



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

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

TÍTULO:

**“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA DE SALITRE,
PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA FORMENTAR EL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DE LA ZONA”.**

AUTOR (A):

MORENO HERRERA TANIA NABORA

TUTOR:

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Tania Nabora Moreno Herrera, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR (A)

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs

REVISOR(ES)

Econ. Luis Albán Alaña, Mgs

Lcda. Alicia Calderón Gallegos, Mgs

DIRECTOR DELA CARRERA

María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Tania Nabora Moreno Herrera

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA DE SALITRE, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA FORMENTAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA**” previa a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, 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 31 del mes de Enero del año 2014

EL AUTOR (A)

Tania Nabora Moreno Herrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Tania Nabora Moreno Herrera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA DE SALITRE, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA FORMENTAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Tania Nabora Moreno Herrera

AGRADECIMIENTO

A mis padres y hermanas que han sido mis pilares de vida, quienes siempre creyeron en mi, a pesar que físicamente no nos encontremos juntos; mi hermana Silvia quien se encuentra al otro lado del mundo, ha sido mi gran inspiración quien nos demostró que “SI SE PUEDE”, quien dejo todo por cumplir su gran sueño, tener su Masterado en el extranjero, ella nos enseñó que no existe obstáculos, nosotros mismo lo somos y depende de nuestros esfuerzos encontraremos el camino que nos llevara el éxito. Gracias a Dios por darme la familia que tengo estoy orgullosa de ser parte de ustedes. Los amo.

TANIA NABORA MORENO HERRERA

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCION.....	12
CAPITULO I.....	14
1. 1. ANTECEDENTES.....	14
1.1. SITUACION PROBLEMÁTICA.....	15
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.3. OBJETIVOS.....	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.5. FUNDAMENTACION TEÓRICA.....	19
1.5.1. MARCO CONCEPTUAL.....	19
1.5.3. EVALUACIÓN COMPARATIVA.....	27
□ Playa Varadero (Ecuador).....	27
□ Plan Miplaya (Venezuela).....	31
1.5.4. MARCO TEÓRICO.....	31
1.5.4.1. TURISMO.....	32
□ Tipología De Turismo.....	33
1.5.4.2. OFERTAS Y DEMANDAS TURÍSTICAS.....	34
□ ATRACTIVOS TURISTICOS.....	34
□ PLANTA TURISTICA.....	35
□ FOMENTO, CONTROL Y APOYO.....	35
□ PRODUCTO TURISTICO.....	36
1.5.4.3. EL TURISMO COMO GENERADOR ECONÓMICO.....	37
1.5.4.4. TURISMO EN EL MUNDO.....	37
1.5.4.5. TURISMO EN EL ECUADOR.....	40

□ Ingreso De Divisas.....	41
□ Ingresos Monetarios Por Exportación.....	42
□ Inserción Laboral Por El Turismo En El Ecuador.....	42
□ Ciudades Más Visitadas Por El Turismo.....	43
□ Características Del Turista O Visitante Interno.....	44
1.5.4.6. TURISMO CONSCIENTE.....	45
1.5.4.7. MAPEO DE ACTORES(MAC).....	46
1.5.4.8. CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD).....	48
1.5.4.9. MICROEMPREDIMIENTO.....	48
1.5.4.10. REQUISITOS DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA EL SISTEMA DE MEDIO AMBIENTE.....	49
CAPITULO II.....	50
2. ASPECTOS GENERALES DEL CANTÓN SALITRE.....	50
2.1. HISTORIA DE SALITRE.....	50
2.2. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES.....	51
2.3. SITUACION GEOGRAFICA.....	53
2.4. CARACTERISTICAS.....	54
2.5. CULTURA.....	55
2.6. COMUNIDAD MONTUBIO.....	56
2.7. ATRACTIVOS TURISTICOS.....	56
2.8. PLAYA DE AGUA DULCE “SANTA MARIANITA”.....	56
2.8.1. SERVICIOS PRESTADOS.....	57
CAPITULO III.....	59
3. ANALISIS DE MERCADO.....	59
3.1. INTRODUCCIÓN.....	59
3.2. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO Y ATRACTIVO.....	60
5.1.1. CARACTERIZACIÓN TURISTICA DE CANTÓN.....	62
5.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LA PLAYA “SANTA MARIANITA” ...	67
5.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	68
5.2.1. METODOLOGIA.....	68
5.2.1.1. MÉTODO INDUCTIVO.....	68

5.2.1.2. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO	69
5.3. POBLACION Y MUESTRA	69
5.3.1. SELECCIÓN POR CUOTAS	69
5.3.2. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	71
5.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	71
5.5. TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS.....	72
5.6. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS	72
5.7. RESULTADO Y ANALISIS DE LA ENCUESTA.....	73
5.8. CONCLUSION DE ESTUDIO DE MERCADO.....	85
5.9. ANALISIS DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES	86
5.9.1. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	86
5.9.2. PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	86
5.9.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA	88
5.9.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	88
CAPITULO IV.....	89
6. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PLAYA DE SALITRE “SANTA MARIANITA”	89
6.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	89
6.2. MISIÓN	90
6.3. VISIÓN.....	90
6.4. OBJETIVO DEL PLAN ESTRATÉGICO	90
6.5. BENEFICIOS DEL PROYECTO	91
6.6. ANALISIS DEL PROYECTO.....	92
6.7. ANÁLISIS FODA.....	92
6.7.1. ÁMBITO SOCIO CULTURAL	92
6.7.2. ÁMBITO ECONÓMICO PRODUCTIVO	93
6.8. COMPETENCIAS TURÍSTICAS (5 FUERZAS PORTER).....	96
6.9. NECESIDADES GENERALES DEL BALNEARIO	97
6.9.1. IMPLEMENTACIÓN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA INTERNA Y EXTERNA DEL CANTÓN.....	98
6.9.2. CAPACITACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES.....	101

6.9.3. CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN DE LIMPIEZA DE BASURA ORGÁNICA DEL BALNEARIO	101
6.9.4. Implementación De Torres Salvavidas.....	102
6.9.5. PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	102
6.9.6. IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD Y CON DISCAPACIDAD.	103
6.9.7. REESTRUCTURAR LA ORGANIZACIÓN DE ESTACIONAMIENTO VEHICULAR.	104
6.9.8. INSTALACIÓN DE SERVICIOS HIGIÉNICOS CON DUCHAS Y VESTIDORES	104
6.9.9. IMPLEMENTAR PUNTOS ESTRATÉGICOS PARA LOS BASUREROS.....	105
6.9.10. LETREROS DE CUIDADO AMBIENTAL DENTRO DE LA PLAYA.	106
6.9.11. ESTABLECER HORARIOS DE INGRESOS AL BALNEARIO	106
6.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA	107
CONCLUSIÓN	109
RECOMENDACIÓN.....	110
BIBLIOGRAFIA.....	111

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos De Turismo	33
Tabla 2. Ingresos Monetarios Por Exportación	42
Tabla 3. Limites De Salitre	53
Tabla 4. Ubicación Geografico De Salitre	54
Tabla 5. Oferta De Servicios (Salitre)	63
Tabla 6. Transporte Y Accesibilidad (Salitre)	64
Tabla 7. Comunicaciones-Sanidad- Gobernanza- Comunidad Receptora (Salitre)	64
Tabla 8. Características De La Playa "Santa Marianita" (Salitre)	67
Tabla 9. Segmentación Del Mercado	71
Tabla 10. Edades Promedios De Encuestados	73
Tabla 11. Encuesta- ¿Considera La Playa De Mayor Agrado?	74
Tabla 12. Encuesta- Periodo De Preferencia Para Viajar	75
Tabla 13. Encuesta- Compañero De Viaje	76
Tabla 14. Encuesta- Factores Que Interceden Una Decisión	77
Tabla 15. Encuesta – Publicidad	78
Tabla 16. Encuesta- Identificación Del Atractivo	79
Tabla 17. Grafico 27. Encuesta - Reconocimiento De La Playa	80
Tabla 18. Encuesta- Presupuesto Para La Visita A La Playa	81
Tabla 19. Encuesta - Fecha Para Visitar El Atractivo	83
Tabla 20. Encuesta – Recomendación	84
Tabla 21. Proceso De Decisión De Compra	87
Tabla 22. Presupuesto	107
Tabla 23. Presupuesto De Gastos	107
Tabla 24. Balance General	108
Tabla 25. Depreciación	108

INDICE DE FIGURAS

figura 1. Panorama De La Playa De Salitre	13
Figura 2. Lavado De Ropa En Rio.....	15
Figura 3. Proyecto Playa Varadero	28
Figura 4. Plan Miplaya-Venezuela.....	31
Figura 5. Turismo Consciente	46
Figura 6. Mapa Político Del Guayas.....	53
Figura 7. Señalización Turística Para La Playa "Santa Marianita"	99
Figura 8. Señalización Playa "Santa Marianita"	100
Figura 9. Torre Salvavidas.....	102
Figura 10. Rampa Para Discapacitados.....	103
Figura 11. Baterías Sanitarias Y Duchas Públicas	105
Figura 12. Tachos De Basuras Preseleccionados.....	106

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Instalaciones De Playa Varadero	29
Grafico 2. Horarios De Atención De Playa Varadero	30
Grafico 3. Ofertas Y Demandas Turísticas	34
Grafico 4. Clases De Atractivos Turísticos.....	34
Grafico 5. Planta Turística.....	35
Grafico 6. Reglamento Del Ministerio De Turismo Para Un Plan Turístico ..	36
Grafico 7. Producto Turístico	36
Grafico 8. Entrada De Extranjeros Al Ecuador.....	41
Grafico 9. Ingreso De Divisas Por Concepto De Turismo	41
Grafico 10. Inserción Laboral Por El Turismo	43
Grafico 11. Concentración De La Demanda Nacional	44
Grafico 12. Características Del Turismo Interno	45
Grafico 13. Mapa De Actores.....	48
Grafico 14. Gestión De Calidad Iso 14000.....	49
Grafico 15. Historia De Salitre.....	50
Grafico 16. Diagnóstico Del Interno Y Atractivo	60
Grafico 17. Funciones De Los Componentes	62
Grafico 18. Fórmula Para Calcular La Muestra.....	69
Grafico 19. Calculo De La Muestra En Guayaquil.....	70
Grafico 20. Encuesta- Edades	73
Grafico 21. Encuesta-¿Considera La Playa De Mayor Agrado?	74
Grafico 22. Encuesta-Periodo De Preferncia Para Viajar	75
Grafico 23. Encuesta- Compañero De Viaje	76
Grafico 24. Encuesta- Factores Que Interceden Una Decisión	77
Grafico 25. Encuesta – Publicidad.....	79
Grafico 26. Encuesta- Identificación Del Atractivo	80
Grafico 27. Encuesta - Reconocimiento De La Playa	81
Grafico 28. Encuesta- Presupuesto Para La Visita A La Playa.....	82
Grafico 29. Encuesta - Fecha Para Visitar El Atractivo.....	83
Grafico 30. Encuesta – Recomendación.....	84
Grafico 31. Descripción De La Propuesta.....	89
Grafico 32. Proceso De La Elaboración Del Proyecto	92
Grafico 33. Plan De Desarrollo	98

RESUMEN

El proyecto de titulación “PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PLAYA DE SALITRE, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA FORMENTAR EL CRECIMIENTO ECONOMICO DE LA ZONA”; tiene el objetivo reconocer recursos que posee el cantón Salitre para reestructurar el enfoque turístico de desarrollo económico del sitio, por tal motivo, la investigación se encuentra sementada en cuatro partes:

El Marco Teórico, comprende el respaldo académico y empírico de otros autores que han tratado sobre temas o proyectos similares al que se propone, y la manera en que este refuerza el modelo de tesis a llevarse a cabo.

El aspecto general, contiene información de la Playa de Salitre, especificando detalladamente su historia, ubicación geográfica, costumbres, población, gastronomía todo realizado a la zona.

Luego de realizar un diagnóstico exhaustivo del sector, se logró detallar con especificación datos reales del lugar, pudiendo identificar por medio de una tabla segmentada lo que posee la zona; adicional se realizó una encuesta en la ciudad de Guayaquil, habitantes de clase media para conocer que tan probable el interés en visitar el lugar propuesto.

Como resultado del estudio se realiza una propuesta de mejoramiento enfocado a las necesidades del sector, proponiendo recursos que ayudarán al crecimiento económico y el buen vivir de la comuna.

PALABRAS CLAVES: Salitre, Río Vinces, Montubio, Turismo Sostenible, Crecimiento Económico, Balneario.

ABSTRACT

This project is entitled “TOURISTIC DEVELOPMENT PLAN FOR SALITRE BEACH TO PROMOTE THE ECONOMIC GROWTH OF THE ZONE”. It has the objective of recognizing the resources that Salitre village has in order to remodel the touristic approach and economic development of the place. To reach the latter, the research has been divided into four parts:

Firstly, it is found the Literature Review which includes academic papers and empirical cases treated by other authors about similar topics, helping strengthen this project model.

Then, the author covers the General Aspects of the Salitre Beach such as: general information, detailed history, geographical location, customs, inhabitants, gastronomy, etc.

After doing an exhaustive analysis of the place, it was possible to specify real characteristics of the zone. Then, a categorical table has been designed in order to segment and recognize the place’s resources. Moreover, to measure the interest of visiting such a place, a survey has been made to middle-class people from the biggest town of Ecuador, Guayaquil.

Finally, as a result of the study, the author proposes some improvement approaches focused on the place’s needs and suggests resources that may help the economic growth and the welfare of the community.

KEYWORDS: Salitre, Vinces River, Montubio, Sustainable Tourism, Economic Growth, Beach.

INTRODUCCIÓN

Salitre es un cantón de la provincia del Guayas, ubicado en la parte norte, a 42 km. de Guayaquil, sector considerado también como capital montubia del Ecuador, presentando un clima caliente, húmedo y cálido; su suelo es tan fértil para la producción de cacao, café, maíz, arroz, caña de azúcar, caña guadúa¹, y el cultivo de frutas tropicales como el mango, sandía, naranjas, etc. Durante años sus actividades han sido la agricultura y ganadería, principales fuentes de riqueza, para su población, adicional la construcción artesanal de canoas es otra de las actividades que aún se conservan (Municipalidad de Salitre, 2013).

El cantón está conformado aproximadamente de 57.402 habitantes (I.N.E.C.²,2010); su fuente económica son las actividades agropecuarias, crianza de ganado vacuno, caballo³ y porcino, también productos de elaboración artesanal como el queso y canoa; en su suelo se dedican a la producción de variedad de productos como arroz, cacao, café y exquisitas frutas;adicionalmente el río Vinces pasa por Salitre permitiendo la dedicación pesquera obteniendo la captura de peces de aguas dulces como bocachico, dica, ratón, dama, entre otros.

La concurrencia de turistas se proporciona encabezando sus tradiciones como el rodeo montubio demostrando sus habilidades y destrezas en la monta, doma y caracoleo, exposición de ejemplares vacunos y cabalares; la elección Criollita Bonita que es realizada el 12 de Octubre, peleas de gallo, concurso de amorfinos (versos que aluden al amor y a la

¹**Guadua:**Especie de bambú muy grueso y alto, con púas y canutos de cerca de medio metro.(Real Academia Española, s.f.)

²**I.N.E.C.:** Instituto Nacional de Estadística y Censo

³**Caballar:**Perteneciente o relativo al caballo.(Real Academia Española, s.f.)

vida de campo) y bailes típicos; adicionalmente encontramos su atractivo natural como el balneario Santa Marianita bañada por el río antes mencionado.

Demostrando que por su ubicación geográfica dicho cantón tiene el privilegio de poseer el Balneario mejor conocido por la zona como **“PRIMERA PLAYA DE AGUA DULCE”** la diversidad turística que posee el lugar, necesitamos el reconocimiento de los habitantes para que sea una de sus opciones a visitar y enriquecerse de la cultura de su gente nativos de la zona.



FIGURA 1. PANORAMA DE LA PLAYA DE SALITRE
FUENTE : Diario el Comercio (2012)

CAPITULO I

1. 1. ANTECEDENTES

La provincia del Guayas es catalogada como una de las más visitadas por sus distintos atractivos turísticos, pero hay muchas que son opacadas por falta de promoción o conocimiento de su existencia, entre ellas encontramos en el cantón Salitre, la primera playa de agua dulce, ubicada al norte a 42 km de Guayaquil, capital de la provincia.

En el Cantón se desarrolla mucho el ecoturismo, además del agroturismo. Conocido por propios y extraños como la Capital Montubia del Ecuador y Primer Balneario de Agua Dulce, playa bañada por las aguas del Río Vinces, corriente que desemboca desde la Provincia de Los Ríos, se encuentra a una altitud de 20 metros sobre el nivel del mar.

Según habitantes de la zona informan (2013), el río era utilizado como una vía para el traslado de un lugar a otro, su medio de transporte eran las canoas diseñadas por los mismos ciudadanos, aun parte de la comuna, realizaban transportación de cosechas para ser llevadas a comunas cercanas, las mujeres salían a orillas del río para lavar ropa a puño forma artesanal y también se extraía el agua para que sea consumida en las viviendas (antes no existían servicios básicos).

Este balneario era parte de la subsistencia alimenticia de la zona, ya que de ahí se extraía peces como la dama, ratón, bocachico nombres conocidos por sus habitantes y por las características de estos seres fueron catalogados así.



FIGURA 2. LAVADO DE ROPA EN RIO
FUENTE : Saldiana (2010)

1.1. SITUACION PROBLEMÁTICA

1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A Continuación se describe un breve análisis de la visita realizada a la zona.

En los últimos años Salitre se ha convertido en uno de los lugares reconocidos como área agrónoma y ganadera, siendo este su mayor sustento económico para el cantón. Pese a ello, lamentablemente, la proyección turística no ha sido enfocada como punto turístico, por la cual sus atractivos como sus festividades internas, su cultura, su gastronomía; atractivo natural como su playa de agua dulce ignorada y desconocida por la comunidad ecuatoriana.

Uno de los problemas es que requiere una gestión de marketing efectiva, quiere decir lograr el cambio de proyección que tienen los habitantes ecuatorianos, principalmente moradores cercanos a la zona, como la ciudad de Guayaquil, capital de la provincia del Guayas, que lamentablemente muchos al escuchar el nombre Salitre, lo ven solo como

lugar de producción de arroz y ganadería, ignorando sus atractivos. En la actualidad, la vía que dirige al lugar, está siendo explotada para ciudadelas privadas, haciendo creer erróneamente a muchos ciudadanos, que su única belleza es aquella vía que conduce a las nuevas ciudadelas.

Otro punto que debe mejorar es la escasa señalización turística; a su vez, necesita reestructuración de vías internas, mejoramiento de fachadas domiciliarias y organización de residentes salitreños.

Por tal motivo, es importante el desarrollo de un plan de promoción turística integrando a la Playa “Santa Marianita” de Salitre, como uno de los nuevos atractivos de la costa ecuatoriana, impulsándola como balneario natural de agua dulce del país, encontrando tranquilidad, relajamiento, gastronomía criolla, enriquecimiento de cultura, venta de productos orgánicos o biológicos a bajo costo y elaboración de festividades que se organizan en fechas determinadas; principalmente logrando que turistas internos visiten el lugar, de esta manera es posible aportar al mejoramiento de la infraestructura del cantón, al haber mayor cantidad de visitantes obtienen ingresos que ayudarán para el progreso del sitio.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera incidiría en el crecimiento económico de Salitre, la puesta en marcha de un plan de desarrollo turístico integral?

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante recalcar para el año 2010, algunos países su mayor fuente de ingreso es el turismo; formando un tercio del valor de los intercambios mundiales (438.000 millones de dólares americanos), lo que en cifras representa el 8% del total mundial de exportaciones de bienes y más del 35% del total de exportaciones de servicios. El sector del turismo ayuda

a generar empleo y capital, siendo una importancia para la economía de la zona. El turismo es un sector de demanda, tiene un enorme potencial y será principal motor de la economía mundial (Importancia Económica del Turismo, 2010).

En el 2010, el Ecuador superó el millón de visitas turísticas, según informó el Ministerio de Turismo; siendo visitada principalmente por Estados Unidos, seguido por Colombia y Perú, también es trascendental indicar que ha crecido la visita de Argentina, Chile y Venezuela; por tal razón, el turismo se ha convertido punto importante de ingreso económico para el país (Diario Hoy, 2010).

Según el Viceministro de Turismo, Luis Falconi, “El turismo interno en Ecuador se quintuplico en los últimos siete años”; Ecuador registro 11,3 millones de visitas a distintos puntos turísticos por habitantes residentes del país, consiguiendo cuatro veces más proyectado en el 2005(2,3 millones); el gobierno del presidente Rafael Correa, ha invertido 175 millones de dólares en infraestructura e incentivos para que los ecuatorianos prefieran visitar atracciones del país en lugar de viajar al extranjero; “Esto genera una redistribución de la riqueza que permite que el ecuatoriano se apersona de su país y que no salgan las divisas al exterior” Diario el Universo (2013).

Por tal razón, el país se encuentra en una etapa de cambios, buscando nuevas alternativas y catalogando que el medio económico es el turismo más aun el interno, guiándolo a un camino de existo llenando perspectivas que al final de cuenta permitirá mejoras en los habitantes de la nación; esto conllevará incrementar la inversión, el empleo, la educación, nuevos proyectos entre otros, con el objetivo de que zonas olvidadas sean nuevos puntos turística. De esta manera, se busca potencializar el atractivo turístico

como la Playa “Santa Marianita” ubicada en el cantón Salitre, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de este sector, mediante el incremento del flujo de turistas en épocas de temporada de playa principalmente.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Crear un plan de desarrollo turístico de la Playa de Salitre Santa Marianita provincia del Guayas, para fomentar el crecimiento económico de la zona.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reconocer recursos que posee el cantón Salitre para reestructurar el enfoque turístico de desarrollo de la zona.
2. Realizar un estudio de mercado para identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- 3.- Estudiar y reconocer el perfil del turista potencial.
- 4.- Analizar el impacto ecológico, económico y turístico que conllevaría la concurrencia de turistas al instante que esté puesto en marcha el plan de desarrollo.

1.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Con todas las referencias y datos obtenidos, el Plan de Desarrollo Turístico de la Playa de Salitre incide positivamente en el incremento económico, social y turístico de esta zona, logrando el objetivo diversificando la oferta turística en el país y mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

1.5. FUNDAMENTACION TEÓRICA

1.5.1. MARCO CONCEPTUAL

- **Divisas.-** es cualquier medio de pago cifrado en una moneda no nacional que luego es transformado a la moneda del lugar.(Marcial Yair, s.f.)
- **Sostenibilidad ambiental.-** es la conservación de los sistemas biológicos sin producir cambios que afecten en el transcurso del tiempo.(Universidad Nacional de Córdoba, s.f.)
- **Responsabilidad Social.-** es el compromiso que tienen todos los ciudadanos, institución públicos o privados para la sostenibilidad del medio ambiente.
- **Crecimiento Económico.-** es el aumento de ingreso de divisas o monetario a causa del turismo para el mejoramiento del buen vivir en la zona.
- **Desplazamiento.-** es el traslado de un lugar a otro.
- **Reestructuración.-** es el cambio de algo que está estructurado.
- **Medio Ambiente.-** son los elementos naturales y artificiales que se encuentran están enlazados y que son modificados por la acción humano.
- **Turismo Consciente.-** Según el Ministerio de Turismo(2013), es la sustentación de la sostenibilidad promoviendo la paz, ética, amistad y amor a la vida como la esencia con la práctica turística.
- **Turismo de excursión.-** es la visita de turistas solo y únicamente para la inspección de la zona sin necesidad del alojamiento.
- **Solidaridad.-** Todos los niveles de gobierno tienen como obligación compartida la construcción del desarrollo justo, equilibrado y equitativo de las distintas circunscripciones territoriales.

1.5.2. MARCO LEGAL

La constitución del Ecuador establece artículos que respaldan y deben ser respetadas en el área turística, cultural y ambiental.

- **Cultura y ciencia.**

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

- **Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.**

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 59.-“Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Art. 60.-“Los pueblos ancestrales, indígenas, afroecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación.

Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial”.

- **Derechos y Deberes de la Naturaleza y Medio Ambiente.**

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las

medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- *El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.*

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- *Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.*

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 395.- *La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:*

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y

asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Art. 396.- *El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño.*

En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas.

La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los

ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.

Art. 404.- *El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción.*

Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.

Art. 412.- *La autoridad a cargo de la gestión del agua será responsable de su planificación, regulación y control. Esta autoridad cooperará y se coordinará con la que tenga a su*

cargo la gestión ambiental para garantizar el manejo del agua con un enfoque eco-sistémico.

Art. 409.- *Es de interés público y prioridad nacional la conservación del suelo, en especial su capa fértil. Se establecerá un marco normativo para su protección y uso sustentable que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación, la desertificación y la erosión. En áreas afectadas por procesos de degradación y desertificación, el Estado desarrollará y estimulará proyectos de forestación, reforestación y revegetación que eviten el monocultivo y utilicen, de manera preferente, especies nativas y adaptadas a la zona.*

Art. 410.- *El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria.*

- **Responsabilidades**

Art. 83.- *Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:*

- *Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.*
- *Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.*
- *Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.*

1.5.3. EVALUACIÓN COMPARATIVA

Continuación se presenta dos proyectos que reflejan similitud con esta documentación, respaldando éxito luego de su implementación.

- **Playa Varadero (Ecuador)**

En 2007, cantones pertenecientes a la Ruta del Sol ahora llamada Ruta del Spondulus⁴ la cual consiste en una vía que conecta varias playas de la Región Costa del Ecuador, entre ellas encontramos el Cantón Salinas una de las playas más visitadas, era parte de la provincia del Guayas pero por decisión interna del país y de la población de dicho sector, tomo la decisión de separarse, para formar nueva provincia del Ecuador, inmediatamente se realizan transformaciones internas, entre ellas encontramos Playa Varadero perteneciente a la Ciudad de Guayaquil, Puerto Principal del Guayas.

⁴Un molusco sagrado para los antiguos pueblos precolombinos, que revestían de santidad a los sacerdotes católicos, y conectaban los ritos incas con la nueva religión católica. Al grupo de prensa que atendía a la explicación del guía nos sorprendió el hecho de que los colonos españoles, sabiendo que los indígenas utilizaban la concha del molusco como moneda, los recogían y los intercambiaban por oro.(Jardi Bataller, 2009)

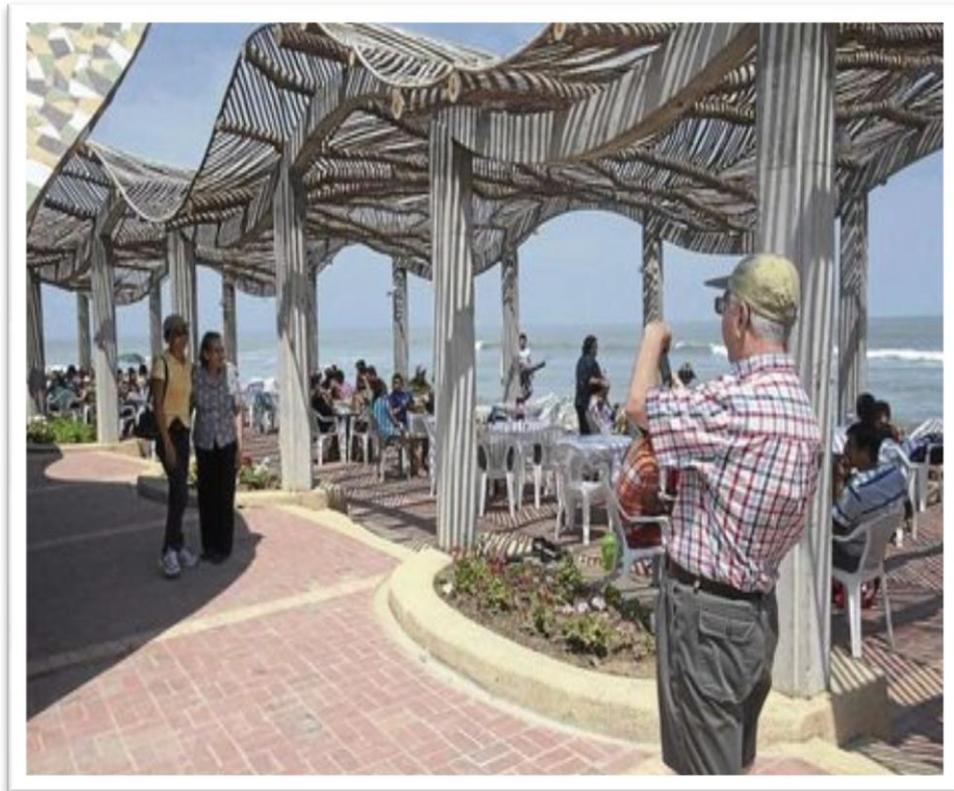


FIGURA 3. PROYECTO PLAYA VARADERO
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO (2011)

La provincia del Guayas al momento de despojarse de playas principales, la Municipalidad de Guayaquil busco nuevas alternativas turísticas de sol, mar y arena; Playa Varadero, tiene una superficie de 3,2 hectáreas, el nuevo balneario perteneciente a la ciudad de Guayaquil, encontrándose a 115 kilómetros del Puerto Principal, desde Guayaquil se tarde una hora y 15 minutos, fue parte de un proyecto municipal, aprobado por el Alcalde Ab. Jaime Nebot, quien tomó la decisión de invertir aproximadamente de 1.4 millones de dólares para la reconstrucción de la zona, no más de 3 años de ver sido inaugurado parte del plan, se ha podido observar cambios de 180° grados, entre ellos encontramos los siguientes:

Existe una organización para mantener en buen estado el nuevo atractivo, para ello se estableció horarios de atención la cual consiste:



GRAFICO 2. HORARIOS DE ATENCIÓN DE PLAYA VARADERO
FUENTE: COMUNA DEL SECTOR
ELABORADO POR LA AUTORA

En la actualidad dicha playa es parte de una nueva alternativa turística, permitiendo incentivos, no solo a nivel económico, sino también el desarrollo turístico basado en sus recursos naturales.

La comunidad de Playa Varadero es parte de ambicioso plan que incluye la construcción de gran infraestructura, proyecto organizado por la Municipalidad, entre ellas se realizó capacitación para los pobladores de Data de Posorja, en la parroquia rural de Puerto el Morro, Estero de la Boca en la Isla Puná entre otros. El objetivo de la Municipalidad de Guayaquil es indagar puntos para que formen parte a la industria turística sostenible a largo plazo, preparados de aportar un crecimiento económico a estas zonas. (Municipalidad de Guayaquil, 2012).

Según Mauro Pérez, director de la Fundación Siglo 21⁵: *"Estamos seguros de que esto va a ser un boom, porque así como está, con las facilidades que tiene esto en época de temporada estará lleno"*.

⁵Institución creada en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de la regeneración urbana.

- **Plan MiPlaya (Venezuela)**



FIGURA 4. PLAN MIPLAYA-VENEZUELA
FUENTE: PERIÓDICO EL DIARIO, 2013

Una vez más, el medio de crecimiento económico de un lugar es el turismo, gastos que serán fuertes en primera instancia para el mejoramiento del sitio, pero que al final tendrá su recompensa, además son sitios naturales que solo necesitan el trato correcto para lograr la captación de los turistas y transformarlo en un atractivo.

Según el Diario (2013), Organismos del Estado Venezolano desea realizar la reconstrucción y mejoras de 15 playas Balvento, con el fin de brindar un servicio de excelencia para los turistas y para ello se necesitara la adaptación de algunos elementos entre ellos: sombrilla, sillas, seguridad, parques.

1.5.4. MARCO TEÓRICO

Antes de establecer el desarrollo turístico de la Playa de Salitre para fomentar el crecimiento económico, es importante conocer información básica y esencial, que permitirá la guianza y respaldo de un plan efectivo;

entre ellas el grado de importancia que tiene el Turismo en el Ecuador y el Mundo, siendo parte de la sostenibilidad financiera de un país o zona.

1.5.4.1. TURISMO

Definir turismo presenta muchas complicaciones. No existe una definición que tenga validez universal; el turismo es un hecho y una actividad muy compleja y versátil, por lo tanto su definición también lo es. En un intento de clarificar este importantísimo concepto nos valdremos de una visión multidisciplinar que nos permitirá tener una base de conocimiento fundamental para todo aquel que quiera especializarse en el sector turístico.

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa.” (Revista TURYDES, 2009).

Según Arthur Bormann,(1930). “Por turismo se entiende, el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos.”

Según Osuna (2011), la industria del Turismo es un medio de desarrollo económico muy importante en los países menos favorecidos y alcanza una mayor popularidad en países que tengan un atractivo peculiar y muy llamativo, que permita que ese lugar logre un gran progreso en cuanto al nivel socioeconómico mediante un turismo sostenible y sustentable, y al mismo tiempo un fortalecimiento en otros sectores empresariales. El sector turístico permite que el turista nacional y extranjero tenga contacto con la comunidad local y obtenga grandes e inolvidables experiencias en el lugar que visitan.

- **Tipología de Turismo**

Con el pasar del tiempo encontraremos variedad de turismo entre ellos y principales encontramos los siguientes:

TABLA 1. TIPOS DE TURISMO

Turismo de descanso y esparcimiento	Esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente, de huir de las preocupaciones cotidianas.
Turismo de Negocios	Es el turismo que practica el hombre de negocios cuando, al mismo tiempo que a desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, la playa etc.
Turismo de industrial	Visitar industrias, fábricas, talleres artesanos. Creando rutas turísticas, visitas guiadas a las instalaciones, favoreciendo compras, etc.
Turismo cultural y científico o turismo de congresos	Se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, conciertos, congresos etc.
Turismo de Deportes	Tiene un poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, prueba, campeonatos, etc. atrae a una población joven y activa.
Agroturismo	Visita a espacios rurales con la finalidad de que exista interacción entre visitantes con el mundo de la agricultura.

ELABORADO POR LA AUTORA

1.5.4.2. OFERTAS Y DEMANDAS TURÍSTICAS

Los turistas tienen motivos o razón para escoger su destino que desea desplazarse, casi siempre de manera voluntaria hacia el lugar predeterminado. El destino debe tener una característica que sea atractivo para el viajero por tal razón es importante conocer elementos que se necesitan para una planificación turística. (Introducción al Turismo, 1998)

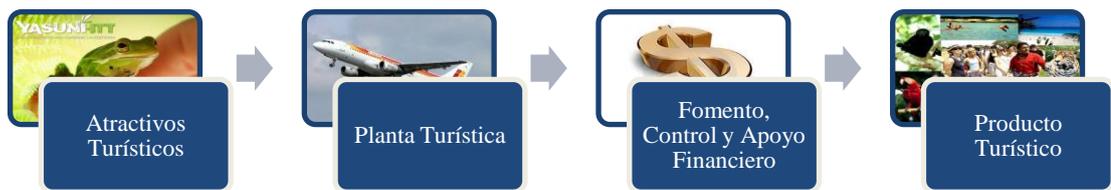


GRAFICO 3. OFERTAS Y DEMANDAS TURÍSTICAS
ELABORADO POR LA AUTORA

- **ATRATIVOS TURISTICOS**

El lugar o destino debe tener características que motiven el traslado temporal de los viajeros. Por tal razón se lo dividió en dos grandes grupos:

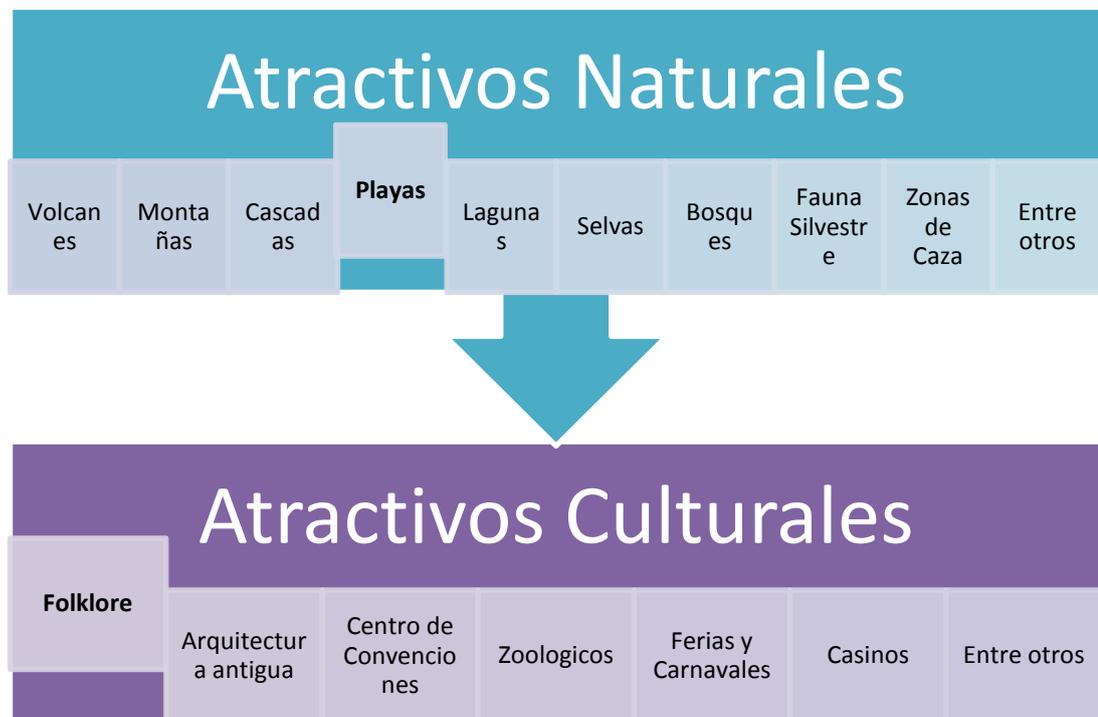


GRAFICO 4. CLASES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
FUENTE: LIBRO INTRODUCCION AL TURISMO, 1998
ELABORADO POR LA AUTORA

- **PLANTA TURISTICA**

En el momento que se identifique el atractivo turístico que se explote inmediatamente se requiere elementos que acompañan a que estas actividades sean efectivas como:

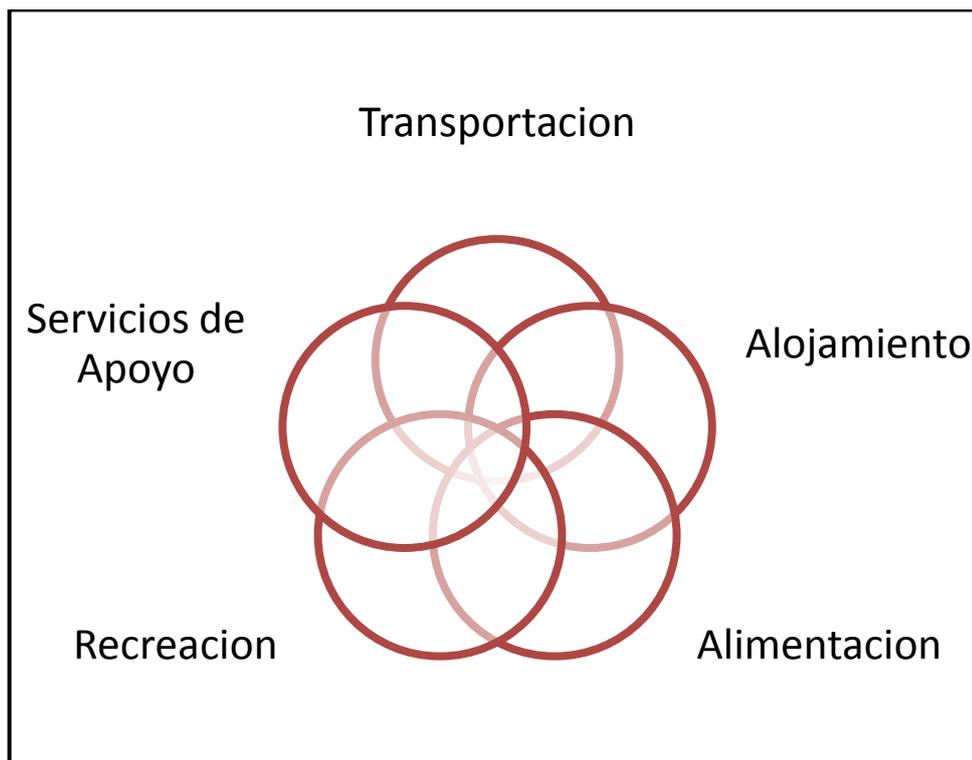


GRAFICO 5. PLANTA TURISTICA
FUENTE: LIBRO INTRODUCCION AL TURISMO, 1998
ELABORADO POR LA AUTORA

- **FOMENTO, CONTROL Y APOYO**

En el momento que el turismo se convierte uno de los ingresos económicos en un país inmediatamente se realiza control del sitio, por tal motivo el Estado posee en el Ecuador llamado **MINISTERIO DE TURISMO**, quien está encargado de realizar estadísticas de los comportamiento que ocasiona el turismo, tanto los ingresos monetarios y los gastos que produce al receptor los visitantes, además es importante indicar que en los últimos años este departamento se encuentra estrechamente ligada con el **MINISTERIO DE AMBIENTE**, ya que es necesario el control ecológico, hoy

en el 2013 el estado promociona con el eslogan “**AMA LA VIDA**”, quiere decir conservar nuestros atractivos naturales y evitando el menor impacto ambiental.

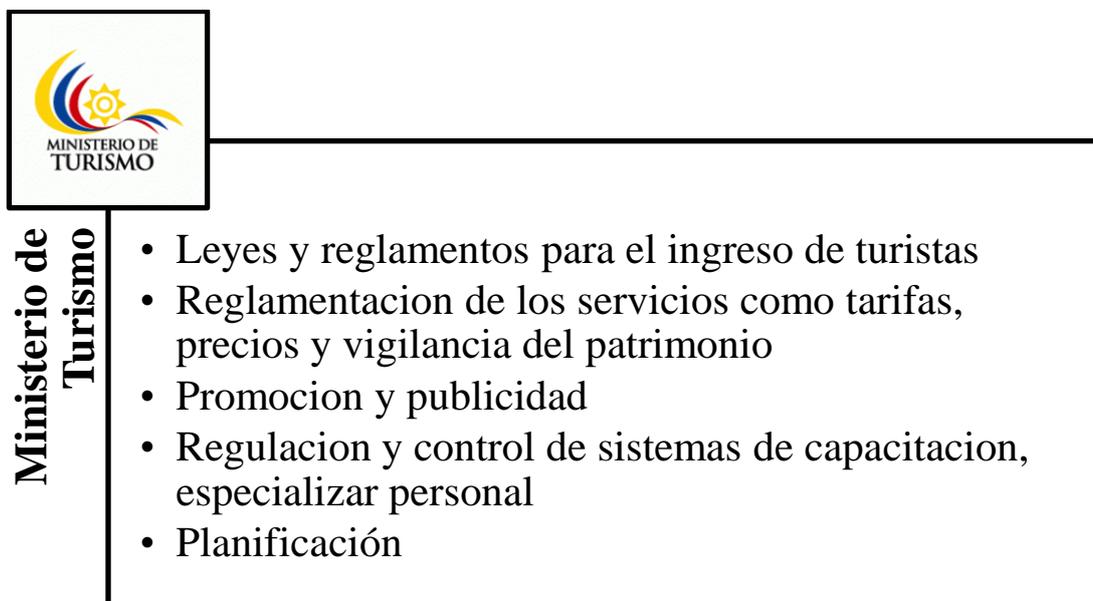


GRAFICO 6. REGLAMENTO DEL MINISTERIO DE TURISMO PARA UN PLAN TURÍSTICO
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
ELABORADO POR LA AUTORA

• PRODUCTO TURISTICO

Es la suma de los elementos ya indicados anteriormente.

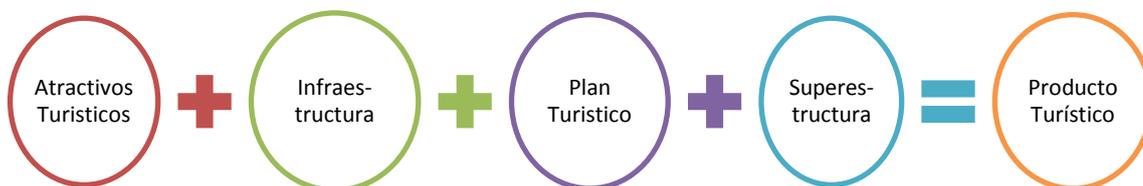


GRAFICO 7. PRODUCTO TURÍSTICO
FUENTE: LIBRO INTRODUCCION AL TURISMO, 1998
ELABORADO POR LA AUTORA

Cuando el viajero adquiere un producto turístico, nos referimos que hace compra de un servicio, quiere decir que solo y únicamente podrá conocer de su efectividad cuando se encuentre en el sitio.

1.5.4.3. EL TURISMO COMO GENERADOR ECONÓMICO

La industria turística involucra a varios sectores para su desarrollo económico, los gastos de turistas son reflejados en el pago de sus consumos como hoteles, variedad de servicios y bienes, alimentación, transporte, entretenimiento, entre otras; aspectos que favorecen para el desarrollo del lugar y permitir mejoras donde se desarrolla las actividades turísticas. Todos estos cambios que son generados por el turismo se conoce como “*efecto multiplicador*” al flujo de divisas que se mueven hacia un lugar específico, es una fuente de ingresos financieros importante no sólo para las empresas privadas o personas relacionadas directamente con la actividad turística, sino también para la comunidad que reside en el lugar. (OMT, 2006).

1.5.4.4. TURISMO EN EL MUNDO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su Panorama del Turismo Internacional, edición 2010, el turismo ha experimentado una expansión y una diversificación permanentes durante los últimos sesenta años, llegando a ser uno de los sectores con un crecimiento económico mayor y más rápido del mundo. Han surgido muchos nuevos destinos junto a los tradicionales de Europa y de América del Norte.

Una de las actividades preferidas por la sociedad mundial, es sin duda alguna el turismo, al momento de dejar atrás las fronteras y comenzar a

recorrer nuevos lugares, cada uno de los habitantes representa un factor de movilización recurrente ante la necesidad de trasladarse a nuevos destinos, que bien valen destacar para cada una de las naciones significa un reto en la atracción de turistas hacia sus países, con el fin de obtener los múltiples beneficios y prestigio que conlleva el constante tránsito del turismo internacional. (OMT, 2010)

La actividad turística internacional ha representado durante muchos años un fuerte contribuyente al estado económico de las distintas ciudades o países, sobre todo para aquellos que dependen casi en su totalidad del mismo o están buscando la diversificación de ingresos, reconociendo a esta área como fuente excepcional de inversión que indica una de las principales columnas de abastecimiento para muchos países en desarrollo, crea el empleo y las oportunidades de progreso que tanto se necesitan.

Sin embargo, tal y como la OMT viene avisando desde principios de 2008, la desaceleración sin precedentes que ha sufrido la economía en general, también ha afectado al sector turístico. Inicialmente, comparado con otros sectores como la construcción, los bienes raíces o la industria automotriz, el turismo ha presentado una mayor resistencia al deterioro de la situación económica.

De tal modo que, la recesión económica mundial combinada con la volatilidad de los mercados y el deterioro de la confianza tanto de los consumidores como de las empresas, han terminado por hacer mella en la demanda.

Es de resaltar que por ningún motivo hay que quitarle el justo merito que ha ganado el turismo dentro las actividades de la sociedad contemporánea hasta ahora, el turismo ha experimentado un crecimiento

sostenido y una diversificación cada vez mayor, para convertirse en uno de los sectores económicos del mundo que registra un crecimiento más rápido, por lo que cada vez más hay destinos que invierten en el desarrollo del turismo.

Esta dinámica ha dado lugar a que el turismo en la actualidad sea un motor clave del progreso socioeconómico. El turismo se ha convertido en uno de los principales agentes del comercio internacional. En la actualidad, los ingresos de exportación generados por el turismo internacional ocupan la cuarta posición, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices, mientras que en muchos países en desarrollo el turismo es la primera categoría de exportación.

Lo que hay que dejar en claro es que desde sus distintas índoles, ya sea por motivos: religiosos, deportivos, recreativos, laborales, académicos o hasta un vanguardista y comprometido turismo ecológico, la realidad es una sola e implica al turismo tanto a lo interno como al exterior, significa un motor de propulsión para todos los niveles de la sociedad primordialmente en la economía, sin abandonar el intercambio alternativo, cultural y social que pueda darse a través de sus distintas vías de transporte: terrestre, marítima, aérea, e incluso la novedosa tecnología turística espacial.

A fin de cuentas quizás en ese proceso cada uno de los ciudadanos del mundo podrá entender por medio de la aventura que comprende el turismo internacional, ese nuevo concepto de integración global. Como decía Descartes “Los viajes sirven para conocer las costumbres de los distintos pueblos y para despojarse del prejuicio de que sólo en la propia patria se puede vivir de la manera que uno está acostumbrado.”(Revista Infocudadano de Colombia, 2010).

1.5.4.5. TURISMO EN EL ECUADOR

Según en la Constitución del Ecuador (2008):

“Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.”

Según el Ministerio de Turismo (2013), Ecuador ha sido visitado por una cifra de 795.942 extranjeros correspondiente a los primeros 7 meses del actual año, indicando que existe un incremento con el año anterior, en 2012 receptamos 757.994 visitantes en comparación con similar etapa. Muchos de estos viajeros llegaron a diferentes destinos.

Es importante conocer las cifras y nacionalidades de los visitantes concurridamente que ingresan al país, sea por turismo u otras actividades, a que mercado nos estamos dirigiendo, para ello el departamento de migración se ha encargado de facilitar los datos necesarios.

Continuación informamos que los países de Colombia, Estados Unidos, Venezuela, Perú y España son los que encabezan en la lista, publicada por el gobierno. Colombia se encuentra en primer lugar en la lista con el 26,36% (209.483 visitantes); siguiéndole Estados Unidos con un porcentaje del 19,77%(157.344 visitantes); Perú ocupando el tercer lugar con el 10,52%(83.703 visitantes); cuarto lugar Venezuela con el 5,8%(46.134 visitantes); España se encuentra en el quinto puesto con el 4.2%(36.735 visitantes).

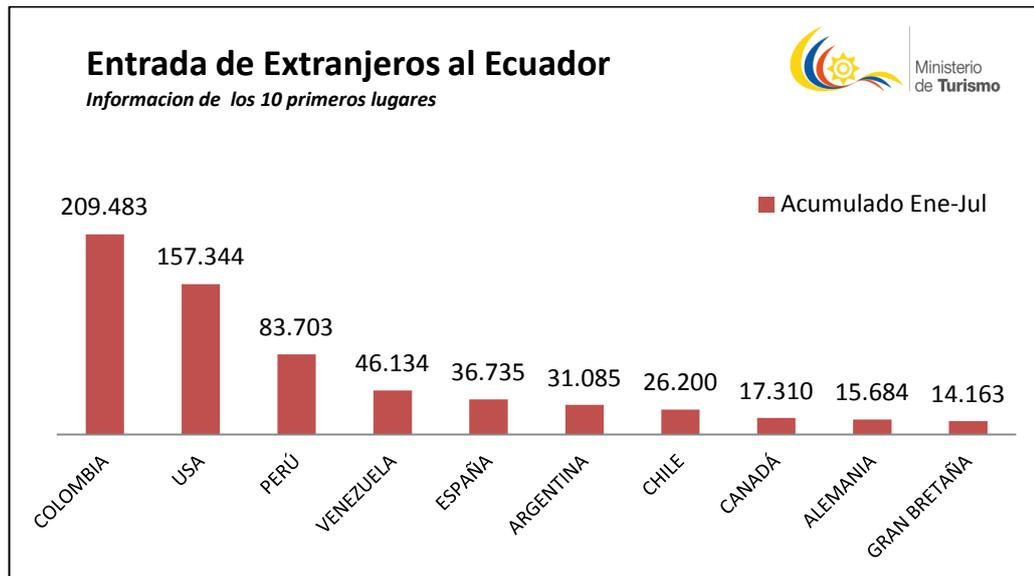


GRAFICO 8. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR
Fuente: Dirección Nacional de Migración (2013)
ELABORADO POR LA AUTORA

- **Ingreso de Divisas**

Con respecto al ingreso de divisas por concepto de turismo, el estado nos informa con datos del año 2012 ascendió a 1.038.7 millones de dólares correspondientes a viajes y transporte de pasajeros, quiere decir que existe un incremento a comparación con el año del 2007.

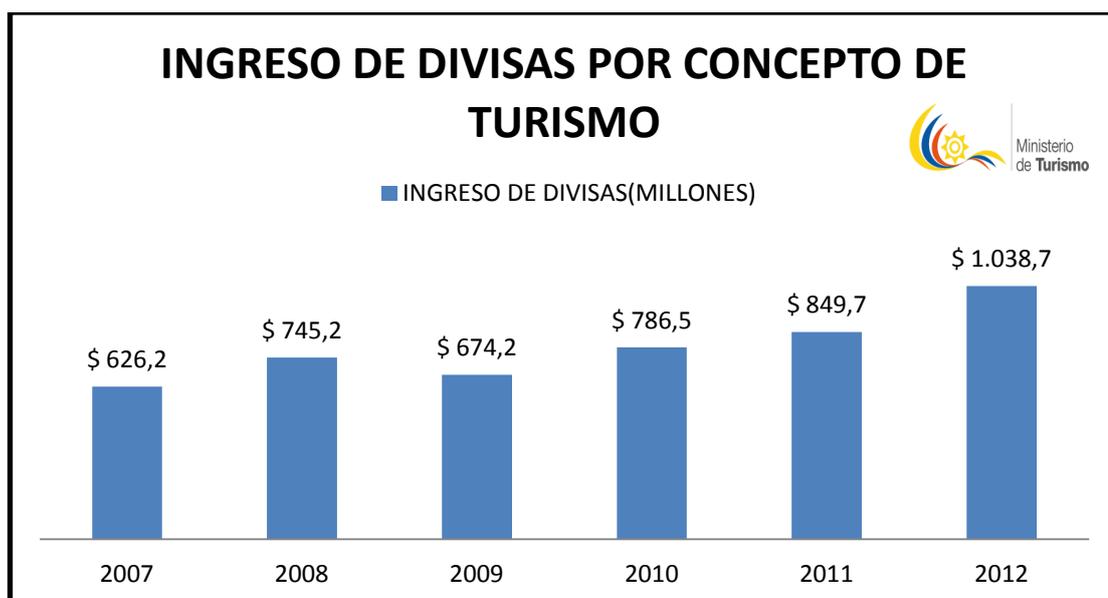


GRAFICO 9. INGRESO DE DIVISAS POR CONCEPTO DE TURISMO
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2013)
ELABORADO POR LA AUTORA

- **Ingresos monetarios por Exportación**

El turismo es significativo en los ingresos económicos para el país, por tal motivo, se encuentra compitiendo con productos derivados de la nación, como el banano, cacao, arroz, camarón, petróleo, metales, flores y variedad de especies marinas, que también son medios de sustento para los ecuatorianos. En el 2012, publico el Banco Central del Ecuador, tabla de los ingresos monetarios que obtiene por Exportaciones, ubicando en primer lugar el Petróleo o crudo con una cifra de 12,711.2 millones de dólares; posicionando el sexto lugar el ingreso de divisas por turismo beneficiando al país con 1032,7 millones de dólares.

TABLA 2. INGRESOS MONETARIOS POR EXPORTACIÓN

AÑOS	TURISMO	PETROLEO CRUDO	PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB./PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2011	\$ 849,7	\$ 11.800,0	\$ 2.246,5	\$ 1.178,4	\$ 1.144,9	\$ 895,0	\$ 695,9	\$ 675,7	\$ 22.322,4
UBICACION	6	1	2	3	4	5	7	8	
2012	\$ 1.032,7	\$ 12.711,2	\$ 2.077,4	\$ 1.279,7	\$ 1.080,7	\$ 1.147,5	\$ 898,9	\$ 713,9	\$ 23.769,6
UBICACION	6	1	2	3	5	4	7	8	

Elaborado por Banco Central del Ecuador
Publicado por Ministerio de Turismo del Ecuador (2013)

- **Inserción Laboral por el Turismo en el Ecuador**

La tasa de empleo dedicado a la industria turística, ha ido incrementando el 34,75% durante el periodo 2007 al 2011.

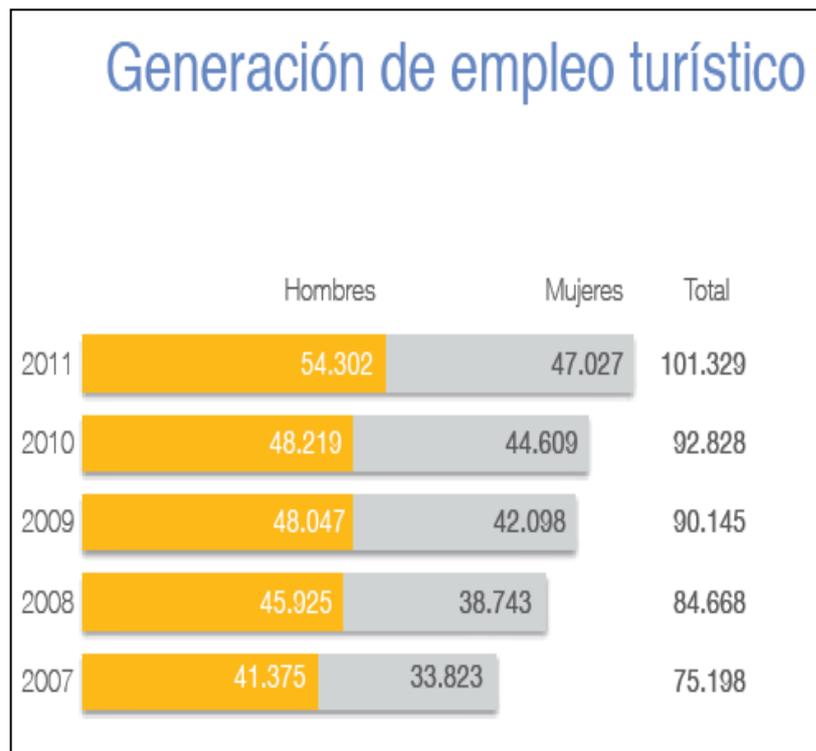


GRAFICO 10. INSERCIÓN LABORAL POR EL TURISMO
 FUENTE: Folleto "La experiencia Turística en el Ecuador"
 Publicado por: Ministerio de Turismo del Ecuador (2012)

- **Ciudades Más Visitadas por el Turismo**

Es necesario conocer que ciudades del país son más visitadas por turistas extranjeros y nacionales.

Por extranjeros, las ciudades más visitadas durante el año 2011 fueron Quito con un 66% del total de visitantes, Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%).

Turistas Nacionales, las ciudades más visitadas y preferidas durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%).
 Ministerio de Turismo del Ecuador, (2013)

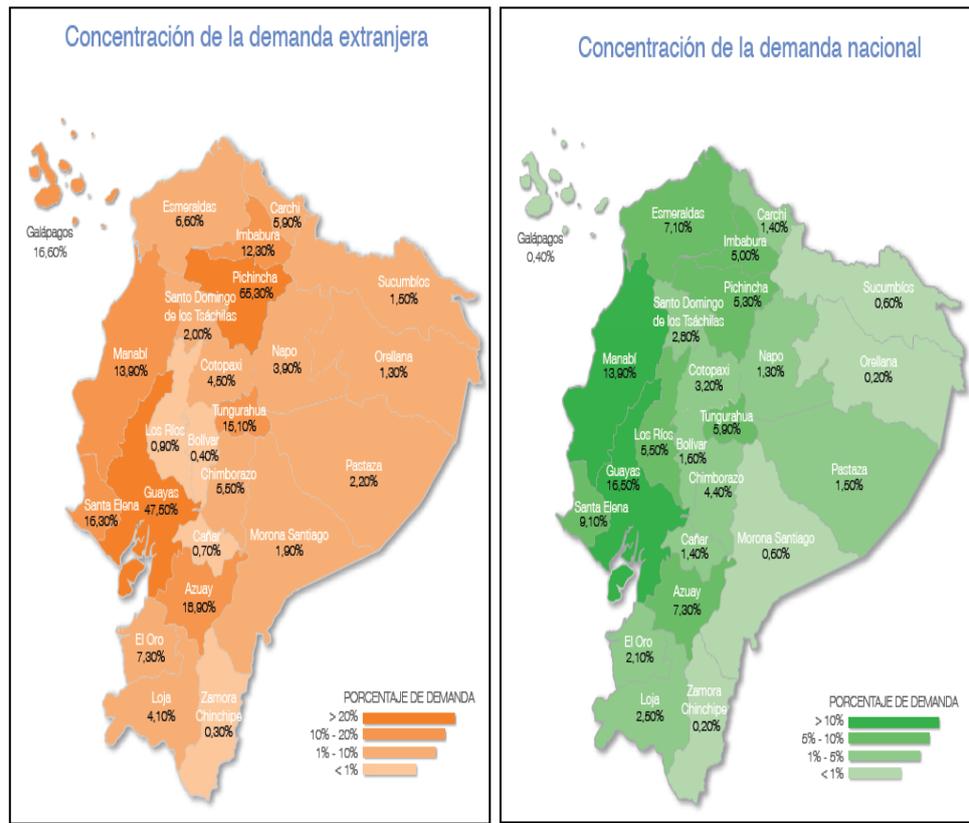


GRAFICO 11. CONCENTRACIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL
Fuente: Folleto “La experiencia Turística en el Ecuador”
Publicado por: Ministerio de Turismo del Ecuador (2012)

• Características del Turista o Visitante Interno

- 1.- La visita a familiares y amigos es el principal motivo de desplazamiento de los ecuatorianos, seguido de las vacaciones, ocio y diversión.
- 2.- La alimentación, la bebida y transportación es el rubro principal que no puede faltar para los gastos del turista interno.
- 3.- El visitante interno busca el sol y la playa como uno sus principales recreaciones, seguida por el turismo de cultura.
- 4.- El medio de transporte de mayor uso por los habitantes para su movilización es el autobús.

5.- Gran parte de los ecuatorianos influenciado a la asignación del destino es por invitación de amigos y/o familiares y/o consejos de estos.

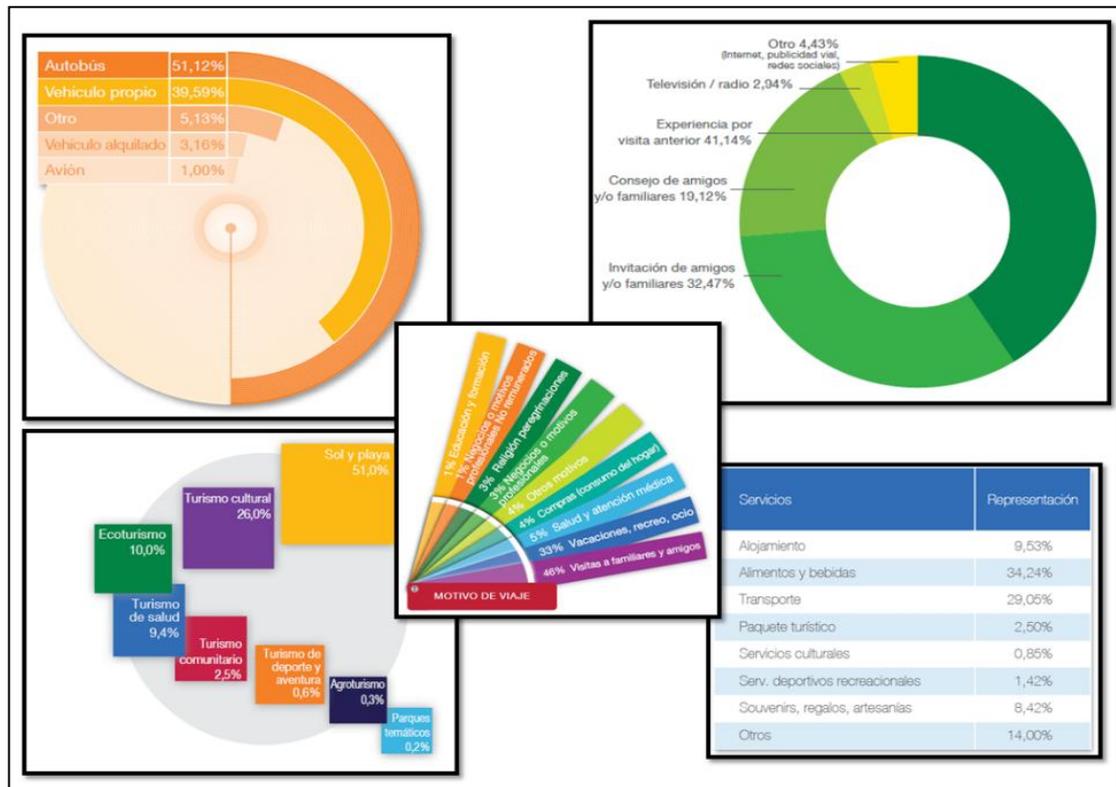


GRAFICO 12. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO INTERNO
 Fuente: Folleto "La experiencia Turística en el Ecuador"
 Publicado por: Ministerio de Turismo del Ecuador (2012)

1.5.4.6. TURISMO CONSCIENTE

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2011), propuso al mundo una nueva práctica de turismo, creo el turismo consciente que es una experiencia de vida transformadora, concepto vivo y dinámico, que se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética que promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística.

El Turismo consciente permitirá que los atractivos turísticos sean recorridos pero con responsabilidad, tiene la finalidad de la conservación de su naturaleza y gentes nativas del lugar.

El objetivo que a futuro los descendientes puedan disfrutar de lo que tenemos, que puedan conocer las riquezas que están en los alrededores.



FIGURA 5. TURISMO CONSCIENTE
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO (2011)
ELABORADO POR LA AUTORA

1.5.4.7. MAPEO DE ACTORES(MAC)

Conocido también como mapas sociales o sociogramas, consiste en el uso de esquemas para analizar la realidad social en que estamos, comprenderla en su extensión más compleja posible y crear estrategias de cambio para la realidad así comprendida (Gutiérrez, 2007). El MAC no solo consiste en sacar un listado de posibles actores involucrados de un territorio, sino conocer sus acciones y los objetivos del por qué están en el territorio y su perspectivas en un futuro inmediato (Ceballos, M. 2004).

Esta herramienta permitirá reconocer que tipo la sociedad, situación económica y política será insertado el proyecto, que programas en cuestión pueden ser ejecutados dependiendo de la jerarquía que tiene dicho sistema y por ende permita establecer prioridades y análisis de tendencias.

En síntesis, puede decirse que el MAC, también conocido por otros autores como análisis de redes o stakeholders analysis, se basa en los siguientes supuestos (Gutiérrez, 2007):

- es posible pensar la sociedad en términos de estructuras,
- las estructuras sociales se manifiestan en forma de relaciones entre actores sociales (sean éstos actores, grupos, organizaciones, clases o individuos),
- Conjuntos de vínculos o de relaciones sociales forman redes,
- Los valores, creencias y comportamientos de los diferentes actores varían según sea la posición que ocupan en dichas redes,
- El análisis de las redes no se trata de los individuos, ni grupos, el eje principal son las redes de relaciones que tiene un sistema y de qué forma se interactúan entre ellas.

Según Amanda Ollari (2013), es recomendable la elaboración de una matriz en donde se identifica que los autores y que grado poder y su posición respecto a la propuesta. Esto genera una organización visual según la cual es posible identificar:



GRAFICO 13. MAPA DE ACTORES
 FUENTE: MAPEO DE ACTORES, 2005
 ELABORADO POR LA AUTORA

1.5.4.8. CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD)

Según la COOTAD (2011), El Ecuador a través de los años se ha presentado profunda desigualdad en el desarrollo territorial del país conduciendo a provincias, cantones, parroquias, movimientos sociales y cívicos, a desarrollar una lucha histórica por eliminar el centralismo que ha dejado en el abandono y atraso a la mayor parte de territorios y poblaciones del país, y por superar el regionalismo que ha ocasionado la desintegración e impide la construcción de un proyecto nacional de progreso.

1.5.4.9. MICROEMPRESARIADO

Son consideradas aquellas pequeñas empresas que contienen no más de 10 personas. Con el fin de tener nuevas opciones de sobrevivencia, una organización básica que se incluya poco recurso para llevar a cabo la creación de una empresa, consiguiendo superación individual o conjunta. (Yuukito Maza, s.f.)

1.5.4.10. REQUISITOS DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA EL SISTEMA DE MEDIO AMBIENTE

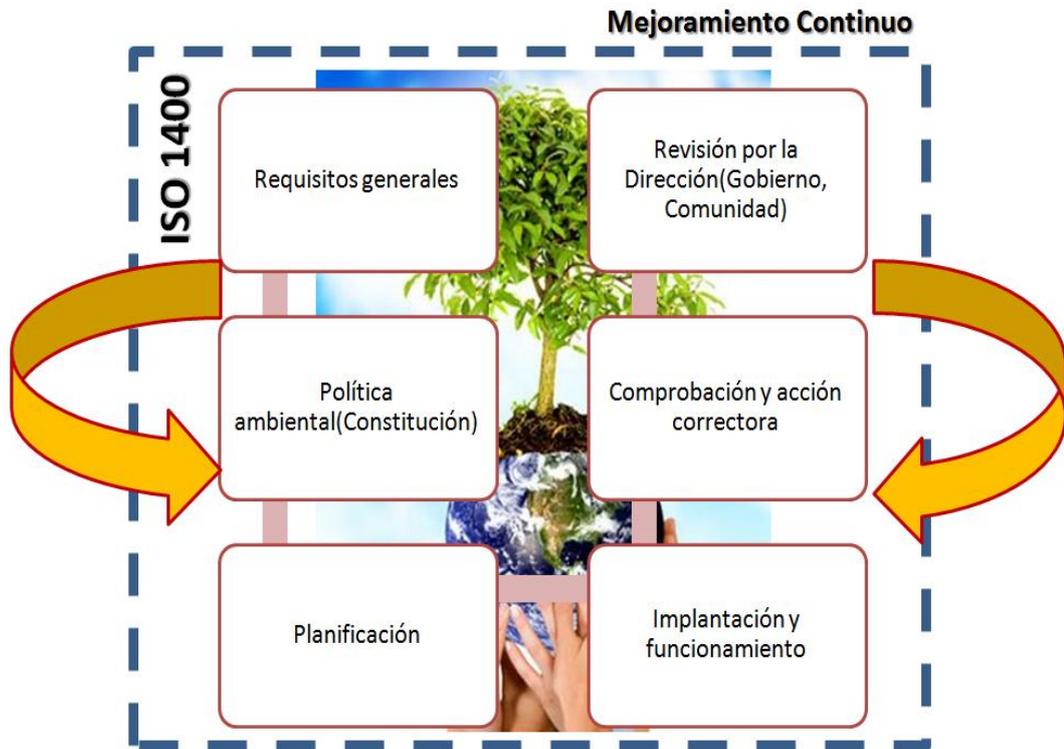


GRAFICO 14. GESTIÓN DE CALIDAD ISO 14000
FUENTE: ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTADARES
ELABORADO POR LA AUTORA

CAPITULO II

2. ASPECTOS GENERALES DEL CANTÓN SALITRE

2.1. HISTORIA DE SALITRE



GRAFICO 15. HISTORIA DE SALITRE
FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SALITRE
ELABORADOR POR LA AUTORA

2.2. ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES

- En 1890 se refugió en este cantón el EXPRESIDENTE DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR GENERALELOY ALFARO, en la localidad del Sector Ambos Mundo, (actualmente se encuentra el Recinto el Morocho⁶), desde este punto organizo su montonera⁷ utilizando al campesinado de aquel entonces para su beneficio. En el grupo se encontraban los Generales Flavio Alfaro, General Medardo Alfaro, el Coronel Carlos Alfaro Acosta y el doctor Marcos Alfaro, tuvo un papel importante en el cuadro intelectual conservando relaciones diplomática nacionales e internacionales, entre ellos encontramos Doctor Antonio Mateo de origen Cubano quien tenía una amistad con la Reina de España, pidiendo la libertad de Jamaica. (Paz&Cepeda, 2013)
- Otro hecho histórico es la llegada del libertador Simón Bolívar, al sector del Recinto Paula León.
- Según la Municipalidad de Salitre (2013), el Científico Franz Theodor Wolf⁸, visito el cantón Salitre, entre 1870-1875, con la finalidad de realizar estudios en sus ríos y esteros en todo el Ecuador, por tal razón este territorio lo llamó **LAS RAMAS**, hasta la presente, debido a la gran cantidad de ramales de aguas existentes.

⁶Este nombre se originó por motivo de la muerte de un soldado de apellido Morocho. Municipalidad de Salitre, (2010)

⁷Grupo o pelotón de gente de a caballo que intervenía como fuerza irregular en las guerras civiles de algunos países de Sudamérica. (Diccionario Larousse, s.f.)

⁸Geólogo y geógrafo alemán. Llegó al Ecuador en 1870, junto a otros sabios compatriotas suyos, contratado por el gobierno del Dr. Gabriel García Moreno para dictar clases en la Escuela Politécnica de Quito. Fue profesor de Geología y de Mineralogía en la Universidad Central en Quito, desde 1870. Y fue nombrado "geólogo oficial de Ecuador" en 1875. Como producto de sus investigaciones y estudios publicó importantes obras de carácter científico, como «Memorias Sobre las Islas Galápagos», «Viajes Científicos por la República del Ecuador», «Geografía y Geología del Ecuador», «Fenómenos Volcánicos y Terremotos en el Ecuador», «Plano de Guayaquil» y otras. La abreviatura Th.Wolf se emplea para indicar a Franz Theodor Wolf como autoridad en la descripción y clasificación científica de los vegetales. El volcán Wolf, el punto más alto de la isla Isabela y la isla Wolf fueron nombrados en su honor. (Flickr, s.f.)

- Entre 1954 iniciaron la disciplina los Arqueólogos Julio Viteri Gamboa Y Emilio Estrada Ycaza, quienes estudiaron las diversas culturas que tuvieron asentadas en esta población los mismos que determinaron la presencia de la cultura Valdivia, Milagro-Quevedo, Daule Tejar, Los Babis, Guangala, Chorrera y Huancavilca.(Dirección de Turismo de Salitre, 2010)
- En el cantón encontramos alrededor de 120 Tolas debido al asentamiento cultural entre ellas encontramos: Cultura Valdivia, Chorrera, Huancavilca, Milagro - Quevedo, Los Babis, Daule Tejar, Candileja, Guangala entre otras. Algunas de ellos han sido excavadas sin ninguna orientación hallándose restos humanos, piezas de cerámicas, objetos de metales fabricados con perfección, manifestando así la existencia de nuestros ancestros, dando origen al multicolor de cultura Blanco-Mestizo (Investigadores Grupo Chajir, s.f.).
- En los años 50 nace la manifestación Folclórica de Montubio, con sus destrezas y habilidades cultivando en los corrales y potreros de los hacendados, en aquella época servía exclusivamente para deleite del patrón.
- En 1952, el primer rodeo montubio se llevó a cabo en el recinto Junquillal ahora parroquia, el mismo que era construido en forma de corral sin graderío.
- En 1957, esta actividad se lo realizo en el centro de la ciudad con fines de lucro, llevándolo a diferentes lugares de la población.
- El 12 de Octubre de 1962, la actividad del Rodeo Montubio es catalogada como parte del Folclor, esta fue brindada al público por el General Vernaza, considerándolo como parte de la cultura, tradición

que se mantiene hasta la actualidad.(Dirección de Turismo de Salitre, 2013)

2.3. SITUACION GEOGRAFICA

El cantón Salitre, conocido como Urbina Jado, ubicado al Noroeste de la provincia del Guayas, Republica del Ecuador, es considerada “Capital Montubio del Ecuador”, con una población de 57.402 aproximadamente, su extensión territorial es de 390 Kilómetros cuadrados posee una área de 39.458,50 Hectáreas; su altitud es de 5 metros sobre el nivel del mar. El cantón se encuentra ubicado:

TABLA 3. LIMITES DE SALITRE

Al Norte	Al Este	Al Sur	Al Oeste
<ul style="list-style-type: none"> Parroquia Antonio Sotomayor y el cantón Palestina. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantones Baba y Vincas de la provincia de los Ríos. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantón Juan B. Aguirre, Cantón Samborondón y el río Babahoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantones Daule y Santa Lucia

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE SALITRE, 2011
ELABORADO POR LA AUTORA



FIGURA 6. MAPA POLÍTICO DEL GUAYAS
FUENTE: PERFECTURA DEL GUAYAS, 2010

De acuerdo al Instituto Oceanográfico de la Armada (s.f.), el cantón Salitre, se encuentra ubicado geográficamente en las siguientes coordenadas:

TABLA 4. UBICACIÓN GEOGRAFICO DE SALITRE

	LONGITUD	LATITUD
Norte	79' 52'	01-18'
Sur	79' 44'	01-56'
Este	79' 40'	01-54'
Oeste	79' 56'	01-47'

FUENTE: INSTITUTO OCEANOGRAFICO DE LA ARMADA, S.F.
ELABORADO POR LA AUTORA

Esta zona, antiguamente formaba parte del Cantón Daule, con el nombre de Parroquia Las Ramas.

Desde la ciudad de Guayaquil, principal puerto comercial del Ecuador, se encuentra a 42Kms, de distancia aproximadamente.

La carretera de esta vía es de primer orden, su terreno es bajo y anegadizo, especialmente en épocas lluviosas, que va desde enero a julio, de una fertilidad asombrosa, sus tierras son utilizadas para el cultivo de arroz en un 80%, maíz, cacao, yuca, banana, sandía, melón, tomate, pimiento, pepino, cebolla, soya, fréjol, pasto para el ganado, árboles de madera y frutales, como mango, aguacate, mamey, zapote, cauje, pechiche, etc.

2.4. CARACTERÍSTICAS

- La superficie es de 390 kilómetros cuadrados.
- Clima es sumamente cálido de gran humedad, sintiendo con mayor rigidez en la época de invierno.
- Temperatura es de 32° C a 36° C y en el verano la temperatura y grado de humedad descienden considerablemente hasta 20° C.

- El terreno es de topografía plana, no encontramos ninguna elevación de consideración, solo existe tolas de hasta 16 metros de altura, alrededor de 140 localizadas en todo el Cantón.
- Su altitud es de 5mts sobre el nivel del mar.
- Salitre tiene 130 recintos.
- Su población actual es de 57.402 habitantes. (INEC,2010)
- Es una zona eminentemente agrícola y ganadera.
- Reconocida como la “CAPITAL MONTUBIA DEL ECUADOR Y BALNEARIO DE AGUA DULCE”.
- Tiene 4 parroquias, 1 urbana y 3 rurales, Salitre la cabecera cantonal, Victoria, Vernaza y Junquillal.

2.5. CULTURA

Salitre es donde sus habitantes, han revalorizado su identidad cultural, hoy tradiciones de antaño han recuperado su valor; actualmente se puede disfrutar de ver pilar el arroz punta de pilón, donde la fuerza del hombre es el principal elementos. Visitar La Judith y refrescarse, con el jugo de la caña de azúcar, extraído con un trapiche hecho de tronco de árboles, combinado con el impulso del hombre del agro.

Dentro de sus culturas encontramos la conservación de los montubios que forman gran parte de los ciudadanos que viven en la zona, más que una raza es sus costumbres y tradiciones que aún no han sido opacados a pesar de los grandes cambios que se han presentado con el pasar del tiempo.(Municipalidad de Salitre, 2010).

2.6. COMUNIDAD MONTUBIO

Según Pio Jaramillo Alvarado (s.f.), La zona montubia se encuentra localizada en la Región Costa, en las provincias de Manabí y Guayas, preferiblemente en tierras fértiles. El montubio es derivado de un mestizaje que corresponde: indio, 60%, negros, 30% y español, 10%, sus mayor actividad es la agricultura.

2.7. ATRACTIVOS TURISTICOS

Según la Dirección de Turismo de Salitre (2013), posee los siguientes atractivos:

- Fiestas Montubias
- Las tolas
- Playa de Agua Dulce “SANTA MARIANITA”(inventario en el capítulo de Metodología)

2.8. PLAYA DE AGUA DULCE “SANTA MARIANITA”

Ubicada a un Kilómetro en el sector norte de la cabecera cantonalvía que conduce la parroquia Vernaza. Tiene la capacidad para acoger a 10.000 turistas. (Dirección de Turismo de Salitre, s.f.).

Según un reportaje que le realizo el Diario El Universo a Mariela turista de la zona (2009):“Es un viaje corto que puedo hacer con mi familia y regresar el mismo día a la casa”. Prefiere viajar a Salitre que está a 45 minutos de Guayaquil, que ir a Playas o Salinas, que se encuentran más alejadas a la ciudad.

2.8.1. SERVICIOS PRESTADOS

- GASTRONOMIA

Encontraremos kioscos de comidas que se encuentran a orillas de la playa, variedad de comidas típicas entre ellas encontramos:

- Seco de gallina criolla
- Arroz con menestra y carne asada
- Bollos de pescado
- Cazuela de pescado
- Cazuela de camarón
- Caldo de salchicha
- Fritada
- pescado frito
- tortilla de camarón
- tortilla de pescado
- torreja de choclo
- humitas
- sancocho de pescado

- Otros Servicios

Alquiler de Parasoles y cabañas

- Actividades

- Paseo de aventura en canoa a motor
- Cabañas de diversión variada
- Paseos a caballo

Además a orillas de la playa “Sta. Marianita”, existen varios establecimientos donde se pueden divertir los turistas, además de bailar al ritmo de la música que tocan los Dj del sector.

- **Temporadas para ser Visitada**

La playa puede ser visitada los 365 días del año. En temporada de invierno se acentúan los paseos de aventura en canoa a motor y los feriados de carnaval. En la temporada de verano se acentúan las diferentes actividades playeras como vóleyball, futbol, (Dirección de Turismo de Salitre, 2013).

CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

La investigación de mercado que se ejecutará tiene dos finalidades:

Encuesta #1 Reconocer el estado que se encuentre el producto turístico “Playa Santa Marianita”, por tal razón, esta encuesta va dirigida hacia los habitantes de la zona, que proporcionaran información del atractivo que es de suma importancia para el proyecto, para luego de sus resultados, realizar sus debidos análisis y mejoras para que tenga una buena acogida y se pueda cumplir los objetivos propuestos. Con este plan se pretende mejorar las condiciones actuales de los habitantes de la Playa “Santa Marianita”, atrayendo un mayor número de visitantes permitiendo un fomento económico local, manteniendo un turismo consciente.

Encuesta#2 Por su cercanía y considerada por tener visitantes potenciales, se realizará la encuesta en la ciudad de Guayaquil, el fin es fomentar el turismo interno y lograr que el atractivo también forme parte de la lista principal para los viajes por ocio realizados por los Guayaquileños, reconociendo sus necesidades, actividades y gastos promedios que realizaría el ciudadano en el momento que visite el lugar.

Inmediatamente que se obtengan los datos se operará la información de una forma óptima sin afectar los resultados, los resultados erróneos no serán tomados en cuenta, en caso que el margen de error es superior a lo autorizado se retornará a realizar.

Las informaciones obtenidas de las dos encuestas serán ingresadas, creando sus respectivas tablas y gráficos en caso de necesitarlos; se tomará como herramienta el programa Microsoft Excel, que es utilizada comúnmente para organizar y obtener datos estadísticos.

3.2. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO Y ATRACTIVO



4. GRAFICO 16. DIAGNÓSTICO DEL INTERNO Y ATRACTIVO
5. ELABORADO POR LA AUTORA

Antes de la inicialización de la Planificación del Desarrollo Turístico de la zona, es importante realizar un diagnóstico profundo, por tal razón la encuesta creada por Carla Ricaurte (s.f), permitiendo identificar sus **Causas, Problemas, Efecto, Solución**, adicionalmente con ello se pretenderá conocer poco más de los factores que ha formado parte de la evolución que ha obtenido el cantón con el pasar de los tiempos, continuación se adjunta los resultados derivados de la encuesta realizadas a principales autoridades como la Dirección de Turismo y principales autoridades como el Sr. Carlos León Cali, Presidente de la Asociación de Vendedores de Alimentos de la Playa “Santa Marianita”, generando sus respectivas tablas, facilitando su comprensión y lectura de los mismos.

Para el levantamiento y sistematización de la indagación, se utilizó el modelo del sistema turístico de Sergio Molina (s.f), es un sistema relacionado con su medio ambiente. Luego que se haga uso de los servicios permitiendo accesibilidad de retroalimentación del sistema logrando introducir cambios en ellos. (Molina, 2000).

La función de cada componente es la siguiente:

- Gobernanza
- Demanda
- Comunidad Receptora
- Atractivos
- Oferta de Servicios
- Infraestructura

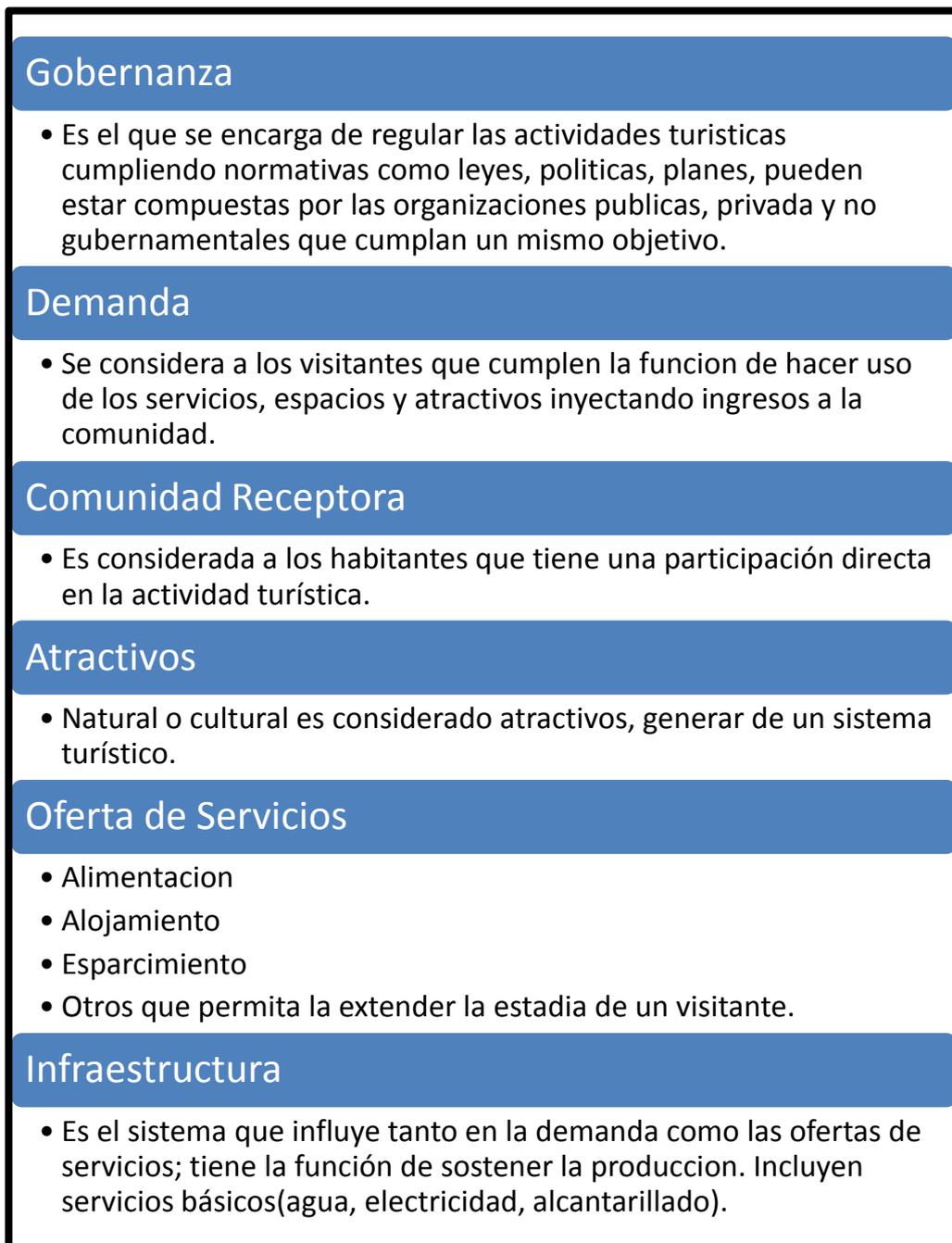


GRAFICO 17. FUNCIONES DE LOS COMPONENTES
ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.1. CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE CANTÓN

Nombre de Provincia: Guayas

Nombre de Cantón: Salitre

Nombre de Parroquia: Salitre

Continuación se informa detalladamente tipo y cantidad de servicios que dispone el cantón.

TABLA 5. OFERTA DE SERVICIOS (SALITRE)

OFERTA DE SERVICIOS (CANTIDAD)	ALOJAMIENTO	
	HOTELES	2
	MOTELES	3
	ALIMENTACION	
	RESTAURANTES	5
	BARES	3
	CANTINAS	15
	CABAÑAS	50
	ESPARCIMIENTO	
	DISCOTECAS	2
	INSTALACIONES DEPORTIVAS	2
	CANCHAS	3
	OTROS SERVICIOS	
	OPERADORA NO REGISTRADA	1
	INFORMACION TURISTICA(MUNICIPALIDAD)	1
	BANCOS (BCO. FOMENTO)	1
	CAJEROS AUTOMATICOS	1
	BANCO DEL BARRIO	4

ELABORADO POR LA AUTORA

TABLA 6. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD (SALITRE)

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD	FUERA DE LA COMUNIDAD (DESDE GYE)	DISTANCIAS	
		DISTANCIA A LA CABECERA	42 KM
		BUS	1 HORA
		CAMIONETA /AUTO PARTICULAR	52 MINUTOS
		CAMINANDO	11 HORAS 19 MINUTOS
		VIAS DE ACCESO	
		PAVIMENTADA/ESFALTADA	SI
	SEÑALIZACION		
	VIAL	SI	
	TURISTICA	NO	
	DENTRO DE LA COMUNIDAD	TRANSPORTE PUBLICOS	
		TRICIMOTO	SI
		CANOAS	SI
		ESTACIONES DE TRANSPORTE	
BUS		SI	
TRICIMOTO	SI		

ELABORADO POR LA AUTORA

TABLA 7.COMUNICACIONES-SANIDAD- GOBERNANZA- COMUNIDAD RECEPTORA (SALITRE)

COMUNICACIONES	SERVICIO TELEFONICO	
	SI	X
	SEÑAL TELEFONICO	SI
	OFICINA DE TELEFONOS	
	DISTANCIA	500 METROS
	CABINAS DE SERVICIO TELEFONICO	
	CABINAS(CANTIDAD)	20
	ESTABLECIMIENTO DE INTERNET	
	CIBERCAFES(CANTIDAD)	3
	OFICINAS DE CORREOS	
	SERVIENTREGA	SI
	WESTER UNION	SI
	CORREOS DEL ECUADOR	NO

SANIDAD	AGUA	RED DE AGUA EN LA POBLACION		
		AGUA ENTUBADA	60%	
		AGUA NO ENTUBADA	40%	
		ESTADO DEL AGUA DISTRIBUIDO		
		CON CLORO	SI	
		PRINCIPAL DE ABASTO		
		RED PUBLICA	SI	
		CARRO REPARTIDOR(RECINTOS)	SI	
		POZO	SI	
		RIO, VERTIENTE, ACEQUIA	SI	
		SISTEMA DE ALCANTARILLADO		
		NO (EN PROCESO)		
		DESPERDICIOS	LUGARES DE ELIMINACION DE EXCRETAS	
			LETRINA	10%
	POZO SEPTICO		60%	
	POZO CIEGO		30%	
	ELIMINACION DE BASURA			
	CARRO RECOLECTOR		SI	
	SE QUEMA		SI (RECINTOS)	
	SALUD		ESTABLECIMIENTOS DE SALUD	
		SI		
		INSTANCIAS (CANTIDAD)		
		CURANDERO TRADICIONAL	2	
		SUB-CENTRO DE SALUD	1	
		CENTRO DE SALUD	1	
		HOSPITAL PÚBLICO	1	
		DESPENSARIO PÚBLICO	1	
		CONSULTORIO PRIVADO	10	
		FARMACIAS	11	
	ENERGIA	SERVICIO DE ENERGIA		
		ENERGIA ELECTRICA	SI	
		POBLACION CON ENERGIA	98%	
SERVICIO DE GASOLINA				
GASOLINERAS		1		
DISTANCIA		2KM		

GOBERNANZA	NACIONALES	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD	
		FRANCISCO LEON	2009	ACTUALIDA D	ALCALDE	
		LCDA. PAOLA GALVEZ	2012	2013	MINISTERIO DE TURISMO	
		LCDA. OLGA GUERRA	2012	ACTUALIDA D	CONSEJO PROVINCIAL	
		PLANES DE DESARROLLO EN LA COMUNIDAD				
		SI				
	PLAN	AÑO				
	REGENERACION	2013				
	TIPO DE ORGANIZACIÓN					
	JUNTA PARROQUIAL	COMITÉ DE BARRIO	DIRECTIVA COMUNITARIA	COMITÉ DE DESARROLLO COOPERATIVAS	ORGANIZACIÓN DE MUJERES COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA ORGANIZACIONES RELIGIOSAS CLUBES ASOCIACIONES DE TURISMO	
COMUNIDAD RECEPTORA	ACTIVIDADES ECONOMICAS					
	AGRICULTURA				SI	
	PESCA				SI	
	GANADERIA				SI	
	ARTESANIA				SI	
	TIPO DE EMPLEO TURISTICO					
	EMPLEOS FORMALES				50%	
	EMPLEOS INFORMALES				50%	
	TIPO DE ACTIVIDAD QUE PARTICIPAN					
	TRABAJO EN GRUPO				NO	
	MINGA				SI	
	ASAMBLEA COMUNITARIA				SI	
	EVENTOS CONTINUOS				SI	
	PARTICIPACION DIRECTIVAS EN PLANES ESTRATEGICOS LOCALES					
	MUNICIPIO				SI	
GOBIERNO PROVINCIAL				SI		
ACTIVIDAD TURISTICA DE LA COMUNIDAD(%)						
TURISMO INSTRUMENTO IMPORTANTE DE DESARROLLO				60%		
TURISMO ACTIVIDAD ECONOMICA ALTERNA				30%		
INDIFERENCIA HACIA EL DESARROLLO TURISTICO				10%		

ELABORADO POR LA AUTORA

5.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LA PLAYA “SANTA MARIANITA”

TABLA 8. CARACTERÍSTICAS DE LA PLAYA "SANTA MARIANITA"(SALITRE)

GENERALES	NOMBRE DEL ATRACTIVO	SANTA MARIANITA
	UBICACIÓN	DENTRO DEL CANTÓN SALITRE VIA A VERNAZA
	COMUNIDAD MAS CERCANA	DAULE
	COMUNIDAD MAS CERCANA	21,9 KM
DEL ATRACTIVO	NATURAL:	PLAYA DE RIO
	CULTURAL:	COMIDA Y BEBIDAS TIPICAS ARTESANIAS
	VISITA AL ATRACTIVO:	TODO EL AÑO
	HORARIOS DE ATENCION:	5 AM - 7 PM
ATRACTIVO	USO DE LA COMUNIDAD:	SI REALIZAN PESCA
	DEMANDA APROXIMADA	200 VISITANTES DE LUNES A VIERNES 500 VISITANTES LOS DÍAS SÁBADOS 3.000 VISITANTES LOS DÍAS DOMINGOS 4.000 VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS PERMANENTE(TODO EL AÑOS)
	FRECUENCIA DE DEMANDA	
	TIPOS DE DEMANDA CON RESPECTO AL ORIGEN	NACIONAL LOCAL
ATRACTIVO	CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADIA	EXCURSIONISTAS
	SITUACION ACTUAL	DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACION
	ATRACTIVO A CARGO DE:	CARLOS LEON (PRESIDENTE DE LAS ASOCIACIONES DE LA PLAYA)
	TENDENCIA DEL ASENTAMIENTO	COMUNAL
ACCESIBILIDAD	GESTIONES PARA SU CONSERVACION	SI ACONDICIONAMIENTO DE LA VIA SERVICIOS BÁSICOS
	RESTRICCIONES/REGULACIONES	NO HAY ORDENAMIENTO
	VIAS DE ACCESO DISPONIBLES	TODO EL AÑO
	PRINCIPALES VIAS DE ACCESO	PAVIMENTADA
TURÍSTICAS	SEÑALIZACION	SI HAY VIAL SI HAY TURISTICA DENTRO DE LA COMUNIDAD
	TRANSPORTES PUBLICOS	BUS TRICIMOTO TAXIS
	SERVICIOS TURISTICOS	12 CABAÑAS DE COMIDAS 1 BAR
	ACTIVIDADES RECREATIVAS	PESCA DEPORTIVA PASEOS EN CANOA PASEOS A CABALLO GASTRONOMIA
	INSTALACIONES	PISCINA VESTIDORES

ELABORADO POR LA AUTORA

5.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se espera por medio de la encuesta medir y analizar las expectativas de los clientes potenciales para establecer un plan de desarrollo turístico de la playa “Santa Marianita” del cantón Salitre, obteniendo la respuesta más certera que permitirá visualizar una dirección correcta.

5.2.1. METODOLOGIA

Para realizar el desarrollo de este proyecto se tomará el enfoque más apropiado tomando en consideración el “Método Cuantitativo”, puesto que permite analizar los datos de una forma más numérica, logrando una comprensión más entendible para los lectores interesados por el plan, mediante resultado reflejados en gráficos.

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

5.2.1.1. MÉTODO INDUCTIVO

Mediante este se podrá establecer conclusiones de los datos encontrados. Este método va de lo general a lo particular; es decir, que tendría valor para evaluar los aspectos que están influyendo en el desarrollo actual de la Playa “Santa Marianita”.

5.2.1.2. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO

Inmediatamente se obtenga los resultados de las encuestas, se llevará a cabo la tabulación de las mismas, para luego ser trasladados a gráficos estadísticos que permitirá la visualización de una forma clara y precisa, la cual establecerá una conclusión que optimice la formación del proyecto.

5.3. POBLACION Y MUESTRA

5.3.1. SELECCIÓN POR CUOTAS

En las muestras por cuotas los elementos son seleccionados de acuerdo a criterios o características conocidas del universo. En algunos temas esta técnica no probabilística representa una buena opción a bajo costo. (Vivanco, M. 2005). Por lo tanto se realizará un muestreo no probabilístico por cuotas por ser económico y brindar información válida para el estudio. Con el propósito de no sólo cuantificar la información si no también tratar de describirla el enfoque será mixto.

Después de haber definido el universo o población de estudio, el siguiente paso consiste en determinar el tamaño de la muestra, el mismo que no depende de una manera proporcional al tamaño del universo, depende de otras condiciones, ya que una muestra puede ser pequeña y representativa (Galindo, L. 1998). 50

Con base a lo expuesto anteriormente se va a utilizar la fórmula para hallar la muestra que expone Galindo en su obra Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, que es la siguiente:

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

GRAFICO 18. FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA
FUENTE: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN SOCIEDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN

El lugar escogido para realizar la encuesta es la ciudad de Guayaquil, porque se encuentra a pocos kilómetros del cantón Salitre, además ahí encontramos la población potencial para que se logre el objetivo del proyecto.

N: es la población, en este caso se utilizara a Guayaquil como población objetivo, la misma que tiene 2,350.915 habitantes (INEC, 2010).

p: probabilidad de ocurrencia del hecho

q: probabilidad de no ocurrencia del hecho

e: margen de error

N/C: 95 %, expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada $z = 1,96$ porcentaje de nivel de aprobación

VARIABLES PARA EL CALCULO			
n/c=	95%		
z=	1.96	n=	2,257,818.77
p=	0.50		5,878.25
q=	0.50		
N=	2,350,915		
e=	0.05	n=	384
n=	?		

GRAFICO 19. CALCULO DE LA MUESTRA EN GUAYAQUIL
ELABORADO POR LA AUTORA

Con esta fórmula se puede establecer que la muestra a analizar es equivalente a 384 personas, tal como se mostró en la tabla anterior.

5.3.2. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Se hará uso de la encuesta, herramienta para obtener la información. Adicionalmente los datos serán obtenidos en puntos estratégicos en la ciudad de Guayaquil para lograr una mayor efectividad en los resultados.

5.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado para lo cual se dirigirá el “Plan de Desarrollo Turístico de la Playa de Salitre “Santa Marianita”, para fomentar el crecimiento de la zona” son los habitantes de Guayaquil por su cercanía y principalmente por ser la ciudad principal de la provincia del Guayas, ya que este se encuentra a 50 minutos del atractivo.

TABLA 9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Perfil Demográfico	Perfil Socioeconómico
<ul style="list-style-type: none">- Sexo: Femenino y Masculino.- Edad promedio: 18 años a 65 años de edad.- Nacionalidad: Ecuatoriana- Ciudad Referencial: Guayaquil	<ul style="list-style-type: none">- Ocupación: En General.- Habitantes de clase baja en adelante- Educación: No es necesario.- Estrato Social: Todos.



ELABORADO POR LA AUTORA

5.5. TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Según Guillermo Briones (1996), para la obtención de datos se debe seguir pasos que permitan el estudio de campo:

- a) Revisión de la información recogida.
- b) Codificación de la información recogida y revisada.
- c) Diseño de cuadros estadísticos
- d) Elección del paquete estadístico para el análisis de la información.
- e) Preparación de la estructura del informe.
- f) Análisis e interpretación de los resultados.

Luego de obtener los datos serán analizados con la ayuda de la programa Microsoft Excel, la cual me permitirá crear un diagnostico necesario y ser dominio a la autora de la investigación.

5.6. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS

La encuesta se realizó en algunos puntos estratégicos como en las afueras de la Municipalidad de Guayaquil, Terminal Terrestre, Rio Centro Norte y a empleados de empresa privada Plusservice y Conecel.

El Objetivo principal es identificar el reconocimiento que tienen los ciudadanos Guayaquileños hacia la playa “Santa Marianita”.

5.7. RESULTADO Y ANALISIS DE LA ENCUESTA

DATOS GENERALES:

La encuesta esta segmentada en 2 partes:

- **Datos Personales**

Se realizó la encuesta a 384 personas, las cuales se puede indicar un porcentaje de las edades promedios:

- 3% entre 18 a 20 años de edad (12 personas)
- 43% entre 21 a 30 años de edad(163 personas).
- 54% de 31 años de edad en adelante (209 personas).

TABLA 10. EDADES PROMEDIOS DE ENCUESTADOS

EDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 a 20 años	12 personas	3%
21 A 30 años	163 personas	43%
31 años en adelante	209 personas	54%

ELABORADO POR LA AUTORA

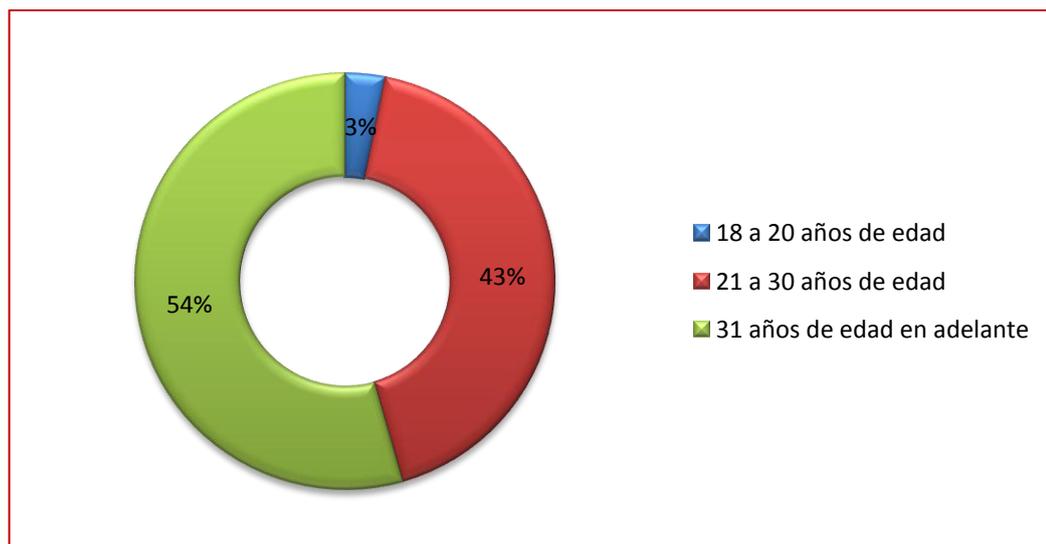


GRAFICO 20. ENCUESTA- EDADES
ELABORADO POR LA AUTORA

- **Preguntas de la Encuesta**

1) ¿Usted considera la playa de su mayor agrado?

Esta pregunta tiene como objetivo determinar el porcentaje de personas que consideran la playa como un atractivo turístico y preferencial. De acuerdo a los resultados obtenidos, el 72% de los encuestados encuentran muy agradable ir a un balneario, mientras que el 28% no lo prefiere.

TABLA 11. ENCUESTA-¿CONSIDERA LA PLAYA DE MAYOR AGRADO?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	207	72%
NO	107	28%

ELABORADO POR LA AUTORA

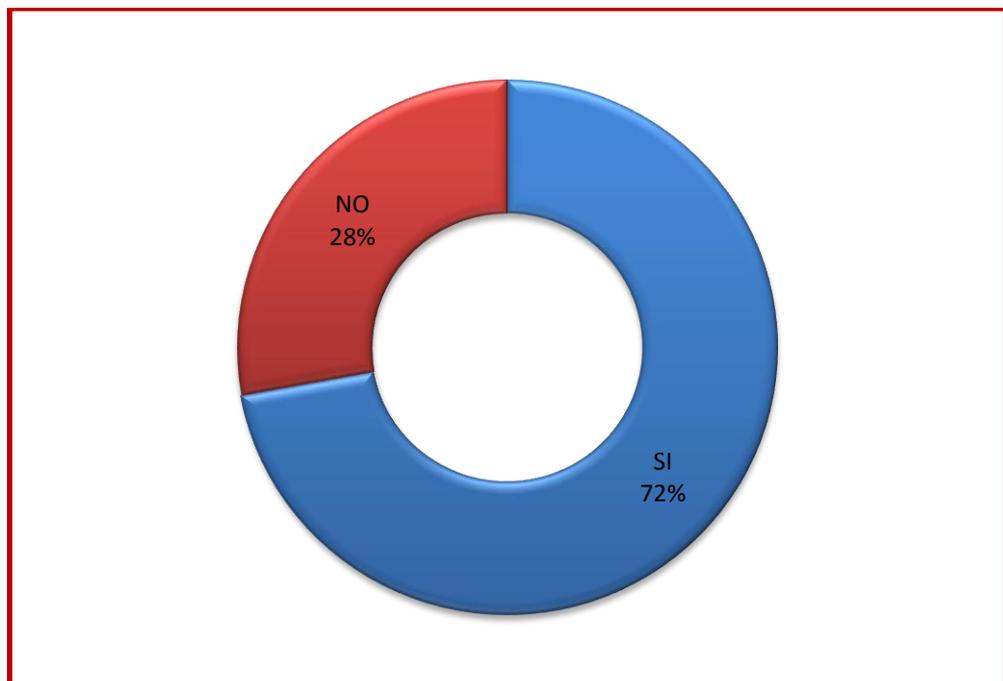


GRAFICO 21. ENCUESTA-¿CONSIDERA LA PLAYA DE MAYOR AGRADO?
ELABORADO POR LA AUTORA

2) ¿Qué período del año prefiere usted para viajar a la playa?

Esta pregunta corrobora la gran afluencia de turistas en los feriados.

TABLA 12. ENCUESTA-PERÍODO DE PREFERENCIA PARA VIAJAR

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
FERIADOS	184	48%
FINES DE SEMANAS	79	20%
UNA VEZ AL MES	64	17%
UNA VEZ AL AÑO	57	15%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

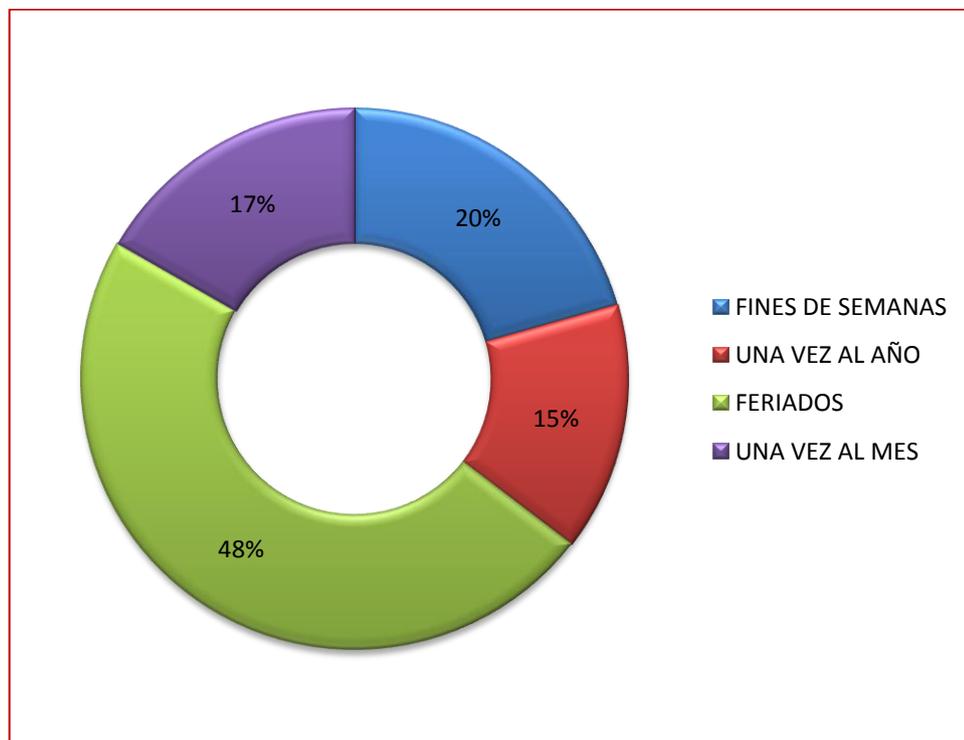


GRAFICO 22. ENCUESTA-PERÍODO DE PREFERENCIA PARA VIAJAR
ELABORADO POR LA AUTORA

3) Sus viajes usualmente le gusta ir:

Según aproximadamente el 99% de los encuestados, ir a la playa es un pasatiempo que se disfruta en compañía; mucho mejor si es en familia, respondió el 54%. Seguido por el 33% que prefiere ir con amistades, luego el 12% opta ir con su pareja y finalmente, el 1% piensa que es mejor ir solo.

TABLA 13. ENCUESTA- COMPAÑERO DE VIAJE

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
FAMILIA	209	54%
AMIGOS	126	33%
PAREJA	47	12%
SOLO	2	1%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

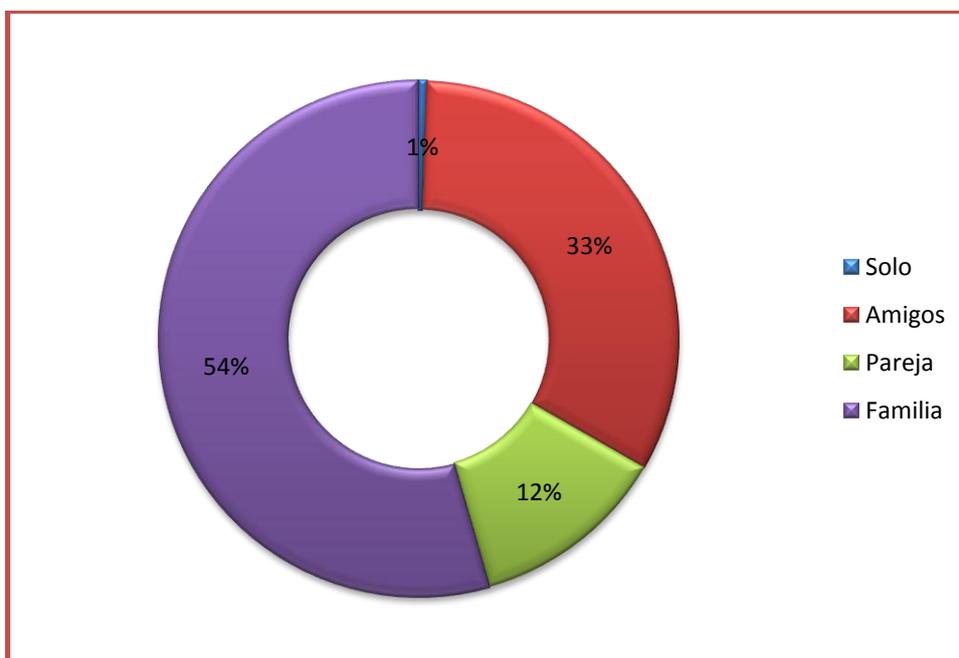


GRAFICO 23. ENCUESTA- COMPAÑERO DE VIAJE
ELABORADO POR LA AUTORA

4) ¿Qué factores interceden en una toma de decisión para realizar un viaje?

Conforme a la encuesta, hay dos factores que se anteponen en la toma de decisión para la realización de un viaje: Gastronomía (35%) y Diversidad de atractivos (30%). A continuación, la oferta de productos y actividades con precios razonables interesa al 14% de los consultados, así mismo, el 12% da importancia a la accesibilidad del destino. Como último elemento de decisión, ha sido tabulado con un 9% la seguridad en la zona.

TABLA 14. ENCUESTA- FACTORES QUE INTERCEDEN UNA DECISIÓN

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
GASTRONOMIA	133	35%
DIVERSIDAD DE ATRACTIVOS	117	30%
PRECIOS RAZONABLES	54	14%
FACILIDAD DE ACCESO	45	12%
SEGURIDAD EN LA ZONA	35	9%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

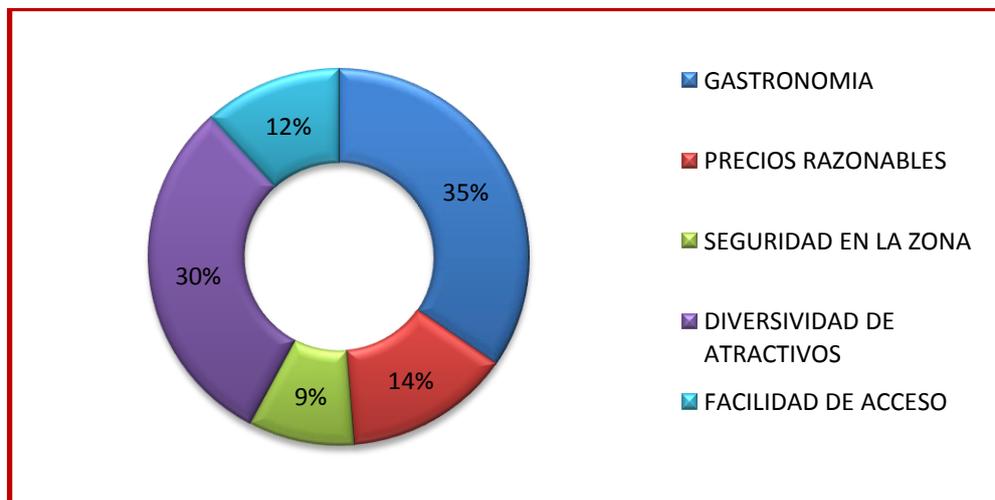


GRAFICO 24. ENCUESTA- FACTORES QUE INTERCEDEN UNA DECISIÓN
ELABORADO POR LA AUTORA

5) ¿Cuál es el medio de comunicación para Usted de mayor audiencia para la promoción de un producto turístico?

La revolución de la web se hace presente en la respuesta de los encuestados: casi el 75% coincide que la mejor forma de promover un destino turístico es el internet, así el 48% cree que son las redes sociales el medio más efectivo, y el 25% piensa que son los correos electrónicos. Después, la televisión y las vallas publicitarias son calificadas con el mismo nivel de importancia (11%). Finalmente, a las volantes (3%) y a la prensa escrita (2%) se les atribuye muy poca efectividad en la promoción de un destino.

TABLA 15. ENCUESTA – PUBLICIDAD

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
REDES SOCIALES	184	48%
CORREOS ELECTRÓNICOS	94	25%
TELEVISION	43	11%
VALLAS PUBLICITARIOS	43	11%
VOLANTES	13	3%
PRENSA ESCRITA	7	2%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

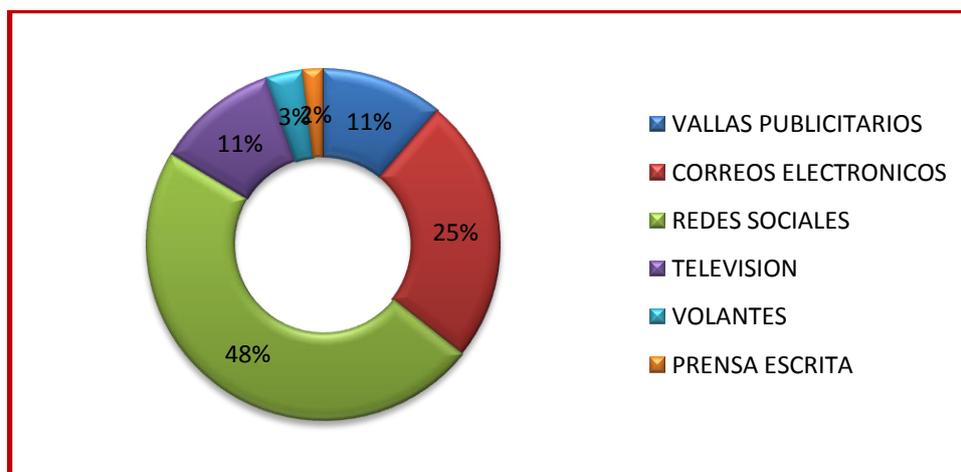


GRAFICO 25. ENCUESTA – PUBLICIDAD
ELABORADO POR LA AUTORA

6) Usted al momento de escuchar cantón Salitre inmediatamente lo identifica como:

Tal como se menciona en las primeras líneas de este proyecto, Salitre es considerado la capital montubia del Ecuador, lo cual nos lleva a entender los resultados de esta investigación, donde la mayoría de los encuestados vincula al cantón con actividades montubias. Según los resultados, Salitre es casi equivalente al rodeo montubio (84% lo relaciona); el 9% lo anexa a la agricultura, consecuentemente el 7% con la elección de la criollita bonita y ninguno de los encuestados lo asocia como destino balneario.

TABLA 16. ENCUESTA- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
RODEO MONTUBIO	322	84%
AGRICULTURA	33	9%
CRIOLLITA BONITA	29	7%
PLAYA	0	0%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

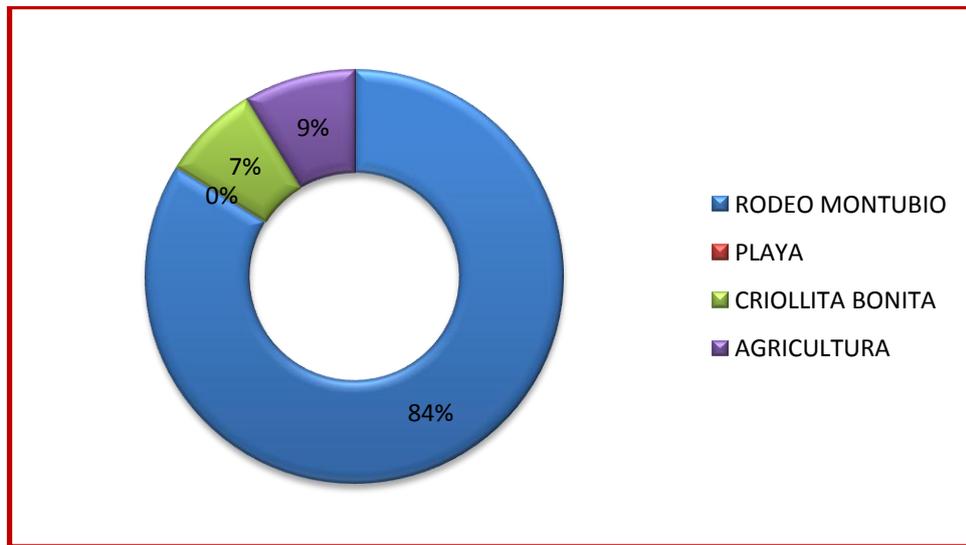


GRAFICO 26. ENCUESTA- IDENTIFICACIÓN DEL ATRACTIVO
ELABORADO POR LA AUTORA

7) ¿Sabía usted que el cantón Salitre tiene playas de agua dulce?

A pesar de los resultados presentados en la consulta anterior, en la que el 0% de los encuestados relacionaron el Cantón Salitre con playas, en esta pregunta el 42% afirma saber que el cantón posee playas de agua dulce, con el 58% que lo desconoce.

TABLA 17. GRAFICO 27. ENCUESTA - RECONOCIMIENTO DE LA PLAYA

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	209	54%
NO	175	46%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

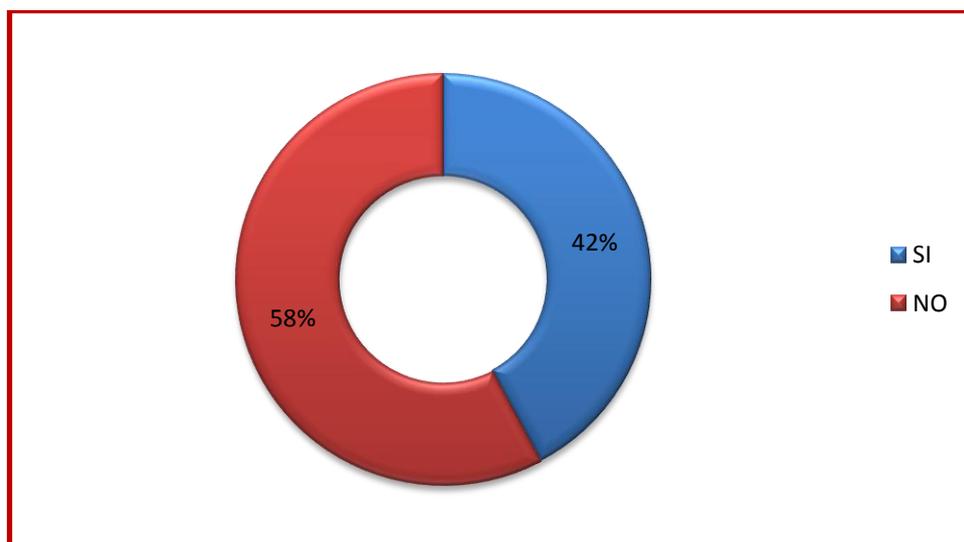


GRAFICO 27. ENCUESTA - RECONOCIMIENTO DE LA PLAYA
ELABORADO POR LA AUTORA

8) ¿Cuál es el presupuesto aproximado para realizar un viaje a la Playa de Salitre “Santa Marianita”?

Los valores reflejados fueron basados por los ingresos aproximados que se obtiene en el lugar por visitante, información obtenida por los habitantes directos del balneario.

Aproximadamente el 65% de los encuestados estaría dispuesto gastar más de USD 40 en un viaje a la playa de Salitre Santa Marianita. Mientras que un 35% consideraría un presupuesto menor a los USD 41 para ir al balneario en cuestión.

TABLA 18. ENCUESTA- PRESUPUESTO PARA LA VISITA A LA PLAYA

PRECIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$20 A \$30	37	10%
\$31 A \$40	97	25%
\$41 A \$50	149	39%
MAS DE \$50	101	26%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

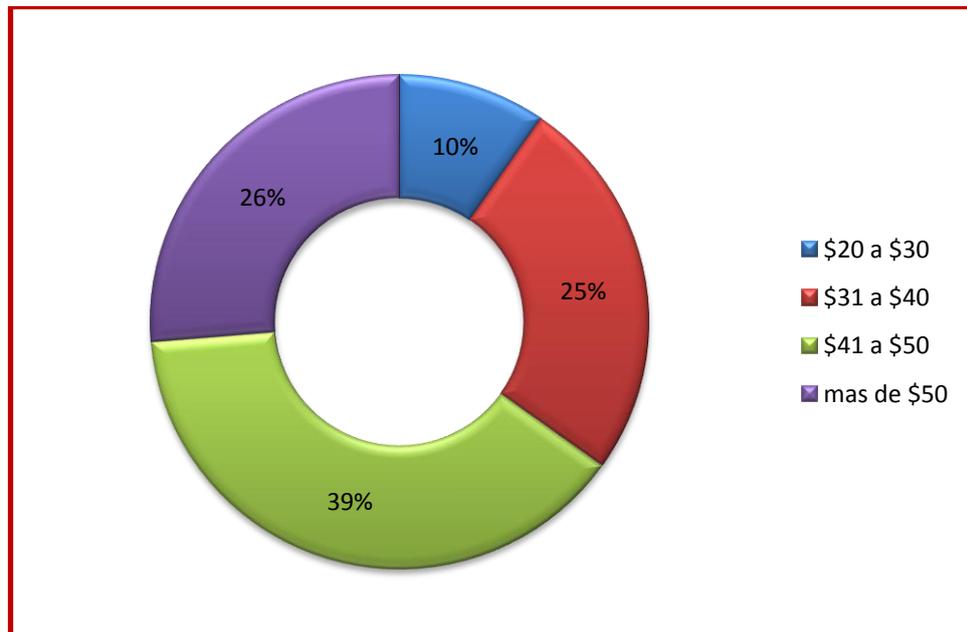


GRAFICO 28. ENCUESTA- PRESUPUESTO PARA LA VISITA A LA PLAYA
ELABORADO POR LA AUTORA

9) ¿Con qué frecuencia Usted visitaría la Playa de Salitre “Santa Marianita”?

Con esta pregunta se pretende conocer cuándo los encuestados estarían dispuestos visitar la playa Santa Marianita. El 44% asegura que lo haría en los días festivos de la zona, esta respuesta podría tener relación con la cuarta pregunta de esta encuesta, en la que el 30% considera que la diversidad de actividades es un factor muy importante para la elección de un destino, pues en las festividades del cantón generalmente hay múltiples actividades para agasajar el cantón. A continuación el 19% considera que el mejor tiempo para ir serían los feriados nacionales, seguido por el 18% que estimaría ir los fines de semana, y el 14% cree que visitaría la playa una vez al mes. Como última opción está la visita de la playa durante las vacaciones (5% de los encuestados).

TABLA 19. ENCUESTA - FECHA PARA VISITAR EL ATRACTIVO

	CANTIDAD	PORCENTAJE
FIN DE SEMANA	71	18%
VACACIONES	18	5%
FERIADOS	73	19%
DIAS FESTIVOS DE LA ZONA	168	44%
UNA VEZ AL MES	54	14%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

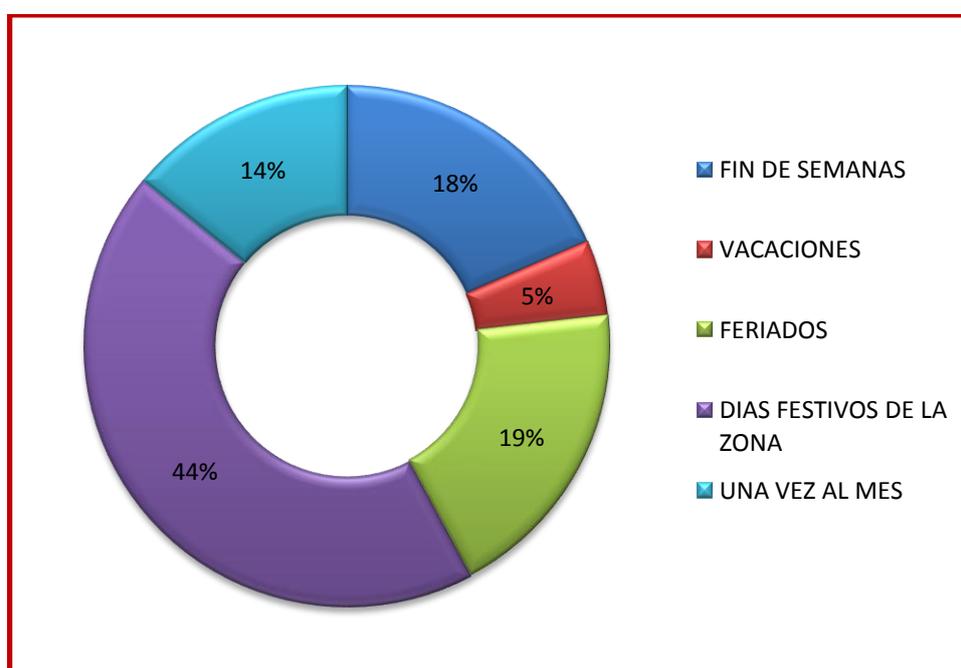


GRAFICO 29. ENCUESTA - FECHA PARA VISITAR EL ATRACTIVO
ELABORADO POR LA AUTORA

10) ¿Recomendaría la Playa “Santa Marianita” a sus conocidos, suponiendo sea de su agrado?

Con la hipótesis de que la playa Santa Marianita sea del agrado de todos los encuestados, el 86% supone que recomendaría el balneario y el 14% no haría una promoción boca a boca de la playa.

TABLA 20. ENCUESTA – RECOMENDACIÓN

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	331	86%
NO	53	14%
TOTAL	384	100%

ELABORADO POR LA AUTORA

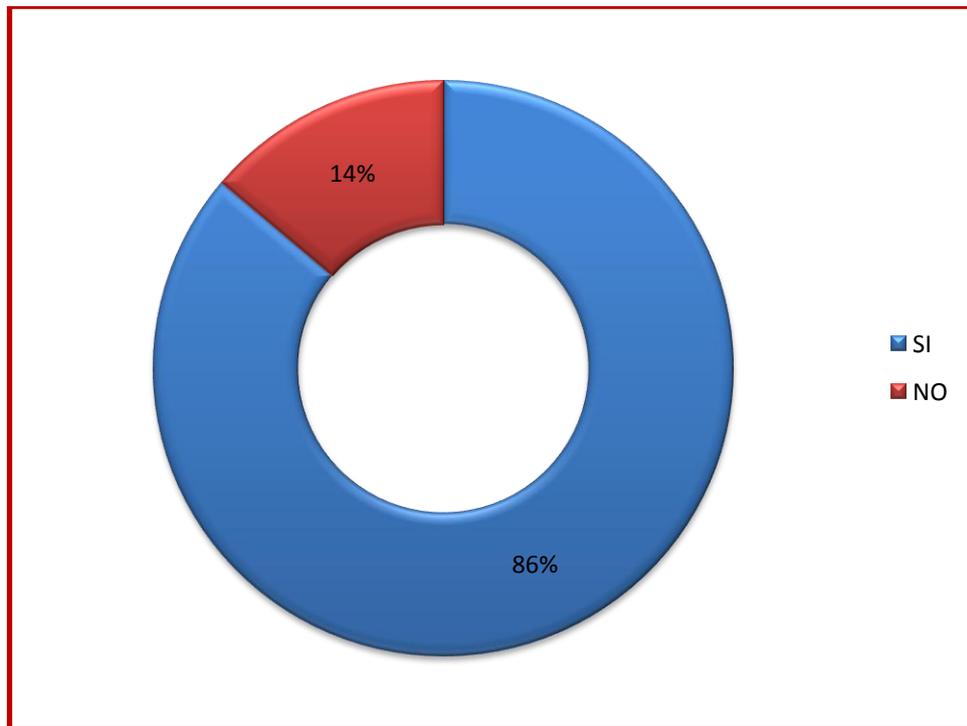


GRAFICO 30. ENCUESTA – RECOMENDACIÓN
ELABORADO POR LA AUTORA

5.8. CONCLUSIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Después de realizar y conocer estadísticamente los resultados de la encuesta a la muestra de 384 personas correspondientes a los visitantes potenciales de la ciudad de Guayaquil, se puede afinar lo siguiente:

- a) Gran parte de los Guayaquileños consideran de mayor agrado el turismo de sol y playa.
- b) Los habitantes Guayaquileños considerando por sus actividades y tiempo, los feriados son las fechas más apropiadas para realizar turismo.
- c) Importante recalcar, gran parte de los ciudadanos encuestado disfrutan el turismo acompañados de sus familiares, por tal razón sus presupuesto económico es más de \$40.
- d) La gastronomía y variedad de atractivo son las razones que incentivan la visita a un sitio a los encuestados.
- e) En la actualidad el medio de comunicación de mayor influencia son las redes sociales, por sus costos y rapidez.
- f) Los ciudadanos vinculan las actividades montubias con el cantón Salitre, Capital Montubia, desconociendo otros sus atractivos naturales entre ello “Santa Marianita”, playa de agua dulce.
- g) Luego de conocer o escuchar la existencia de la Playa Santa Marianita gran cantidad de los encuestados visitarían el lugar en días festivos de salitre y después de conocerla recomendar a conocidos.

5.9. ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

5.9.1. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En el 2003, Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador (CSTE), Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador (SETE) y el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), Dirección Nacional de Migración de la Policía, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR) y el Banco central del Ecuador (BCE), trabajaron conjuntamente para obtener un estudio del comportamiento vacacional interno, tomando como puntos referentes a los ecuatorianos sea excursionistas o turistas, logrando los siguientes resultados:

- Guayaquil, Quito y Cuenca puntos de mercado.
- Los meses de Diciembre y Abril consideradas temporadas altas en el turismo.
- Las playas son de mayor demanda turística por los ecuatorianos.

5.9.2. PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

Antes de adquirir un bien o servicio se necesita tener la información de lo que se quiere comprar, para ello es la importancia de la publicidad como radio, televisión, prensa escrita, internet y las operadoras turísticas, con respecto al último punto es de gran efectividad, por la razón, de su conexión directa con agencias de viajes o clientes.

Las redes sociales son consideradas de gran importancia, tomando en cuenta que es el esparcimiento de opiniones realizadas por clientes directos o indirectos que dan a conocer su satisfacción del producto o servicio, logrando repuestas efectivas.

Los factores Sociales y de grupo se encuentran conformados por la clase social, familia y hogar, grupos de referencia y cultura, todos estos elementos tienen gran impacto a la decisión de compra. La cultura es el elemento principal del proyecto que depende de sus costumbres, etnias es parte de la decisión del consumidor para sus compra.

Las Fuerzas Psicológicas está conformada por los siguientes elementos: actitud, percepción, aprendizaje, personalidad y motivación, gran parte de ellos es fundamental para una respuesta en el momento de decidir la compra.

Los factores Situacionales es el reconocer el cómo, por qué, cuando al momento de la decisión de compra del consumidor, por tal razón, las encuestas realizadas permite identificar lo que busca un comprador, en este caso un turista al momento de visitar una zona, considerando las temporadas de mayor visitas turísticas.

TABLA 21. Proceso de Decisión de Compra



Fuente: Stanton, W et al, 2004. "Fundamentos de Marketing". Mc Graw-Hill
Elaborado por la Autora

5.9.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Ecuador es un país privilegiado, gran parte está conformada de bellezas naturales, que hoy en día es lo que busca el turista salir de su habitad para conseguir principalmente descanso y tranquilidad y solamente lo brinda la naturaleza.

Guayaquil una de las ciudades principales del país, el mayor entretenimiento de su gente son los balnearios, en busca de sol, arena y mar, también considerando la distancia de dichos atractivos.

Por tal razón, pongo a consideración la playa de Salitre, que es un balneario agua dulce que se encuentra muy cerca de centros de distribución, lo que le da el valor agregado al mismo.

5.9.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Muchas zonas del Ecuador en tiempos de temporada alta son saturadas por turistas, desconociendo otras alternativas que visitar .

La región Costa, es conocida más por ser zona caliente cuyo producto estrella es el de sol y playa, muy cotizadas por su gente, sin embargo hay sitios que brindan exactamente lo mismo pero son desconocidas por muchos. Salitre es uno de ellos, que ofrece el mismo producto pero como balneario de agua dulce, además de la cercanía que tiene con la ciudad de Guayaquil permitiendo que en poco tiempo se puede llegar a la zona y poder disfrutar su belleza natural, por tal motivo se necesita del apoyo de otros lugares para poder acoger a toda la demanda en este sector tan privilegiado.

CAPITULO IV

6. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PLAYA DE SALITRE “SANTA MARIANITA”

6.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Este proyecto tiene el objetivo de realizar mejoras en el sector, concientizando la preservación del medio ambiente, interacción cultural y natural, logrando incrementar los ingresos de los salitreños, a través de las festividades del cantón, eventos artísticos, actividades deportivas, en las cuales exista la involucración directa entre los visitantes con los habitantes de la zona. Capaz de fortalecer al sector como una nueva alternativa para el turismo interno, logrando ampliar la imagen y no ser visualizada solo como lugar montubio, también como proveedor de hermosos balnearios principalmente cambiar la imagen de que los balnearios no solo existen a la orilla del mar sino que también existen de ríos. El proyecto es dirigido para los turistas nacionales que les agrada la interacción directa con la naturaleza especialmente los que buscan tranquilidad.

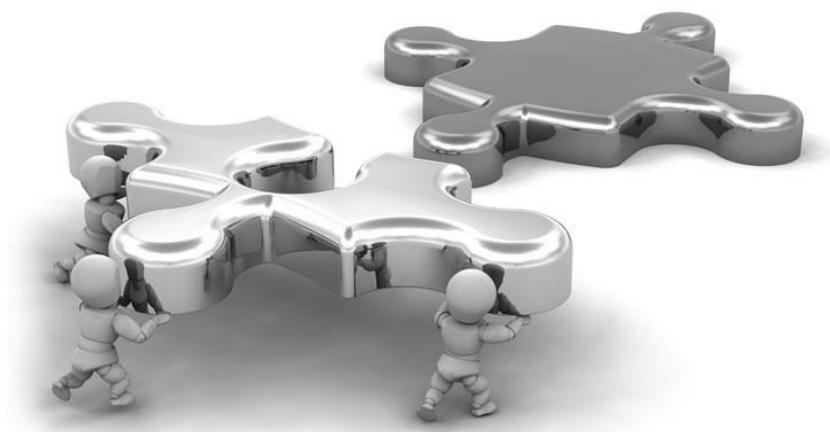


GRAFICO 31. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA
FUENTE: ANÓNIMO (S.F.)

6.2. MISIÓN

Fomentar el desarrollo turístico integrando a los habitantes salitreños, con el fin de mejorar su calidad de vida y de sus descendientes, preservando su cultura.

6.3. VISIÓN

Potencializar la playa “Santa Marianita” del cantón Salitre como uno de los principales destino del Turismo de Sol y Playa a nivel nacional a través de mejoras constantes que motiven la protección natural y cultural de los salitreños.

6.4. OBJETIVO DEL PLAN ESTRATÉGICO

- Crear nueva alternativa de descanso de turismo de Sol y Playa.
- Diversificar la oferta de balnearios en la provincia, promocionando el turismo cantonal a través de Playa “Santa Marianita”.
- Mejorar la inversión en infraestructura pública y privada del sector.
- Establecer estrategias de intervención que permita el crecimiento económico manteniendo el turismo consciente.
- Incrementar la demanda a través del desarrollo turístico en la zona.
- Promocionar el turismo local aprovechando las características naturales y culturales.
- Capacitar constantemente a los habitantes de la playa, para la protección ambiental de la zona.
- Proporcionar a la municipalidad alternativas que necesita los habitantes que se involucran directamente a los servicios turísticos de la playa.
- Mejorar las relaciones estatales con las asociaciones encargadas en el desarrollo turístico del atractivo.
- Incrementar señalizaciones turísticas.

- Realizar constante mantenimientos en la zona.
- Establecer estrategias de contingencias para la articulación de visitantes en tiempos saturados.
- Generar un turismo consciente y competitivo potenciando los recursos culturales y naturales.
- Fortalecer al turismo consciente como eje principal para la economía del Balneario, buscando mejorar la calidad de vida de sus habitantes, aprovechando su atractivo.
- Posicionar al Balneario “Santa Marianita”, como parte de la competencia de atractivos de Sol y Playa en el Ecuador.
- Garantizar los derechos de la naturaleza y medio ambiente.
- Mantener la cultura como parte principal de conservación de sus atractivos.

6.5. BENEFICIOS DEL PROYECTO

- Reducción de la pobreza del lugar al diversificar los ingresos de los Salitreños.
- Concientización ambiental a través de la exploración de la playa.
- Control de limpieza y seguridad.
- Generación de empleos directos e indirectos del sector a través de venta de servicios complementarios, alimentación, recreación u otras actividades recreacionales.
- Ingresos económicos para los habitantes debido a la venta de servicios y actividades recreativas.
- Ahorro para los visitantes en tiempo, dinero y distancia comparados a otros balnearios.
- Motivar la identidad provincial a través del reconocimiento de nuestras potencialidades naturales.
- Descongestionamiento de otros puntos turísticos saturados.
- Multiplicación de la producción a través del incremento de las actividades artesanales o de servicios turísticos.

6.6. ANÁLISIS DEL PROYECTO

Para la creación de las estrategias se realizó un análisis de la zona siguiendo pasos respectivos, tomando en cuenta sus causas y efecto.

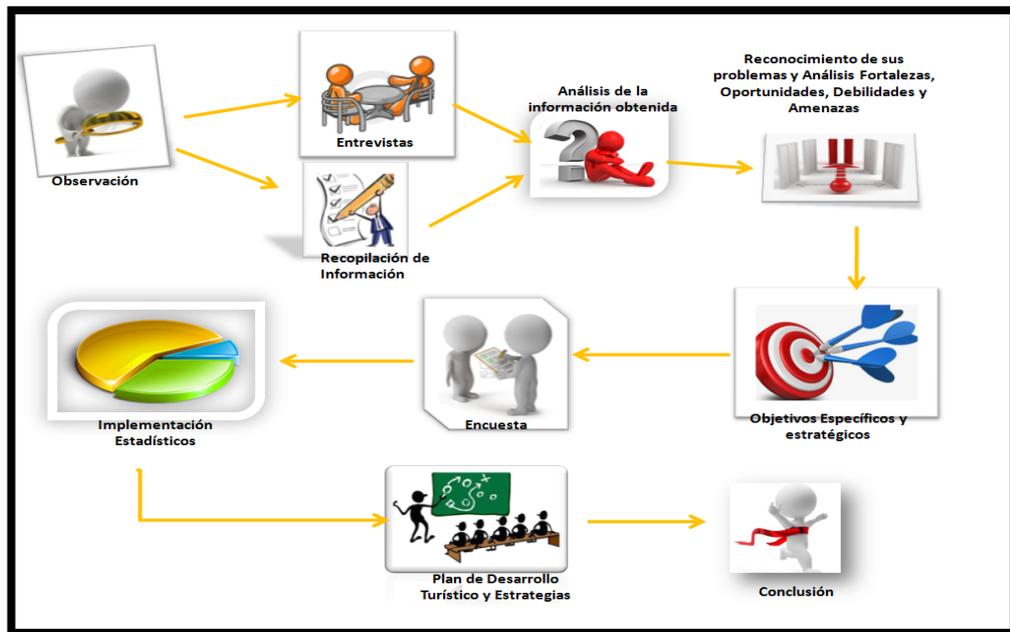


GRAFICO 32. PROCESO DE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO
ELABORADO POR LA AUTORA

6.7. ANÁLISIS FODA

6.7.1. ÁMBITO SOCIO CULTURAL

Fortalezas

- Diversidad Gastronómica a base del pescado de agua dulce, gallina criolla.
- Presencia de pueblos y nacionalidades montubios.
- Presencia de agrupaciones de turismo comunitario.
- Presencia de manifestaciones culturales tradicionales.

Oportunidades

- Planificación de todas las instituciones en fortalecer el desarrollo de la Playa “Santa Marianita”.
- Cercanía a la ciudad de Guayaquil.
- Interés de la comunidad en el desarrollo turístico.

Debilidades

- Ineficiencia en servicios básicos
- Falta de calidad en la oferta de servicios turísticos.
- En ciertas localidades la planta de servicios es ineficiente y en otras inexistentes.
- Falta de puntos de auxilios e información.
- Desconocimiento de la riqueza natural y cultural del cantón.
- Falta de señalización turística fuera del atractivo.
- Incremento significativo de problemas sociales alcoholismo, violencia intrafamiliar y de carácter delincuenciales.
- Deficiente nivel del sistema educativo.

Amenazas

- Casos registrados de violencia.
- Introducción de costumbres intercantonales provocando pérdida de identidad local.

6.7.2. ÁMBITO ECONÓMICO PRODUCTIVO

Fortalezas

- Fuerte movimiento económico local, principalmente en comercio y la agroindustria.
- Alta actividad agrícola y ganadera.
- Importante desarrollo de las actividades de turismo de naturaleza y ecoturismo.

Oportunidades

- Recursos naturales con potencial para convertirse en productos turísticos de gran interés.
- Desarrollo de la actividad ecoturística como ingreso económico adicional y complementario.
- Fortalecimiento de la economía local por aporte del gobierno central.

Debilidades

- Producto turístico débil y carente de estructura de servicio.
- Falta de nuevas actividades y productos turísticos diferenciadores.
- El número visitas en la localidad no es homogénea.

Amenazas

- Ingresos en sector turismo por parte por parte de empresarios privados que no genere ingresos adicionales a los habitantes que mantienen la vigilia del atractivo.

6.7.3. ÁMBITO POLÍTICO ADMINISTRATIVO

Fortalezas

- Vías principales en buen estado lo que mejora la conectividad con la ciudad de Guayaquil.
- Presencia de número importante de líneas de transporte terrestre.

Oportunidades

- Buenas relaciones entre la alcaldía con el gobierno.

Debilidades

- Falta de recursos económicos para llevar a cabo mayor número de proyectos de desarrollo.
- Falta de continuidad en los procesos administrativos para la construcción y ejecución de obras civiles.
- Presencia de centros de diversión nocturna sin el control ni la regulación correspondiente.
- Falta de control de calidad de servicio en los puestos de comida.
- Falta de aplicación de ordenanzas municipales en cuanto al manejo de desechos, así como también al mantenimiento del ornato de la zona.
- Presencia de centros de diversión nocturna sin el debido control ni regulación correspondiente.

Amenazas

- Dificultades en las relaciones entre los actores para que trabajen coordinadamente.

6.7.4. ÁMBITO AMBIENTAL

Fortalezas

- Balneario de agua dulce como atractivo natural existente en el cantón Salitre.
- Cantón reconocido por fomentar la agricultura y mantener diversidad de especies agrónomo.
- Paisajes y escenarios de recursos naturales que se pueden observar en el transcurso del viaje.
- Diversidad de especies marinas y terrestres.

Oportunidades

- Clima favorable.

Debilidades

- Contaminación de recursos hídricos generado por desechos sólidos.
- Ausencia de facilidades e interpretación turística.
- Falta de cumplimiento y control de ordenanzas municipales en cuanto a los desechos sólidos generados por los turistas y trabajadores de los alrededores de la playa.

Amenazas

- Fenómenos naturales: Corriente del Niño
- Contaminación provocada por la zona urbana que afecta al río Vinces.

6.8. COMPETENCIAS TURÍSTICAS (5 FUERZAS PORTER)

Poder de Negociación de los Compradores (Turistas visitantes)

- Facilidad de cambio en la mente de los turistas para que sea nueva opción en sus itinerarios para que el lugar sea visitado.
- Con respecto a los costos es una ventaja los turistas ya que no será necesario hospedarse y adicional su gastronomía no es costosa.
- Se encuentra a 45 de Guayaquil.

Poder de negociación de los proveedores

- Empresas importantes podrán invertir para mejorar su situación económica del lugar y poder permitir que visitantes lleguen con más frecuencia a Salitre.
- Amenaza de nuevos entrantes
- Mejorar el buen vivir del lugar permitiendo ingresar nuevas tecnologías.
- Realizar capacitaciones para brindar un buen servicio.
- Amenaza de productos sustitutos
- Existe una gran diferencia de precios a comparación de otros balnearios ya que este encontró muchos productos con bajos precios, ya que nos encontraremos en una área de producción de productos alimenticios que forman parte de la canasta básica.
- Rivalidad entre los competidores
- Sus grandes competencias son los balnearios que se encuentran a orillas del mar ya que estas han sido muy bien promocionadas, adicional grandes compañías han invertido en dichos lugares pero Salitre necesita una orientación más productiva para que sea explotado a nivel turístico.

6.9. NECESIDADES GENERALES DEL BALNEARIO

Para generar crecimiento económico en la zona, primero se identificó sus necesidades para mejorarlas e implementarlas en el balneario luego de resolverlos



GRAFICO 33. PLAN DE DESARROLLO
ELABORADO POR LA AUTORA

6.9.1. IMPLEMENTACIÓN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA INTERNA Y EXTERNA DEL CANTÓN.

Objetivo: Mejorar la calidad de vida de la población, de una forma organizada facilitando a los visitantes mediante paneles de señalización

Proyecto: El propósito de incorporar señalización es generar organización y buena imagen del balneario tanto para los colonos y los visitantes, por lo cual, la forma gráfica es de mayor efectividad para conocer tipos de actividades y servicios a encontrarse en el lugar.

Por tal motivo, el Ministerio de Turismo pone a disposición tamaños, colores y letreros aprobados por el estado ecuatoriano que se puede utilizar, continuación se da a conocer las imágenes más importantes que serán utilizadas en el balneario:



FIGURA 7. SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA PLAYA "SANTA MARIANITA"
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

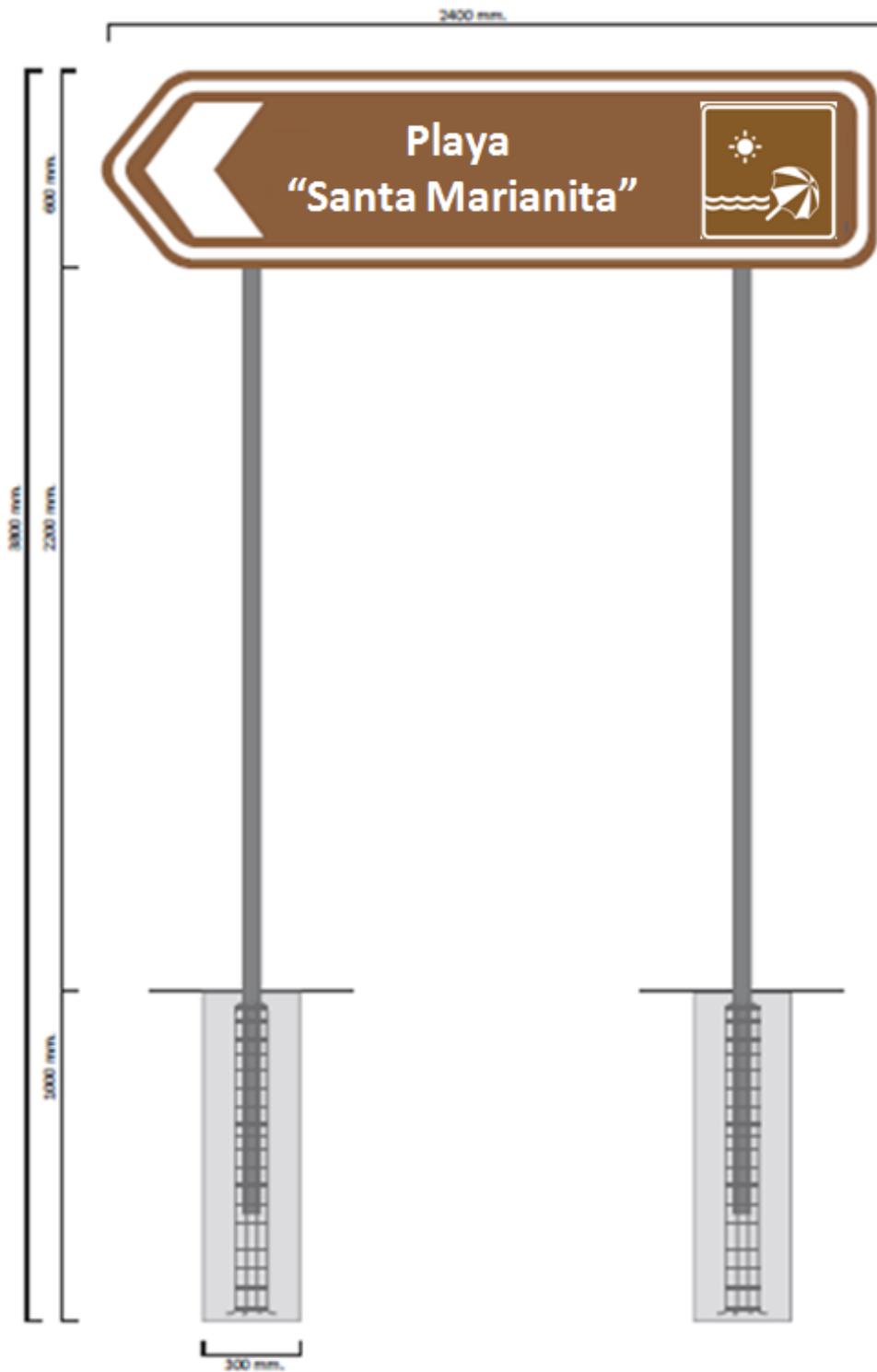


FIGURA 8. SEÑALIZACIÓN PLAYA "SANTA MARIANITA"
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
ELABORADO POR LA AUTORA

6.9.2. CAPACITACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

Objetivo: Potencializar las habilidades de emprendimiento de crecimiento que tiene los habitantes para mejorar la calidad de vida.

Proyecto: Tiene la finalidad de crear nuevas formas de trabajo y mejorar las existentes, siguiendo lineamientos, los cuales se capacitará constantemente. Continuación se detalla los cursos:

- Gestión Administrativa
- Ética
- Herramientas de Negociación
- Estrategias de Ventas
- Gestión de Calidad Alimenticia
- Técnicas de Servicio al Cliente
- Manejo de los Desechos Orgánicos
- Efectos producto de la Contaminación del Medio Ambiente

6.9.3. CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN DE LIMPIEZA DE BASURA ORGÁNICA DEL BALNEARIO

Objetivo: Demostrar y capacitar a la comunidad sobre la importancia de la limpieza de la playa.

Proyecto: El proyecto busca un buen vivir para la comunidad, mantener lo más intacto posible su atractivo turístico, sin producir impactos ambientales dañinos, por tal motivo, es importante realizar capacitaciones enfocados a la limpieza del balneario y demostrar que efectos negativos conlleva botar basura Orgánica.

6.9.4. Implementación de Torres Salvavidas.

Objetivo: Brindar seguridad y protección para los bañistas.

Proyecto: La playa “Santa Marianita” por su tamaño es importante construir una torre salvavidas en un punto estratégico de la playa, permitiendo la seguridad para los visitantes.



FIGURA 9. TORRE SALVAVIDAS
FUENTE: ANÓNIMO

6.9.5. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Objetivo: Posicionar al Balneario “Santa Marianita”, como parte de la competencia de atractivos de Sol y Playa en el Ecuador.

Proyecto: El proyecto tiene el fin de esparcir la existencia del balneario utilizando las siguientes estrategias:

- Creación de páginas Web.
- Impresión de material publicitario.
- Creación de CDs con información del balneario.
- Formar parte de ferias turísticas y estudiantiles.
- Videos Publicitarios

- Aprovechar los días festivos del cantón como el Rodeo Montubio para promocionar el balneario “Santa Marianita”.
- Crear ferias gastronómicas dentro del balneario.

6.9.6. IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS PARA PERSONAS DE TERCERA EDAD Y CON DISCAPACIDAD.

Objetivo: Brindar facilidades de acceso a los turistas de tercera edad y con discapacidad para la efectividad de sus visitas al balneario.

Proyecto: Crear rampas de accesos con pasamanos que permita la facilidad de ingresos al balneario para personas de tercera edad y discapacitadas, entre las cuales puede ser construida de madera para incentivar el turismo consciente.



FIGURA 10. RAMPA PARA DISCAPACITADOS

6.9.7. REESTRUCTURAR LA ORGANIZACIÓN DE ESTACIONAMIENTO VEHICULAR.

Objetivo: Establecer organización de estacionamiento vehicular.

Proyecto: El proyecto se trata de establecer espacios específicos para el estacionamiento vehicular, incorporando señalización, evitando el tráfico de vehículos en la cercanía de la playa.

6.9.8. INSTALACIÓN DE SERVICIOS HIGIÉNICOS CON DUCHAS Y VESTIDORES

Objetivo: Incorporar instalaciones sanitarias y Duchas en áreas públicas generando mayor satisfacción para los visitantes.

Proyecto: Implementar Baterías sanitarias y duchas que estén conectados con la red de agua potable y que se encuentren en espacios públicos por tal motivo se necesita realizar lo siguiente:

- Analizar e Identificar espacios públicos que permita la instalación de los sanitarios y duchas.
- Baterías Sanitarias separadas para sexo masculino y femenino.
- Si no hay los espacios correspondientes, inspeccionar los lugares que ofrecen este servicio, realizando una inspección por el departamento de sanidad, corroborando que cumplen con lo solicitado como la limpieza constante de dichos sanitarios y duchas.

Luego de la implementación realizar mantenimiento del proyecto.



FIGURA 11. BATERIAS SANITARIAS Y DUCHAS PÚBLICAS

6.9.9. IMPLEMENTAR PUNTOS ESTRATÉGICOS PARA LOS BASUREROS

Objetivo: Mantener una organización de limpieza para la comunidad y visitantes y encuentren un sitio inmediato para depositar los desperdicios generados.

Proyecto: Incorporar separadores basura en la playa, para proyectar una imagen de limpieza y conservación ambiental.

Promover el reciclaje identificando los contenedores por sus respectivos colores, para reconocer el tipo de desecho.



FIGURA 12. TACHOS DE BASURAS PRESELECCIONADOS

6.9.10. LETREROS DE CUIDADO AMBIENTAL DENTRO DE LA PLAYA.

Objetivo: Concientizar la importancia de cuidar el recurso natural.

Proyecto: Implementar letreros dentro de la playa para el cuidado ambiental, con frases de reflexionamiento como:

- “Depende de Tu cuidado que le des a la playa, está en tus manos incorporar fecha de expiración” .

6.9.11. ESTABLECER HORARIOS DE INGRESOS AL BALNEARIO

Objetivo: Permitir tiempos de ingresos al Balneario para lograr una mayor efectividad en la zona.

Proyecto: Crear horarios de Ingresos y Salidas permitirá una mejor organización interna, además el atractivo necesita tiempo de recuperación, el propósito que la zona tenga una durabilidad a largo plazo.

6.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Se realizó un análisis financiera sobre los costos por la realización del proyecto de tesis, basados por los 3 meses de tiempo para la creación

TABLA 22. PRESUPUESTO

CAJA	\$ 125,00
ALIMENTACION	\$ -
GASOLINA	\$ 20,00
ALIMENTACION	\$ 5,00
RESERVA	\$ 100,00
CUENTA DE AHORRO	\$ 200,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.200,00
COMPUTADORA	\$ 900,00
IMPRESORA	\$ 300,00
PAPELERIA Y UTILES	\$ 12,00
120 HOJAS	\$ 12,00

ELABORADO POR LA AUTORA

TABLA 23. PRESUPUESTO DE GASTOS

PRESUPUESTO DE GASTOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3
TRANSPORTE			\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
ALIMENTACION	0	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
IMPRESIONES	120	\$ 0,10	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00

ELABORADO POR LA AUTORA

TABLA 24. BALANCE GENERAL

PLAN DE DESARROLLO TURISTICA DE LAS PLAYAS DE SALITRE PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA FORMENTAR EL CRECIMIENTO ECONOMICO DE LA ZONA.

**BALANCE GENERAL
AÑO 2013**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACT. CORRIENTES		PAS. CORRIENTE	
	\$ 400,00		\$ -
EFFECTIVO	\$ 400,00		
BANCO	\$ -		
ACT. FIJOS		PAS. DIFERIDO	
	\$ 1.400,00		\$ -
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.200,00		
PAPELERIA Y UTILES	\$ 200,00		
ACT. DIFERIDO		PATRIMONIO	
	\$ -		\$ 1.800,00
		CAPITAL	\$ 1.800,00
TOTAL DE ACTIVOS		TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	
	\$ 1.800,00		\$ 1.800,00

ELABORADO POR LA AUTORA

TABLA 25. DEPRECIACIÓN

DEPRECIACION/AMORTIZACION			
		ANUAL	MENSUAL
Equipos de Computacion	\$ 1.080,00	\$ 360,00	\$ 30,00
Equipos de Oficina	\$ 180,00	\$ 18,00	\$ 1,50

ELABORADO POR LA AUTORA

CONCLUSIÓN

- La playa de Salitre es un negocio sustentable, que permitirá el desarrollo económico en la zona.
- Las encuestas demostró que la gente está en busca de playa y sol, pero muchos de ellos desconocen lugares opcionales y cercanos que les puede proporcionar la misma satisfacción que busca.
- La oferta turística que ofrece la playa Salitre es el conjunto de enriquecimiento cultural, no sólo es el encuentro con la naturaleza sino que también el intercambio de costumbre, etnias, gastronomía que complementa al momento de la visita.
- Para efecto de la investigación sería necesario contar con el respaldo del Municipio de Salitre, que consiste básicamente en la incorporación de elementos fundamentales para la mejora de la zona, con el único fin de captar la mayor cantidad de influencia turística para lograr el crecimiento que se busca para su gente del sector.

RECOMENDACIÓN

- Mejorar la infraestructura de la playa, incorporando elementos necesarios para el acogimiento del turista como salvavidas, señalización, duchas, facilidades de traslado entre otros que se detallan en el proyecto.
- Es importante que las personas que interactúan directa o indirectamente con los turistas estén preparados para la atención al cliente, para ello es necesario capacitaciones o reuniones mensuales, para reconocer las falencias, necesidades y conocimiento de nuevas técnicas, con el único objetivo que el visitante este satisfecho.
- Incorporar personal policial genera seguridad y confianza al turista.
- Manejar un permanente monitoreo y sistematización de estadísticas de satisfacción del cliente, para el mejoramiento continuo.
- El apoyo Municipal de Salitre juega un rol importante en el proyecto, pues es el asignado para la financiación del plan, tomando en cuenta, a su vez, se verían beneficiados también por el incremento de turistas, generando mayor ingreso de dinero que al final a cabo permitirá la mejora del buen vivir en la zona.

BIBLIOGRAFIA

Bucheli, B. /2005(“*Mapeo de Actores*”)[Tesis]/ Recuperado de: www.preval.org

MINISTERIO DE TURISMO/2010/“*Turismo Sostenible*”[Blog]/Recuperado de http://ecuador.travel/micrositios/blog_tur/?p=313

Sorio, G./2011/“*Responsabilidad Social*”[Blog]/Recuperado de: <http://www.slideshare.net/RSECostaRica/rse-turismo>

Martillo, J./2011, Julio 24(“*Canoeros de las Playas de Salitre*”)[*La Revista*] / Recuperado de: <http://archivo.larevista.ec/me-interesa/sociedad/canoeros-de-las-playas-de-salitre>

Ruiz, H/2006/ (“*Los Pescados de Salitre*”)[Blog]/Recuperado de: <http://elmontubio.blogspot.com/2006/05/los-pescadores-de-salitre.html>

Merchán, Daniel/2010, Octubre 02(“*Turismo internacional, fuente de interés mundial*”)[Revista Colaborativa InfoCiudadano]/ Recuperado de: <http://www.infociudadano.com/2010/10/02/turismo-internacional-fuente-de-interes-mundial/>

INEC/2010/“*Estadísticas del Censo de Población y Vivienda: Ciudad de Guayaquil*” / Recuperado de: <http://www.inec.gob.ec/cpv/>

Galindo, L. /1998/*Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Pearson Educación.

Hernández, Fernández y Baptista./2003/“*Metodología de la Investigación*”/México: Mc Graw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C./1991/“*Metodología de la Investigación*”/Mc Graw Hill Interamericana de México: Juárez.