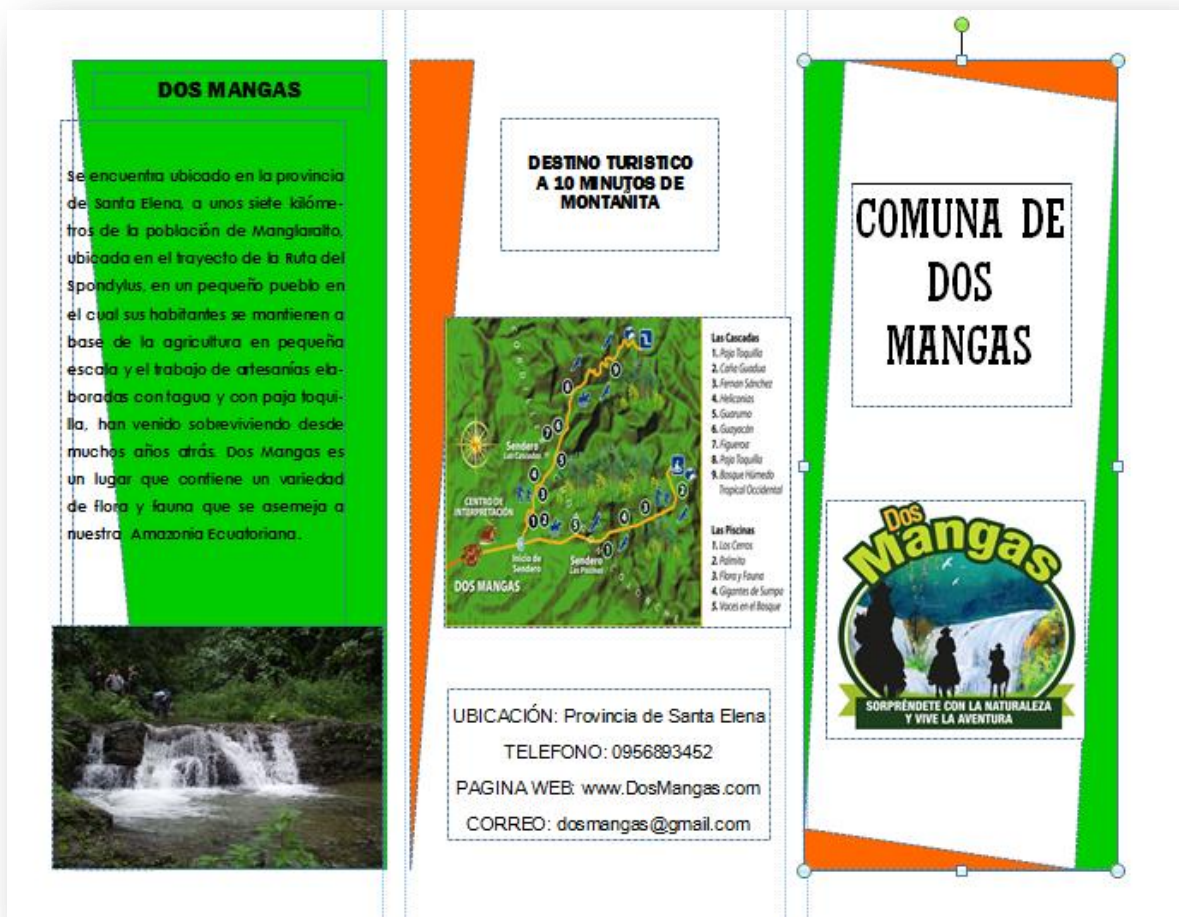
Fuente: Propia

Ilustración 16 Venta de Artesanías



Fuente: Propia

Ilustración 17 Tríptico Parte Delantera



Elaboración Ronald Quezada

Ilustración 18 Tríptico Parte Trasera

Dos Mangas

Contiene dos senderos uno se dirige hacia algunas cascadas, el otro hacia pozas de agua donde es posible bañarse. En la comuna se puede contratar un guía para que te dirija hacia los senderos.

Estructura: En la parte baja se aprecia vegetación arbustiva y de árboles bajos, semidensa sobre suelo rocoso y arcilloso. En zonas más altas la densidad de la vegetación aumenta y se encuentran árboles más altos, mayor presencia de plantas epifitas.

Flora:
Vitex gigantea (Pechiche),
Ceiba Trichistanara (Ceiba), *Ficus* sp. (Matapalo), *Triplaris Guayaquilensis* (Fernán Sánchez),
Urena bacifera (ortiga), *Tabebuia chrysanthajaca* (Guayaacán),
Cedro, Palo María, Jigua, Bromelias, Guarumo;

Fauna
Invertebrados:
Morpho peleides (mariposa morfo),
Macarobraquium sp (Camarón de agua dulce),
Acáridos Occidentales (Cangrejo);
Mamíferos:

Descripción del Paisaje: El bosque de Dos Mangas debe su nombre a la presencia de dos ríos (mangas): el río Grande y río Colín o Chico, que nacen en las montañas y se cruzan a lo largo de los dos senderos del bosque hasta encontrarse y formar el río



Dos Mangas, en la comuna del mismo nombre. Ofrece un paisaje de abundante vegetación donde se destacan especies arbustivas, florales y arbóreas entre quebradas, zonas escarpadas y planas. El sendero de La Cascada es de dificultad media, tiene una extensión de 5,2 km. y su atractivo principal es la cascada La Peligrosa (2 m.). En este sendero también existen pequeñas pozas. El sendero del Río Colín tiene una extensión de 3,8 km. y es

POZAS

de alta dificultad, por ser más empinado. Aquí se aprecian pozas y pequeñas caídas de agua, vista al mar y cultivos agrícolas tradicionales.

Comprende zonas de Bosque tropical seco y Bosque tropical húmedo, la flora y faunas son características de la Cordillera Changón-Colonche.

Diversidad de Epifitas: Bromelias pico de loro, Orquídeas vainilla, Orquídea peinetas.



Elaboración Ronald Quezada