

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón,  
Provincia de Santa Elena**

**AUTORES:**

**García Sánchez, Melissa Nicole**

**González Serrano, María Belén**

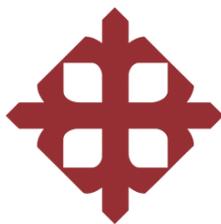
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

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

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **García Sánchez, Melissa Nicole** y **González Serrano, María Belén** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en administración de empresas turísticas y hoteleras**.

**TUTORA**

---

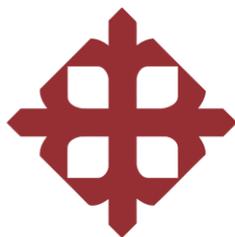
**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond**

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, García Sánchez Melissa Nicole**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **“Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena”** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

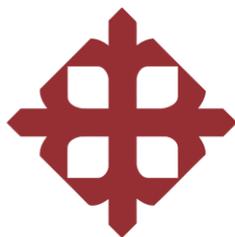
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA**

---

**García Sánchez Melissa Nicole**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, González Serrano María Belén**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, “**Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena**” previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

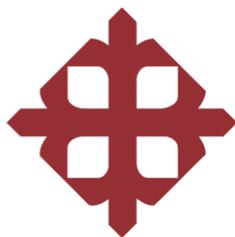
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA**

---

**González Serrano María Belén**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, García Sánchez Melissa Nicole**

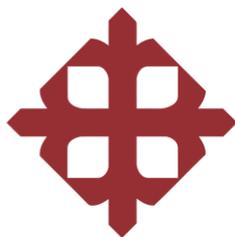
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA:**

---

**García Sánchez Melissa Nicole**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, González Serrano María Belén**

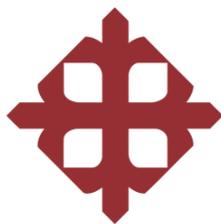
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018**

**LA AUTORA:**

---

**González Serrano María Belén**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado “Plan de Mejora de los Servicios Turísticos de Olón, Provincia de Santa Elena” presentado por las estudiantes **García Sánchez Melissa Nicole** y **González Serrano María Belén** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot displays the URKUND interface with the following information:

Documento	<a href="#">TT García Sánchez Melissa Nicole-Gonzales Serrano María Belén.docx</a> (D40883031)
Presentado	2018-08-20 09:36 (-05:00)
Presentado por	marielpinosg@hotmail.com
Recibido	mariela.pinos.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	tesis <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

1% de estas 55 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

At the bottom of the interface, there is a navigation bar with icons for a bar chart, zoom in, zoom out, and a search icon, followed by navigation arrows (up, left, right).

---

**Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.**

**TUTORA**

## **Agradecimiento**

*Deseo otorgar las gracias a mi hermosa madre, por todo el amor, dedicación y paciencia que me ha concedido durante mi vida, por decirme que los sueños si se cumplen.*

*Agradezco también a mis amados padres Sara y Juan quienes confiaron y creyeron en mí, especialmente a mi mami Sara por estar dispuesta a acompañarme en cada agotadora y larga noche de estudio, en la que su compañía se convertía en mis ganas de progresar.*

*Gracias a mi papi Yani por forjarme y alentarme a siempre brindar lo mejor de mí.*

*Agradezco a mi amiga y compañera de tesis María Belén por haberme dado la oportunidad de convivir junto a ella estos 4 meses, gracias nuevamente por abrirme las puertas de tu hermoso hogar y apoyarme en esos tiempos difíciles.*

*Para finalizar, agradezco a mis maestros quienes les debo gran parte de mis conocimientos, en especial a mí tutora la Miss Mariela, por su paciencia y enseñanzas brindadas en este arduo camino.*

**Melissa Nicole García Sánchez.**

*Todo empieza con un sueño. Suéñalo y podrás lograrlo.*

**Walt Disney**

## **Dedicatoria**

*El presente trabajo de titulación se lo dedico principalmente a Dios, por colmarme de sabiduría y fortaleza durante este proceso.*

*A mí amada madre Ivonne, por su amor, trabajo y sacrificio que ha realizado durante todos estos años. Ha sido un privilegio y orgullo poder ser tú hija.*

*A mis abuelos, Sara y Juan, quienes han sido mis padres y el pilar fundamental en mi vida. A mis hermanas Carla y Victoria, por estar siempre presentes acompañándome en cada paso que doy, pero sobre todo también a mi novio por entenderme y brindarme su apoyo durante este largo proceso.*

*Gracias a ustedes hoy estoy a punto de cumplir el sueño más importante de mi vida.*

*Finalmente, dedico este proyecto a toda mi familia, amigos y aquellas personas que siempre han estado a mi lado apoyándome en cada paso que he realizado, sobre todo a los que nos han proporcionado su ayuda y han hecho que el trabajo se efectuó con éxito.*

**Melissa Nicole García Sánchez.**

## **Agradecimiento**

*Agradezco eternamente a mi compañera de tesis Melissa, quien me demostró la importancia de la amistad en momentos de crisis. Siempre tendrás mi apoyo en toda decisión que tomes y desde hoy, te deseo plena felicidad en tu vida, la mereces.*

*Un enorme agradecimiento a todas las personas importantes y constantes en mi vida, son la principal causa de mi felicidad. Mi hermosa familia, que se completó recientemente con la alegría del hogar Lucía, somos 20 nuevamente, pero jamás olvidando a uno que nos cuida desde arriba.*

*Quiero agradecer a mis profesores quienes compartieron su conocimiento y experiencias día a día, de esta manera me motivaron a seguir mis sueños sin importar en donde me encuentre.*

*Finalmente, gracias Dios, a pesar de las pruebas difíciles, puedo decir que soy feliz con lo que tengo y con lo que me has dado.*

***María Belén González Serrano.***

## **Dedicatoria**

*Quiero dedicar este trabajo de titulación a todas las personas que alguna vez vieron algo especial en mí justo cuando yo jamás pude ver lo que realmente valgo; gracias a ellos y a su motivación soy quien soy el día de hoy.*

*A mis compañeros en el proceso académico, es un largo camino aún el que nos queda, pero sin duda fue una grata experiencia convivir y aprender tanto junto a ellos.*

*A mis amigos de algunos años, a mis amigos de toda la vida, no importa el tiempo sino lo que hemos aprendido al pasar de los años. A mis amigos que puedo considerar mi familia al haberme abierto las puertas de su hogar varias veces, este pequeño esfuerzo mío va para ustedes.*

*Y por último a mi familia, aún con nuestras opiniones tan distintas, les dedico esta pequeña parte de mi vida: mi esfuerzo, que sin duda no será el último.*

***María Belén González Serrano.***



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

TUTORA

---

**Lcda. Paola Galvez Izquieta, Mgs.**

DIRECTOR DE CARRERA O DELEGADO

---

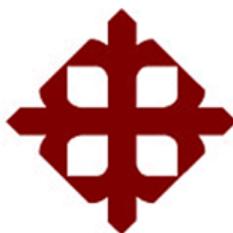
**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.**

OPONENTE



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

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>García Sánchez Melissa Nicole</b>	
<b>González Serrano María Belén</b>	

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

TUTORA

## Índice

Introducción .....	2
Planteamiento del problema.....	4
Formulación del problema.....	5
Justificación del tema.....	6
OBJETIVOS .....	7
Objetivo general .....	7
Objetivos específicos.....	7
Antecedentes .....	8
Capítulo I – Fundamentación teórica .....	9
Marco teórico .....	9
Teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos .....	10
Teoría del desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. ....	11
Teoría de la pirámide de Maslow .....	12
Teoría y elementos del servicio al cliente .....	13
Marco conceptual .....	14
Servicios turísticos .....	14
Servicio al cliente .....	14
Actividad turística .....	15
Comunidad Local .....	15
Planta turística .....	15
Plan de mejora .....	15
Demanda turística.....	15
Producto turístico .....	15
Destino turístico .....	15
Infraestructura .....	16
Calidad.....	16
Turismo y el desarrollo local: análisis socioeconómico y cultural de la región 09 Costa Norte de estado de Jalisco, México.....	16
Plan de Desarrollo Turístico en la Comuna de Valdivia, Chile .....	17
Regeneración de destinos turísticos: Costa del Sol, España – Plan Qualifica. ....	18
Marco legal.....	21
Ley de turismo.....	21
Ley de organización y régimen de las comunas .....	22

Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” .....	24
Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida” .....	30
Capítulo II: Diagnóstico de la situación actual de Olón .....	32
Análisis de la situación Actual .....	32
Gobernanza.....	33
Infraestructura .....	35
Equipamiento o planta turística .....	37
Comunidad receptora .....	40
Atractivos .....	40
Análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas .....	46
Capítulo III: Metodología de la investigación .....	48
Diseño de investigación.....	48
Tipo de investigación .....	48
Alcance de la Investigación.....	48
Población objetivo .....	49
Técnica de recolección de datos e información.....	49
Muestra .....	50
FÓRMULA DE LA POBLACIÓN FINITA:.....	50
Análisis e interpretación de datos.....	51
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	78
Capítulo IV: Propuesta de mejora para la comuna Olón.....	80
Justificación.....	80
Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto .....	81
Líneas de Productos turísticos .....	82
Análisis FODA .....	82
Problemas detectados en la salida de campo.....	84
Necesidades de intervención del Plan de Mejora .....	84
Propuesta de Facilidades y Equipamiento .....	86
Proyecto de implementación del plan de mejora .....	88
Proyecto 1: Programa de capacitación .....	88
Proyecto 2: Actividades Recreativas y complementarias para la playa de Olón ...	89
Proyecto 3: Promoción turística de la Comuna Olón, Creación de Pagina web y promoción en Redes Sociales .....	91
Proyecto 4: Instalación de señaléticas y puntos de reciclajes .....	92
Proyecto 5: Programa de reconocimiento por certificación SIGO.....	98

COSTO TOTAL DEL PLAN DE MEJORA DE OLÓN .....	100
CONCLUSIONES .....	101
RECOMENDACIONES .....	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	103
APÉNDICES .....	107

## Lista de tablas

Tabla 1. <i>Análisis del Desarrollo de la Oferta Turística de la Comuna Olón</i> .....	25
Tabla 2. <i>Análisis del Marketing de la Comuna Olón</i> .....	26
Tabla 3. <i>Análisis del Gobernanza de la Comuna Olón</i> .....	27
Tabla 4. <i>Listado de establecimientos de alimentos y bebidas de la Comuna Olón</i> ...	36
Tabla 5. <i>Listado de establecimientos de alojamiento de la Comuna Olón</i> .....	36
Tabla 6. <i>Inventario de atractivos turísticos de la Comuna Olón</i> .....	39
Tabla 7. <i>Deficiencias hoteleras según el visitante de la Comuna Olón</i> .....	60
Tabla 8. <i>Deficiencias de alimentos y bebidas según el visitante de la Comuna Olón</i> .....	62
Tabla 9. <i>Deficiencias de infraestructura según el visitante de la Comuna Olón</i> .....	64
Tabla 10. <i>Capacitaciones recomendadas por el visitante de la Comuna Olón para mejorar la experiencia del turista</i> .....	74
Tabla 11. <i>Atractivos turísticos relevantes</i> .....	79
Tabla 12. <i>Factores Internos del FODA</i> .....	80
Tabla 13. <i>Factores Externos del FODA</i> .....	81
Tabla 14. <i>Necesidades de intervención del Plan de Mejora</i> .....	83
Tabla 15. <i>Programa de capacitaciones de talento humano</i> .....	84
Tabla 16. <i>Actividades complementarias para realizar en la playa de Olón y centro de la comuna</i> .....	84
Tabla 17. <i>Promoción turística de la Comuna Olón</i> .....	84
Tabla 18. <i>Instalación de Señaléticas turísticas y Distribución de puntos de reciclaje</i> .....	85
Tabla 19. <i>Fortalecimiento de los servicios turísticos de Olón</i> .....	85
Tabla 20. <i>Programa de Capacitaciones</i> .....	86
Tabla 21. <i>Costos de diseño e implementación de capacitaciones</i> .....	87
Tabla 22. <i>Costos de herramientas para elaborar castillos de arena</i> .....	88
Tabla 23. <i>Costos de compras de cometas</i> .....	88
Tabla 24. <i>Costos de diseño y creación de página web y perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram)</i> .....	90
Tabla 25. <i>Dimensiones y costos de cada modelo de señalización</i> .....	91
Tabla 26. <i>Costo de diseño para implementar puntos de reciclaje</i> .....	95
Tabla 27. <i>Gerenciamiento de las Herramientas del SIGO Ecuador</i> .....	96
Tabla 28. <i>Programa de reconocimiento por la certificación SIGO a hostales</i> .....	97
Tabla 29. <i>Total del costo del Plan de Mejora de los servicios turísticos de Olón</i> ....	98

## Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Ciclo de vida de los destinos turísticos.....	9
<i>Figura 2.</i> Pirámide de Maslow.....	11
<i>Figura 3.</i> Región 09 Costa Norte.....	15
<i>Figura 4.</i> Costa del sol.....	17
<i>Figura 5.</i> Plan Qualifica.....	17
<i>Figura 6.</i> Sistema Turístico.....	30
<i>Figura 7.</i> Valla Publicitaria de la Ruta Ecológica de Olón.....	32
<i>Figura 8.</i> Cascada “El Salto”, Recurso Natural de la Comuna Olón.....	32
<i>Figura 9.</i> Olón.....	34
<i>Figura 10.</i> Mirador del Santuario de Olón.....	37
<i>Figura 11.</i> Cabañas de alimentos y bebidas establecidos en la Playa de Olón.....	40
<i>Figura 12.</i> Carpas, Facilidades Turísticas en el Atractivo.....	41
<i>Figura 13.</i> Sombrillas y Reposeras, Facilidades Turísticas en el Atractivo.....	41
<i>Figura 14.</i> Playa de Olón vista desde el Mirador del Santuario de Olón.....	42
<i>Figura 15.</i> Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.....	42
<i>Figura 16.</i> Interior del Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.....	43
<i>Figura 17.</i> Virgen María Rosa Mística en el Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.....	44
<i>Figura 18.</i> Resultado del género de las personas encuestadas.....	49
<i>Figura 19.</i> Resultado de la estadía de las personas encuestadas.....	49
<i>Figura 20.</i> Resultado de la procedencia de las personas encuestadas.....	50
<i>Figura 21.</i> Resultado de la procedencia a nivel nacional de las personas encuestadas.....	51
<i>Figura 22.</i> Resultado del número de acompañantes de las personas encuestadas.....	51
<i>Figura 23.</i> Resultado de la edad de las personas encuestadas.....	52
<i>Figura 24.</i> Resultado del motivo de visita de las personas encuestadas.....	53
<i>Figura 25.</i> Resultado del tipo de hospedaje que adquieren las personas encuestadas.....	53
<i>Figura 26.</i> Resultado de los gastos de hospedaje que realizan las personas encuestadas.....	54
<i>Figura 27.</i> Resultado de los gastos de alimentos y bebidas que realizan las personas encuestadas.....	55

<i>Figura 28.</i> Resultado de los gastos en transporte que realizan las personas encuestadas.....	56
<i>Figura 29.</i> Resultado de la calificación de los servicios de alojamiento según las personas encuestadas.....	56
<i>Figura 30.</i> Resultado de la calificación de los servicios de alimentos y bebidas según las personas encuestadas.....	57
<i>Figura 31.</i> Resultado de la calificación de la zona de parqueo según las personas encuestadas.....	58
<i>Figura 32.</i> Resultado de la calificación de la señalética turística según las personas encuestadas.....	58
<i>Figura 33.</i> Resultado de la calificación de la señalética vial según las personas encuestadas.....	59
<i>Figura 34.</i> Deficiencias hoteleras según las personas encuestadas.....	61
<i>Figura 35.</i> Deficiencias de alimentos y bebidas según las personas encuestadas.....	63
<i>Figura 36.</i> Deficiencias de infraestructura según las personas encuestadas.....	65
<i>Figura 37.</i> Recomendación de los servicios de Olón.....	66
<i>Figura 38.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	66
<i>Figura 39.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	67
<i>Figura 40.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	67
<i>Figura 41.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	68
<i>Figura 42.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	69
<i>Figura 43.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	69
<i>Figura 44.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	70
<i>Figura 45.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	70
<i>Figura 46.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	71
<i>Figura 47.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	71
<i>Figura 48.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	72
<i>Figura 49.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	73
<i>Figura 50.</i> Opiniones del visitante de Olón.....	73
<i>Figura 51.</i> Capacitaciones a dar según el visitante de Olón.....	75
<i>Figura 52.</i> Señales Turísticas de Aproximación.....	92
<i>Figura 53.</i> Vallas informativas de destino.....	93
<i>Figura 54.</i> Pictogramas Atractivos Naturales.....	93
<i>Figura 55.</i> Pictogramas Atractivos Culturales.....	93

<i>Figura 56. Pictogramas de Servicio de Apoyo.....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 57. Punto Ecológico.....</i>	<i>95</i>

## **Lista de Apéndices**

Apéndice A. Modelo de Entrevista.....	105
Apéndice B. Modelo de Encuesta.....	108
Apéndice C. Ficha de diagnóstico de destino.....	111
Apéndice D. Ficha de Jerarquización de Atractivo “Playa de Olón” .....	117
Apéndice E. Ficha de Jerarquización de Atractivo “Santuario Blanca Estrella de la Mar” .....	126

## Resumen

Olón es una comuna perteneciente a la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena. Es considerado un sitio atractivo al tener una gran afluencia de turistas en temporadas altas, debido a la oferta de su turismo de Sol y Playa, la tranquilidad del sector y la cercanía que posee con uno de los productos turísticos ecuatorianos más conocidos, de manera local e internacional, la Comuna Montañita.

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar un plan de mejora de los servicios turísticos de la Comuna Olón, con el fin de optimizar la experiencia turística del sector, a fin de que Olón pueda ser consolidado, no como una alternativa, sino como un destino para el turismo de sol y playa que oferte calidad en sus servicios turísticos.

Luego del análisis de la situación actual del sistema turístico de Olón, se verifica la potencialidad turística, gracias a sus atractivos y a la disposición de sus habitantes para dar paso al desarrollo del turismo del sector; por otro lado, también fueron identificadas las falencias que no permiten a los turistas alcanzar la satisfacción total al momento de hacer uso de los servicios de Olón.

Como principal consecuencia del objetivo general previamente mencionado, se da paso al beneficio mutuo entre habitantes y visitantes de la zona; los habitantes por su parte serían los beneficiarios directos, ya que se aumentarían los ingresos, proporcionando una seguridad económica a todos quienes forman parte de la comercialización de la actividad turística. Los turistas, considerados los beneficiarios indirectos, tendrán la oportunidad de hacer uso de servicios de calidad que busquen constantemente la perfección y mejora del servicio que se brinda.

**Palabras Clave:** Sol y playa, mejoras, servicios turísticos, experiencia turística.

## **Abstract**

Olón is a commune belonging to Manglaralto, of the province of Santa Elena. It is considered an attractive place to have a large entry of tourists in high seasons, due to the offer of Sun and Beach tourism, the tranquility of the sector and the closeness it has with one of the best-known Ecuadorian tourism products, locally and international, the Montañita Commune.

The objective of this project is to design a plan to improve tourist services in the Olón Commune, in order to optimize the tourist experience of the sector, so that Olón can be consolidated, not as an alternative, but as a destination for sun and beach tourism that offers quality tourism services.

After the analysis of the current situation of the tourism system of Olón, the tourism potentiality is verified, thanks to its attractions and to the disposition of its inhabitants to give way to the development of the tourism of the sector; On the other hand, shortcomings were also identified that do not allow tourists to achieve total satisfaction when making use of the services of Olón.

As a main consequence of the previously mentioned general objective, it gives way to the mutual benefit between inhabitants and visitors of the area; the inhabitants, on the other hand, would be the direct beneficiaries, since the income would be increased, providing economic security to all those who are part of the commercialization of the tourist activity. Tourists, considered indirect beneficiaries, will have the opportunity to make use of quality services that constantly seek perfection and improvement of the service provided.

**Key Words:** Sun and beach, improvements, tourist services, tourist experience.

## **Introducción**

El Ecuador a nivel mundial, es reconocido como uno de los paraísos escondidos, gracias a su ubicación estratégica en la mitad del mundo, permite concentrar la mayor diversidad del planeta, por lo que se encuentra conformado en cuatro regiones que inicia con la Cordillera de los Andes, su extensa y misteriosa selva amazónica, su tesoro único Galápagos y sus famosas costas paradisiacas. Es en esta región en particular que se encuentra situada una pequeña Comuna llamada Olón, perteneciente a la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena. La Comuna Olón, se encuentra habitada por aproximadamente 2.500 personas y sus primeros residentes formaron parte la cultura Manteño Huancavilca. INEC (2010).

Se planteó escoger dicho destino para ejecutar un plan de mejora en los servicios turísticos del mismo, puesto que en la actualidad los espacios que ofrecen productos de Sol y Playa son muy frecuentados por turistas nacionales y extranjeros. Es por este motivo que la comuna optó por dejar a un lado su principal fuente de actividad económica: la pesca, para así, dedicarse a brindar servicios de hospederías comunitarias y negocios de alimentos y bebidas.

Cabe destacar, que la comuna sostiene potencial para comercializar productos y servicios de calidad. Sin embargo, no ha podido consolidarse como un destino líder por las diferentes carencias que presenta, entre las cuales son: facilidades turísticas inadecuadas, infraestructura y servicios que impactan de forma negativa en la estadía de los visitantes. Es por esto, que la presente investigación plantea determinar la situación actual de la comuna, para así lograr crear correcciones de mejoras y generar oportunidad de promoción de los diferentes productos y recursos que posee el lugar.

Dicho de otra manera, el presente trabajo de titulación se encuentra constituido por cuatro capítulos; en el cual el primero se basa en plasmar diferentes teorías que sirvan de respaldo para la investigación, así como, también se encontrará una sección de textos que permitirán detallar los conceptos o argumentos de dichos términos. De tal modo, que se podrá acoger los beneficios de las leyes del país; para de esa forma rescatar información valiosa de los planes y programas elaborados por instituciones oficiales que se han encargado de regular, proteger y optimizar la actividad turística.

Por otra parte, el segundo capítulo estará conformado por el diagnóstico de la situación actual, que se verá analizado mediante el Sistema turístico de Sergio Molina. El tercer capítulo percibe la metodología que se empleó al momento de recolectar datos o información en la investigación de campo, el cual va a lograr cuantificar y entender

el problema por medio de respuestas a la población objetivo; además permitirá analizar los resultados que se obtuvieron del estudio del mercado. A su vez, se aplicará la matriz FODA para determinar las fortalezas, oportunidad debilidades y amenazas que presenta el destino. El cuarto y último capítulo comprende del desarrollo de un plan de mejora, que se establecerá en función de lo investigado y de acuerdo a las necesidades de sus habitantes y visitantes.

## **Planteamiento del problema**

La Comuna es caracterizada como un lugar idóneo para el descanso, en donde el único atractivo que motiva el desplazamiento de los turistas es la playa de Olón. A partir de esto, nace uno de los problemas identificados durante la investigación de campo: la falta de diversificación de actividades turísticas de la localidad.

En el mercado turístico el destino es conocido como una comuna que posee potencial turístico debido a la cercanía que conserva con la Comuna Montañita, la cual es masivamente visitada por turistas extranjeros y nacionales; donde se debe destacar que dichos turistas extranjeros son quienes encuentran oportunidades de negocios en la comuna aledaña Olón, es decir, llegan a establecer negocios que buscan el beneficio directo de los mismos inmigrantes, disminuyendo así la calidad de vida de los comuneros del sector.

Otro problema grave detectado, que va de la mano con la presencia de los extranjeros radicados en Olón, es la contraposición de los puntos de vistas que poseen tanto los comuneros como los extranjeros, es decir, los intereses personales de ambos grupos están por encima del bienestar total de la comunidad. El problema mencionado da paso a la inexistencia de asociaciones hoteleras o de restauración que regulen las actividades en base a las necesidades de los visitantes de acuerdo con las nuevas tendencias que existen en el mercado día a día.

De manera general, se establece que la infraestructura de la Comuna Olón presenta carencias en alumbrados públicos, servicios de agua potable, señalización, tanto vial como turística, y la falta de parqueaderos seguros. En el último ítem mencionado como problemática de infraestructura, es válido mencionar que, durante la temporada alta de la región Costa, todas las calles de Olón son utilizadas como parqueos de los visitantes, dificultando la movilización en casos de emergencia.

Por último, en cuanto al análisis de los servicios turísticos de Olón, se determina que su oferta es muy “básica”, es decir, no incluye aspectos diferenciadores que originen la grata experiencia del turista. Los servicios proporcionados en el sector son incompletos y no abarcan todas las necesidades del turista; por ejemplo, brindan alojamiento, pero en su mayoría no brindan espacios de parqueadero; en el caso de los establecimientos de alimentos y bebidas, brindan el servicio de alimentación, pero no aseguran un servicio que proporcione la seguridad alimentaria del turista.

En la actualidad, Olón no cuenta con un plan turístico que permita la regulación de la actividad en el sector, siendo un inconveniente para el desarrollo del turismo de la Comuna, tanto para los servicios ofertados como para sus mismos atractivos.

### **Formulación del problema**

¿Cuáles son las falencias existentes que imposibilitan la experiencia apropiada del turista que hace uso de los servicios turísticos de la Comuna Olón, y cuál es la solución a cada falencia?

### **Justificación del tema**

El destino Olón, es una comuna que se encuentra situada a tan solo 176 km de la ciudad de Guayaquil; es un pequeño destino turístico que se dedica a diferentes actividades tales como: la pesca, el turismo, la venta de productos agrícolas y la confección de artesanías a base de tagua. Sin embargo, hay que destacar que a pesar de ser un centro que posee la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, no se ha podido consolidar como un destino líder de sol y playa, es por dicha razón que se plantea ejecutar un plan de mejora en los servicios turísticos de la comuna, para beneficiar de forma directa a sus habitantes y a los turistas que visiten la zona. Al contar con las condiciones óptimas de servicios, se encontrarían listos para asegurar la experiencia turística eficaz del destino.

Es importante destacar que a lo largo del tiempo los comuneros han logrado comercializar diferentes tipos de productos y servicios tales como: alojamiento, actividades de entretenimiento y servicios de alimentos y bebidas. A pesar de ello, sin la ayuda de un proyecto o programa que coordine la participación y esfuerzo de sus habitantes y representantes gubernamentales, el desarrollo no ha sido viable.

Por lo que, se hace necesario proponer un plan de mejora centrado en la oferta de servicios turísticos óptimos y de calidad para sus turistas, dado que en la actualidad las instalaciones hoteleras son muy básicas y carecen de infraestructura. Hay que tener en cuenta que el sector de restauración también requiere de diferentes mejoras, seguido de esto se proyecta potencializar nuevos productos turísticos.

En conclusión, se espera que los resultados de la investigación permitan: el aumento de plazas de empleo, estabilidad económica, mejoras en la calidad de vida de sus habitantes y a su vez el desarrollo de un turismo sostenible; contribuyendo de tal forma a alcanzar los objetivos planteados en el Plandetur 2020 y el Plan Nacional Toda Una Vida.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Diseñar plan de mejora para la Comuna Olón a partir de la medición de la satisfacción de sus visitantes.

### **Objetivos específicos**

- 1.** Diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos de la comuna Olón para establecer una línea base.
- 2.** Elaborar un estudio de mercado que permita determinar el nivel de aceptación de los servicios turísticos adquiridos por los visitantes.
- 3.** Proponer un plan de mejora como insumo del desarrollo turístico de la Comuna Olón para incrementar la satisfacción de sus visitantes.

## **Antecedentes**

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (De la Torre Padilla, 1980)

Por consiguiente, los términos empleados anteriormente agregan que el turismo presenta una relación con dos tipos de fenómenos; los cuales pueden llegar hacer directos e indirectos. Respecto a los factores directos, son todos aquellos que conforman una superestructura social cuya necesidad radica en los factores indirectos.

De modo que, sus progresos dependerán de los mismos, a través de los cuales se destacan los recursos, las promociones y los servicios turísticos que funcionan en relación a los requerimientos e intereses del consumidor. Cabe destacar que, los factores indirectos son todos aquellos que componen el sector económico, cultural e institucional de un destino, por lo que su mejora siempre radicara en producir bienes y servicios que vayan acorde con las necesidades materiales y culturales de los habitantes asentados en la comuna.

En consecuencia, se relacionan necesariamente dichos factores para establecer una característica propia y específica a los espacios turísticos. Ya que, si no existieran no se produciría el desplazamiento de los visitantes, así como también, el desarrollo socioeconómico de la comunidad. Por lo tanto, Olón, a lo largo del tiempo ha presentado un gran progreso turísticos, que, a pesar de la participación y esfuerzos de sus habitantes, el desarrollo no ha sido del todo viable.

## **Capítulo I – Fundamentación teórica**

### **Marco teórico**

El marco teórico es una de las etapas más importantes de la presente investigación, ya que permitirá plasmar diferentes teorías que sirvan de respaldo para elaborar un plan de mejora en la comuna Olón.

### **Teoría del Sistema Turístico**

Beni (2000) conceptualizó al sistema turístico como “un conjunto de procedimientos, ideas y principios ordenados y conectados lógicamente con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo” (p. 3). El sistema, según Molina (1991), cuenta con seis componentes, cuyas funciones se interrelacionan y genera un desarrollo planificado y adecuado del turismo de un sector determinado.

El primer componente corresponde a la gobernanza, de acuerdo con Panosso (2012; p. 27), representa el conjunto de instituciones públicas o privadas encargadas de regular la actividad de los prestadores de servicios de los sectores relacionados al turismo, a partir de la creación de políticas, normas y programas que den paso al desarrollo turístico de una zona determinada.

El segundo componente es la infraestructura de un sector, la cual hace énfasis en el sector de transporte, sanidad y de comunicación de un área. Los atractivos turísticos son considerados un componente fundamental del Sistema Turístico, ya que su principal función es la de motivar el desplazamiento de los turistas. El componente de equipamiento e instalaciones incluye los hoteles, restaurantes y agencias de viaje, principales prestadores de los servicios de la actividad turística. La comunidad receptora se refiere a los residentes de la zona turística, quienes son los beneficiarios directos de la actividad (Panosso, 2012; p. 27).

Como último componente se encuentra la demanda, el cual constituye a los visitantes de una zona, quienes consumen los servicios que un destino puede ofertar; es importante destacar que Panosso (2012) indicó que: “ninguno de los anteriores componentes del sistema turístico podría subsistir sin los turistas” (p. 28).

## **Teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos**

Uno de los objetivos centrales de dicho modelo es aportar información acerca de cómo el destino va evolucionando. Sin embargo, hay que acentuar que no todos los sitios turísticos se manejan de la misma forma; por lo tanto, estos son aplicados de acuerdo al medio en que se realicen. Las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento (Butler, 1980).

Durante la etapa de exploración, las visitas se dan por un determinado grupo de turistas que son cautivados por características específicas a nivel cultural y natural de un lugar. Sin embargo, en esta etapa se considera poco accesible a los destinos que no posean infraestructura turística.

En la etapa de implicación, surge interés por los habitantes de la zona y empiezan a desarrollar infraestructura turística. Generando como resultado promoción del destino, aumento de número de visitantes y mayor colaboración por parte del sector público.

En cuanto a la etapa de desarrollo permite registrar un mayor incremento de turistas a consecuencia de la promoción del destino. Adicionalmente, también se empieza a crear establecimientos de alojamientos y nuevos atractivos por partes de organizaciones privadas, lo que puede generar como consecuencia que el sitio turístico se vea alterado y pierda su autenticidad.

Durante la etapa de consolidación, el aumento de visitas empieza a ser un poco más lento en comparación a la etapa de desarrollo, sin embargo, sigue creciendo. Como resultado, el destino turístico empieza a presentar desgaste a nivel de infraestructura por sobrepasar su capacidad de carga.

En la etapa de estancamiento, se logra obtener un aumento de visitas turísticas de forma más lenta, sin embargo, el destino comienza a decaer teniendo a su vez problemas sociales, ambientales y económicos. Por lo que resulta difícil conservar la lealtad de los visitantes.

De esta manera, el destino caerá en un declive en el que no logrará competir con otros. Por ello, deberá rejuvenecer a través de la creación de nuevos atractivos que puedan fortalecer al sitio turístico.

Es por esta razón que dicha teoría es fundamental ya que permitirá identificar las etapas y características de la oferta y demanda que posee la comuna Olón, así como también su competencia y comercialización. Proporcionando información de suma

relevancia al momento de establecer un plan de mejora. Cabe destacar que estas fases son idénticas al ciclo de vida de los productos o servicios que se ofrecen en el mercado.

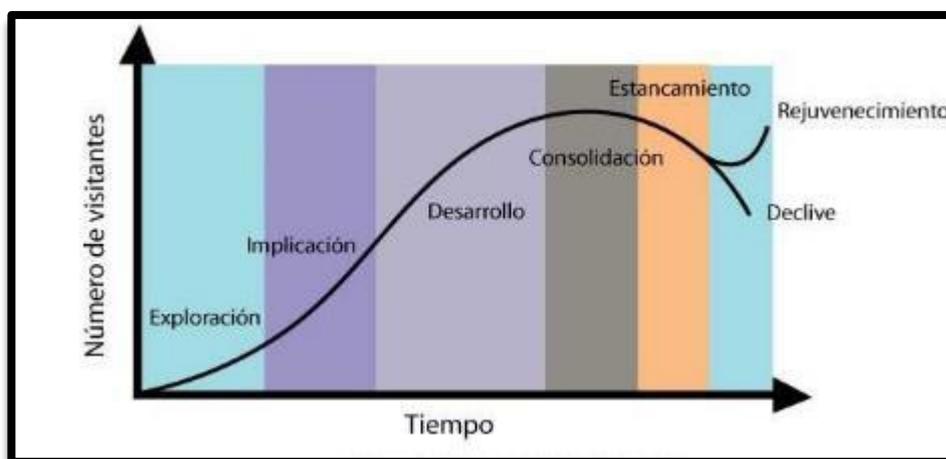


Figura 1. Ciclo de vida de los destinos turísticos. Tomado de: *Entorno turístico: ¿Qué es la Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Richard Butler?* Butler (1980)

### **Teoría del desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques.**

Solari y Pérez (2003), indicaron que la concepción del turismo y el desarrollo local de un destino son factores que se analizan de manera individual; cuando lo óptimo para el análisis eficiente de una localidad es que ambas partes sean tratadas en conjunto y apuntando a un solo objetivo: “impulsar procesos de desarrollo de la localidad”.

Solari (2003), denominó el desarrollo local de la siguiente manera: “Conjunto de resultantes que se manifiestan en el mejoramiento del nivel y la calidad de vida de los habitantes de una localidad a raíz de generar crecimientos sustentables a diversos niveles, que se complementan entre sí de manera estratégica, capaces de crear sinergias locales de mejoramiento”. (p. 52)

Los autores también recomiendan y aseguran que un desarrollo eficiente local tiene como resultado la participación social, la cual a su vez tiene efectos de fortalecimiento de institucionalidad e identidad local y otro tipo de impactos que benefician a todos los integrantes de la comunidad.

La Teoría del desarrollo local es fundamental para dos factores: a) El análisis del comportamiento del turismo en la comuna Olón y, b) El desarrollo económico, social y ambiental que existe en la comuna; en otras palabras, dicha teoría pretende

reconocer, de acuerdo con Solari y Pérez, el turismo de la comuna Olón desde un enfoque “Productivista” y “De encadenamientos empresariales”.

Dicho enfoque productivista, es aquel que se centra en los procesos económicos, es decir, factores como oferta y demanda de empleos de la localidad; capital asignado al emprendimiento; y la incorporación de tecnologías más avanzadas.

Mientras que, los encadenamientos empresariales agregan valor, aprovechan las flexibilidades organizacionales, permiten economías de aglomeración y alcance, reducen costos de transacción y estimulan ventajas colaborativas (Solari y Pérez, 2003). Aunque los autores afirman que, para el desarrollo local, se debe aumentar otras condiciones que aseguren un proceso sustentable y equitativo, que permita y estimule la participación y formación de capitales sociales para el beneficio del sector.

### **Teoría de la pirámide de Maslow**

Femania (2014), destacó la teoría de las necesidades humanas, propuesta por Abraham Maslow como principal componente de los paradigmas sociales; basándose en una jerarquía tradicional, las necesidades se escalonan en una pirámide ascendente.

En la base se encuentran las necesidades fisiológicas, las cuales se encuentran Impuestas por las necesidades de la biología humana. Después, las necesidades de seguridad, cuyas necesidades radican en la seguridad física, salud, estabilidad en empleos y recursos, y la seguridad moral y familiar. A continuación, se sitúan las necesidades de autoestima o sociales, cuyo valor se encuentra en la amistad, afecto e intimidad de las personas. Y las necesidades más importantes de la pirámide se establecen el reconocimiento y la autorrealización.

Según esta teoría, estas necesidades son secuenciales, y que la falta de satisfacción a cada nivel impacta el desempeño en el nivel subsiguiente; es decir, no se puede pensar sin estar alimentado, y no se puede ser socialmente responsable si no hubo dependencia y garantías de supervivencia antes.

Se decide relacionar las actividades turísticas con la teoría de la Pirámide de Maslow para lograr comprender la importancia de la satisfacción de las necesidades de los turistas cuando se encuentran en destinos distintos a los de su residencia. Entender ¿cuáles son los motivos de visita y qué es lo que esperan encontrar en sus destinos? Si los destinos ofrecieron correctamente sus servicios o existen servicios que pueden ser mejorados y, desde el punto de vista del turista, ¿cómo pueden y deben ser mejorados?

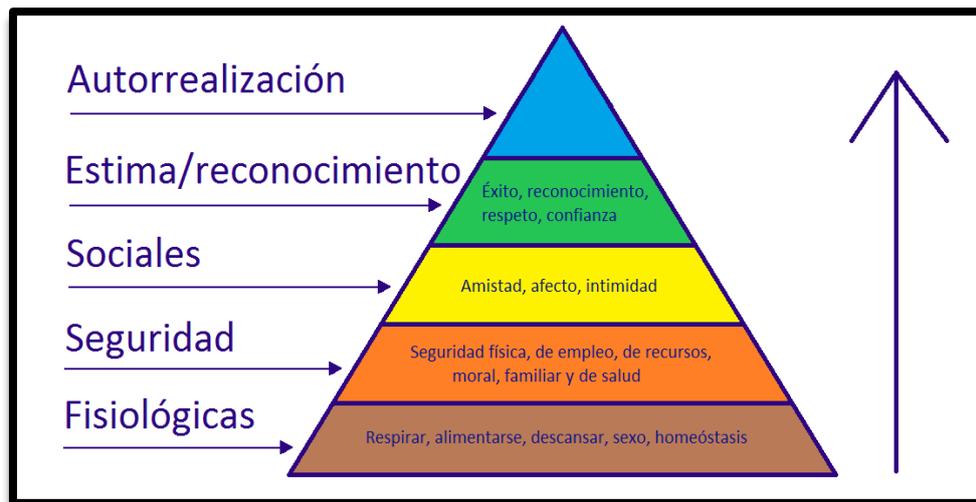


Figura 2: Pirámide de Maslow. Tomado de: *Economipedia: Pirámide de Maslow*, por P. Sevilla, 2017. Abraham Maslow

### Teoría y elementos del servicio al cliente

Calderón (2002), destacó que el servicio al cliente es un papel igual de importante que la eficiente administración del negocio.

El autor hace hincapié en que el buen servicio de la empresa incrementa la cartera de clientes, obteniendo así más ingresos. Por lo cual, esto se logra a través del planteamiento de tres preguntas:

**1. ¿Qué servicios se ofrecerán?**

En este punto se deben realizar encuestas de satisfacción con el fin de identificar posibles servicios mejorados o complementarios a ofrecer.

**2. ¿Qué nivel de servicio se debe ofrecer?**

Después de haber efectuado el punto número uno, se debe detectar la cantidad y calidad que los clientes anhelan. Esto es posible a través de buzones de sugerencias, compras por comparación y sistema de manejo de quejas y reclamos.

**3. ¿Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios?**

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio (Calderón, 2002).

También, según el autor, los elementos influyentes en el servicio al cliente son: contacto cara a cara, relación con el cliente, correspondencia, instalaciones y el manejo de los reclamos y cumplidos.

De acuerdo con Calderón (2002), las estrategias claves a utilizar al momento de la interacción con el cliente son: a) El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena, b) La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados, c) La

satisfacción de los empleados impulsa su lealtad, d) La lealtad de los empleados impulsa la productividad, e) La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio, f) El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente, g) La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente, y h) La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

Para finalizar, El marco teórico de la presente investigación incluye las teorías del sistema turístico, la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos y la teoría del desarrollo local con el fin de establecer parámetros de la actividad turística de la Comuna Olón, donde se pueda obtener una línea base para el análisis del funcionamiento de la actividad turística en el sector.

Por otra parte, la teoría de la pirámide de Maslow y la teoría de los elementos y servicio al cliente fortalecen el conocimiento con respecto a las necesidades e intereses de los consumidores al momento de realizar actividades relacionadas con el turismo, es decir, las teorías pretenden destacar el comportamiento de los turistas con el fin de determinar las principales motivaciones de los mismos, para generar una grata experiencia al visitar la Comuna de Olón.

### **Marco conceptual**

El presente marco conceptual, permitirá detallar diferentes términos que se van a emplear en el proceso de dicha investigación, los cuales serán explicados a continuación:

#### **Servicios turísticos**

Según la OEA (1980), los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

#### **Servicio al cliente**

De acuerdo con Gómez (2006) “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.” (pag.19)

### **Actividad turística**

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico (Rodríguez, sf).

### **Comunidad Local**

Según Molina (1997) “Se conforma por las personas que residen en el lugar donde se ofrece el servicio de turismo, estos están relacionados directa o indirectamente con los turistas que visitan un atractivo turístico, pueblo comunidad o puerto turístico.” (p. 7).

### **Planta turística**

Quesada (2010) determinó que “La planta turística la conforman los servicios turísticos directos proporcionados por los prestatarios turísticos (hoteles, restaurantes, agencia de viajes).” (p.188)

### **Plan de mejora**

“Un mecanismo para identificar riesgos e incertidumbre dentro de la empresa, y al estar conscientes de ellos trabajar en soluciones que genere mejores resultados.” (Fernández, 2007, s. p.)

### **Demanda turística**

Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. La demanda turística señala el gasto agregado que resulta de sumar los diversos consumos individuales realizados al amparo de estas actividades (Sancho, 2001; p. 126).

### **Producto turístico**

“Conjunto de prestaciones, materiales o inmateriales, que se ofrecen al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas” (Valencia, 2003).

### **Destino turístico**

Lugar importante visitado por turistas que representan la unidad básica de análisis en el turismo (Organización Mundial de Turismo, 2007).

Reconoce tres perspectivas:

- ✓ Geografía: zonas geográficas que visitan y pernotan los turistas en sus viajes.
- ✓ Económica: se determina una vez planteado el lugar donde mayor permanecían realizan los turistas, puesto que es aquí donde generan mayor consumo, del modo que esas ganancias económicas son luego redistribuidas en el destino.
- ✓ Psicográfica: motivo del viaje

## **Infraestructura**

Blanco (2008; p. 18) “la infraestructura turística es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico”.

## **Calidad**

De acuerdo con Deming (1989) argumentó que la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado.” (p.17)

En consecuencia, se puede destacar la importancia de los planes de desarrollo turístico realizados en otros países del mundo, en donde, en primera instancia, se detectan las falencias y se inicia la búsqueda de oportunidades de mejora a partir de las mismas falencias. Es el caso de los proyectos previamente mencionados, tanto en Jalisco, la Comuna de Valdivia y la Costa del Sol, se realizó un análisis situacional, desde el punto de vista técnico – profesional y del punto de vista de los turistas, cuyo punto de vista incide en la toma de decisiones en el sector turístico.

## **Marco referencial**

En el marco referencial, se busca enfatizar diferentes casos de estudios que tengan relación con el presente proyecto. Debido a que han logrado tener éxito en su ejecución.

## **Turismo y el desarrollo local: análisis socioeconómico y cultural de la región 09 Costa Norte de estado de Jalisco, México**

Teniendo en cuenta a Quinteros y Cabral (2008), el plan de desarrollo turístico para la Costa Norte de México se basó en el crecimiento continuo que ha adquirido el Municipio de Vallarta a lo largo de cuatro décadas, lo cual le ha permitido concentrar el 72 % de la oferta y el 66% de los visitantes. En el contexto estatal, Puerto Vallarta constituye el segundo destino más importante del Estado de Jalisco después de Guadalajara al contribuir con el 24% de la oferta hotelera (p. 231).

Por otra parte, los Municipios de Tomatlán y Cabo Corrientes han sido considerados sitios complementarios de sol y playa para la ciudad de Vallarta, del modo que llegan a tener una participación escasa en el mercado turístico de dicho país.

Por lo que, la falta de inclusión en la promoción de la Costa Alegre y Bahía de Banderas junto a la carencia de infraestructura básica ocasiona que la demanda de visitas sea escasa para estas zonas.

Puerto Vallarta ha mostrado evidencias claras en su desarrollo turístico, pasó de ser un pueblo pequeño de pescadores a uno de los destinos con mayor desarrollo turístico, debido a que se centró en crear un producto propio basado en el ecoturismo. Entre otros factores, se debe destacar su ubicación estratégica, ya que forma parte de la franja costera o también llamada Bahía de Banderas; denominada así por abarcar otros estados como el de Nayarit, Jalisco y Colima.

Es así que, en la actualidad lo convierte en uno de los sitios más concurridos por turistas nacionales y extranjeros. Cabe destacar, que la investigación buscó centrarse en impulsar el desarrollo turístico. Así como también partir de esta área específica; debido a que posee una serie de similitudes entre los estados comprendidos.

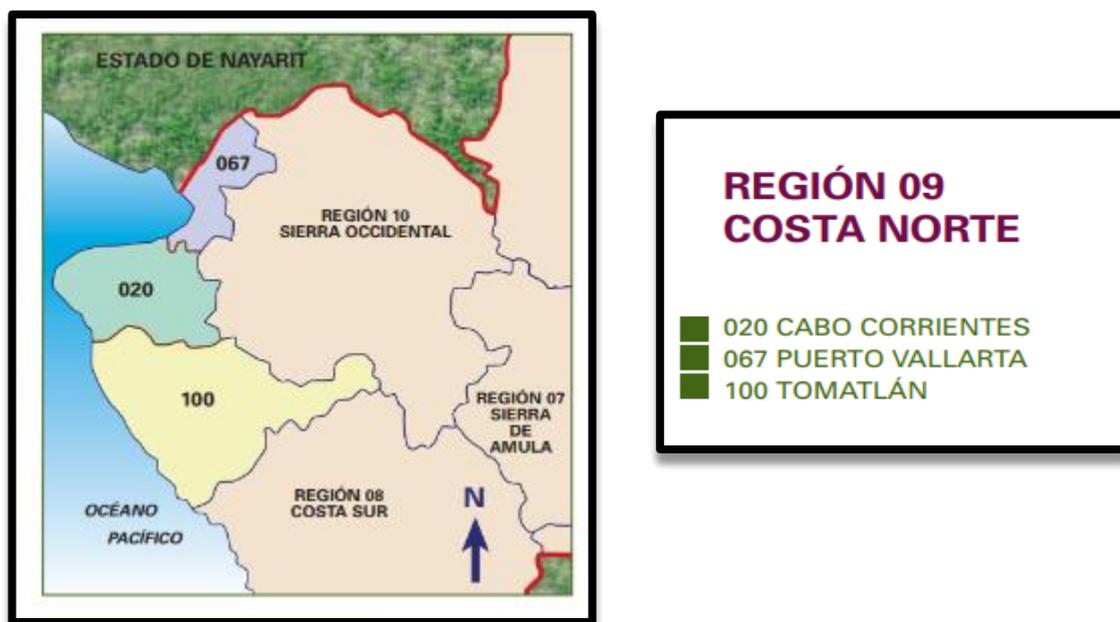


Figura 3: Región 09 Costa Norte. Tomado de: *Turismo y el desarrollo local: análisis socioeconómico y cultural de la región 09 Costa Norte de estado de Jalisco*, por Quinteros & Cabral (2008). Enciclopedia de los Municipios de México: Jalisco

### **Plan de Desarrollo Turístico en la Comuna de Valdivia, Chile**

De acuerdo con el Plan de desarrollo turístico de la Comuna de Valdivia, Chile (2011) se realizó un análisis situacional de la oferta y demanda que posee el lugar; con el objetivo de plantear lineamientos y estrategias para potencializar la actividad

turística en la comarca. Por ello, la Comuna de Valdivia decidió implementar un plan que permitió la búsqueda de la reactivación de la economía local, a través, de la participación de entidades públicas y privadas.

Es por tal motivo, que la región de Valdivia o también conocida como la Región de los Ríos o Selva Valdiviana, está generando valor en sus recursos y atractivos turísticos, a través, de la planificación en conjunto con las empresas públicas y privadas.

Sin embargo, hay que destacar que la investigación busca generar de esa forma productos y servicios más calificados; sustentables y competitivos en el mercado, todo con el objetivo de evitar un proceso espontáneo en el camino que puedan generar daños a futuros en la Región y en los Recursos Turísticos del mismo. Es por esta razón, que se centró en ofrecer 3 productos estrellas de la zona tales como:

- ✓ El ecoturismo
- ✓ El Turismo Cultural
- ✓ El Turismo Fluvial

Debido a esto, la zona que corresponde a la comuna de Valdivia se encuentra posicionada como un destino líder en comparación a los otros espacios turísticos que oferta la región del noreste, que son tales como; Siete lagos, Cuenca de Lago Rango y Cuatro Ríos, cada uno posee características similares, sin embargo, se puede percibir diferencia entre ellos.

Para tal efecto, se ha logrado obtener las estadísticas del Servicio Nacional de Turismo (2010), el cual expresa lo siguiente: “Destino Valdivia-Corral recibió un total de 256.022 turistas por concepto de turismo receptivo”. Razón por la cual se llega a verificar que está existiendo un aumento en la actividad turística de la Comuna Valdivia.

### **Regeneración de destinos turísticos: Costa del Sol, España – Plan Qualifica.**

Conocida como una de las zonas más turísticas de España, Costa del Sol pertenece a la región litoral del sur de la Comunidad Autónoma de Andalucía. De acuerdo a Navarro (2003), esta zona concentra aproximadamente el 35 % del turismo en Andalucía.



Figura 4: Costa del sol. Tomado de: *Stargroup: Información de los municipios de la Costa del Sol.*

Lobeira (2012) creó el Plan Qualifica del destino Costa del Sol a partir de la necesidad del reposicionamiento del mismo. El objetivo principal del Plan es el aumento de la calidad y de la competitividad de Costa del Sol mediante el diseño de estrategias basadas en la rehabilitación cualitativa del patrimonio y del espacio turístico, bajo las premisas de sostenibilidad y rentabilidad socioeconómica, y apostando por la diferenciación frente a estandarización.

El diagnóstico del plan consiste en una valoración comparada de ‘lo mejor y lo peor’ desde el punto de vista de los turistas, lo cual permitirá elaborar estrategias y objetivos a mejorar. Para el año 2005, los turistas tuvieron la oportunidad de valorizar servicios y facilidades turísticas, determinando lo siguiente:

MEJOR	PEOR
<u>MÁLAGA:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alojamiento</li> <li>- Parques Naturales</li> <li>- Restauración</li> </ul>	<u>MÁLAGA:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aparcamiento</li> <li>- Señalización</li> <li>- Información Turística</li> </ul>
<u>ANDALUCIA:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alojamiento</li> <li>- Paisajes</li> <li>- Parques Naturales</li> </ul>	<u>ANDALUCIA:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistencia Sanitaria</li> <li>- Taxis</li> <li>- Seguridad ciudadana</li> </ul>

Figura 5: Plan Qualifica. Adaptado de: *Regeneración de destinos turísticos tres casos de estudio en España*, por M. Lobeira, 2012.

Una vez encontradas las fortalezas y deficiencias del destino, el Plan Qualifica establece sus retos inmediatos: Sostenibilidad, Calidad del destino, Formación,

Comercialización, Limpieza de playas, Coordinación Público-Privada, Creación de un ente aglutinador y de presión.

Asimismo, como se determinaron los retos que posee el destino Costa del Sol a partir de la valoración de los turistas, se fijaron las bases para llevar a cabo el Plan Qualifica:

- a) Financiación de los Municipios
- b) Cruces de producto
- c) Sobre las infraestructuras y servicios

Lobeira (2012) refirió que “El plan Qualifica planteó un diseño de estrategias de rehabilitación cualitativa del patrimonio y de espacios turísticos bajo las premisas de sostenibilidad ambiental y la rentabilidad socioeconómica” (p. 104).

De esta manera, se crea la ficha técnica del Plan de Recualificación Turística de la Costa del sol, en donde las políticas, programas y/o actuaciones estratégicas según Lobeira (2012), son:

1. Revitalización de centros y espacios turísticos;
2. Calidad medioambiental del destino;
3. Modernización de las empresas y productos turísticos;
4. Diversificación y diferenciación de productos;
5. Mejora de servicios e infraestructuras públicas;
6. Estrategia de innovación y nuevas tecnologías;
7. Estrategia de cualificación del empleo y formación;
8. Estrategia de comunicación;
9. Gestión del Plan Qualifica. (p. 108).

Sin duda, el presente marco referencial, destaca la importancia de los planes de desarrollo turístico realizados en otros países del mundo, en donde, en primera instancia, se detectan las falencias y se inicia la búsqueda de oportunidades de mejora a partir de las mismas falencias. Es el caso de los proyectos previamente mencionados, tanto en Jalisco, la Comuna de Valdivia y la Costa del Sol, se realizó un análisis situacional, desde el punto de vista técnico – profesional y del punto de vista de los turistas, cuyo punto de vista incide en la toma de decisiones en el sector turístico.

## **Marco legal**

El marco legal pretende acoger los beneficios de las leyes del país; asimismo, permite rescatar información valiosa de los planes y programas elaborados por Instituciones oficiales que se encarguen de regular, proteger y optimizar la actividad turística.

### **Ley de turismo**

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Última modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente (Ministerio de Turismo, s.f.)

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

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

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

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

### **Ley de organización y régimen de las comunas**

Según el Congreso Nacional (2004) sugiere lo siguiente:

**Art. 1.- Establecimiento y nominación de las comunas.** Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare.

**Art. 2.- Sujeción a la jurisdicción parroquial.** La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre.

**Art. 4.- Dependencia administrativa del Ministerio de Agricultura y Ganadería.** Administrativamente las comunas dependen del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Los derechos que esta Ley concede a las comunas estarán supervisados y dirigidos por el indicado Ministerio.

**Art. 5.- Requisito para constituir una comuna.** Para poder constituir una comuna es indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella sea no menor de cincuenta.

**Art. 7.- Uso y goce de bienes colectivos.** Los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se adecuarán, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante la reglamentación que se dicte, libremente, para su administración.

**Art. 8.- Del cabildo.** El órgano oficial y representativo de la comuna es el cabildo, integrado por cinco miembros, quienes ejercerán las funciones de presidente, vicepresidente, tesorero, síndico y secretario.

**Art. 9.- Registro de habitantes de la comuna.** En cada comuna se establecerá un registro, que será llevado por el presidente y por el secretario del cabildo, en un libro en el cual se anotarán los nombres de todos los habitantes que residan en el lugar.

**Art. 10. Inventario de bienes colectivos.** Igualmente se llevará un Libro de Inventarios de los Bienes que en común posea la comuna, según el modelo que, impreso, proporcionará el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Una copia de dichos inventarios, autenticada por el presidente y el secretario del cabildo, se remitirá a dicho Ministerio.

**Art. 11.- Nombramiento del cabildo.** En cualquier día del mes de diciembre de cada año, según la convocatoria previa hecha por el cabildo, se reunirán los habitantes que consten en el registro, en un sitio de la comuna o en cualquier otro de la parroquia respectiva, con el objeto de nombrar el cabildo que ha de representarlos en el año siguiente, contado desde el 1o. de enero.

**Art. 14.- Representación de la comuna y remoción de los miembros del cabildo.** Debiendo el cabildo representar judicial y extrajudicialmente en todos los actos y contratos a la comuna, y teniendo, en particular, el manejo y administración de los bienes en común, no podrá ser miembro del cabildo sino la persona de reconocidas honradez y solvencia moral. El Ministro de Agricultura y Ganadería puede remover al miembro del cabildo que no llene estos requisitos, y, en tal caso, designará al reemplazante.

**Art. 16.- Del plebiscito y de la asamblea general.** Cuando el cabildo vaya a considerar asuntos de mayor importancia relativos a la comuna, para tomar cualquier resolución oirá, previamente, en plebiscito abierto, a una asamblea general de los habitantes del lugar. El cabildo recibirá también en asamblea general a los asociados

de la comuna, cualquiera que fuere el asunto a deliberarse, siempre que lo pida, por escrito o verbalmente, un número no menor de veinte habitantes

**Art. 18.- Deberes del Ministerio de Agricultura y Ganadería.** El Ministerio de Agricultura y Ganadería prestará su apoyo directo a las comunas en todo lo que se refiera a su mejoramiento material e intelectual, ayudándolas en el financiamiento económico para la adquisición de bienes colectivos, como tierras de labranza, instalación de industrias, obras de irrigación, etc.; y solicitará de los demás organismos del Estado o de otras entidades, su colaboración para llenar necesidades que no tengan relación con las atribuciones de dicho Ministerio.

**Art. 21.- Prohibición a notarios y registradores de la propiedad.** Ningún notario podrá extender escritura pública que diga relación con los bienes colectivos de las comunas, sin previa comprobación de que se hayan observado fielmente las disposiciones constantes en el **Art. 17**. Si llegare a otorgar escritura pública en contravención con estas prescripciones, tal instrumento adolecerá de nulidad, a costa de los que hubieren intervenido en su otorgamiento, inclusive el notario y el registrador de la propiedad, de llegar a inscribirse la escritura.

**Art. 22.-Facultad para federarse.** Las Comunas campesinas legalmente constituidas, podrán agruparse en federaciones provinciales, si en número de veinte o más, así lo decidieren, previa aprobación de la mayoría de los habitantes que conformen cada una de dichas comunas participantes.

**Art. 25.- Fines de la federación.** La federación propenderá a la defensa de los intereses de las comunas asociadas y a la prestación de servicios de beneficio común, en base al respeto de la personalidad jurídica de cada una de las comunas participantes

**Art. 26.-De la aprobación de estatutos.** El Ministro de Agricultura y Ganadería aprobará los estatutos que llenen los requisitos puntualizados en el presente Título y que establezcan los organismos encargados de la administración de la federación, y contengan las demás disposiciones que garanticen su normal desenvolvimiento, sin contravenir las leyes del país.

## **Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador**

### **“PLANDETUR 2020”**

Entre los objetivos del PLANDETUR 2020, planteado por el Ministerio de Turismo (2007) se destaca:

Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país (p.7).

Para alcanzar al objetivo mencionado, PLANDETUR 2020 utiliza la metodología de planificación estratégica, la cual se concentra en cuatro etapas (Ministerio de Turismo, 2007):

- a) Situación actual: ¿Dónde estamos y cómo estamos?
- b) Futuro deseado: Escenario al que se espera llegar.
- c) Planteamiento estratégico y propuesta: ¿Qué hacer y cómo hacerlo?
- d) Seguimiento del proceso: ¿Cómo medir los logros?

Otro aspecto por tomar en cuenta del PLANDETUR 2020 son los elementos seleccionados para el diseño del mismo plan, los cuales son:

- a) Sostenibilidad;
- b) Competitividad; y,
- c) Fortalecimiento del marco legal e institucional.

Las líneas de productos turísticos permiten clasificar al turismo por una actividad específica que realizan los visitantes; dichas líneas de productos que el PLANDETUR oficializa son las siguientes: (p.72).

- a) Ecoturismo - Turismo de naturaleza: Parques Nacionales, reservas, ríos, lagunas, cascadas y observación de flora y fauna.
- b) Turismo de Deporte y Aventuras: deportes terrestres fluviales, aéreos y acuáticos.
- c) Turismo Comunitario:
- d) Turismo Cultural: Patrimonios Culturales y Naturales, Gastronomía,
- e) Turismo de Sol y Playa:

Se debe destacar que dichas líneas de productos turísticos fueron creadas a partir de valoraciones realizadas según los criterios del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador elaborado en el 2003, donde Josep Chías menciona que las valoraciones para la clasificación de productos del país son:

- **Unicidad:** Valor del recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina o en el mundo.
- **Valor intrínseco:** Valor de cada recurso dentro de su categoría.

- **Carácter local:** valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador.
- **Notoriedad:** Grado de conocimiento del recurso a nivel nacional o internacional.
- **Concentración de la oferta:** Valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona.

PLANDETUR 2020 determina que sus tres líneas de productos turísticos claves a nivel nacional son: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes y Aventuras, debido a que, mencionados productos tienen una elevada oferta de Productos de clase A o B, es decir, atractivos aptos para su comercialización y que garanticen la satisfacción completa de los turistas.

Gracias a las líneas de productos turísticos el país obtiene actividades turísticas que se especializan en atender características y necesidades específicas de los turistas. Asimismo, el PLANDETUR 2020 mediante las valoraciones encontradas en el Plan Integral de Marketing Turístico del año 2003, seleccionó atractivos que cumplen cierto nivel de aceptación para los turistas, es el caso de Galápagos, Patrimonio Natural de la humanidad, conocida como el Producto Estrella del país, cuyas valoraciones cumplen con todos los requisitos.

Como ejemplo de productos de clase “A” está el Parque Nacional Yasuní; y, como productos de clase “B” Montañita, la capital del Surf.

Para efectos de esta investigación en beneficio a la Comuna Olón, es necesario el análisis situacional de la Región Costa, cuyos Productos son en su mayoría de clase “B”. Sin embargo, hoy en día, la región Costa hace mayor hincapié en los productos pertenecientes a Sol y Playa, Turismo Comunitario, Turismo Cultural, de Deportes y Aventura, y Agroturismo. (PLANDETUR 2020, 2008).

El análisis de la región Costa según el PLANDETUR 2020, evaluando su desarrollo de oferta turística y enfatizando el espacio perteneciente a la Comuna Olón, es el siguiente:

Tabla 1

*Análisis del Desarrollo de la Oferta Turística de la Comuna Olón.*

Factores	Evidencias/Casos
Atractividad y potencialidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de atractivos turísticos que identifican a la Costa y la diferencian de otras regiones turísticas.</li> <li>2. Interés en el desarrollo de productos turísticos que combinan oferta complementaria en las diversas provincias y cantones dentro de la región.</li> <li>3. Ausencia de ordenamiento territorial del espacio turístico y de planificación turística.</li> <li>4. Necesidad de establecer zonas e intensidades de uso en las playas y áreas protegidas para garantizar la experiencia turística.</li> <li>5. Necesidad de sistematizar el inventario turístico nacional (atractivos e infraestructura), mediante uso de tecnologías de la información y Sistemas de información Geográfica.</li> </ol>
Facilidades, instalaciones y servicios – calidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deficiente categorización de los establecimientos de alojamiento y alimentación existentes.</li> <li>2. Necesidad de definición de indicadores de calidad y sostenibilidad para la operación turística. Certificación de playas.</li> <li>3. Necesidad de establecer criterios y normas de buenas prácticas en alimentos y bebidas.</li> <li>4. Crecimiento desordenado de la planta turística. Necesidad de toma de decisiones políticas a nivel cantonal que regulen la implantación y crecimiento de la planta turística.</li> </ol>
Formación, capacitación y educación de recursos humanos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos debido a la ausencia de capacitación. La población de la Costa ecuatoriana carece de cultura de servicio.</li> <li>2. Capacitación en diseño y comercialización de productos turísticos.</li> <li>3. Capacitación en costeo de precio, con énfasis a no afectar de forma negativa al mercado ni al empresario.</li> <li>4. Interés de los estudiantes universitarios en involucrarse en el desarrollo de actividades de investigación que apoyen a la planificación del turismo.</li> </ol>
Infraestructuras, equipamientos: conectividad y operabilidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deficiente infraestructura de transporte, terminales y vías de acceso que dificultan el acceso a los atractivos y frenan la inversión privada.</li> <li>2. Débil gestión y baja cobertura de los servicios básicos de agua potable, electricidad y saneamiento.</li> <li>3. Falta de información turística y señalización en áreas urbanas y rurales.</li> </ol>

Tomado de: “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020” (2007), (pp. 117-119).

El análisis de la región Costa según el PLANDETUR 2020, evaluando el Marketing de la Comuna Olón, es el siguiente:

Tabla 2

*Análisis del Marketing de la Comuna Olón.*

<b>Factores</b>	<b>Evidencias/Casos</b>
Producto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alta estacionalidad de la demanda en la Costa debido al clima y a la falta de otros productos turísticos.</li> <li>2. Deficiente desarrollo de la oferta alternativa al turismo de sol y playa. Necesidad de difundir los atractivos turísticos existentes y de diseñar productos turísticos novedosos para ser comercializados.</li> <li>3. Necesidad de hacer retroalimentación de los turistas a la salida del país para aplicar medidas correctivas.</li> </ol>
Precio	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La política nacional de diferencias de precios para nacionales y extranjeros se percibe como un peligro que puede ocasionar una pérdida de interés por parte del mercado extranjero.</li> </ol>
Promoción	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco interés del gobierno central en la difusión y desarrollo de los atractivos turísticos de la región. Mayor difusión de los atractivos de Quito y Galápagos, por encima de otras provincias del país.</li> <li>2. El PLANDETUR debe hacer mucho énfasis en la definición separada de estrategias de turismo receptivo e interno y determinar productos específicos para el turismo interno.</li> <li>3. Mal manejo de las noticias a nivel nacional e internacional por parte de los medios de comunicación que puede afectar el volumen de la demanda turística.</li> </ol>
Comercialización y distribución	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca asociatividad entre empresas para la comercialización conjunta de productos turísticos. Poco conocimiento de los canales de distribución y mecanismos de comercialización del turismo en la Costa ecuatoriana.</li> </ol>

Tomado de: “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020” (2007), (p. 119).

El análisis de la región Costa según el PLANDETUR 2020, evaluando el componente de Gobernanza de la Comuna Olón, es el siguiente:

Tabla 3

*Análisis de la Gobernanza de la Comuna Olón.*

Factores	Evidencias/Casos
Institucionalidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En esta región se detecta la inexistencia de estadísticas ni cuentas Satélite de Turismo a nivel regional que sirvan de base para la definición de estrategias gubernamentales y empresariales.</li> <li>2. Deficiente categorización de los establecimientos de alojamiento y alimentación existentes. Necesidad de establecer mecanismos de control por parte del MINTUR.</li> </ol>
Descentralización	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos de descentralización turística promovidos por el gobierno central para la distribución de competencias a los gobiernos locales.</li> <li>2. Baja identificación por parte de la comunidad de los roles que cumplen las instituciones públicas y privadas en el desarrollo del turismo.</li> <li>3. Insuficiente capacidad del personal en los municipios turísticos descentralizados. Necesidad de establecer requisitos para la contratación del personal turístico municipal.</li> </ol>
Seguridad física y jurídica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Necesidad de mejorar los niveles de seguridad en los corredores turísticos de la región y en las áreas urbanas y rurales.</li> <li>2. Falta de responsabilidad y control con respecto a los transportes interprovinciales. Exceso de velocidad, cansancio y uso de celulares por parte de los chóferes.</li> </ol>
Otros	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento de inmigrantes ilegales que ingresan al país en calidad de turistas.</li> <li>2. La inestabilidad política del país puede afectar la inversión en macroproyectos de desarrollo turístico para la región.</li> </ol>

Tomado de: “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020” (2007), (p. 120-121).

Como conclusión del análisis del PLANDETUR 2020 de la región Costa, se puede mencionar que en esta zona se encuentran numerosos atractivos, ya sean Reservas ecológicas, Bosques o Playas, en su mayoría, son productos de clase “B”. Con respecto a infraestructura de acceso aéreo, cuenta con el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo como umbral para el turismo de la región; y en relación a su conectividad terrestre más importante es la autopista Guayaquil-Salinas, ruta que da paso al crecimiento del turismo a los cantones o comunas de Salinas, Ballenita, Ayangue, Montañita y Olón; considerando Olón como potencial producto a comercializar al mercado extranjero.

### **Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida”**

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008):

El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. (Art. 280).

Los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo son establecidos a partir de tres ejes programáticos: a) Derechos para todos durante toda la vida, donde los objetivos radican en la importancia y protección de los derechos humanos y de la naturaleza; b) Economía al servicio de la Sociedad, se busca consolidar la sostenibilidad del sistema económico social del país, ampliando la productividad y competitividad; y, c) Más Sociedad, mejor Estado, los objetivos promueven una sociedad participativa y transparente con el fin de garantizar paz al Estado.

Según el Plan Nacional de Desarrollo (2017), “El Estado ecuatoriano, mediante políticas busca fortalecer los sistemas nacionales que, en mediano y largo plazo, se encargarían de disminuir brechas sociales, dinamizar la producción y la economía para alcanzar el desarrollo” (p.16).

Desde el nacimiento de la República del Ecuador en 1830 la justicia social de la sociedad ha ido evolucionando constantemente, siendo de esta manera en sus inicios un Estado Oligárquico-Criollo, pasando a ser un Estado Nacional-Centralista gracias a la Revolución Liberal de 1895 y, llegando al año 2008 a ser un Estado democrático, plurinacional e intercultural gracias a la Revolución Ciudadana.

Se debe agregar que, para el 2030, el Plan Nacional de Desarrollo (2017), establece que “El país afirmará la visión plena del trabajo como derecho y deber social como su valor en cuanto derecho económico y fuente de realización humana” (p.32).

El Plan Nacional de Desarrollo también tiene como prioridad los sectores de salud, educación, deporte, seguridad y la transformación de la matriz productiva (p.25), mas es necesario mencionar la importancia del turismo como agente económico del país. Es por esto que, en el objetivo número nueve del Plan Nacional: “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente el país en la región y el mundo”, se establece como meta para el año 2021 el incremento de número de empleos turísticos en un 47% durante los 3 años de ejecución del Plan. (p. 106).

Otras dos metas relacionadas con el turismo, correspondientes al objetivo nueve, es el incremento de número de turistas para el año 2021; por consiguiente, se espera el incremento de gastos de los turistas dentro del territorio ecuatoriano.

Para el turismo y toda entidad que se vea envuelta en este fenómeno social, el Plan Nacional de Desarrollo es fundamental para dar paso a una planificación que busque alcanzar la equidad y justicia social, teniendo de esta manera impactos económicos positivos como: la redistribución de riquezas, generación de empleos y el impulso de regiones de menor desarrollo.

En relación con las implicaciones del punto legal, es necesario mencionar la ley de turismo del Ecuador y la ley de régimen de Comunas como fundamentales para el análisis de la intervención política y administrativa de la Comuna. Adicional a esto, el Plandetur 2020 y el Plan Nacional “Toda una vida” son programas imprescindibles para la regulación de la actividad turística, ya que ambos programas cuentan con estrategias para el fomento del turismo destinado a localidades consideradas como potencias turísticas, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

## Capítulo II: Diagnóstico de la situación actual de Olón

### Análisis de la situación actual

La comuna Olón, se encuentra situada en la Parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena, provincia Santa Elena. Según datos obtenidos por el INEC con relación al censo del 2010, se establece que la comuna cuenta con alrededor de 2500 habitantes y posee una extensión territorial de 5725 ha. Cabe destacar que en dicha localidad coexiste un flujo migratorio de personas procedentes de diferentes nacionalidades tales como: norteamericanos, canadienses y argentinos.

El diagnóstico de la situación actual se verá analizado mediante el Sistema turístico de Sergio Molina, el cual tiene como propósito destacar posibles cualidades y defectos de la localidad en cada componente del Sistema Turístico. Cabe mencionar, que coexisten seis componentes que se interrelacionan entre sí con el fin de desarrollar el turismo de una localidad; dichos componentes son: Gobernanza, Infraestructura, Equipamiento, Comunidad receptora, Atractivos y Demanda.

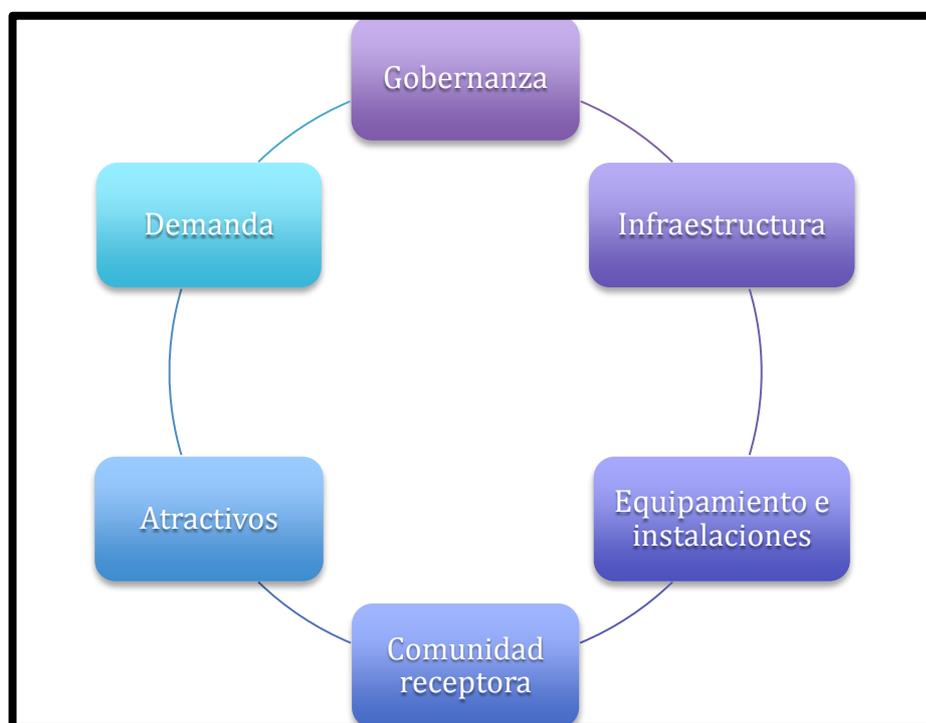


Figura 6: Sistema Turístico. Adaptado de: *Modelo del Sistema Turístico*, por S. Molina, 1991.

## **Gobernanza**

Las Instituciones que se encargan de la regulación de actividades turísticas de la Comuna Olón son: a) Cabildo Comunal, b) Directivos de la Asociación de Turismo de Olón, c) Empresa Municipal de Desarrollo Turístico de Santa Elena (EMUTURISMO), d) GAD Manglaralto, e) Ministerio de Agricultura y Ganadería, f) Ministerio de Turismo.

La Comuna Olón es dirigida por el presidente José Francisco Reyes Orrala, graduado en Gestión y Desarrollo Turístico en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, responsable inmediato de la directiva comunitaria de los diferentes servicios ofertados. Junto a José Rodríguez presidente de la Asociación de Servidores Turísticos. Cabe mencionar, que el destino y su población acceden a capacitaciones ofrecidos por el Ministerio de Turismo y el Municipio de Santa Elena, cuyos temas a tratar incorporan la correcta atención al cliente y la manipulación de alimentos. Dichas capacitaciones son realizadas aproximadamente tres veces al año según el presidente de la Comuna.

Además de Instituciones reguladoras de la actividad turística, existen los programas y proyectos que, de igual manera, plantean y conciben el turismo de una zona. Para la Comuna Olón dichos planes o programas son, por ejemplo, el PLANDETUR 2020 al tomar en cuenta a Olón como un producto turístico potencial del país; y el Plan Nacional Toda una Vida, al hacer énfasis en la importancia del desarrollo turístico. Dichos programas se abarcaron con anterioridad en el Marco Legal de la presente investigación.

A pesar de la existencia de estos programas nacionales, José Reyes establece que tiene sus propios programas y proyectos a corto y largo plazo con el fin de aumentar: la demanda turística de la localidad y, las actividades turísticas que permitan el desplazamiento de los visitantes a otras zonas a parte de la Playa de Olón. Dentro de estos planes, se encuentra la opción de potencializar otras líneas de producto turísticos además del turismo de sol y playa de la zona:

Es el caso del Ecoturismo, ya que cuenta con los debidos recursos. Se espera potencializar la Reserva natural de la Comuna, la cual no es muy conocida por los visitantes, pero consiste en un Bosque protector llamado “El cangrejal”, reserva que, en el año 2002 fue declarada como tal, con una extensión de 6,8 hectáreas del territorio comunal. Según Reyes (2016), las actividades a realizar en el área pueden ser:

avistamiento de aves, observación de animales y plantas silvestres nativas, caminatas por senderos ecológicos y actividades científicas o de investigación. (p. 69)

Otra alternativa para el ecoturismo de la Comuna es un recorrido que tiene como objetivo apreciar dos cascadas importantes para la comunidad, y son tales como: la Cascada “El Salto”. Se encuentran ubicadas a 14 kilómetros del centro de la Comuna. No obstante, se espera complementar con turismo de deporte y aventura al implementar una ruta ciclista en el camino. Por el momento no se opera dicha ruta debido a falta de personal, visitantes y facilidades del camino.



Figura 7: Valla Publicitaria de la Ruta Ecológica de Olón.



Figura 8: Cascada “El Salto”, Recurso Natural de la Comuna Olón.

El siguiente proyecto se ve relacionado con línea de producto turístico perteneciente al Turismo Comunitario, donde, en conjunto con el Ministerio de Turismo, se espera certificar a la Comuna de Olón como un Centro Turístico Comunitario oficial, el cual, según el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios (2010):

Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística. (p. 1).

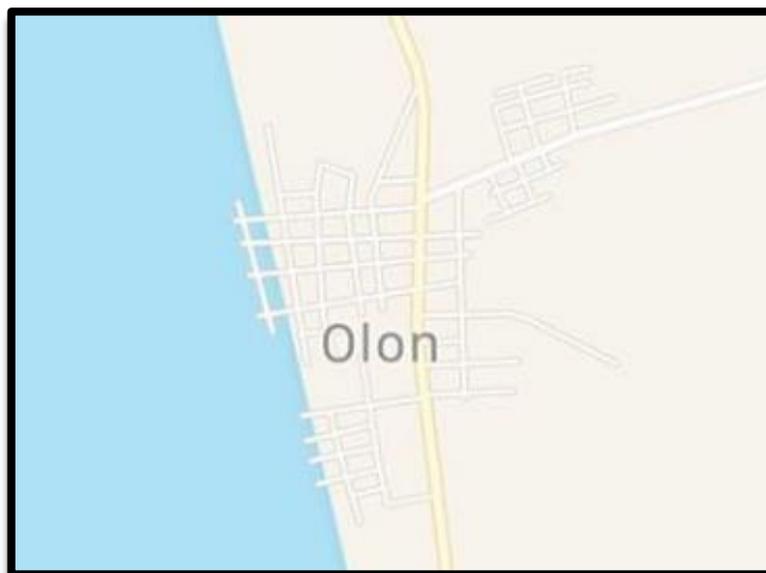
La oferta turística de los centros de turismo comunitario son actividades que promueven y conservan la identidad cultural de la comunidad, al mismo tiempo, dichas actividades deben asegurar la sostenibilidad ambiental, es decir, el respeto de la subsistencia de los recursos tanto naturales como culturales que existen en el territorio.

Teniendo en cuenta la diferencia entre un recurso y un atractivo turístico, siendo el primero un hábitat en estado natural, tanto el Ministerio del Ambiente como el Ministerio de Turismo del Ecuador son encargados de la coordinación del ejercicio de las actividades turísticas que le competen al recurso, según lo acordado en el Reglamento para los centros turísticos comunitarios (2010):

Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas. (p. 4).

### **Infraestructura**

En cuanto a la infraestructura, cabe indicar que las carreteras y vías de accesos que conducen hacia la comunidad de Olón se encuentran en correctas condiciones y debidamente pavimentadas; es necesario mencionar la importancia de la presencia de la Ruta del Spondylus en la Comuna, ya que esta es considerada una de las rutas más trascendentales del país.



*Figura 9: Olón. Tomado de: Google Maps, (2018).*

El centro de desarrollo turístico de la Comuna cuenta únicamente con seis calles paralelas a la ruta spondylus, las cuales son: Santa Lucía, Alberto Potes, Avenida Intiñán, Othmar Stahelli, Rosa Mística, y finalmente la Avenida del Malecón de Olón, cuya calle es más próxima a la Playa del sector.

Por otro lado, los medios de transporte que llegan a la localidad provienen de Santa Elena o Manglaralto; cabe destacar que el periodo de desplazamiento desde el Terminal Terrestre Regional Sumpa de Santa Elena hasta Olón dura alrededor de una hora y 20 minutos; y, la distancia entre Manglaralto y Olón es de 15 minutos aproximadamente.

Sin embargo, tan solo existen dos cooperativas públicas que desplazan a los habitantes y visitantes provenientes de la provincia de Santa Elena y Guayaquil, las cuales son: Libertad Peninsular y Manglaralto. Cabe mencionar, que el bus interprovincial realiza su recorrido hasta la ciudad de Manta, provincia de Manabí. Al mismo tiempo se pudo visualizar que la comuna no posee un terminal terrestre propio, pero si posee un estacionamiento únicamente para la cooperativa CLP. Otros aspectos por subrayar es la carencia de señaléticas eficientes en la comuna, tanto viales y turísticas.

En cuanto a los medios de comunicación, la comuna goza de telefonía de línea fija y móvil con una señal 3G para realizar llamadas nacionales o internacionales. No obstante, poseen en su mayoría acceso a internet y tan solo cuenta con dos cabinas

telefónicas, frecuentemente no son utilizadas debido a que los habitantes en la actualidad disponen de telefonía móvil.

Otro aspecto que cabe mencionar son las condiciones de sanidad en la comuna, el cual se pudo verificar que el destino cuenta con servicios básicos tales como: agua potable, energía eléctrica y pozos sépticos. No obstante, se pudo corroborar una carencia en el proceso de eliminación de desechos; así como también en el agua potable. Una de las falencias encontradas en el ámbito de la eliminación de los desechos es el recorrido que efectúa el carro recolector, ya que este no pasa por la localidad todos los días sino tan solo cuatro veces a la semana (lunes, miércoles, jueves y sábados) de modo que genera malestar en los habitantes y posibles contaminaciones ambientales en la zona.

En relación al agua potable, se detectó un déficit hídrico en el sistema de agua potable de la zona, puesto que la cantidad del mismo en épocas de feriado o en temporadas altas no abastece a la comunidad y produce cortes de agua. Hay que aludir, que en el periodo 2015 el destino creó un reservorio de agua de 500 metros cúbicos con el objetivo de suministrar de líquido a la zona norte de la provincia de Santa Elena.

Vale señalar, que la localidad cuenta con un centro de salud pública, dos colegios públicos y un centro de educación inicial. En caso de requerir asistencia médica los habitantes deben desplazarse al Hospital más cercano ubicado a 13 minutos en la parroquia Manglaralto, para finalizar dentro de la comuna no existen cajeros automáticos, bancos, ni gasolineras; sin embargo, la más cercana se encuentra a 4,5km en la comuna Montañita.

### **Equipamiento o planta turística**

De acuerdo con el diagnóstico realizado a la planta turística, se determina que el destino ofrece servicios ya constituidos tales como: alojamientos y restauración. Sin embargo, según lo manifestado por el director de la comuna el área de alimentos y bebidas se encuentra concentrada en la zona de la playa, es decir, que en dicho sector existen alrededor de 50 establecimientos de alimentos y bebidas con un promedio de 20 a 25 plazas; no obstante, en la zona céntrica de la localidad se agrupan 24 establecimientos más.

Tabla 4

*Listado de establecimientos de alimentos y bebidas de la Comuna Olón.*

<b>Tipo</b>	<b># de plazas</b>
Restaurantes	15
Cafeterías	3
Fuentes de soda	4
Bares	0
Cabañas playeras	50
Otros	2
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>

En relación a la capacidad de carga de la oferta de alimentos y bebidas, teniendo en cuenta el promedio de 25 plazas por establecimiento, sería de 1850 plazas disponibles. Considerando al sector hotelero, el director de la comuna agrega que existen de 50 a 60 hoteles en el lugar de los cuales se clasifican en: hostales, pensiones y casas comunitarias.

Por otro lado, se debe enfatizar que el ingreso económico proveniente de estos servicios no va destinado netamente a los comuneros debido a la presencia de extranjeros que se han radicado en la zona al encontrar oportunidades de negocios en Olón.

Tabla 5

*Listado de establecimientos de alojamiento de la Comuna Olón.*

<b>Tipo</b>	<b># de plazas</b>
Hostería	6
Hostales	15
Pensiones	30
Casas comunitarias	2
Otros	-
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>

En lo que respecta al servicio de alojamiento, existen 53 establecimientos avalados por el Ministerio de Turismo y por la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena, donde se establece que, Olón posee una capacidad de carga hotelera de 536 plazas en la Comuna y, que cada establecimiento contaría con 11 habitaciones en promedio.

Se debe destacar la presencia de establecimientos que ofertan alojamiento de manera informal gracias a la Plataforma “Airbnb”, cuya competencia es considerada como “desleal” para el sector turístico. Aproximadamente existen 10 casas que brindan un total de 25 habitaciones extra para la demanda turística. En resumidas cuentas, Olón tiene una capacidad de carga hotelera neta de 561 habitaciones por ofertar.

Es válido señalar que Olón no posee ningún servicio de esparcimiento, como discotecas o bares, ya que la Comuna está de acuerdo en mantener su oferta de servicios con actividades que promuevan únicamente el descanso.

Dentro del análisis del componente de servicios turísticos, es necesario evaluar si el destino cuenta con facilidades turísticas, puesto que su objetivo se centra en complementar los atractivos turísticos. La facilidad turística más importante de la zona es el Mirador del Santuario de Olón.



*Figura 10:* Mirador del Santuario de Olón.

## **Comunidad receptora**

Como se mencionó anteriormente, la Comuna tiene como principal línea de producto turístico el Turismo de Sol y Playa, siendo de esta manera la Playa de Olón su principal atractivo turístico. Aunque la comunidad conoce del impacto económico positivo que provoca el atractivo mencionado, la Comuna se encuentra interesada en desarrollar su turismo a partir de otras líneas de productos: ecoturismo, turismo comunitario y turismo cultural.

La comunidad tiene como fin diversificar su oferta de productos y servicios, con el objetivo de aumentar las fuentes de ingreso, es decir, los habitantes se encuentran dispuestos a aumentar la demanda de turistas, siempre y cuando estos servicios evoquen sentimientos de paz y tranquilidad.

Vale destacar, que el destino se identifica por atraer un segmento de mercado familiar que busca el descanso junto a la adquisición de servicios de calidad, es por dicha causa que la comuna no planea en un futuro ser reconocida en el sector turístico como un destino bohemio o exótico en comparación a la comuna aledaña Montañita.

Según el Plan de ordenamiento territorial de Manglaralto (2014), las principales actividades de la Comuna Olón son la artesanía, pesca, turismo, agricultura, gastronomía, ecología y deportes; y a la vez, las instituciones sociales en la Comuna de Olón son las siguientes:

- Comité Las Palmeras
- Comité de Funeraria Santa Lucía
- Asociación de Turismo
- Seguro Campesino
- Junta regional de Agua Potable Olón
- Cooperativa de Transporte Libertad Peninsular (CLP)
- Control forestal Comuna Olón
- Grupo Olonchi
- Proyecto Caña Guadua
- Sub centro Olón

## **Atractivos**

Tomando en cuenta la diferencia de los recursos turísticos con respecto a los atractivos, Olón cuenta con dos importantes recursos.; el primero es el Bosque

Protector “Cangrejal de Olón”, el cual consiste en una reserva de manglares con una superficie de cobertura natural de 6870m<sup>2</sup> según el Plan de Ordenamiento territorial de Santa Elena (2014), cuya superficie representa el 1,91% del total del Cantón Santa Elena (p. 21). Otro recurso importante para la Comuna es la Cascada “el Salto” cuya explicación fue dada previamente en el análisis del componente de Gobernanza.

Se realizó un análisis de los atractivos de la Comuna Olón a través de la ficha de jerarquización de atractivos, proporcionada por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Los criterios evaluados del atractivo se basan en el índice de competitividad turística, cuyos criterios son: a) Accesibilidad y Conectividad, b) Planta Turística y Servicios, c) Actividades que se practican, d) Estado de conservación e integración del atractivo con el entorno, d) Políticas y regulaciones, e) Salud e higiene, f) Seguridad Turística. (p. 8).

Tabla 6

*Inventario de atractivos turísticos de la Comuna Olón.*

<b>Nombre del Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Playa de Olón	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playa	III
Santuario Blanca Estrella de la Mar	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica Religiosa	III

El atractivo más valioso para la Comuna es la Playa de Olón, ya que, como se mencionó anteriormente, es la razón principal por la cual turistas nacionales y extranjeros deciden desplazarse de su entorno habitual para visitar el sector.

De acuerdo al resultado de la ficha de jerarquización de atractivos de la Playa de Olón, se determina que el atractivo posee una calificación denominada como jerarquía III, cuyo concepto, según la guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, elaborada por el Ministerio de Turismo (2017): “Es un atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros” (p.10).

Se encuentra dentro de la categoría de Sitios Naturales, cuyo tipo es clasificado como Costas o Litorales, y a su vez, corresponde como subtipo a Playa, conceptualizada según la guía metodológica del Ministerio de Turismo (2017): “una ribera del mar, formada de arenales en superficie casi plana” (p. 17).

Los resultados alcanzados a partir del análisis de cada criterio anteriormente mencionado fueron también obtenidos gracias a la ficha de diagnóstico turístico del destino realizada a Olón de manera general. Por consiguiente, es necesario mencionar aspectos de la planta turística con respecto a la integración del atractivo: Según la información proporcionada por el presidente de la Comuna, el 71% de los establecimientos de alimentos y bebidas de toda la Comuna se encuentra próximo al atractivo, encontrando cabañas rústicas, las cuales poseen aproximadamente 25 plazas por establecimiento.



*Figura 11:* Cabañas de alimentos y bebidas establecidos en la Playa de Olón.

En el atractivo también es característico la venta de artesanías de modalidad ambulante, y se presencian las facilidades turísticas, tales como: carpas, sombrillas y reposeras, servicio brindado por los mismos comuneros; con el objetivo de brindar una mejor experiencia a los visitantes. Además, existe un espacio de parqueaderos con una capacidad de 30 parqueos, y muy cerca de esto, encontramos servicios higiénicos para hombres y mujeres con un costo de \$0,25 por cada uso.



*Figura 12:* Carpas, Facilidades Turísticas en el Atractivo.



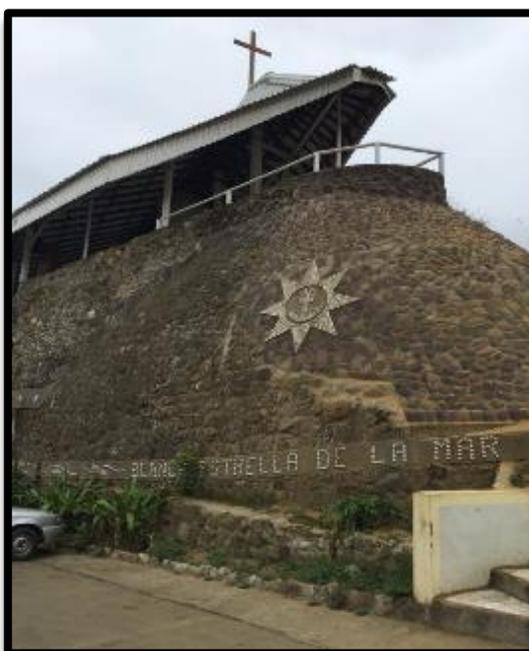
*Figura 13:* Sombrillas y Reposeras, Facilidades Turísticas en el Atractivo.

Otro aspecto fundamental que notar es que el atractivo como tal se encuentra alterado debido a la presencia de cabañas rústicas que ofertan el servicio de alimentos y bebidas, aspecto que da paso a posibles factores de deterioro del atractivo, los cuales son: la contaminación del ambiente y generación de residuos, específicamente en temporadas altas y feriados.



*Figura 14:* Playa de Olón vista desde el Mirador del Santuario de Olón.

Para finalizar con el análisis del componente de atractivos de la Comuna de Olón, se realizó un análisis del atractivo Santuario Blanca Estrella de la Mar a través de la ficha de jerarquización de atractivos, proporcionada por el Ministerio de Turismo del Ecuador.



*Figura 15:* Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.

Construido en 1984, Borja, Herrera y Sánchez lo caracterizaron de la siguiente manera (2013): “Iglesia en forma de barco construida sobre un acantilado a 100 metros de altura (p. 25). Se encuentra dentro de la categoría de Manifestaciones culturales, cuyo tipo es clasificado como Arquitectura, y a su vez, corresponde como subtipo a Histórica Religiosa, según la guía metodológica del Ministerio de Turismo (2017).



*Figura 16:* Interior del Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.

El principal atractivo dentro del Santuario es la Cripta a Nuestra Madre María Rosa Mística, cuya historia relata que, en el año de 1990, la imagen de la Virgen, que mide menos de un metro, lloró por unas horas hasta que las lágrimas empezaron a coagularse.



*Figura 17: Virgen María Rosa Mística en el Santuario Blanca Estrella de la Mar, Olón.*

El Santuario permite la entrada de turistas durante todos los días del año bajo el horario de 07:00am a 18:00pm. Cabe destacar que existe una misa especial el 11 de cada mes, homenajeando el suceso de las lágrimas de sangre, el cual ocurrió un 11 de noviembre hace 28 años.

### **Análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas**

Como soporte para el análisis de la situación actual, se plantea el análisis de los medios internos y externos de la Comuna; es decir, las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en el destino, según el presidente de la Comuna Olón, José Reyes, cuya información fue obtenida durante la entrevista previamente realizada.

Para el presidente, las principales fortalezas de Olón se ven reflejadas a partir del nivel de aceptación que tienen los turistas con respecto a la Comuna; es decir, es un destino conocido para los turistas tanto nacionales como internacionales debido a la cercanía que tiene con la Comuna Montañita.

En cuanto a las debilidades, analizadas desde el medio interno de la Comuna, Reyes determina como principal debilidad la carencia de estructura organizacional que

represente la administración de la Comuna en sí. Otras debilidades son la falta de señalética del sector y la pérdida de la identidad cultural en las nuevas generaciones.

Para el análisis del medio externo, se debe examinar las oportunidades que incurren en la Comuna, donde dichas oportunidades se dan principalmente por el posicionamiento que tiene Olón en la Ruta Spondylus, teniendo como efecto la presencia de mercados nacionales e internacionales que están en constante búsqueda con el contacto con la naturaleza; dicha demanda de mercados turísticos, despierta el interés de las entidades públicas y privadas al momento de efectuar alguna inversión en proyectos turísticos de la zona. También, Reyes indica que la Comuna posee como oportunidad el ser un área de interés científico de varias Universidades a nivel Nacional, cuyos trabajos tienen como objetivos el aumento de la calidad de vida de los habitantes.

Por último, las amenazas de la Comuna detectadas por Reyes son la pérdida de la identidad cultural local al momento de la interacción con los turistas; y la falta de apoyo de las diferentes autoridades competentes.

## **Capítulo III: Metodología de la investigación**

### **Diseño de investigación**

Para fines de este trabajo, el diseño de investigación que se empleará es la metodología mixta, en donde, el aspecto cuantitativo tiene como objetivo recopilar y analizar datos que se obtengan de diferentes fuentes; al mismo tiempo, se utilizarán herramientas estadísticas para lograr obtener los resultados. Cabe destacar, que el fin de dicha investigación es tratar de cuantificar el problema, para así lograr entenderlo por medio de respuestas de una población objetivo. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Con respecto al diseño de investigación cualitativa, permitió obtener datos reales y descriptivos de las personas que habitan y visitan la comuna, para de esa forma, poder comprender las anomalías, temas o teorías preconcebidas que parten más allá de los parámetros de cuantificación. Según Hernández et al. (2010) el método cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

### **Tipo de investigación**

En cuanto al tipo de investigación a utilizar, se aplicó la investigación descriptiva, la cual, como su propio nombre indica, se enfoca en la descripción de la realidad de situaciones de un sector en específico, en donde se plantea lo más relevante de un suceso y se realiza un análisis a partir de dicha situación.

Teniendo en cuenta a Hernández, Fernández y Baptista (2010), " los métodos de investigación descriptivos consisten en analizar con exactitud las características, costumbres y actitudes de personas, grupos, comunidades y objetos" (p.80)

Aunque por otra parte Tamayo y Tamayo (2001), aludió que la investigación descriptiva: "comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos." (p.54).

### **Alcance de la Investigación**

El alcance del presente estudio de mercado se basa en la superficie total de la Comuna Olón, siendo 5.725 hectáreas. Se debe tomar en cuenta que es indispensable estar al tanto del punto de vista de los individuos que visitan la localidad; por tanto, el

alcance de la encuesta se verá limitado a turistas nacionales y extranjeros que se encuentren visitando la Comuna Olón.

### **Población objetivo**

De acuerdo con Tamayo y Tamayo, (2001) “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114).

Es por dicha razón que la población seleccionada para este análisis está constituida por los turistas locales y extranjeros que visitan la Comuna Olón, lo cual de acuerdo con la información que se obtiene del registro del presidente de la Comuna José Francisco Reyes Orrala, tiene un estimado de 3000 visitantes en épocas de feriados.

### **Técnica de recolección de datos e información**

Teniendo en cuenta a Arias (1999) las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información. En el presente trabajo de investigación se plantearon diferentes técnicas de recolección, tales como: la encuesta, la observación directa de la zona y una ficha de diagnóstico turístico obtenida del Ministerio de Turismo del Ecuador. Cabe mencionar, que las encuestas o cuestionarios a desarrollar por los visitantes de Olón están compuestos por nueve preguntas abiertas y cerradas.

Méndez (1999; p. 143), planteó que las encuestas se centran en efectuar formularios que permitan identificar problemas que se puedan investigar, a través de métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. Esto quiere indicar que se podrá reconocer cuales son las actitudes, motivaciones y opiniones de los visitantes del destino con relación al objeto de la presente investigación.

En cuanto a la observación, Zapata (2006), argumentó que son procedimientos que emplea el investigador para poder presenciar de forma directa el fenómeno que se encuentra estudiando, es decir, la información obtenida no se podrá manipular, modificar o actuar sobre ella. Sin embargo, se desea descubrir por medio de la percepción aquellas necesidades urgentes y posibles mejoras que requiere el destino.

## Muestra

En lo que se refiere al cálculo de la muestra se aplicará la fórmula de población finita. José Reyes, presidente de la Comuna Olón declara que la entrada de turistas que reciben en épocas de feriados es una población cercana a 3.000 personas.

Por consiguiente, los factores a considerar para el cálculo de la muestra son los siguientes:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad en favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

### FÓRMULA DE LA POBLACIÓN FINITA:

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

De acuerdo a Bustamante en su artículo denominado “Aproximación al Muestreo Estadístico en Investigaciones Científicas” (2011; p. 479), la fórmula de población finita se debe utilizar cuando se conoce el número exacto de la población a estudiar, valor que no debe ser alterado durante el estudio. Los valores por utilizar en la fórmula de la población finita son los siguientes:

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,05

Z= 1,96

N= 3000

$$n = \frac{(1,96)^2 * 3000 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(3000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2881,20}{8,46}$$

n = 341 encuestas

Luego de realizar el cálculo, se obtuvo como resultado ejecutar 341 encuestas. Puesto que se va a tener que efectuar encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el destino Olón.

### Análisis e interpretación de datos

A continuación, se procede a ejecutar un análisis de los resultados que se lograron obtener el 23, 24 y 30 de junio del presente año, a través de la aplicación de encuestas efectuadas en la Comuna Olón.

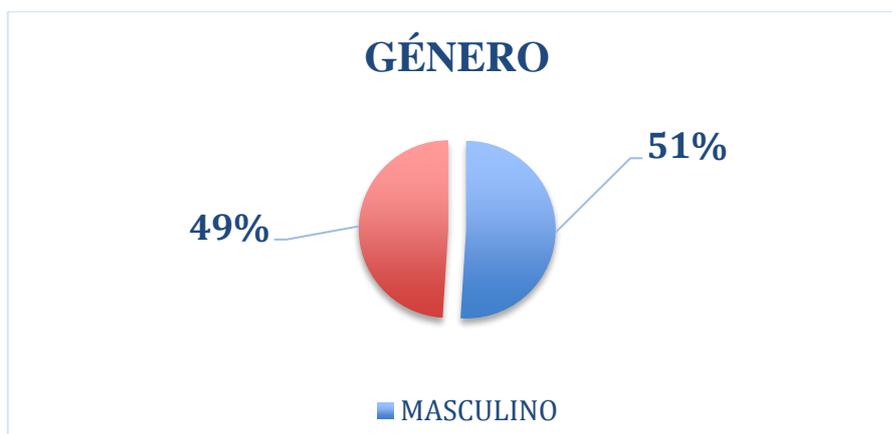


Figura 18: Resultado del género de las personas encuestadas.

En cuanto a los resultados sociodemográficos, se puede observar que el 51% de los encuestados que visitan el destino son de sexo masculino; mientras tanto el porcentaje restante de 49% se les atribuye a visitas del género femenino.

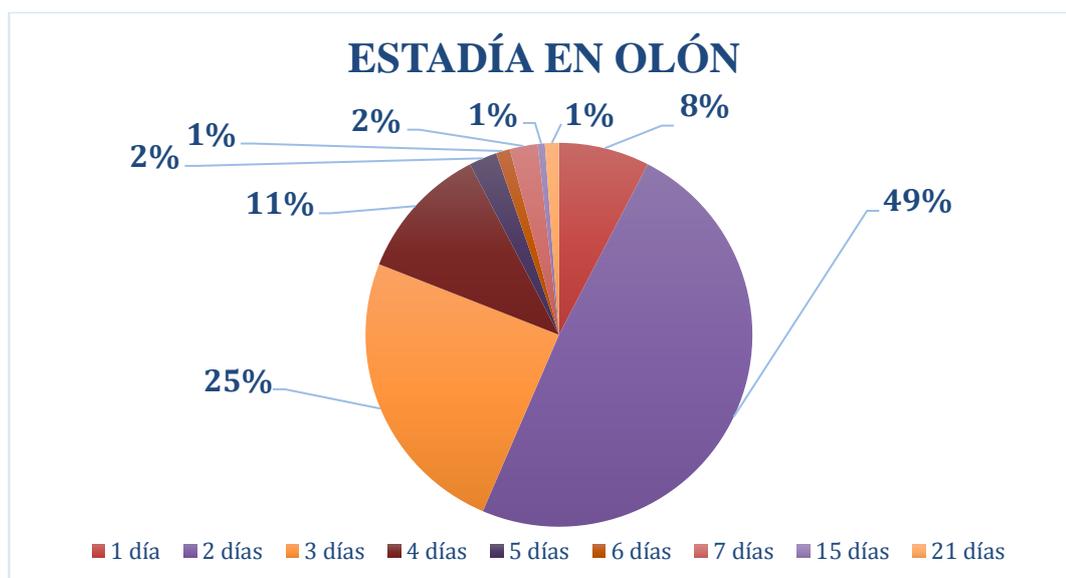


Figura 19: Resultado de la estadía de las personas encuestadas.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los visitantes de Olón, se comprueba que los turistas se desplazan hacia la comuna en un 49% durante dos días. Un 25% tan solo visita el destino por tres días. Seguido de un 11% que efectúan estancias por cuatro días.

Es válido mencionar que los visitantes cuya estadía fue de un día, es decir, el 8% de las personas encuestadas, son considerados “excursionistas”, al permanecer únicamente en Olón menos de 24 horas. Cabe destacar, que los encuestados indicaron en un 2% que solo se quedan en el destino por 5 días; y tan solo un 1% de la muestra representa estancias a partir de 6 días.

No obstante, el gráfico refleja que tan solo un 2% de los turistas se quedan en la comuna por 7 días, dicho motivo se presenta porque los encuestados se desplazan de ciudades que se encuentran más alejadas a la comuna; mientras que el 2% restante de la muestra se le atribuyen visitas mínimas de 15 a 21 días.



*Figura 20:* Resultado de la procedencia de las personas encuestadas.

El siguiente gráfico representa el análisis de la afluencia existente en la Comuna Olón, la cual destaca que, como visitantes, existen turistas en su mayoría locales; sin embargo, se debe tomar en cuenta la presencia de visitantes de países vecinos como Colombia, Venezuela y Argentina. En otro aspecto, se analiza la presencia de turistas procedentes de Norteamérica: México, Estados Unidos y Canadá. Por último, se destaca la presencia de turistas pertenecientes a otro continente, cuya procedencia es de España e Italia.

## PROCEDENCIA DE TURISTAS NACIONALES

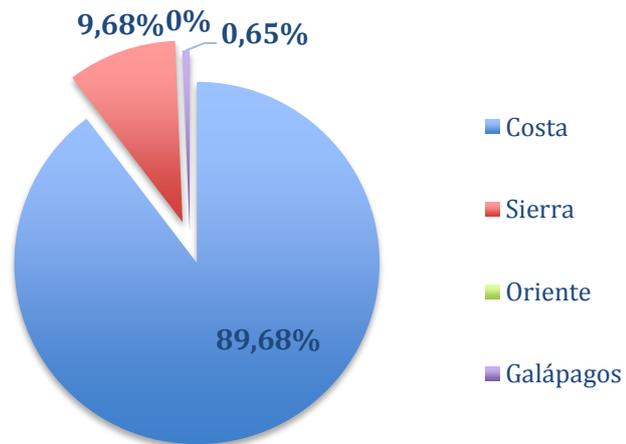


Figura 21: Resultado de la procedencia a nivel nacional de las personas encuestadas.

Según el presente gráfico, Ecuador representa un 91 % del total de la muestra del análisis de la procedencia de los turistas; donde el 89,68 % de turistas nacionales pertenecen a la región Costa, la cual cuenta con la presencia de todas las provincias de la región: Guayas, Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, El Oro y de la misma provincia Santa Elena. La región Sierra únicamente representa el 9,68%, en donde se determina que las provincias de Azuay, Pichincha, Santo Domingo y Loja realizan visitas más frecuentes a Olón. El porcentaje restante de un 0,65% corresponde a Galápagos.

## Número de acompañantes de los visitantes

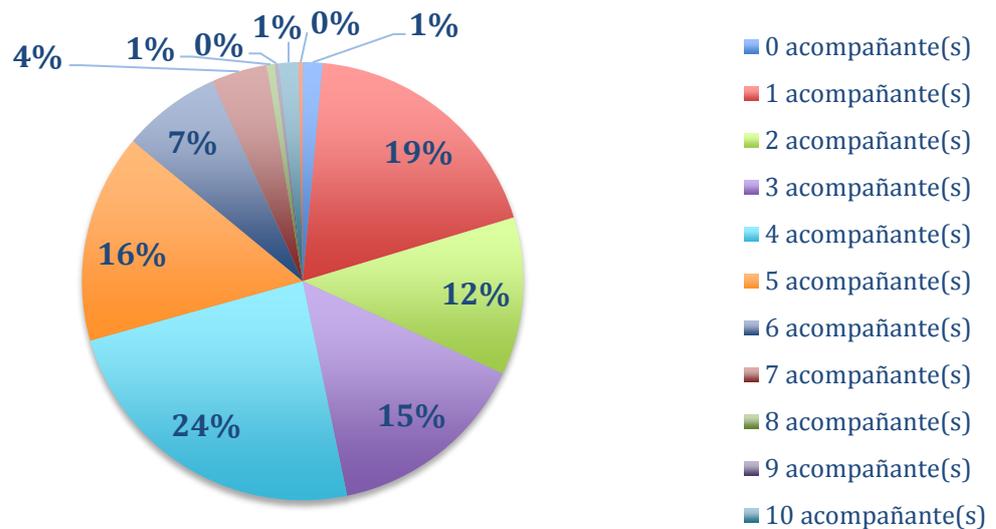
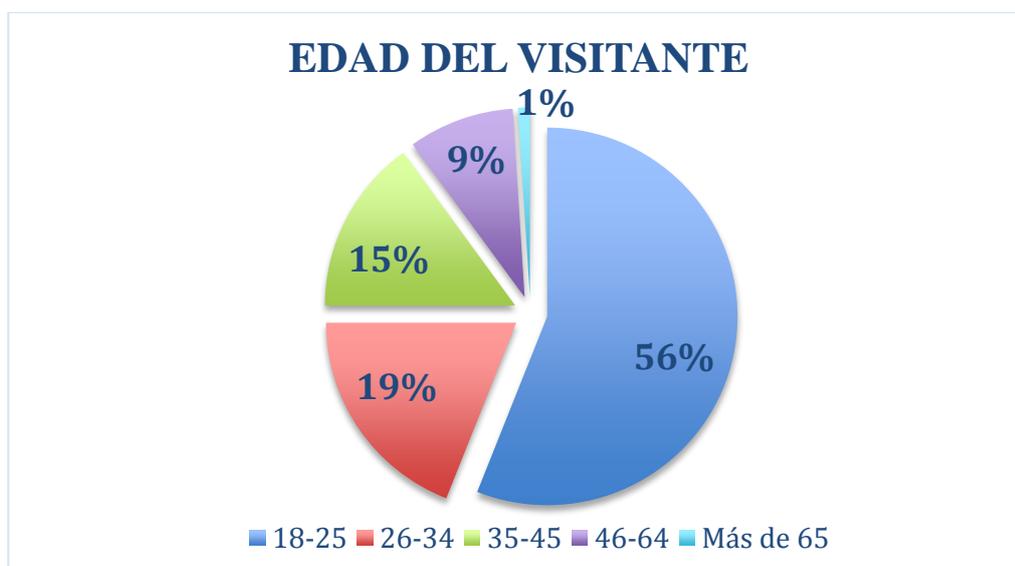


Figura 22: Resultado del número de acompañantes de las personas encuestadas.

El siguiente gráfico representa el número de personas con los que los encuestados realizaron su visita a Olón. Según los resultados obtenidos, un 24 % de los visitantes viajan con cuatro personas; consiguiente a eso, un 19 % se desplaza únicamente con una persona a Olón, es decir en pareja. En relación al 16% de la muestra se ve reflejado que van acompañados de grupos de cinco personas. El 15% viaja con tres personas; y el 12% recorre el destino acompañado de dos personas.

Cabe mencionar, que el 7% de los turistas se desplaza en grupos de 6 personas, por lo que, se llega como conclusión que la comuna concurrentemente es visitada por turistas que tienen mayor interés en viajar con familias conformadas por 4 miembros.



*Figura 23:* Resultado de la edad de las personas encuestadas.

Con relación a la edad de los encuestados, se puede mostrar en el presente gráfico que el 56% pertenece a edades comprendidas entre 18-25 años; en cambio el 19% están en un rango de 26-34 años; un 15% de los turistas que visitan la comuna poseen de 35-45 años, mientras que un 9% se le atribuye edades desde 46-64 años. No obstante, un 1% de encuestados posee más de 65 años. A causa de estos resultados, se obtiene como conclusión que la comuna es frecuentada por personas con edades aproximadas entre 18 a 25 años.

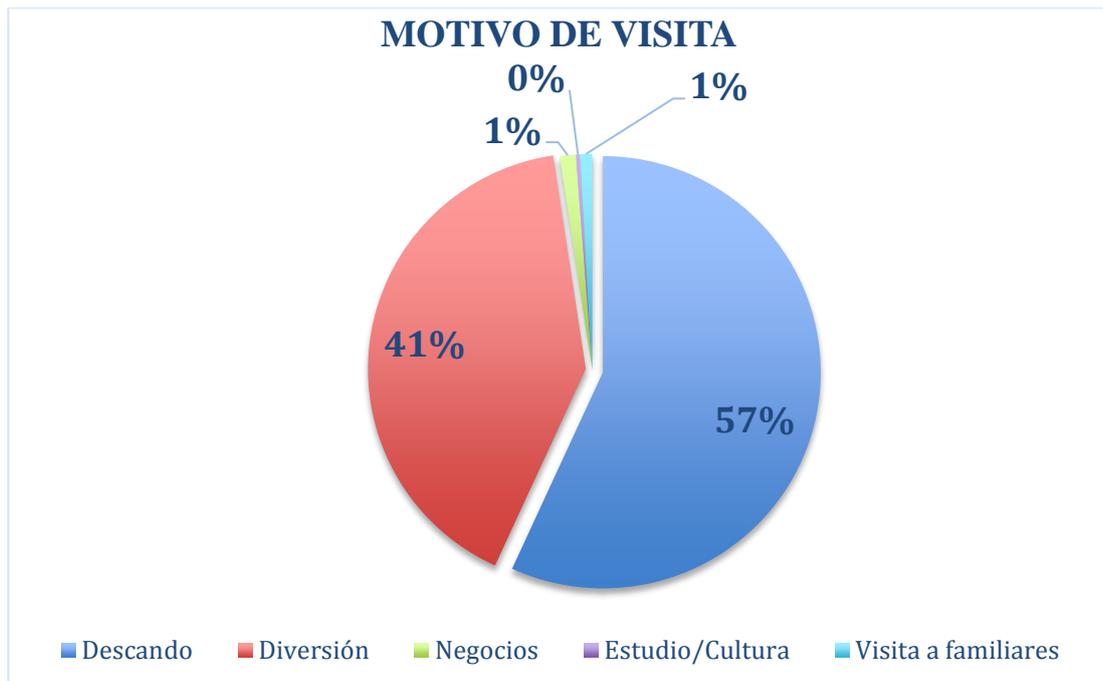


Figura 24: Resultado del motivo de visita de las personas encuestadas.

De acuerdo con los encuestados, se puede señalar que el motivo de visita a la comuna Olón en un 57% es por descanso; seguido de esto un 41% se desplaza de su zona habitual por motivos de diversión. Cabe destacar, que tan solo un 2% se traslada al destino por asuntos de negocios o visitas a familiares.

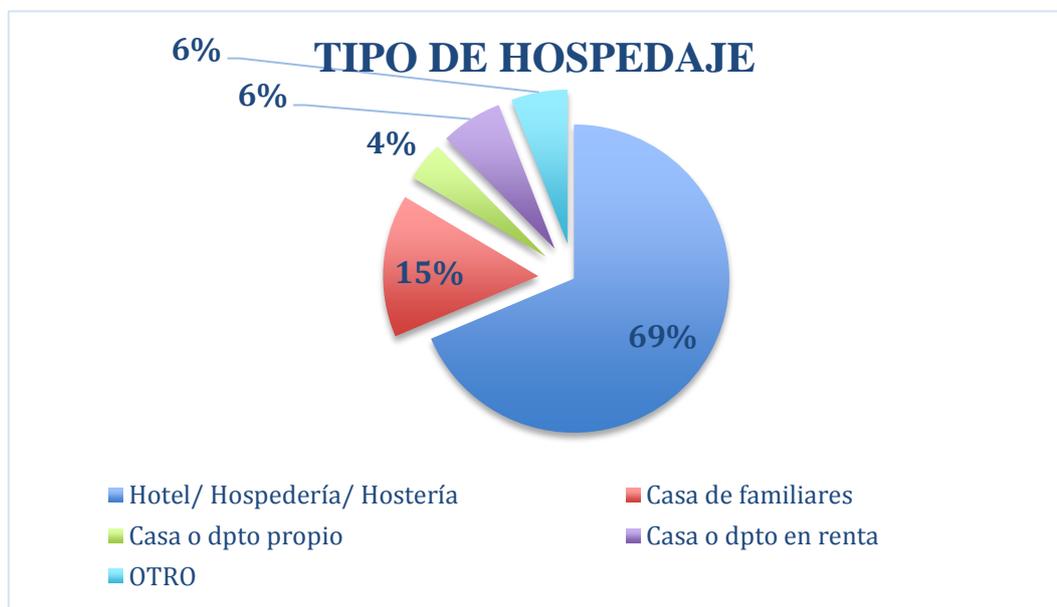
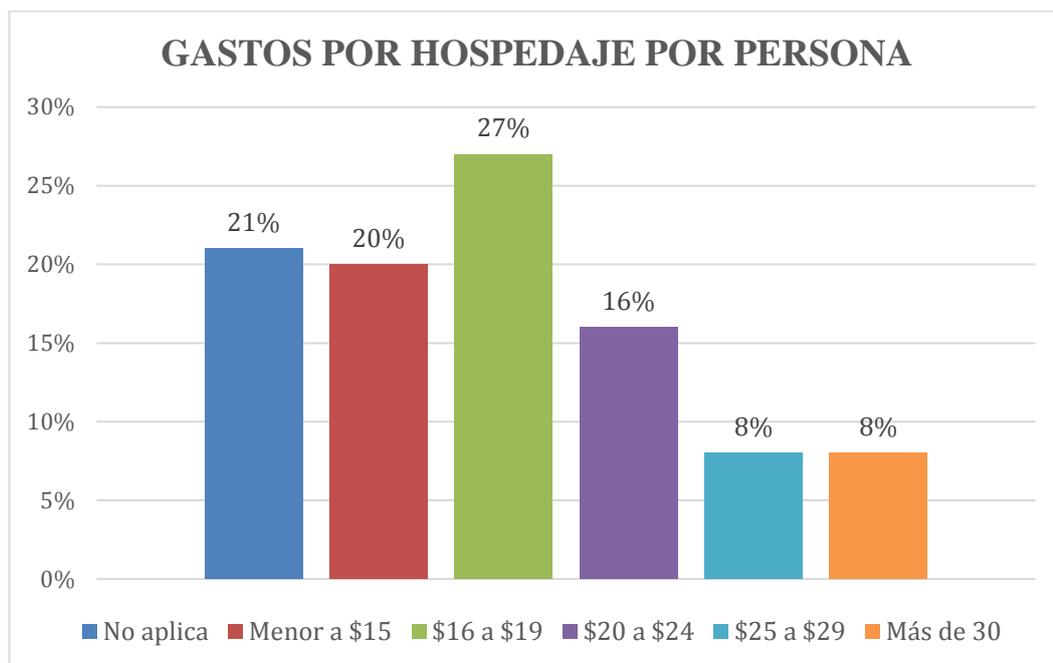


Figura 25: Resultado del tipo de hospedaje que adquieren las personas encuestadas.

Respecto al tipo de hotel que seleccionan los turistas que visitan la comuna, el presente grafico refleja que el 69% de la muestra hace uso de hoteles, hospederías u

hosterías; el 15% opta por elegir pernotar en casas de familiares. Un 12% de los encuestados tiene preferencias en elegir departamentos en rentas, cuyo proceso comercial es posible gracias a la presencia de la plataforma internacional Airbnb en la Comuna. Sin embargo, el 4% restante posee dentro del destino inmuebles propios.

Por lo tanto, se establece que más de la mitad de los turistas (69%) tiene preferencia en alojarse en establecimientos como hoteles, hospederías u hosterías.

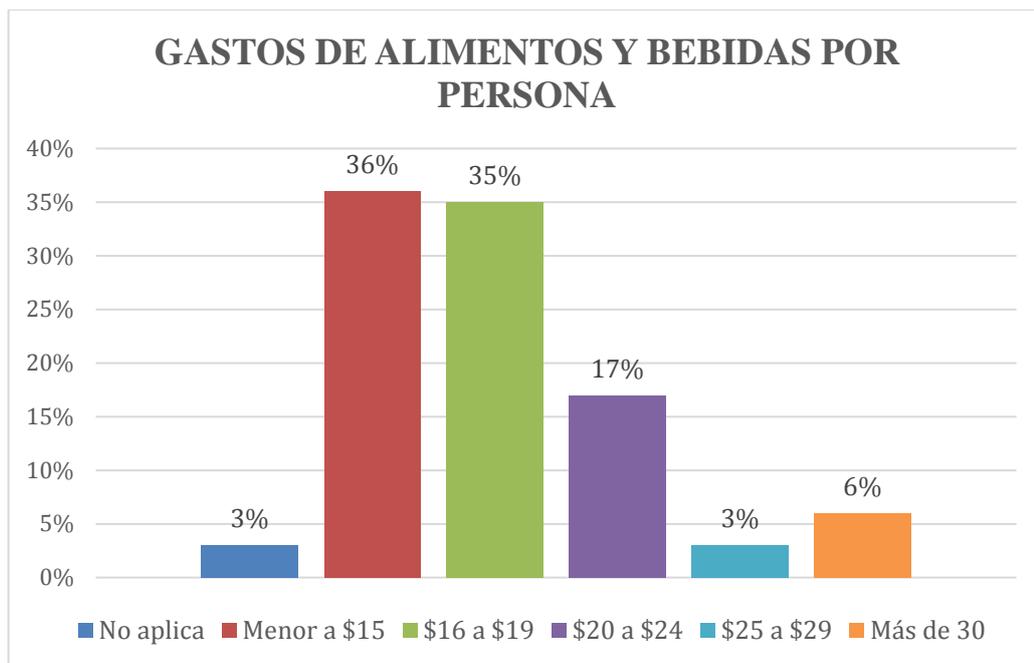


*Figura 26:* Resultado de los gastos de hospedaje que realizan las personas encuestadas.

Respecto a los gastos de alojamiento que ejecutan los turistas por cada día de pernoctación en la comuna, un 21% indica que no hace uso de servicios de hospedaje, puesto que son considerados en su mayoría excursionistas, o turistas que pernotan en casas de familiares, amigos o en inmuebles propios. Con respecto a los encuestados que gastan menos de \$15 dólares en alojamiento se les confiere un 20% de la muestra.

Seguido de esto el 27% de visitantes señalo que gastan de \$16-\$19; un 16% elige hoteles entre \$20-\$24 dólares y el 16% restante tiende por seleccionar alojamientos con precios desde \$25 a \$30 dólares en adelante.

En conclusión, los turistas que frecuentan el destino Olón gastan en promedio en servicios de alojamiento \$16-\$19 dólares por noche.

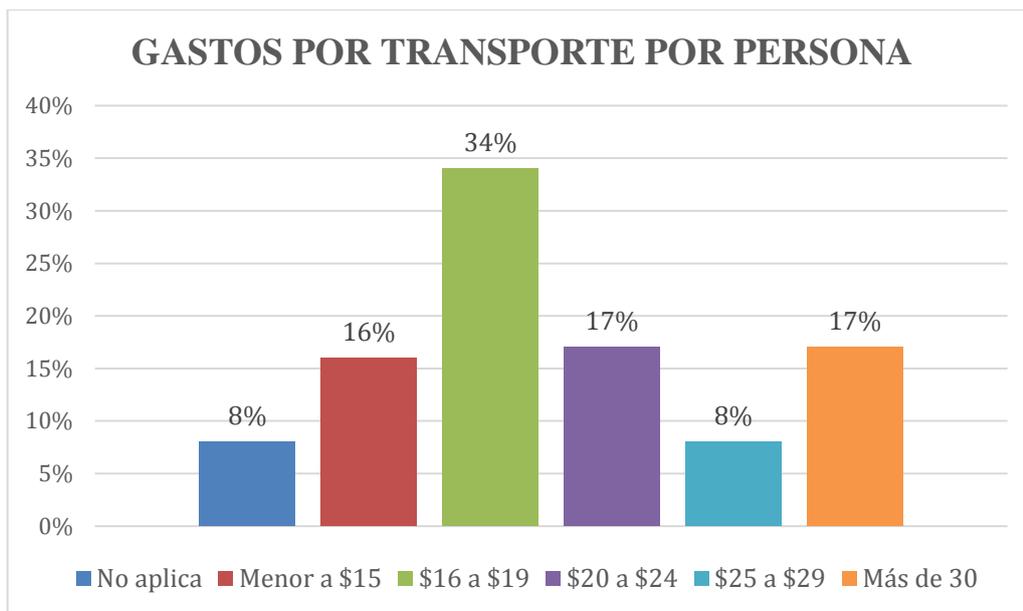


*Figura 27:* Resultado de los gastos de alimentos y bebidas que realizan las personas encuestadas.

Mientras tanto, los gastos que corresponden a alimentos y bebidas, lo encuestados indicaron en un 3% que no hacen uso de dichos servicios, puesto que la mayoría del tiempo pasan en otras comunas aledañas como Montañita o Manglaralto; sin embargo, un 36% de turistas revelan que realizan gastos menores a \$15 dólares. Mientras que, un 35% consume alimentos durante el día con costos desde \$16 a \$19 dólares.

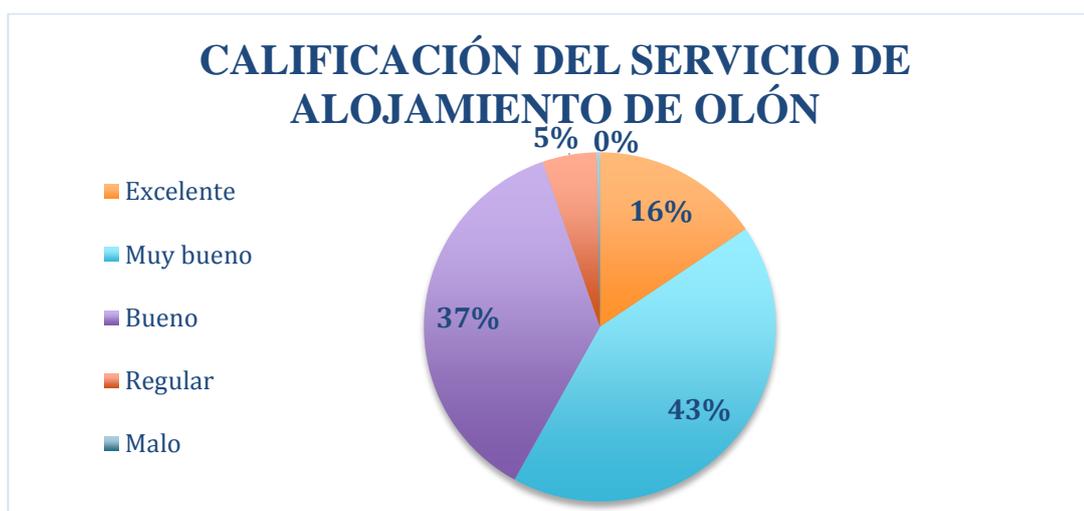
De modo idéntico un 17% establece que gasta en servicios de restauración un promedio de \$20-\$24 diarios; un 3% paga aproximadamente entre \$25 a \$29; y solamente un 6% consume más de \$30 dólares en servicios de alimentos y bebidas.

Por lo cual, se establece que los turistas desembolsan diariamente en el área de restauración un gasto mínimo de menos de \$15 y un máximo de \$19 dólares por cada día en la comuna.



*Figura 28:* Resultado de los gastos en transporte que realizan las personas encuestadas.

En relación a la interrogante de los gastos que el turista genera por transporte, un 34% gasta entre \$6 a \$9 dólares y un 16% menos de \$5 dólares; el 8% no aplica a estos valores puesto que se desplazan con grupos de amigos, en vehículos propios o en taxi desde la comuna aledaña montañita. Cabe mencionar que un 17% de los encuestados consumen más de 20 dólares, el 8% de \$15 a \$19 dólares y el porcentaje restante le corresponde a un 17% que generan gastos desde \$10-\$14. Por lo que se llega al desenlace, que los turistas en promedio gastan en movilidad menos de \$5 y un máximo de \$9 dólares.

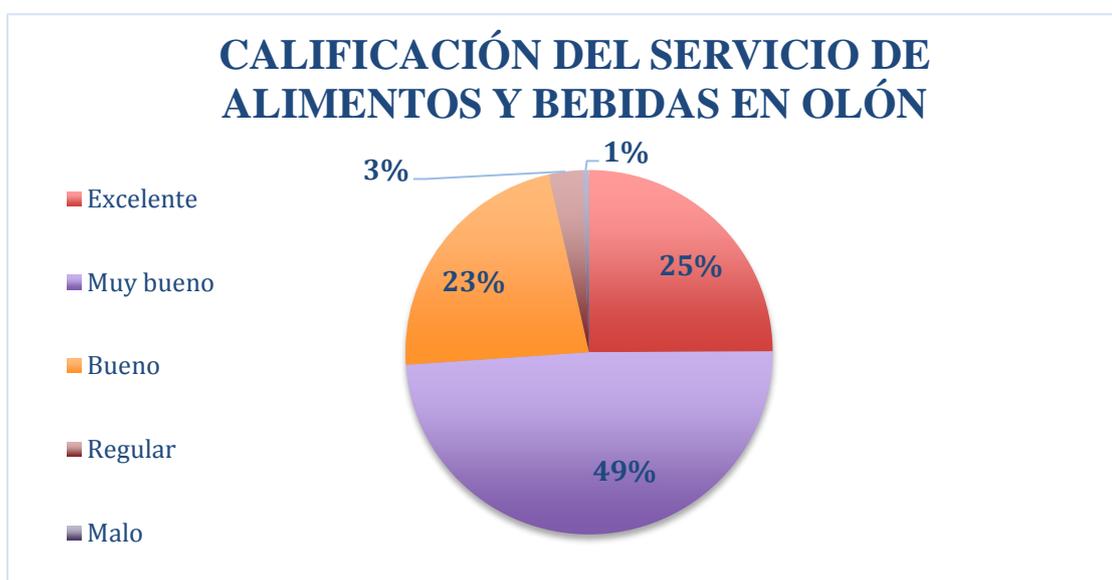


*Figura 29:* Resultado de la calificación de los servicios de alojamiento según las personas encuestadas.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, el 43% de los encuestados estableció una calificación de Muy bueno a los servicios de alojamientos que ofrece la comuna, sin embargo, un 37% restante señaló que los hoteles son buenos.

Mientras que el 16% de los encuestados aludieron que las instalaciones hoteleras del destino son excelentes; por otro lado, el 5% restante de la muestra señaló que los alojamientos de la zona son regulares, lo que nos indica que dicho porcentaje es influenciado por ciertas deficiencias que los turistas observaron en los servicios ofrecidos.

Por lo que se llega como conclusión que los visitantes se encuentran en un 43% a gusto con los servicios de alojamientos que adquieren en la Comuna Olón.



*Figura 30:* Resultado de la calificación de los servicios de alimentos y bebidas según las personas encuestadas.

Mientras tanto, la calificación que corresponde a servicios de alimentos y bebidas, los turistas indicaron en un 49% que son muy buenos, puesto que la mayoría de los establecimientos indican los turistas que les ofrecen productos y servicios que tienen relación precio-calidad; por otro lado, un 25% de los encuestados revelaron que los productos que adquirieron en el área de restauración son excelentes. De modo idéntico Un 23% alude que son buenos.

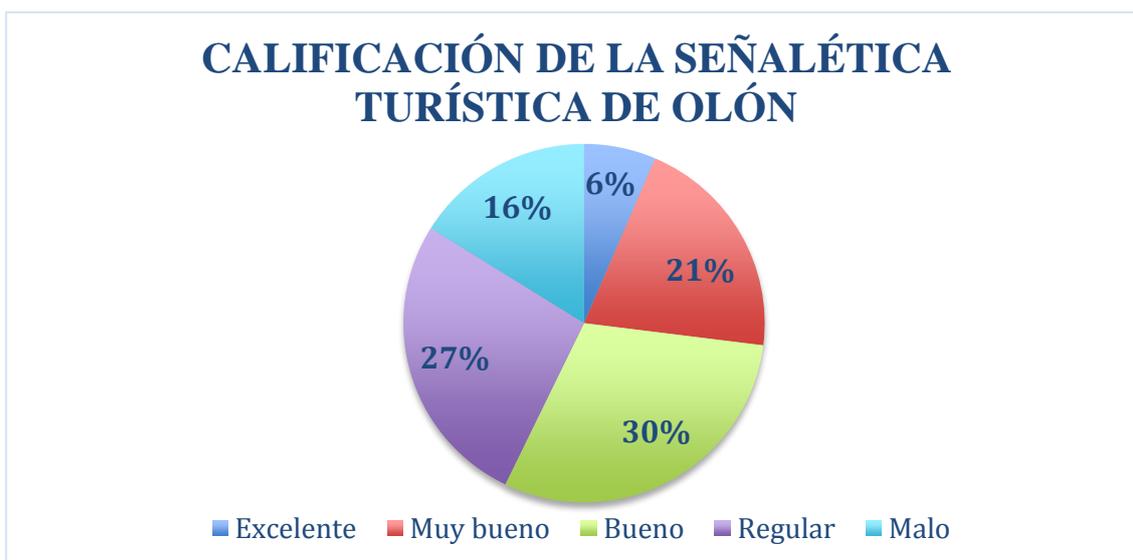
Así mismo, un 3% de la muestra confiere que los servicios de restauración son regulares; y el 1% restante revela que son malos, debido a la falta de higiene en la manipulación de los alimentos o retraso de los pedidos.



*Figura 31:* Resultado de la calificación de la zona de parqueo según las personas encuestadas.

En relación a la interrogante de calificación de las zonas de parqueo en la Comuna Olón, los turistas concluyeron en un 38% que el área determinada como parqueo es bueno; sin embargo, un 27% alude que son muy buenos, debido a que se encuentra ubicado a unos pasos de la playa que posee el destino. A diferencia del 23% de la muestra que señala que son regulares.

En cambio, un 5% califica como malo dicha zona, puesto que en épocas de feriados colapsa y resulta complicado abandonar los espacios. No obstante, un 7% establece que la zona determinada como parqueo es excelente.



*Figura 32:* Resultado de la calificación de la señalética turística según las personas encuestadas.

En representación al siguiente gráfico, el 30% de la muestra le asigna una calificación de bueno a las señaléticas turísticas que se encuentran instauradas en la zona; por consiguiente, el 27% de los encuestados indica que son regulares, puesto que pudieron observar en su estadía, que dichas facilidades se encuentran mal distribuidas. Un 21% alude que son muy buenas.

Por otro lado, el 16% de los turistas indican que son malas; la razón de dicho porcentaje se origina por la carencia de señaléticas turísticas que existen en la playa de Olón, y sobre todo los visitantes argumentaron que no les genera mayor información de los atractivos turísticos que tiene el destino. En consecuencia, el 6% restante de la muestra señala que son excelentes.

Por lo que se llega como conclusión que el 30% de los encuestados que visita la comuna Olón califica las señaléticas como buenas.



*Figura 33:* Resultado de la calificación de la señalética vial según las personas encuestadas.

Para la interrogante de calificación de las señaléticas viales, los encuestados en un 33% señalaron que son buenos, el 28% de los turistas indican que son regulares; en vista de que observaron que la circulación vehicular de la zona no es la adecuada, ya que para ingresar a la comuna no existe una señalética correspondiente que les indique que accesos de entrada y salidas. No obstante, un 24% dicen que son muy buenos.

Mientras tanto, el 8% de la muestra alude que son excelentes y el 7% restante, asigna una calificación de malo; porque no existen marcaciones viales, las señaléticas

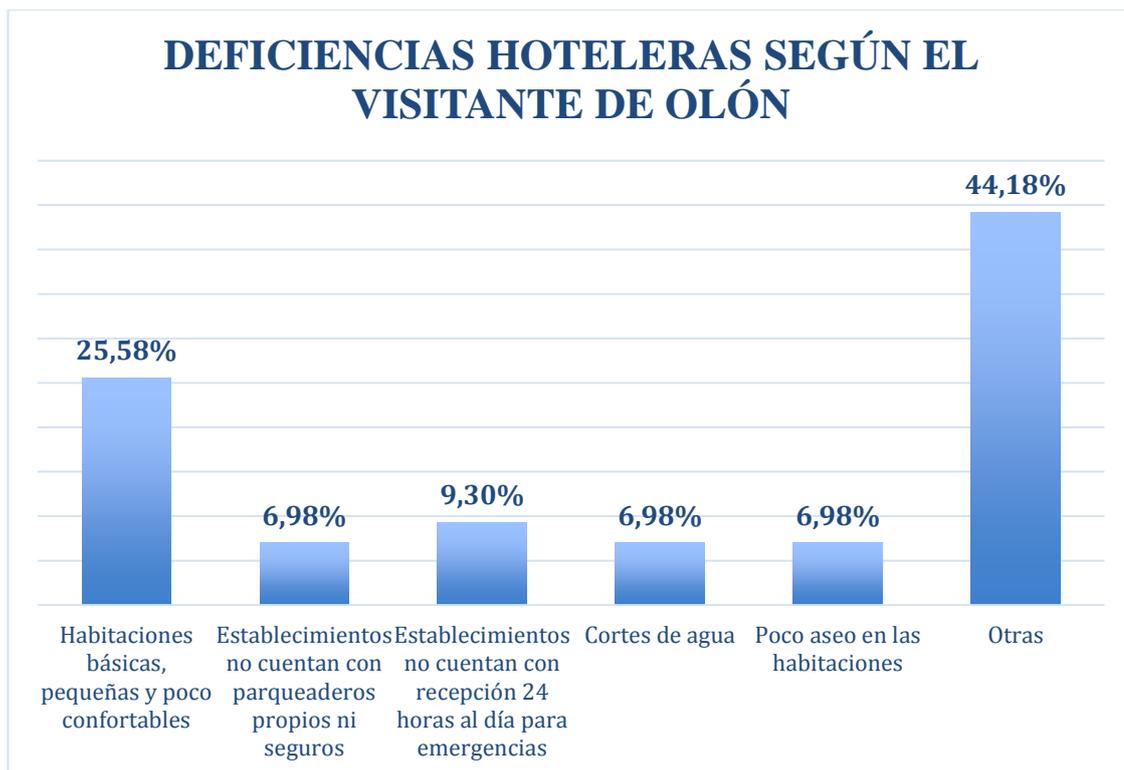
verticales se encuentran en mal estados y aluden que puede desatar un caos si existiera una emergencia.

A continuación, se detalla un listado de las falencias encontradas en el sector hotelero, de restauración y de infraestructura desde el punto de vista de los visitantes:

Tabla 7

*Deficiencias hoteleras según el visitante de la Comuna Olón.*

<b>DEFICIENCIAS ENCONTRADAS</b>	<b>Cantidad</b>
Habitaciones con oferta muy básica, son pequeñas y poco confortables	11
No cuenta con parqueaderos propios y seguros	3
No cuenta con servicio de recepción 24 horas para emergencias	4
Existe mucha humedad dentro de las habitaciones	1
El trato con el turista no es el adecuado	1
Climatización	1
Falta de servicios como: internet, agua caliente y buen ambiente de las habitaciones	1
Poco aseo en las habitaciones	3
Algunas partes de las instalaciones se encuentran en mal estado	1
Cama “Matrimonial” muy pequeña	1
TV muy pequeño/antiguo	2
Infraestructura de los hostales es muy antigua/ muy básica	2
No cuenta con guardias de seguridad	1
Deberían ofrecer actividades para la noche/ incluir más servicios	2
Insectos	1
Hoteles no cuentan con puntos de información turística para promover actividades o atractivos de Olón	1
Cortes de agua	3
Debería haber hoteles de categorías más altas (no solo hostales)	1
Precios por persona	1
Poca iluminación	1
Mucha familia, mejor sectorización	1
<b>OPINIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL VISITANTE DE OLÓN</b>	<b>43</b>



*Figura 34:* Deficiencias hoteleras según las personas encuestadas.

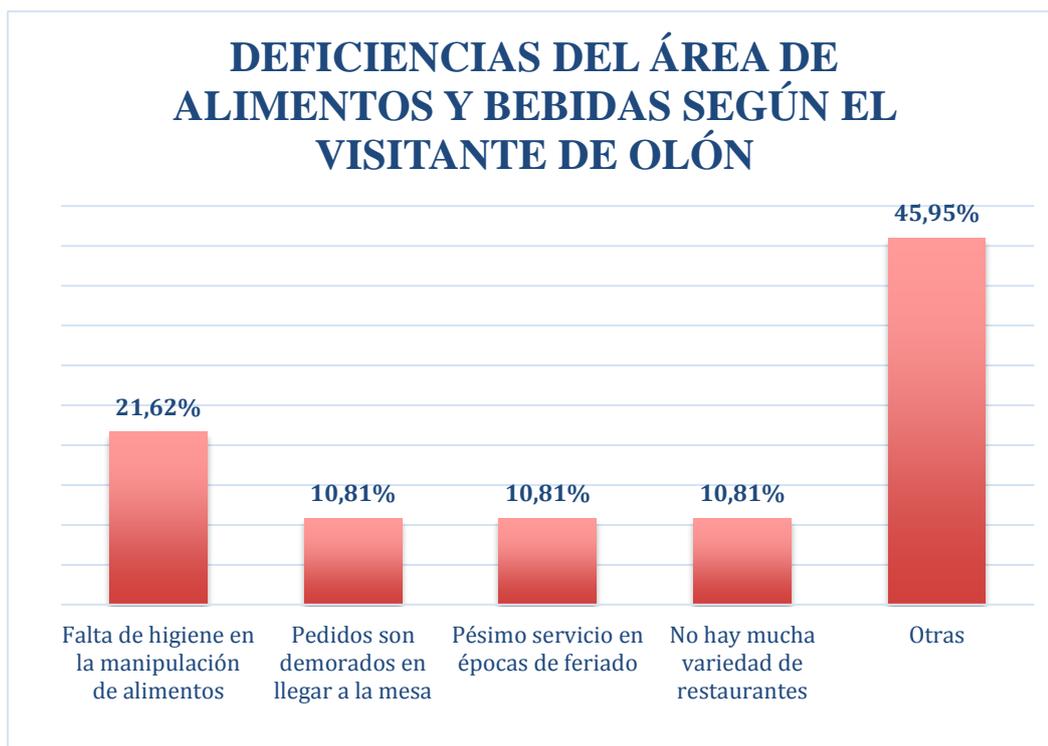
Del total de las 43 deficiencias que presenta la planta turística, obtenidas de las encuestas realizadas en Olón, los visitantes aludieron en un 25,58% que las habitaciones de dichos establecimientos son muy básicas, pequeñas y poco confortables. Mientras tanto, el 6,98% menciona que existen hoteles que no cuentan con zonas de parqueos en sus instalaciones, por lo que el 9,30% restante destacó que no cuentan con una recepción que atienda las 24 horas del día, lo que les causa una molestia ya que se podría producir una emergencia y no tendrían a quien acudir.

En un 6,98% los turistas indicaron que preexisten cortes de agua, lo que genera que los establecimientos les tenga que indicar horarios para poder hacer uso de dichos servicios básicos; y para finalizar los clientes han podido observar en sus visitas el poco aseo de las habitaciones en ciertos alojamientos.

Tabla 8

*Deficiencias de Alimentos y Bebidas según el visitante de la Comuna Olón.*

<b>DEFICIENCIAS ENCONTRADAS</b>	<b>Cantidad</b>
Pedidos son demorados en llegar a la mesa	4
Pésimo servicio en épocas de feriado	4
No hay mucha variedad de restaurantes	4
Mala relación precio-cantidad en algunos lugares	2
Bebidas mal preparadas	2
No estaba muy buena	2
Vendedores ambulantes venden comida fría y no fresca	1
Limpieza de cubiertos	1
Moscas	1
Falta de higiene en la manipulación de alimentos	8
Comodidad	1
No existe variedad de alimentos para personas vegetarianas/veganos	1
Suciedad	2
Uso de plásticos	2
Mas bares y restaurantes nocturnos	1
Demasiadas cabañas en la playa	1
<b>OPINIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL VISITANTE DE OLÓN</b>	<b>37</b>



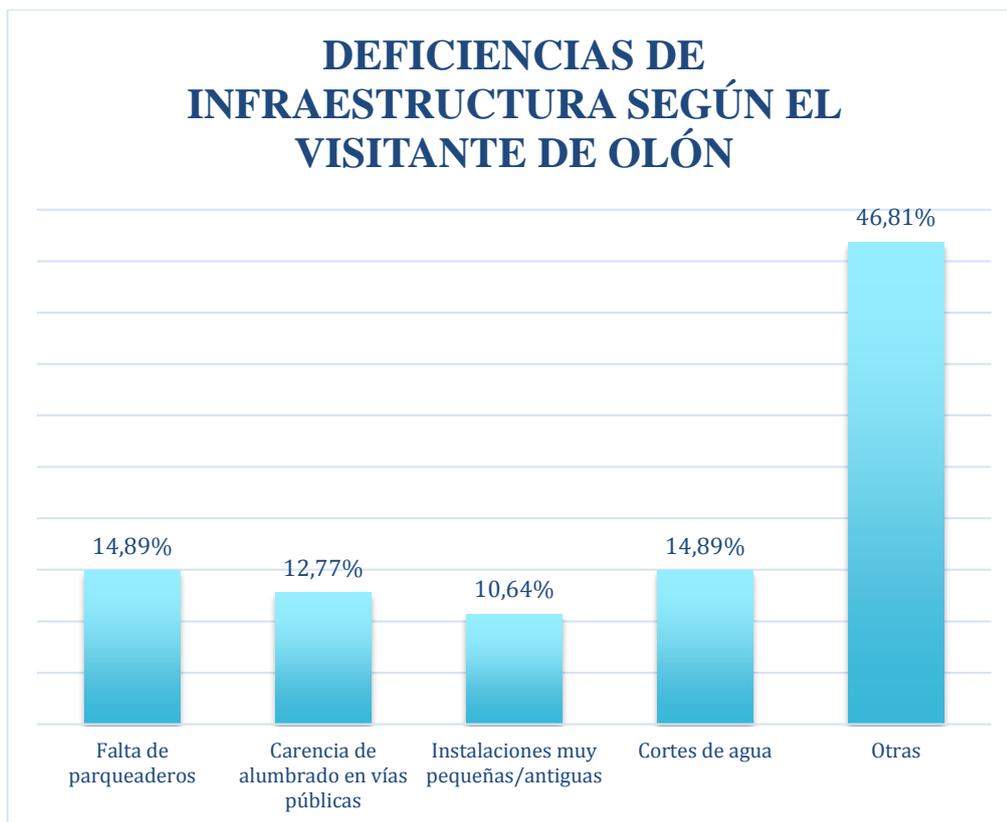
*Figura 35:* Deficiencias de alimentos y bebidas según las personas encuestadas.

En relación a las opiniones de los encuestados, describen en un 21,62% del total de deficiencias encontradas, la falta de higiene que se presenta al momento de manipular los alimentos, seguido de un 10,81% alude que los pedidos se demoran en llegar a las mesas; mientras que el 10,81% infiere que existe un pésimo servicio en épocas de feriados; esto se origina porque los establecimientos sobrepasan su capacidad de carga al momento de atender a los consumidores. Para finalizar, algunos encuestados revelan que no hay una oferta variada de alimentos.

Tabla 9

*Deficiencias de infraestructura según el visitante de la Comuna Olón.*

<b>DEFICIENCIAS ENCONTRADAS</b>	<b>Cantidad</b>
Cortes de agua	7
Carencia de alumbrado en vías públicas	6
Olón cuenta con poca infraestructura	2
Instalaciones muy pequeñas/antiguas en el sector de alojamientos	5
Falta de parqueaderos	7
Calles no fueron pensadas para la cantidad de vehículos que transitan	2
Calles un poco agrietadas	3
Señaléticas viales mal distribuidas	1
No existe planificación	2
No hay suficientes tachos de basura	1
No hay buen internet	1
No hay aceras para caminar	1
No hay salvavidas (No en temporadas bajas)	2
Requiere más inversión en infraestructura	1
Un club algo para hacer en la noche	1
Seguridad policial escasa	2
El agua no es potable	3
<b>OPINIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL VISITANTE DE OLÓN</b>	<b>47</b>



*Figura 36:* Deficiencias de infraestructura según las personas encuestadas.

En relación, a las deficiencias que hallaron los turistas en la zona de infraestructura determinaron en un 14,89% que existe una falta de parqueaderos en la comuna, puesto que el único que existe colapsa en épocas de feriado. No obstante, un 12,77% menciona que la carencia del alumbrado en vías públicas genera inseguridad en los visitantes. Un 10,64% expresa que las instalaciones que oferta el área de alojamiento son muy pequeñas y antiguas; para concluir un 14,89% de visitantes enuncia que se presentaron en concurridas ocasiones cortes de agua en sus establecimientos hoteleros.



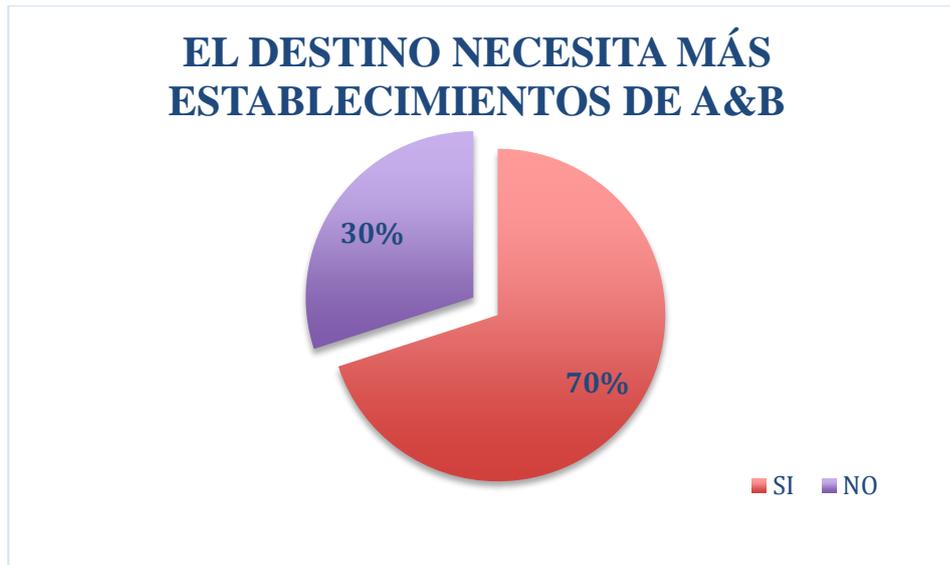
*Figura 37:* Recomendación de los servicios de Olón.

Podemos aludir, que el 92% de los encuestados Sí recomendarían los servicios que han adquirido en la zona, puesto que señalan que lo oferta que ofrece en el mercado tiene relación precio-calidad. Por lo contrario, un 8% de la muestra plantea que no recomendaría los servicios, a causa de que han subsistido malas experiencias en sus visitas.



*Figura 38:* Opiniones del visitante de Olón.

Acerca del plan de mejora, los encuestados señalaron en un 63% que el destino sí debería instaurar nuevas plazas de hoteles, puesto que las que existen en el mercado de dicho destino en ocasiones no cumple con todas sus necesidades. En cuanto al porcentaje restante un 37% indica que la comuna no debería emplear más hoteles.



*Figura 39:* Opiniones del visitante de Olón

Según lo reflejado en las encuestas, un 70% de la muestra señala que deberían existir nuevos establecimientos de restauración que oferten productos variados y de calidad; en contrapuesto, el 30% de los encuestados restante indica que Olón no necesita más servicios de restauración, ya que considera que cuenta con suficiente oferta en toda la Comuna, especialmente en el sector de la Playa.



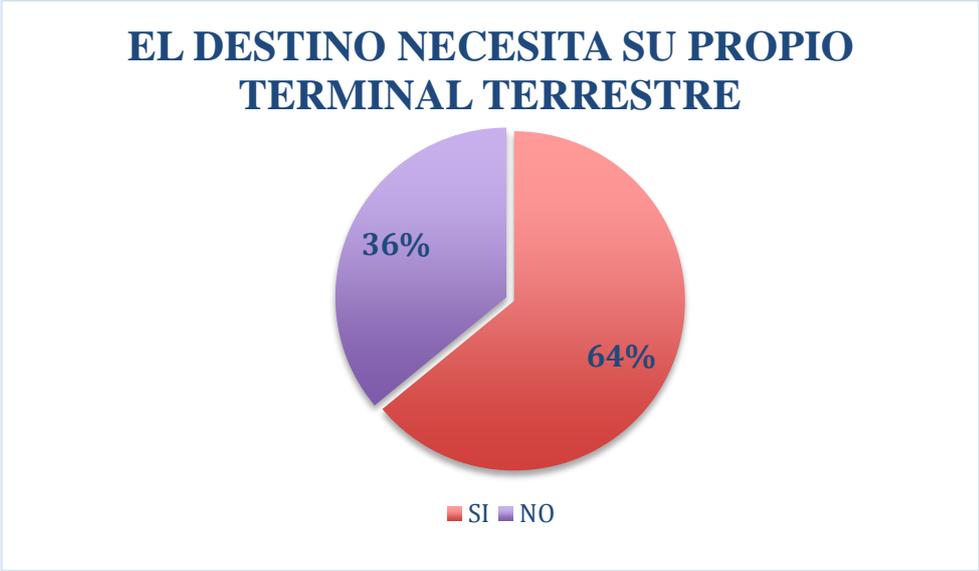
*Figura 40:* Opiniones del visitante de Olón

En cuanto a la interrogante si el destino requiere de cajeros automáticos, los encuestados señalaron en un 93% que, si es necesario contar con esta facilidad, debido a que resultada una molestia tener que desplazarse la mayor parte del tiempo a la comuna aledaña montañita para retirar dinero. Sin embargo, un 7% de la muestra mencionó que no necesitaba contar con este servicio.



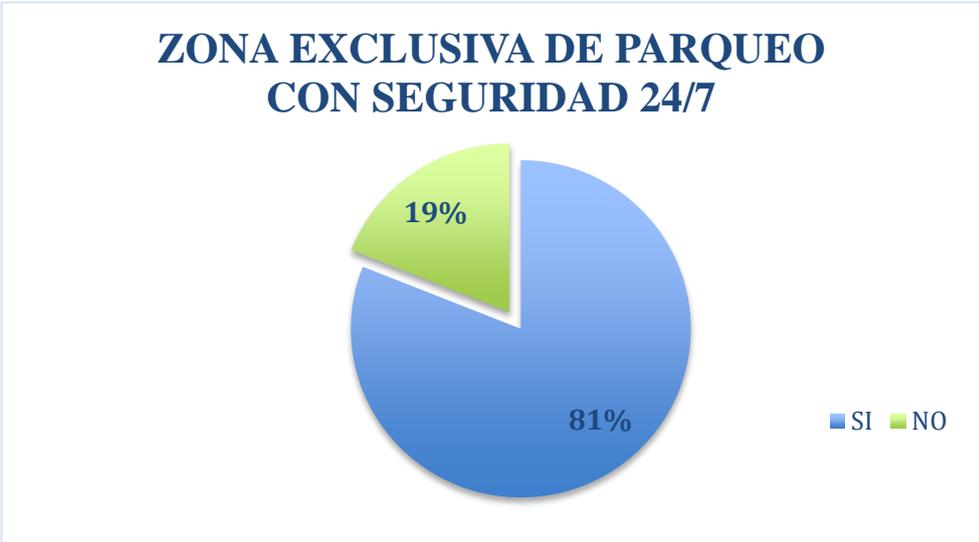
*Figura 41:* Opiniones del visitante de Olón

Con respecto a si el destino debería contar con oficinas bancarias, la muestra señaló en un 50% que, si era de sumo beneficio tanto para los turistas como para los nativos de la zona, ya que contar con dicha facilidad resultaría muy útil para todos. No obstante, la otra mitad de los encuestados atribuyo en un 50% que no era necesario contar con dicho servicio; a causa de que el destino es visitado por motivos de ocio y no para ejercer actividades financieras.



*Figura 42:* Opiniones del visitante de Olón

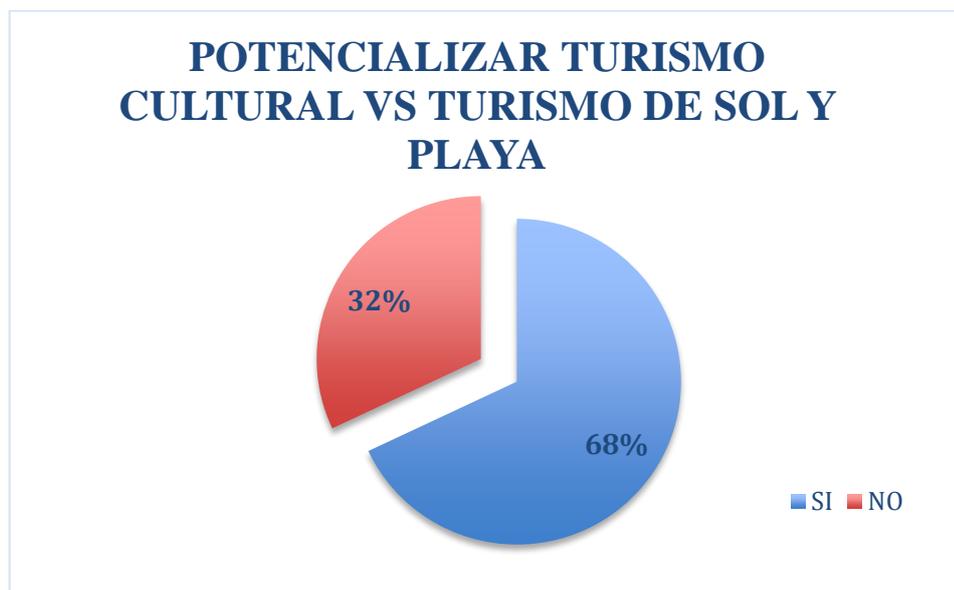
Por lo que se refiere a la pregunta si el destino necesita contar con su propio terminal terrestre; los encuestados en un 64% aludieron que, si se requiere de dichas instalaciones, puesto que resulta incómodo y peligroso tener que bajar en zonas que existe tránsito vehicular. Un 36% de la muestra restante señala que no se necesitada contar con un terminal ya que la cooperativa de transporte CLP posee una zona de estacionamiento donde llegan los buses de su propiedad.



*Figura 43:* Opiniones del visitante de Olón

En el presente gráfico, se podrá ver reflejado que el 81% de la muestra indica que si se necesita de una zona exclusiva de parqueo con seguridad 24 horas; puesto que en épocas de feriados o en temporadas altas la zona del malecón colapsa por el tránsito

vehicular. Mientras que un 19% indica que no se necesita ya que existen espacios vacíos que se pueden utilizar como zonas de aparcamiento.



*Figura 44:* Opiniones del visitante de Olón

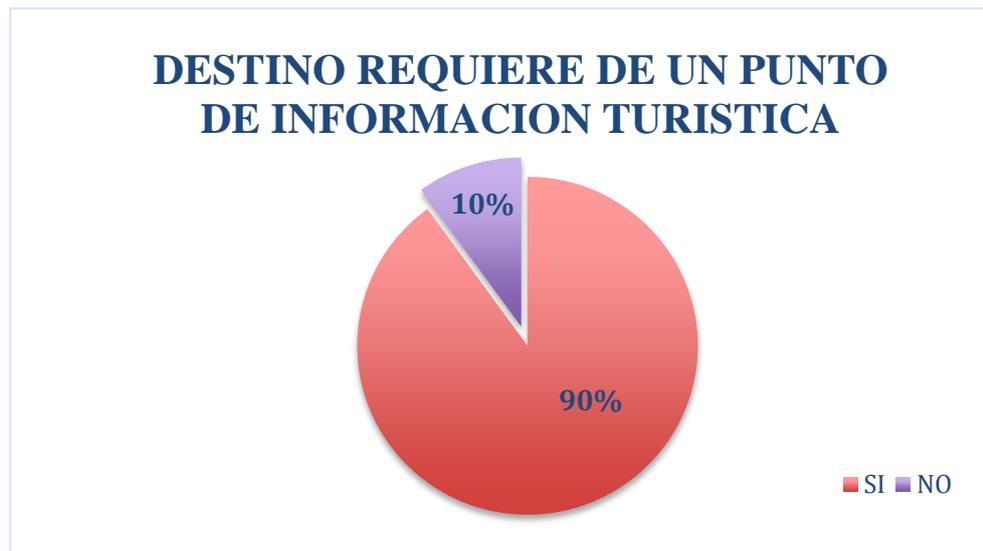
En relación a la siguiente pregunta se ha obtenido como resultado que el 68% de los encuestados opinan que si se debería potenciar un turismo cultural por encima de un turismo de sol y playa. Sin embargo, el 32% restante de los encuestados sugieren que no a causa desconocimiento del tema.



*Figura 45:* Opiniones del visitante de Olón

Como se puede apreciar en el presente gráfico, un 77% menciona que, si se debiese potenciar la rama ecológica, puesto que aluden que el destino posee una rica flora y fauna que puede comercializarse de forma sustentable. Sin embargo, un 23%

menciona que no se debería explotar esta área a causa del turismo masivo que suele tener la comuna en temporadas altas.



*Figura 46:* Opiniones del visitante de Olón

El presente grafico señaló, que en un 90% los turistas sienten que es necesario contar con un punto de información turística, en los cuales puedan encontrar con mayor facilidad la oferta turística del destino. Y el restante de la muestra indica que no se necesita de un punto de información.



*Figura 47:* Opiniones del visitante de Olón

De acuerdo a este gráfico, los turistas en un 81% señalaron que la comuna Olón debería comercializar sus senderos ecológicos, ya que cuenta con un famoso bosque llamado “El Cangrejal” por lo cual incrementaría la demandan de visitantes en la zona. Sin embargo, hay que tener en cuanto que la muestra restante del 19% indicio que no está de acuerdo puesto que se dañaría la biodiversidad de los senderos.



*Figura 48:* Opiniones del visitante de Olón

Vale la pena indicar que en la interrogante que se planteó a los encuestados, un 71% afirmó que si es necesario tener un control o registro de los turistas que visitan el destino, para de esa forma tener una idea clara de cuál es el mercado objetivo de los comerciantes de la comuna, al momento de ofrecer sus productos y servicios. Cabe destacar, que el 29 % de la muestra indico que no.

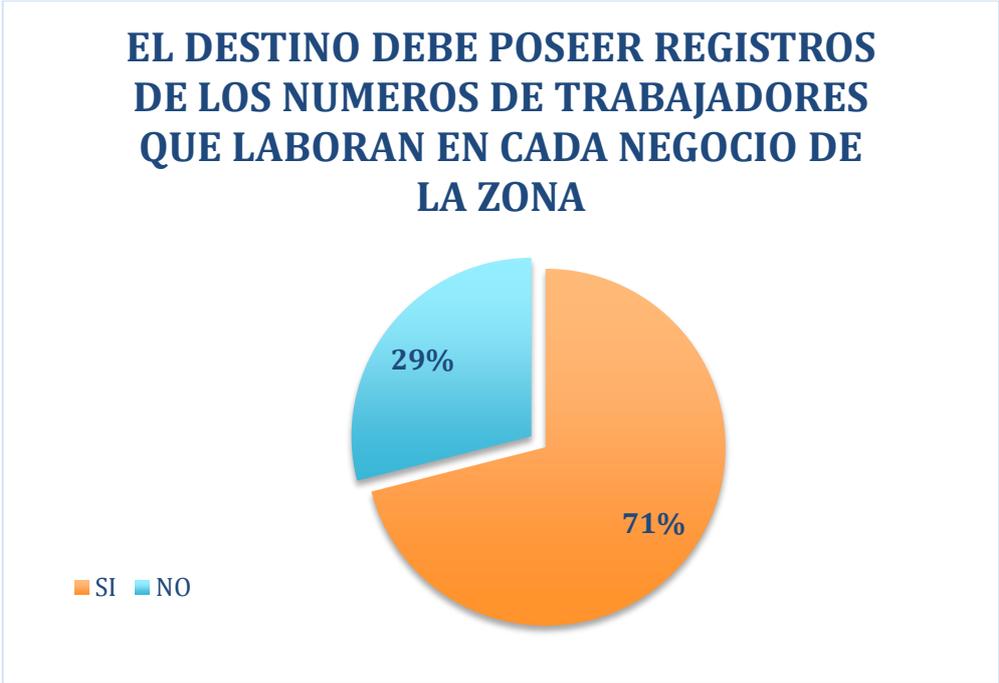


Figura 49: Opiniones del visitante de Olón

En la interrogante de si el destino debiese contar con oficinas turísticas que posean registros del número de trabajadores por cada negocio turístico existente de la zona, un 71% señaló que si debieran mantener un registro para de esa forma poder ejercer un mejor control en la actividad turísticas; mientras que un 29% indicó que no.



Figura 50: Opiniones del visitante de Olón

En relación a promoción y difusión del destino, los encuestados estuvieron de acuerdo en un 90% que la comuna Olón requiere de herramientas de marketing para

poder dar a conocer los productos y servicios que oferta la zona. A diferencia de un 10% que indico que la comuna no necesita en un impulso en relación a publicidad.

Posteriormente, se detalla un listado de las diferentes capacitaciones que los visitantes recomendaron, al momento de realizar las encuestas.

Tabla 10

*Capacitaciones recomendadas por el visitante de la Comuna Olón para mejorar la experiencia del turista.*

<b>CAPACITACIONES MENCIONADAS</b>	<b>Cantidad</b>
Servicio al cliente	43
Idiomas	29
Manejo de alimentos	13
Innovación de servicios turísticos ( <i>mejorar menú, servicio de matrimonios en Olón</i> )	3
Primeros auxilios	11
Marketing de la oferta turística	10
Administración de empresas	8
Manejo de desechos	3
Festivales de la Comuna	1
Campañas de reciclaje	1
Calidad de los servicios	1
Capacitaciones de turismo de manera general	5
<b>OPINIONES DE LA ENCUESTA REALIZADA AL VISITANTE DE OLÓN</b>	<b>128</b>



*Figura 51:* Capacitaciones a dar según el visitante de Olón.

Vale la pena mencionar que los turistas plantean en un 33,59% que se deben emplear capacitaciones de servicio al cliente, para que de esa forma los consumidores puedan obtener servicios óptimos; el 22,66% establece que se deben brindar cursos de idioma debido a que la comuna es muy concurrida por turistas internacionales. En relación a capacitaciones de primeros auxilios un 8,59% mencionó que se requiere de dicha preparación.

Cabe destacar, que el 6,25% de la muestra indicó que se debe otorgar a los comuneros formaciones en administración de empresas; un 10,16% indica que se deben implementar buenas prácticas o un correcto manejo de alimentos. Para finalizar, el 7,81% sugiere que exista una difusión del destino a través de herramientas de marketing turístico.

## **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Con el fin de concluir los datos obtenidos en las encuestas realizadas, a continuación, se destacan los resultados del estudio de mercado:

El turista que visita la Comuna Olón, lo realiza durante dos días, haciendo uso de diferentes tipos de alojamientos, tales como: hostales, hosterías y hospederías. Cabe mencionar, que el gasto promedio por cada noche de pernoctación es de \$16 a \$19 dólares. Asimismo, en su mayoría son personas que provienen de las diferentes regiones del país perteneciendo estas exclusivamente a la región Costa. El visitante que ingresa a la Comuna, la mayor parte del tiempo lo efectúa en grupos de cuatro acompañantes poseyendo estos un rango de edad de entre 18 a 25 años.

De acuerdo con los encuestados, se puede señalar que el motivo de visita a dicho destino es por descanso; además desembolsan diariamente en el área de restauración un gasto mínimo de \$15, seguido de \$6 a \$9 dólares producidos por la movilización. En una escala de valorización de los servicios ofertados en la Comuna, que va de Excelente, Muy bueno, Bueno, Regular y Malo, los turistas calificaron a los servicios de alojamiento y alimentos y bebidas como “Muy buenos”.

En relación a la escala de valorización de las facilidades que brinda el destino, los clientes indicaron que las señaléticas turísticas y viales se encuentran en buen estado. Sin embargo, aluden que para futuras visitas puede existir un incremento y mejoras del mismo, puesto que ya persiste una carencia y mala distribución.

Dentro de las deficiencias de la planta hotelera del sector, el visitante determina como mayor falencia el tamaño de las habitaciones y su poca confortabilidad. En el área de alimentos y bebidas establece la falta de higiene en la manipulación de alimentos; y en la zona de infraestructura menciona la inexistencia de una zona de parqueo segura y los constantes cortes de agua que preexisten en ciertos establecimientos hoteleros.

A pesar de ello, los consumidores tienen una buena percepción de los servicios turísticos adquiridos durante su estadía, por lo que, si recomendarían los servicios con el fin de incentivar la afluencia de turistas del sector. Así como, también destaca que requieren de cajeros automáticos puesto que resulta una molestia para el consumidor tener que desplazarse hasta la comuna montañita para retirar dinero; en relación a los hoteles solicitan que se oferte establecimientos con mayor calidad, pero sobre todo que exista una oferta gastronómica más amplia.

Para finalizar, los encuestados realizan un hincapié en la necesidad de la existencia de campañas de marketing y puntos de información turística que oferten o den a conocer los diferentes servicios y atractivos con los que cuenta Olón. Además, encontraron interesante la posibilidad de que el destino potencialice el turismo cultural y el ecoturismo en vez del turismo de Sol y Playa

## **Capítulo IV: Propuesta de mejora para la comuna Olón**

En cuanto a las investigaciones planteadas y con la ayuda de estudios realizados tales como: análisis de mercado, inventario de la planta turística, diagnóstico de la situación actual y jerarquización de atractivos naturales, y manifestaciones culturales se ha estimado los siguientes objetivos suscritos en el capítulo I. No obstante, se ha podido establecer que la comunidad de Olón se encuentra ofreciendo productos y servicios orientados a la rama de turismo comunitario. Por lo que, se ha podido diagnosticar cuáles son exactamente las carencias que presenta la comuna en relación con cada elemento que integra el sistema turístico de Sergio Molina.

### **Justificación**

La investigación se ha ejecutado con el fin de identificar la situación actual de los servicios turísticos que oferta el destino Olón, por ello se diseñó una investigación de campo para lograr obtener datos del destino. Pese a ello, se pudo alcanzar dichos resultados gracias al uso de diferentes herramientas tales como: fichas de diagnóstico del destino turístico y la ficha de jerarquización de atractivos; ambas proporcionadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

En base a lo investigado, se detectó diversos problemas que inciden en el crecimiento del sector turístico del destino, en el desarrollo sustentable de los recursos naturales y culturales que posee la comuna; y por ende en el estilo de vida de sus habitantes.

Por otra parte, frente a las falencias encontradas, se plantea como solución establecer el siguiente Plan de Mejora, mediante el cual tiene como finalidad establecer soluciones que incurran en las necesidades de la comunidad y en los requerimientos del turista incluyendo de tal forma componentes que abarquen programas de capacitación de atención al cliente, manejo de alimentos, cursos de idiomas y de administración de empresas; de igual forma se empleara difusión y mejoras de los servicios y facilidades turísticas del destino.

Además, la contribución que brinden las diferentes capacitaciones y cursos de idiomas, permitirán que los comuneros que ejecutan la actividad turística se encuentren aptos para ofrecer servicios de calidad a sus visitantes. Por contraste, les generara como consecuencias mayor flujo de visitantes, dado que los productos y servicios que

comercializarían serían recomendables. Es importante destacar que la promoción turística que percibe el destino es escasa, puesto que se puede evidenciar que la comuna Olón se encuentra estancada en el mercado turístico. Presenta productos y servicios en desarrollo que pasan desapercibidos por la cercanía que posee con la comuna aledaña montañita.

En conclusión, la intención de establecer la siguiente propuesta es para concebir participación de todas las personas que realizan actividades turísticas en dicha zona, de tal forma que puedan corregir errores y complementar los servicios; ya que se ha podido identificar que el destino cuenta con recursos, atractivos y productos que pueden llegar a ser comercializados en un futuro. Concibiendo de esa forma posibilidades de establecerse a la Comuna Olón como un destino líder en el mercado turístico nacional e internacional.

### **Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto**

Los beneficiarios directos del presente proyecto son los habitantes de la Comuna Olón de la Provincia de Santa Elena, quienes poseen intereses en el desarrollo turístico del sector y de la ejecución de mejoras en sus servicios.

Los beneficiarios indirectos son los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Comuna Olón, ya que, se beneficiarían obteniendo una grata experiencia al hacer uso de los servicios mejorados y aptos para satisfacer las expectativas de los consumidores.

Tabla 11

*Atractivos turísticos relevantes.*

<b>Nombre del Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Playa de Olón	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playa	III
Santuario Blanca Estrella de la Mar	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica Religiosa	III

## Líneas de Productos turísticos

Las líneas de productos turísticos, según el PLANDETUR 2020, válidas para el proyecto son:

- Ecoturismo - Turismo de naturaleza.
- Turismo de Deporte y Aventuras.
- Turismo Comunitario.
- Turismo Cultural.
- Turismo de Sol y Playa.

## Análisis FODA

Tabla 12

### Factores Internos del FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Cuenta con atractivos como: La playa de Olón y el Santuario Blanca Estrella de la Mar, determinados como atractivos de Jerarquía III	-Deficiencia en el área de infraestructura. -Ausencia de facilidades turísticas. -Aceleración en la erosión del suelo.
Ubicación geográfica privilegiada debido a la presencia de la Ruta Spondylus atravesando la Comuna.	-Pérdida de identidad y actividad cultural en la comuna.
Creciente interés por parte de los habitantes para ejecutar y mejorar la actividad turística en la zona.	-Escasa organización por parte del comité representante de la comuna y las entidades de control.
Posee productos y recursos naturales; y culturales	-Deterioro de los recursos -Escasez de planes y manejos de ordenamientos.
Bajos costos en la obtención de productos y servicios en la comuna.	-Negocios de alojamientos y restauración ofertan productos y servicios similares a la competencia. -Nuevos competidores (extranjeros) en el mercado turístico de la comuna.

En relación, al análisis de los factores internos que presenta la Comuna Olón, se determina que cuenta con atractivos de jerarquización III que puede llegar hacer

comercializables en un futuro; en relación al atractivo principal la playa de Olón. Sin embargo, su segundo atractivo no corre con la misma suerte, puesto que la erosión del suelo ha generado que la estructura del santuario Blanca Estrella de la Mar se encuentre al borde del derribe. Es importante destacar que la ubicación privilegiada que posee con la ruta Spondylus, genera impactos positivos para la comuna, ya que para realizar dicho tour el turista deberá ingresar al destino; de tal forma que podrían hacer uso de los diferentes productos y servicios que oferta la comuna.

Por contraste, también se hallaron diferentes debilidades que requieren de mayor atención, entre las cuales se considera las siguientes: la escasa organización por parte del comité representante de la comuna, la delimitada participación de entidades gubernamentales y la pérdida de identidad. Dichas debilidades, son estas consecuencias que generan la mayor parte de los problemas presenta el destino en la actualidad.

Tabla 13

*Factores Externos del FODA*

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Cercanía con Montañita, Comuna con alta demanda de turistas durante todo el año.	-Exceso de demanda turística. -Pérdida de imagen como destino de descanso o relajación.
Inversión económica por parte de entidades gubernamentales y privadas	-Inestabilidad económica del país. -Escasa participación política.
Turismo de Sol y Playa posicionado en el Mercado Turístico local e internacional	-Rechazo al turismo por exceso de demanda de visitantes

En cuanto, al análisis de los factores externos que muestra la comuna Olón, se establece que presenta oportunidades para comercializar las diferentes líneas de productos turísticos que posee. Es así, que la cercanía que posee con la comuna aledaña montañita permite que el destino cautive mayor demanda de visitantes en la zona, seguido de esto se busca una mayor participación en ámbitos de inversión por parte de los organismos de control y entidades privadas. Puesto que el involucramiento de ellos

concebiría que exista una mayor diversificación en los servicios a ofrecer. Desde luego, las amenazas más relevantes que presenta el destino serán mencionadas a continuación, entre las cuales esta: el deterioro de los recursos, escasez de planes y manejos de ordenamiento, exceso de demanda en épocas de feriados y la inestabilidad económica.

Son dichos motivos lo que causa que el destino no desarrolle completamente su turismo local: ya que, al no contar en ocasiones con un ente público que los regule o se preocupe constantemente en establecerle planes o capacitaciones hace que los comuneros pierdan visitantes por desempeñar de forma incorrecta la actividad turística. Es así como el fenómeno de la inestabilidad económica es la mayor parte de sus problemas, ya que trae como secuela que la demanda decrezca, no existan inversiones y que prexistan paros en las construcciones de infraestructura turísticas, dejando así al sector turístico en la deriva.

### **Problemas detectados en la salida de campo**

Una vez realizado el diagnóstico de la situación actual de la Comuna Olón, realizado en el Capítulo II; y de la recopilación de las opiniones de los visitantes de la Comuna en el Capítulo III de la presente investigación, se determina que los problemas detectados son los siguientes:

- Personal poco capacitado
- Oferta de servicios de restauración no es variada
- Oferta de servicios de alojamiento no ofrecen calidad
- Escasez de promoción turística
- Falta de parqueaderos
- Falta de alumbrado público adecuado
- Falta de un punto de información turística eficiente
- Falta de cajeros automáticos
- Concentración de actividad turística en un solo punto de la Comuna.

### **Necesidades de intervención del Plan de Mejora**

Luego de haber establecido los problemas encontrados en la Comuna Olón, determinados en la investigación de campo ejecutada, se proporcionará una solución por cada uno de los mencionados inconvenientes, cuya solución irá de la

mano con las necesidades que se pudieron recopilar tanto en las encuestas como en las visitas realizadas, para lo cual, se detallará una tabla a continuación, en donde se identificarán las necesidades de intervención del Plan de Mejora:

Tabla 14

*Necesidades de intervención del Plan de Mejora.*

<b>PROBLEMAS</b>	<b>SOLUCIONES</b>
Personal poco capacitado	Capacitaciones en: - Idioma- Ingles. -Administración de empresas. -Seguridad alimentaria.
Actividades de turismo de Sol y Playa son muy limitadas.	Presentar posibles actividades de recreación, que se podrían realizar en la playa del destino y en los alrededores de la comuna, las cuales pueden ser: -Juegos de cometas. -Tutorías para elaborar castillos de arena
Carencia de promoción turística del destino.	-Creación de la Página Web de la comuna Olón. -Creación de perfiles empresariales en redes sociales (Facebook e Instagram)
Facilidades turísticas en zonas específicas del destino.	-Implementación de señaléticas turísticas y puntos de reciclajes es zonas donde exista mayor afluencia de visitas (Playa y Centro de Olón)
Prestadores de servicio no categorizan los establecimientos.	-Necesidad de intervención en regulación de servicios de Alojamientos por parte del Ministerio de Turismo.

## Propuesta de Facilidades y Equipamiento

Tabla 15

*Programa de capacitaciones de talento humano.*

<b>PROCESO DE CAPACITACIONES DE TALENTO HUMANO</b>	<b>BENEFICIARIOS</b>
Capacitación del idioma-ingles	Personal de los Establecimientos de alimentos y bebidas; y hoteles de la Comuna Olón
Capacitación en administración de empresas	Dueños de establecimientos de restauración y alojamientos de la Comuna Olón
Capacitación en seguridad alimentaria	Propietarios de restaurantes y hoteles que brinden servicios de alimentos y bebidas en la comuna Olón

Tabla 16

*Actividades complementarias para realizar en la playa de Olón y centro de la comuna.*

<b>FORTALECIMIENTO DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA</b>	<b>BENEFICIARIOS</b>
- Juegos de cometas. -Tutorías para elaborar castillos de arena	Playa de Olón

Tabla 17

*Promoción turística de la comuna Olón.*

<b>PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Difusión del destino	Creación de página web para la comuna Olón y emisión de perfiles empresariales en redes sociales (Facebook e Instagram)

Tabla 18

*Instalación de Señaléticas turísticas y Distribución de puntos de reciclaje.*

<b>FACILITACIÓN TURÍSTICA</b>	<b>BENEFICIARIOS</b>
Instalación de señaléticas turísticas	Centro y playa de la Comuna Olón
Colocación de tachos de basura	Centro y playa de la Comuna Olón

Tabla 19

*Fortalecimiento de los servicios turísticos de Olón.*

<b>CATEGORIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Prestadores de servicio no categorizan los establecimientos de alojamientos	-Seguimiento y reconocimiento a ganadores del Manual de Implementación SIGO – Sistema Inicial de Gestión Organizacional proporcionado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

A continuación, se procede por detallar el proyecto, el cual buscará centrarse en incrementar la calidad en todos los servicios que oferta el destino, por medio de diferentes capacitaciones a los dueños y empleados de los establecimientos. Así como, también explotar actividades de ocio que sirvan de apoyo para la actividad turística. Del mismo modo, se desea fortalecer la promoción de la comuna, dando a conocer por medio de su página web y perfiles empresariales en redes sociales, los diferentes productos y servicios que tienen por entregar a los visitantes. No obstante, se presentarán cotizaciones de los diferentes modelos de señaléticas y puntos de reciclaje que carece Olón.

Para finalizar, se plantea mostrar un Programa de reconocimiento para los establecimientos de alojamiento, ya que en las diferentes visitas de campo que se ejecutaron se pudo observar que el problema principal del destino reside en los hoteles de la zona, por lo que no se encuentran regulados en su mayoría. Sin embargo, se buscará incentivar una marca que otorgue un distintivo que permita identificar a los hoteles que sí cumplen con estándares de calidad contra los que no a través del SIGO.

Cabe destacar que el programa no se emplea para el área de alimentos y bebidas, debido a que la mayor parte de plazas se encuentran concentradas en la playa y no se puede comenzar por lograr estándares de calidad si se encuentran alterando el atractivo principal de la comuna.

## Proyecto de implementación del plan de mejora

### Proyecto 1: Programa de capacitación

#### ✓ Objetivo del proyecto

El programa de capacitación busca introducir conocimientos, desarrollar habilidades y capacidades técnicas a los empleados y propietarios de los establecimientos de alojamientos y restauración, todo con la finalidad de llegar a ofrecer servicios de calidad a los visitantes de la Comuna Olón.

#### ✓ Descripción del proyecto

El proyecto en gestión de calidad consistirá en brindar a los comuneros diferentes capacitaciones que contengan herramientas de estudios que contribuyan a mejorar sus conocimientos en idiomas, seguridad alimentaria y direccionamiento de negocios. Sin embargo, el contenido del programa estará compuesto, por recomendaciones que sugirieron los turistas en las encuestas efectuadas. Por lo cual se establecen los siguientes módulos.

Tabla 20

#### *Programa de Capacitaciones.*

DETALLE	HORAS
✓ <i>Módulo 1:</i> Curso de idioma: inglés básico	10
✓ <i>Módulo 2:</i> Sistema de control de seguridad alimentaria (producción, manipulación, almacenamiento, elaboración, distribución y manejo de residuos)	5
✓ <i>Módulo 3:</i> Cursos de contabilidad básica para principiantes	15
✓ <i>Módulo 4:</i> Emprendimientos turísticos y gastronómicos	15
<b>TOTAL DE HORAS:</b>	<b>45 horas</b>

Para el inicio del programa se capacitará a 120 personas que se dividirán en dos grupos conformados por sector de alimentos y bebidas; y el segundo grupo los establecimientos hoteleros. Hay que destacar que cada módulo dura una semana, mientras que todo el programa dos meses.

Tabla 21

*Costos de diseño e implementación de capacitaciones.*

<b>COSTO DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Total de Módulos</b>	<b>Costo Total por Grupo</b>
<i>Grupo I</i>	Restaurantes	4	\$2.500
<i>Grupo II</i>	Hoteles	4	\$2.500
<b>Total del Presupuesto Referencial:</b>			<b>\$5.000</b>
<b>Responsable de la ejecución:</b>		Emuturismo	

## **Proyecto 2: Actividades Recreativas y complementarias para la playa de Olón**

### ✓ **Objetivo del proyecto**

El programa busca implementar diferentes actividades deportivas, de recreación y de diversión para niños. Es decir, se plantea que la playa de la comuna Olón sea utilizada o frecuentada para ejecutar otras acciones que no sea solo tomar el sol o bañarse. Sin embargo, serán actividades que los turistas podrán elegir desempeñar en su tiempo libre.

### ✓ **Descripción del proyecto**

El proyecto reside en que los turistas que visitan la comuna Olón puedan llegar a interactuar con diferentes personas y a su vez ejecutar actividades ocio en la zona, mientras visitan el destino; Cabe mencionar, que dichas actividades serán cofinancias entre la Comuna de Olón y el Emuturismo, por lo que ambos serían los responsables de la ejecución.

A continuación, se mostrará lo que incluirá el programa:

- Tutorías para elaborar castillos de arena

- Juegos de cometas

Tabla 22

*Costos de herramientas para elaborar castillos de arena.*

<b>COSTOS DE HERRAMIENTAS PARA ELABORAR CASTILLOS DE ARENA</b>			
<b>Herramientas para castillos de arena</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
✓ Palas de plástico	\$2	5	\$10
✓ Cuchillos de mantequilla	\$4	5	\$20
✓ Espátulas	\$1	5	\$5
✓ Reglas de madera (30 cm)	\$3	5	\$15
✓ Embudos	\$1	5	\$5
✓ Sorbetes (100 unidades)	\$1.60	1 funda	\$3.20
✓ Escultor de arena	-	-	\$386
<b>Total</b>			<b>\$444.20</b>
<b>Responsables de la ejecución</b>			<b>Emuturismo Comuna Olón</b>

Tabla 23

*Costos de compras de cometas*

<b>COSTOS DE COMETAS</b>			
<b>Cometas</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
✓ Plásticas	\$3.50	30	\$105
<b>Total</b>			<b>\$105</b>
<b>Responsables de la ejecución</b>			<b>Emuturismo Comuna Olón</b>

Por otro lado, se debe especificar que la actividad para realizar esculturas de arena deberá contar con una zona determinada, ya que se necesita que el sitio donde se efectuó tenga arena fina y húmeda; pero sobre todo también que sea limpia. Sin

embargo, hay que destacar que se va a requerir contratar un profesional para que capacite a los comuneros; y su vez estos puedan aprender.

Con el fin de que los habitantes puedan prestar por si solos este tipo de servicios y llegar a beneficiarse de una forma directa. Posteriormente, no persistirán daños ambientales o ecológicos en la playa ya que los castillos serán elaborados en pequeñas dimensiones. Para finalizar, en la actualidad no existe una normativa o ley que prohíba la ejecución de dicha acción.

En relación a los juegos de cometas, la comunidad de Olón podrá beneficiarse a través del alquiler de las mismas; el cual va a requerir de una pequeña inversión por parte de la comuna o su vez podrá llegar hacer cofinanciada por la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena. Sin embargo, los precios del alquiler de la comuna deberán ser establecidos por los mismos habitantes que vayan a emprender dicha acción.

### **Proyecto 3: Promoción turística de la Comuna Olón, Creación de Pagina web y promoción en Redes Sociales**

#### **✓ Objetivo del proyecto**

El programa de promoción turística del destino Olón busca dar a conocer los productos y servicios que ofrece la comuna, a través de su propia página web, cabe mencionar, que gracias a la ayuda de las redes sociales se podrá captar con mayor frecuencia un sinnúmero de subscriptores de diferentes nacionalidades.

#### **✓ Descripción del proyecto**

El proyecto consiste en brindar a los comuneros, herramientas para la difusión del destino todo con el fin de captar mayor afluencia de turistas en la zona, la creación de los perfiles empresariales en redes sociales como Instagram y Facebook contendrá lo siguiente:

- Galería de Imágenes de Atractivos Naturales y Atractivos Culturales
- Datos históricos
- Plazas de alimentos y bebidas
- Actividades de recreación

Para complementar el programa de difusión del destino, se proporcionará la creación de su propio portal web, el cual presentará la siguiente información:

- Reseñas Históricas
- Galería de imágenes
- Lista de Atractivos Naturales y Culturales
- Actividades Recreativas
- Eventos
- Lista de transporte que trasladan al destino
- Alojamientos regulados y certificados por SIGO
- Centros de restauración
- Mapa de ubicación
- Hoja de contacto

Tabla 24

*Costos de diseño y creación de página web y perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram)*

<b>COSTO DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
Creación de página web	\$800
Creación de perfiles empresariales para redes sociales	\$100
<b>Total</b>	<b>\$900</b>
<b>Responsable de la ejecución:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Comuna Olón <input checked="" type="checkbox"/> Emuturismo

#### **Proyecto 4: Instalación de señaléticas y puntos de reciclajes**

##### **✓ Objetivo del proyecto**

El programa busca implementar señaléticas turísticas y puntos de reciclaje en diferentes zonas de la comuna, para facilitar la estadía de los visitantes. No obstante, también se centra en promover el cuidado ambiental por medio de la recolección de desechos.

##### **✓ Descripción del proyecto**

El proyecto consiste en regular y facilitar la orientación de los turistas, por medio de señalizaciones que les permita obtener información y seguridad al momento de

desplazarse dentro de la comuna. Por otra parte, la disposición de tachos basura generaría como beneficios que Olón mejore las condiciones de higiene de la zona.

Debido a esto, se pudo constatar por el método de observación directa que existe una carencia de señalización, y en ocasiones existen otras que no están en buenas condiciones. Es por esta razón, que se plantea dicho proyecto para poder facilitar un mejor desarrollo en la actividad turística. Las señaléticas a utilizar en el perímetro de la Comuna Olón, comprenderá de lo siguiente:

- ✓ Pictogramas de Atractivos Naturales y Atractivos Culturales
- ✓ Pictogramas de Actividades Turísticas
- ✓ Pictogramas de Servicio de Apoyo
- ✓ Pictogramas de Restricciones
- ✓ Señales de aproximación
- ✓ Vallas informativas parroquiales
- ✓ Tachos de basura ecológicos

Por consiguiente, la propuesta que concierne a implementación de señalización turística o pictogramas, se deberá efectuar con parámetros descritos en el Manual de Señalización Turística, establecido por el Ministerio de Turismo; en el que muestra cuales son las mediciones específicas, para la implementación de las mismas. Tomando en cuenta dichos parámetros, las dimensiones a seguir, son las siguientes:

Tabla 25

*Dimensiones y costos de cada modelo de señalización*

<b>Tipo de señal</b>	<b>Dimensión (m)</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Pictogramas con poste</b>	0.60 x 60	\$300	15	\$4.500
<b>Señales de Aproximación</b>	2.40 x 0.60	\$500	5	\$2.500
<b>Vallas de Atractivos y Servicios</b>	4.80 x 2.40	\$4.000	5	\$20.000
<b>Total</b>				<b>\$27.000</b>

La comuna Olón para poder llegar a ofrecer productos y servicios de calidad, deberá contar con facilidades óptimas para el visitante, por lo que la implementación de señalización otorgará que los turistas pretendan trasladarse al destino; estableciendo de esa forma que la actividad turística obtenga mayor participación de los involucrados. El proyecto plantea que las señales a efectuar sean establecidas en el centro y playa de la comuna, puesto que es en esa zona la que mayor concentración de visitantes obtiene y es donde más carece de señalización. Por lo cual, es necesario establecerlas para que los viajeros puedan tener conocimientos de los diferentes establecimientos, atractivos y servicios que ofrece la comuna.

Entre las propuestas planteadas, se establece insertar como prioridad señaléticas de aproximación hacia la comuna Olón, ya que el destino posee una ubicación geográfica privilegiada, debido a que se conecta con balnearios como la Provincia del Guayas y Manabí, concibiendo de esa forma que visitantes que transiten por esas vías puedan saber dónde se están dirigiendo y que destinos se encuentran más adelante. Es así, que también se establecerá entre los cantones de La Libertad, Santa Elena y Montañita. Por ejemplo:



*Figura 52: Señales Turísticas de Aproximación. Tomado de: Ministerio de Turismo 2011.*

Por lo tanto, gracias al acercamiento de la Ruta Spondylus se implantará en los principales destinos, vallas informativas de los diferentes atractivos y servicios que posee el destino; generando de tal forma que las personas que transitan pueden visualizar que la comuna Olón cuenta con diferentes actividades turísticas que pueden llegar hacer del agrado y exigencias de los visitantes. Por ejemplo:



Figura 53: Vallas informativas de destino. Tomado de: *Ministerio de Turismo 2011*.

Además, los diferentes pictogramas serán ubicados a lo largo de la vía, en zonas de fácil Visibilidad para los viajeros. De acuerdo al manual de señalética turística infiere que las señales deberán estar colocadas del lado derecho de la vía, y no menos de 300 metros antes del mismo (Ministerio de Turismo, 2011).



Figura 54. Pictogramas Atractivos Naturales. Tomado de: *Ministerio de Turismo 2011*.



Figura 55. Pictogramas Atractivos Culturales. Tomado de: *Ministerio de Turismo 2011*



Figura 56.: Pictogramas de Servicio de Apoyo. Tomado de: *Ministerio de Turismo 2011*

Cabe mencionar, que el costo total por la implementación de los modelos de señalización que requiere el destino es de \$27.000 dólares. Sin embargo, el responsable de la ejecución, es decir la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena deberá establecer la cantidad de señaléticas que desea implantar en la comuna. Acto seguido, en la Tabla 23 se podrá observar el valor por cada modelo que se desee instaurar, dichos valores incluyen diseño y mano de obra.

Para finalizar, se implementará puntos de reciclaje en las zonas donde existe mayor presencia de turistas; estos serán situados en el centro, Santuario y playa de Olón. Los modelos de tachos son ecológicos, por lo que ya vendrán clasificados de la siguiente forma:

- Verde: Desechos Orgánicos- Ordinarios
- Azul: Plásticos
- Gris: Papel y Cartón

## Modelo de punto de reciclaje ecológico



Figura 57. Punto Ecológico. Tomado de: *Ecoreciclaje Universal*.

Tabla 26

Costo de diseño para implementar puntos de reciclaje

COSTO DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PUNTOS DE RECICLAJE			
Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
10	5 tachos estarán distribuidos a lo largo de la playa de la comuna, 4 en los alrededores del destino y 1 en el Santuario Blanca Estrella de Mar.	\$230	\$2.300
<b>TOTAL:</b>		<b>\$ 2.300</b>	
<b>Responsable de la ejecución:</b>		Emuturismo	

## Proyecto 5: Programa de reconocimiento por certificación SIGO

### ✓ Objetivo del proyecto

El programa del reconocimiento por el distintivo SIGO, cuya certificación es proporcionada en la actualidad por el Ministerio de Turismo del Ecuador en la Comuna de Olón en los establecimientos de alojamiento; busca incentivar la participación de los establecimientos del sector, con el fin de que todos los convocados al proceso conozcan sobre la importancia de los estándares de calidad y a su vez, el establecimiento ganador obtenga más beneficios además del distintivo proporcionado por el Ministerio de Turismo.

### ✓ Descripción del proyecto

El proyecto plantea la entrega de ciertos beneficios para el establecimiento con mayor puntaje obtenido durante la certificación Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO); el cual es un manual de implementación que incentivará e incidirá en la importancia de los estándares de calidad de los servicios que ofrecen los establecimientos de alojamiento en Olón.

Dicho manual consta de nueve herramientas, clasificadas en tres módulos:

Tabla 27

#### *Gerenciamiento de las Herramientas del SIGO Ecuador*

Módulo 1: Calidad personal	Herramienta 1: Cambio y lenguaje propio Herramienta 2: Desarrollo humano y liderazgo Herramienta 3: El método de las 5'S
Módulo 2: Enfoque en el cliente	Herramienta 4: Turistas y Mercado Herramienta 5: Servicio y atención al cliente Herramienta 6: Ventas y fidelización Herramienta 7: Mejora de lo cotidiano
Módulo 3: Gestión de rutina y la mejora	Herramienta 8: Gestión de la información Herramienta 9: Política básica y evaluación de resultados

Tomado de: “Manual de Implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional”. (2016), (p. 49).

El Manual de Implementación SIGO establece su puntuación mínima para conseguir el distintivo SIGO Ecuador de 75 puntos, y con un máximo de 120 puntos. En cuanto al programa de reconocimiento, contará con los siguientes detalles y rubros para el establecimiento ganador:

Tabla 28

*Programa de reconocimiento por la certificación SIGO a hostales*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTOS UNITARIOS</b>
✓ Asistencia técnica durante un año	\$1000
✓ Presencia en redes sociales de la Comuna	\$200
✓ Video promocional del establecimiento “Storytelling”	\$1275
✓ Publicación en revistas de turismo	\$850
✓ Asesorías para creación de un nuevo logo del establecimiento	\$725
<b>TOTAL COSTO DEL PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO</b>	<b>\$4050</b>
<i>Año de ejecución</i>	<i>2019</i>
<i>Responsables de la ejecución</i>	<i>Cabildo Comunal EMUTURISMO</i>

El proyecto pretende estimular a los prestadores de servicios hoteleros a aumentar la calidad de sus servicios a partir de las inspecciones oficiales realizadas con el Ministerio de Turismo del Ecuador. La certificación va de la mano con beneficios para el establecimiento ganador, tales como:

- ✓ Asistencia técnica durante el año que posee la certificación
- ✓ Presencia y difusión en redes sociales de la Comuna
- ✓ Video promocional del establecimiento
- ✓ Publicación en revistas de turismo
- ✓ Creación de logo y nueva imagen del establecimiento

Cabe destacar que, año a año, al obtener una buena acogida por parte de los mismos habitantes de la Comuna y/o cantones cercanos, se espera la presencia de más

patrocinadores, de esta manera obteniendo mayores premios para incentivar la participación de los establecimientos año a año.

Tabla 29

*Total del costo del Plan de Mejora de los servicios turísticos de Olón*

<b>PROGRAMA</b>	<b>COSTO</b>
Programa de capacitaciones de talento humano	\$5.000
Actividades recreativas y complementarias	\$549,20
Programa de Promoción turística	\$900,00
Programa de Implementación de señalética	\$27.000,00
Programa de Implementación de puntos de reciclajes	2.300,00
Programa de reconocimiento por certificación SIGO de los servicios de alojamiento de Olón	\$4050,00
<b>COSTO TOTAL DEL PLAN DE MEJORA DE OLÓN</b>	<b>\$39.799,20</b>

## CONCLUSIONES

Se ha podido determinar como conclusión, que los turistas se encuentran satisfechos con los servicios adquiridos y que estarían dispuestos a volver a visitar la comuna; ya que la mayor parte del tiempo que obtienen dichos bienes satisfacen sus expectativas.

Por otro lado, se debe enfatizar que el ingreso económico proveniente de estos servicios no va destinado netamente a los comuneros debido a la presencia de extranjeros que se han radicado en la zona.

De manera simultánea, el comité de la comuna no se encuentra del todo capacitado para desarrollar la actividad turística; por lo que en ocasiones prevalecen más los intereses personales que el bienestar de toda la comunidad.

Del mismo modo, se observó falta y deterioro de señalizaciones viales y turísticas, el cual le otorga un problema para llegar a potencializar a Olón como un destino líder de sol y playa que oferta servicios de calidad.

En relación a los organismos competentes han logrado que la actividad turística en la región de la costa incremente, sin embargo, de lo que fue el primer semestre del año 2018 se registró una capacitación, otorgada por el Ministerio de Turismo. En relación al sector de restauración, según el presidente de la comuna.

Mientras que, lo que va del segundo periodo del presente año, el MINTUR se encuentra implementando el manual SIGO más conocido como el Sistema Inicial de Gestión Organizacional.

Para finalizar, los cinco proyectos anteriormente planteados, permitirán otorgar servicios de calidad, brindándoles confort y seguridad a todos los turistas. Por ende, los comuneros podrán beneficiarse directamente de dicho desarrollo, ocasionando de tal forma mejoras en la calidad de vida de todos sus habitantes.

## RECOMENDACIONES

Una vez culminado el proceso de investigación en la Comuna Olón, tomando en cuenta los requerimientos del turista, se realizan las siguientes recomendaciones tanto como para el Cabildo Comunal como para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena:

La diversificación de oferta turística es necesaria para la experiencia del turista, es decir, se recomienda examinar recursos turísticos que cumplan con potencialidad para convertirse en atractivos, y que, dichos atractivos promuevan la actividad turística perteneciente a otras líneas de productos turísticos, con el fin de dar a conocer a la Comuna con una mayor rama de actividades además de las del Turismo de Sol y Playa.

Se recomienda a los comuneros y habitantes darle prioridad al crecimiento y desarrollo turístico de la comuna Olón, por encima de los intereses personales.

Capacitar a los habitantes de la comuna en aspectos de administración y emprendimiento de negocios que favorezcan turísticamente al sector, incentivando la importancia del aumento de la calidad de los servicios que se ofrecen.

Solicitado por un gran porcentaje de la muestra encuestada, se recomienda la presencia de cajeros automáticos en un punto estratégico del sector.

Mejorar el área de infraestructura de la Comuna, especialmente en los siguientes sectores:

- Sanidad: Aumento de la presencia de centros de salud en la comunidad.
- Transporte: Mejoras en los aspectos de parqueo y movilización de los vehículos.

Se recomienda mejorar la facilidad más importante de la comuna en la actualidad, el Mirador del Santuario de Olón, implementando arquitectura moderna para motivar el desplazamiento de turistas.

Como última recomendación, se encomienda, a mediano plazo, la creación de un Plan de certificación de calidad turística de los servicios ofertados en el sector, con el fin de incentivar la calidad de los servicios turísticos existentes en la Comuna Olón.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. G. (1999). *El proyecto de investigación*. Obtenido de: <https://goo.gl/ywYuL3>
- Beni, M. C. (2000). Sistemas de turismo SISTUR. Estudio del turismo frente a la nueva teoría de los sistemas, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, pp. 7-26.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Recuperado de: [www.territorioscentroamericanos.org/turismorural](http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural)
- Bustamante, G. (2011). Aproximación al muestreo estadístico en investigaciones científicas. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 10, 476.
- De la Torre Padilla, O. (1980). *El turismo, fenómeno social*.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos.
- Díaz, I. & Holguín, J. (2015). Propuesta de un plan de mejora para la comuna de Puerto Engabao, provincia del Guayas para fomentar el desarrollo. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3253/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-217.pdf>
- Ecuador en cifras. (2010). Resultados provinciales. (Lectura en línea). Recuperado de: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santa\\_elena.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf)
- Fedetur. (2008). Glosario de Turismo. (Lectura en línea). Recuperado de: [http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf](http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf)
- Fernández, J. (2007). *Plan de Mejora Consultoría en herramientas para la productividad y competitividad Sector Comercio, Servicios y Turismo*. Obtenido de: <http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/plan-de-mejora-21603>

- Henche, B. G., Lara, E. M. R., & Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (7), 76-93.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.
- Lobeira Alcaraz, M. Á. (2012). *Regeneración de destinos turísticos. Tres casos de estudio en España* (Doctoral dissertation, Universidad Internacional de Andalucía).
- Manente, M. (2008). Gestión de destinos y antecedentes económicos: definición y supervisión de destinos turísticos locales. *Documento principal, Sesión, 4*.
- Ministerio de turismo. (2011). Señalización de pictogramas. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- Ministerio de turismo (2016). Manual de Implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional. (Lectura en línea). Recuperado de: [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual\\_Implementaci%C3%B3n\\_SIGO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual_Implementaci%C3%B3n_SIGO.pdf)
- Molina, S., & Rodríguez, S. (1991). Planificación Integral del Turismo, Ed. Trillas, México, 31.
- Navarro Jurado, Enrique (2003): *¿Puede seguir creciendo la Costa del Sol? Indicadores de saturación de un destino turístico*. CEDMA. Málaga, ISBN 84-7785-585-4, <http://www.indicasig.uma.es/difusion.html>
- Panosso, A. (2012). *Epistemología del turismo. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas* (pp. 27-28). México: Trillas.

- Plandetur 2020. (2007, septiembre 26). [Documento en línea]. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Pretelt, J. (2015). Servicios turísticos: conceptos y generalidades. (Lectura en línea). Recuperado de: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Quintero, J. (2011). Teoría de las necesidades de Maslow. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://paradigmaseducativosuft.blogspot.com/>
- Quintero, S.J.L. (2008). *Turismo y desarrollo local en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-Universidad Complutense de Madrid.
- Rodríguez, M. (2010). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el estado Deltaamacuro, Venezuela. *Caracas: Colegio Universitario de Caracas*.
- Rodríguez, R. M., & Fernández, J. I. P. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 173-194.
- Sancho, A. (2001). *Introducción al Turismo*. Madrid: Arca Diseño.
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En *Servicio al cliente* (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Solari Vicente, A., & Pérez Morales, M. (2005). Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. *Economía y sociedad*, 10(16).
- Suarez, L. (2015). El Sistema Turístico y su Estructura (ENSAYO). (Lectura en línea). Recuperado de: <http://lorena1ertrimestredeturismo.blogspot.com/2015/03/estructura-del-sistema-turistico-ensayo.html>

Tamayo, M. (2007). Metodología de la Investigación. *México: Limusa*. Obtenido de:

[http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cuantitativa.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html)

Tamayo y Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación* (No. 001.42 T3).

Valencia, J. (2003, octubre 10). *Boletín Turístico*. [Documento en línea]. Obtenido de

<http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario->

Vive Valdivia. (2014). Plan de desarrollo turístico. (Lectura en línea). Recuperado de:

[http://vivevaldivia.cl/wpcontent/uploads/2014/12/plan\\_de\\_desarrollo\\_turistic\\_o.pdf](http://vivevaldivia.cl/wpcontent/uploads/2014/12/plan_de_desarrollo_turistic_o.pdf)

## APÉNDICES

### Apéndice A



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

#### **Entrevista al presidente de la Comuna Olón: *José Francisco Reyes Orrala***

**1. ¿Cuántas personas habitan en la Comuna Olón?**

Se realizó un censo hace aproximadamente cuatro años atrás, justo lo efectúe con un grupo de compañeros de la universidad donde pudimos censar a la mayoría de la población de la comunidad. Sin embargo, se nos quedaron ciertos sectores, pero más o menos un estimado es de 2.000 habitantes en esa época. Por otra parte, asumimos que en la actualidad aproximadamente residen alrededor de unas 2.500 personas puede ser un poquito más, ya que debemos considerar que es una comunidad turística y a veces vienen residentes de otros países a vivir en la zona por lo cual puede ocasionar que exista un número de personas flotantes.

**2. ¿En la actualidad como están siendo capacitados los habitantes de la zona, al momento de ofertar los productos y servicios turísticos que posee el destino?**

Normalmente recibimos capacitaciones por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena, la Dirección Provincial del Ambiente Santa Elena (MAE) y también por parte del Ministerio de Turismo. Esas capacitaciones son tales como: Servicio al cliente, Manejo de Alimentos y Emprendimientos. Regularmente se están efectuando 3 veces al año. Sin embargo, en este periodo hemos recibido una capacitación que consisten en temas de Gastronomía.

**3. ¿Podría usted nombrar, cuáles son los servicios turísticos que brinda la Comuna Olón?**

*Servicios ya constituidos o formalizados que estamos brindando es alojamiento, actualmente existen aproximadamente unos 60 o 70 establecimientos que varían entre hoteles, hostales y hospederías comunitarias. No obstante, también ofrecemos servicios de Alimentos y Bebidas. Aquí en la comuna existen las organizaciones divididas por comisión, por lo cual contamos con un comité específicamente para el área de turismo, ellos son apropiadamente unos 250 socios. Esta asociación se encuentra conformada por los dueños de las cabañas, los vendedores ambulantes y los que alquilan las sombrillas; es con ellos que se trabaja más el tema turístico. En la playa existen alrededor de unas 50 cabañas que se dedican al área de restauración y en la parte céntrica pongo un promedio de unos 15 o 20 establecimientos más. Netamente esas empresas forman parte de la comunidad. Ya que los otros negocios son creados por personas extranjeras que vienen a residir en la zona.*

**4. ¿Cree usted que la comunidad esté dispuesta a que se genere mayor afluencia de turistas en la zona?**

Nosotros sí, pero estamos apuntando a brindar servicios de calidad con personas que de verdad vengan a consumir. Para así poder generar mayores ingresos económicos en la comuna. Hemos estado bien, ya que los últimos feriados hemos estado copados en su totalidad. Sin embargo, cuando sucede este tipo de situación genera que los residentes ofrezcan sus hogares como alojamientos, lo cual ocasiona que la calidad que se pretende brindar disminuya.

**5. ¿En estos momentos que inconvenientes está presentando la Comuna?**

Considero, que nos falta una idea de negocio diferente, para así poder crear más alternativas de turismo en la zona y no llegar hacer conocidos solo por ofrecer un destino de sol y playa. Si no también que tenemos más recursos que pueden llegar hacer potencializados como las cascadas, el manglar, entre otros.

**6. ¿Cuál es la fuente o actividad de empleo que genera mayores beneficios económicos en la población?**

Definitivamente la mayor fuente de empleo es el sector de turismo, son las áreas de:

- Alojamiento
- Servicio de Alimentos y Bebidas
- Cabañas
- Alquiler de sombrillas

**7. ¿Se tiene un conocimiento de cuántas personas realizan turismo en la Comuna? (Ingreso de turistas %).**

En estos momentos nosotros no poseemos registros, ya que normalmente los que llevan ese control es el Emuturismo, sin embargo, yo estimo que ingresan en un día de feriado alrededor de 3.000 personas.

**8. ¿Cuáles son las características del turista que está visitando el destino en la actualidad?**

Últimamente queremos apuntar a un mercado familiar, debido que son estas personas las que generan mayor ingreso dentro de la comuna; es decir utilizan todos los servicios que nosotros ofrecemos y pernotan por mucho más tiempo en comparación a un turista de paso. Incluso en la comuna se están alquilando casas por un año el cual atrae que residentes de otras partes del mundo como estadounidenses, europeos y argentinos deseen vivir en esta zona.

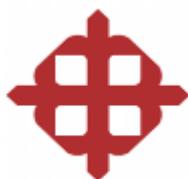
**9. ¿Considera usted que sería posible establecer un plan de mejora de los servicios turísticos en la comuna Olón en base a la medición de la satisfacción de los visitantes?**

Claro, es importante saber que piensa el turista para así poder consensuar los servicios y saber cuáles son las necesidades de los mismos.

**10. ¿Tiene en cuenta cuáles son las cosas que se deben hacer para mejorar el turismo en la Comuna?**

Considero que debemos respetar un poco más la capacidad de carga que poseemos, debido a que no queremos llegar hacer un destino similar a lo que en la actualidad se ha convertido Montañita, es por eso que debemos distribuir o regular de una mejor forma la actividad turística.

## Apéndice B



**Formato de encuesta a visitantes que adquieren los servicios turísticos de la Comuna Olón con el fin de conocer el nivel de satisfacción que tienen los visitantes de la Comuna al utilizar los servicios turísticos.**

*Esta encuesta servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis de la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.*

Favor de llenar la encuesta en su totalidad con la mayor sinceridad posible

**Sexo:**            F                            M                            **Días de estadía en Olón:** \_\_\_\_\_

**Ciudad y país de procedencia:** \_\_\_\_\_                            **¿Con cuántas personas viaja?** \_\_\_\_\_

### 1. Edad del visitante

- a) 18 – 25
- b) 16 – 34
- c) 35 – 45
- d) 45 – 64
- e) Más de 65

### 2. ¿Cuál es el motivo principal de su visita?

- a) Descanso
- b) Diversión
- c) Negocios
- d) Cultura
- e) Estudios
- f) Visita a familiares

### 3. ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estadía en la Comuna?

- a) Hotel/Hospedería/Hostería
- b) Casa de familiares
- c) Casa o departamento propio
- d) Casa o departamento en renta

**4. Indique aproximadamente el gasto que realiza diariamente por servicio adquirido**

<b>SERVICIO TURÍSTICO</b>	<b>\$</b>					
<b>Hospedaje</b>	No aplica	Menor a 15	16 y 19	20 a 24	25 a 29	Más de 30
<b>Restaurante</b>	No aplica	Menor a 15	16 y 19	20 a 24	25 a 29	Más de 30
<b>Transporte</b>	No aplica	Menor a 5	6 y 9	10 a 14	15 a 19	Más de 20

**5. ¿Cómo usted valoraría los siguientes servicios y facilidades turísticas existentes en la Comuna Olón?**

<b>VARIABLES</b>	<b>EXCELENTE</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>MALO</b>
Hospedaje					
Alimentos y bebidas					
Zona de parqueo					
Señalética turística					
Señalética vial					

**6. Mencione deficiencias encontradas en las siguientes áreas:  
(En caso de no haber encontrado una deficiencia durante su estadía dejar en blanco)**

<b>ÁREA</b>	<b>DEFICIENCIA SEGÚN EL VISITANTE</b>
Hotelería	
Alimentos y bebidas	
Infraestructura	

**7. ¿Recomendaría los servicios turísticos adquiridos durante su estadía?**

- a) Si
- b) No

**8. De acuerdo con su punto de vista, ¿qué cosas cambiaría usted al destino Olón para satisfacer las necesidades de los visitantes?**

<b>INTERROGANTES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
El destino necesita nuevos Hoteles		
El destino necesita más establecimientos de alimentos y bebidas		
El destino necesita cajeros automáticos		
El destino necesita más oficinas bancarias		
El destino necesita su propio terminal terrestre		
El destino necesita una zona exclusiva para parqueos con seguridad 24/7		
El destino necesita potencializar su turismo cultural en vez de su turismo de Sol y Playa		
El destino necesita potencializar su turismo comunitario en vez de su turismo de Sol y Playa		
El destino necesita potencializar su ecoturismo en vez de su turismo de Sol y Playa		
El destino necesita de un punto de información turística		
El destino debería ofertar y potencializar senderos ecológicos		
El destino debería contar con oficinas turísticas que posean registros de entradas y salidas de turistas nacionales y extranjeros para conocimiento general y desarrollo del turismo de la zona		
El destino debería contar con oficinas turísticas que posean registros del número de trabajadores por cada negocio turístico existente de la zona		
El destino debería mejorar el marketing de sus servicios y atractivos		

**9.- ¿Qué tipo de capacitaciones piensa usted que debería recibir la Comunidad para mejorar la experiencia del visitante?**

---



---



---

## Apéndice C

 <b>FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO</b> 											
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS				
Olón	Tropical	27°C	80 mm	0msnm	1°47'52"S	80°45'35"W	Montañita				
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO											
<p>La comuna Olón pertenece a la parroquia Manglaralto, del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. Su ubicación es considerada privilegiada ya que tiene un contacto directo con la ruta más importante de la región Costa del país, la ruta Spondylus. El sector cuenta con actividades turísticas pertenecientes a la línea de turismo de sol y playa, teniendo entradas elevadas de turistas especialmente en temporadas altas. La comuna cuenta únicamente con dos atractivos: la playa de Olón y el Santuario Blanca Estrella de la Mar; por otro lado cuenta con recursos como lo son: la cascada el Salto y la Reserva Natural de la Comuna "El Cangrejal".</p>											
10. DATOS RELEVANTES											
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE		
5725 hectáreas	Norte: Curia Sur: Montañita Este: Pajiza Oeste: Océano Pacífico	2500	1200	48%	1300	52%	65%	P.D.O.T (2014): Educación Primaria	SIN INFORMACIÓN		
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
SI	SI	NO / POZO SÉPTICO	4 DÍAS A LA SEMANA: Lun, Mie, Jue y Sab	Desechos son llevados a Ayangue	Sin información	SI / CNT	SI / 2 Cabinas	SI	SI		
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/ CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
CLP Manglaralto Reales tamarindos CETUP	NO	NO	NO	SI / 1 centro de salud	SI / 2 farmacias	SI / 1: Casa comunal	SI / 1: Estadio	SI / 2: Parque Malecón	SI / 2 centros: Primaria y Secundaria. 1 centro: Solo primaria	Bachiller especializado en turismo en un centro educativo	SI / UPC

BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES	
NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	<b>Bomberos y fiscalía:</b> los más cercanos están en Manglaralto <b>Cooperativa de transporte urbano:</b> no son fijos, no tienen un terminal en el cual detenerse. <b>Artesanías:</b> también se da de manera ambulante en las playas	
<b>13. ASENTAMIENTOS HUMANOS</b>									
Según el Plan de Ordenamiento territorial del Cantón de Santa Elena (2014): "La población del cantón Santa Elena se identifica como una etnia mestiza en su gran mayoría, sin embargo y pese a que no está reconocido, es importante mencionar que por hechos sociales, productos de la zona, cierta población se autodefine como "Cholo peninsular" (p.38). Olón, al ser parte de la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena, es la tercera parroquia con mayor densidad poblacional después de Colonche y Santa Elena. Las comunas pertenecientes a la parroquia mencionada son: Barcelona, Curia, Cadeate, Dos Mangas, Atravesado, La entrada, Montañita, Pajiza, Río Chico, Río Blanco, San Pedro, San José, San Antonio, San Francisco de las Núñez, Sinchal, Sitio Nuevo, Valdivia, San Vicente de Loja y La Rinconada.									
<b>14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS</b>									
<b>11.1 TERRESTRE</b>									
DESDE		VÍA, TIPO Y ESTADO		TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO	
Guayaquil		Ruta Spondylus		2h50		CLP - CICA		OW \$6,25	
Santa Elena		Ruta Spondylus		1h00		CLP		OW \$3,00	
<b>11.2 AÉREO</b>									
DESDE		CIA, FRECUENCIA		TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO	
NO APLICA									
<b>11.3 ACUÁTICO</b>									
DESDE		VÍA, TIPO Y ESTADO		TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO	
NO APLICA									
<b>11.4 OTROS</b>									
DESDE		VÍA, TIPO Y ESTADO		TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO	
NO APLICA									
<b>15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA</b>									
DISTANCIA (KM)	QUITO		GUAYAQUIL		CUENCA		MACHALA		OBSERVACIONES
	520		202		394		368		
<b>16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS</b>									
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS		SITIO DE INTERCONEXIÓN		CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO		NOMBRE		OBSERVACIONES	
Montañita		Baja Montañita		RUTA		Spondylus			
-		-		CIRCUITO		-			
-		-		CORREDOR		-			
-		-		OTRO		-			
-		-		NINGUNO		-			

17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS											
17.1 NATURALES					17.2 CULTURALES						
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Playa de Olón	-			X		Santuario Blanca Estrella del Mar				X	
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS							14.4 OBSERVACIONES				
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internaional)					
Playa de Olón	1°47'52"S	80°45'35"W	ALTERADO	Ambas	Ambas	Local					
Santuario Blanca Estrella del Mar	1°48'54"S	80°45'25"W	ALTERADO	Ambas	Ambas	Local					
18. SERVICIOS TURÍSTICOS											
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES				
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	Número de plazas fue calculado a partir del promedio de habitaciones por hotel/ sillas por restaurante				
127	0	0	53	536	74	1850					
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO											
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES						
SEÑALIZACIÓN	SI	12	Calles de Olón	Alterado							
SEÑALÉTICA	NO	-	-	-							
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	NO	-	-	-							
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO	-	-	-							
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO	-	-	-							
SENDEROS	NO	-	-	-							
MIRADORES OTROS	SI	1	Junto al Santuario de Olón	Alterado							
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN											
20.1 TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	20.2 OBSERVACIONES							
ECOTURISMO	SI	Todo el año	Recorrido Cascada "El Salto"	El recorrido de la cascada "El Salto" por el momento no se está ofertando							
TURISMO DE SOL Y PLAYA	SI	Todo el año	Playa de Olón								
TURISMO COMUNITARIO	SI	Todo el año	Casa Comunal								
TURISMO CULTURAL	SI	Todo el año	Santuario Blanca Estrella del Mar								
TURISMO RELIGIOSO	SI	Todo el año	Santuario Blanca Estrella del Mar								
TURISMO DE SALUD	NO	-	-								
TURISMO DE DEPORTES	SI	Todo el año	Playa de Olón								
TURISMO DE AVENTURA	NO	-	-								
CONVENCIONES	NO	-	-								
OTROS	NO	-	-								

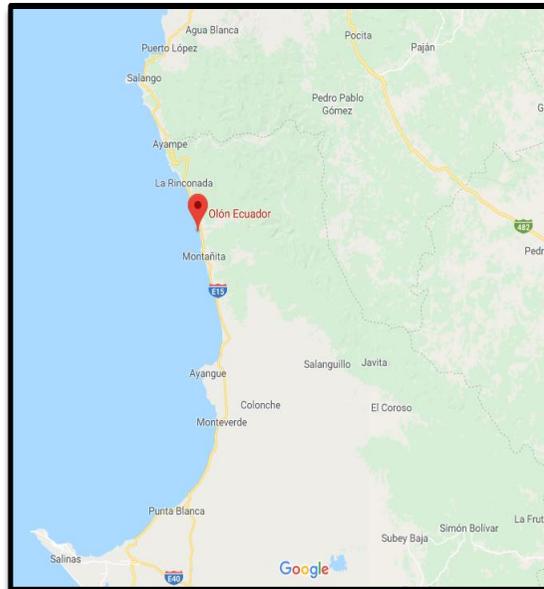
21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
90%	2018	Diciembre - Mayo	1 noche	\$35	10%	2018	Mayo - Noviembre	Más de 2 noches	\$40	Información recopilada del estudio de mercado realizado el mes de junio del presente año
22. INGRESOS POR TURISMO										
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD		22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD					
SIN INFORMACIÓN										
23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO										
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIAMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANIA	OTROS		
530	888	SIN INFORMACIÓN	NO	NO	NO	SIN INFORMACIÓN	50	-	Número de personas con empleo directo/indirecto de alojamiento: promedio 10 personas por establecimiento. Número de personas con empleo directo/indirecto de alimentos y bebidas: promedio 12 personas por establecimiento	
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO					23.5 OBSERVACIONES		
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		FECHA	DETALLE		ESTADO		
SIN INFORMACIÓN			MINISTERIO DEL AMBIENTE	NO	NO APLICA					
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO	NO	NO APLICA					
			OTROS	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA	2004	Dependencia administrativa del Ministerio de Agricultura y Ganadería		Vigente	El ministerio de agricultura y ganadería es el principal ente regulador de las comunas del Ecuador, según la ley de Comunas	

24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO									
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
SI	2008	SI	SIN INFORMACIÓN	NO	NOI	NO	NO	ORDENANZA QUE REGULA LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS PRODUCTIVAS Y MANEJO INTEGRAL DE LAS PLAYAS DEL CANTÓN SANTA ELENA.	2015
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES				
NO	NO	NO	NO	NO	Coordinación Zonal correspondiente a Olón (Zonal 5) es encargado de regular a la vez a otras provincias además de Santa Elena: Bolívar, Los Ríos, Galápagos y Guayas (excepto Guayaquil, Durán y Samborondón).				
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE									
25.1 NOMBRE		25.2 LOCALIDAD		25.3 TIPO DE PROYECTO			25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO
SEDE SOCIAL DE COMITÉ DE TURISMO		CASA COMUNAL DE OLÓN		ASOCIACIÓN			250 personas	Presidente de la Comuna: José Francisco Reyes	SIN INFORMACIÓN
25.7 OBSERVACIONES		Información obtenida en la entrevista realizada al presidente de la Comuna							
26. PRINCIPALES NECESIDADES									
DETALLE		MARCAR		ESPECIFICACIONES					
CONSERVACIÓN URBANA		X		Mejoras de aceras y bordillos					
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD		X		Carro recolector de basura debería pasar todos los días de la temporada alta					
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS		-		-					
CIRCULACIÓN VEHICULAR		X		Mejorar circulación vehicular					
ACCESOS		X		Actualmente solo existe una entrada y una salida de la Comuna en vehículo					
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO		X		No se completó el proyecto de señalización					
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS		X		No se completó el proyecto de señalética					
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS		-		-					
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA		X		Necesidad					
OTROS		X		Necesidad del registro de establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas con un ente regulador: Mintur o Emuturismo.					
23.1 OBSERVACIONES									

27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS

FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA MANGLARALTO	Plan de desarrollo	2014	2019	<b>Obtenido de:</b> <a href="http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0968538230001_Actualizaci%C3%B3n%20PDYOT%202014-2019%20Parroquia%20Manglaralto_26-10-2015_06-41-43.pdf">http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0968538230001_Actualizaci%C3%B3n%20PDYOT%202014-2019%20Parroquia%20Manglaralto_26-10-2015_06-41-43.pdf</a>
PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN SANTA ELENA	Plan de desarrollo	2014	2019	<b>Obtenido de:</b> <a href="http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0960001540001_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%2030-01-2015-2%20fin_19-02-2015_09-41-20.pdf">http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0960001540001_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%2030-01-2015-2%20fin_19-02-2015_09-41-20.pdf</a>

25. MAPA



## Apéndice D

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	4	0	1	5	5	A	N	1	0	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Playa Olón																	
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>									
ATRATIVOS_NATURALES				COSTAS_O_LITORALES				PLAYA									
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>									
SANTA_ELENA				SANTA_ELENA				SALINAS									
<b>2.4 Calle Principal</b>				<b>2.5 Número</b>				<b>2.6 Transversal</b>									
Malecón de Olón				n/a				n/a									
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>													
OLON				OLON													
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>					<b>2.11 Altura (msnm)</b>								
1°47'52''S				80°45'35''W													
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				OLON													
Observaciones:																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 22°C				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 0									
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
<b>4.1 Tipo de Ingreso (u)</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3		4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0		b. Hasta \$ 0											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 6:00		b. Hora de Salida: 22:00											
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días 3		c. Fines de Semana y Feriados 0				b. Sólo días hábiles 0		d. Otro. 0 Especifique:					
Observaciones:																	

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Noviembre - Abril					
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Mayo - Octubre					
Observaciones:									
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Cable	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:									
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <b>Montañita</b>									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	4.7	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	10	minutos				
Observaciones:									

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados:	53	Habitaciones:	530	Plazas:	583		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	74	Mesas:	185	Plazas:	1.850		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>c. De recorrido y descanso</b> <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>d. De servicio</b> <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>						
f. Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis <input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:								
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 0	b. Alterado 5	c. En proceso de deterioro 0	d. Deteriorado 0					
Observaciones:								
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>			<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>					
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearías <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>					
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
<b>7.2 Entorno (500 m) (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 0	b. Alterado 3	c. En proceso de deterioro 0	d. Deteriorado 0					
Observaciones: Comuna								

<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>				<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>			
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input checked="" type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>	
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:								
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>	
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:								
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	1	
Observaciones:								
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>			
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		Jose Francisco Reyes Orrala						
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>								
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	
Especifique:								
<b>9.5. Contacto</b>								
a. Nombre:		Jose Francisco Reyes Orrala			b. Teléfono/Celular:			0959997666
c. Correo Electrónico:		comunaolon@hotmail.com			d. Página WEB:			
Observaciones:								
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>			
g. Surf	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:								

<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/> Especifique:
Observaciones:							
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	0	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	0		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolism		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							

<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
Observaciones:							
<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>12.1 Afluencia (M)</b>	<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>				
a. Local 0,6	a. Turista 0	b. Excursionista 0,3	a. Alta 0	b. Media 0,3	c. Baja 0		
b. Nacional 1,5	a. Turista 0	b. Excursionista 0,5	a. Alta 1	b. Media 0	c. Baja 0		
c. Extranjera 2	a. Turista 1	b. Excursionista 0	a. Alta 1	b. Media 0	c. Baja 0		
Observaciones:							
<b>13. RECURSO HUMANO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>13.1. Personal especializado en turismo (U):</b>	SI	1	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
<b>13.2. Nivel de instrucción (U)</b>							
Primaria	1	Secundaria	2	Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0
Otro	0	Especifique:					
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>							
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>
e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:							

**14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO** SI  NO  S/I

La playa de Olón es una de las más extensas de toda la costa del Ecuador. Su extensión es de 3 kilómetros y es caracterizada por su tranquilidad y organización.

**15. ANEXOS** SI  NO  S/I

**a. Archivo Fotográfico (dos)**



Fuente:

**c. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: [Google earth](#)

## Apéndice E

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	2	4	0	1	5	5	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
<b>1. DATOS GENERALES</b>																							
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																							
Santuario Blanca Estrella de la Mar																							
<b>1.2 Categoría</b>						<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>											
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)											
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																							
<b>2.1 Provincia</b>						<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>											
SANTA_ELENA						SANTA_ELENA						SALINAS											
<b>2.4 Calle Principal</b>						<b>2.5 Número</b>						<b>2.6 Transversal</b>											
Vía Baja Montañita						n/a						n/a											
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>						<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>																	
OLON						OLON																	
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>						<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>						<b>2.11 Altura (msnm)</b>											
1°48'54''S						80°45'25''W						100 msnm											
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>						SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>													
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:						OLON																	
Observaciones: Lejos del centro de la comuna																							
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																							
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>											
3.1. Clima TROPICAL						3.2 Temperatura(°C) 22°C						3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 0											
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																							
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>											
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>						SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3						4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$ 0						b. Hasta \$ 0											
						a. Efectivo <input type="checkbox"/>						b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>											
						e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>						f. Cheque <input type="checkbox"/>											
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso: 7:00						b. Hora de Salida: 18:00											
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días 3						c. Fines de Semana y Feriados 0											
						b. Sólo días hábiles 0						d. Otro. 0 Especifique:											
Observaciones:																							

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Noviembre - Abril					
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Mayo - Octubre					
Observaciones:									
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Cable	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:									
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <b>Montañita</b>									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	4.7	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	10	minutos				
Observaciones:									

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados:	60	Habitaciones:	350	Plazas:	560		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	70	Mesas:	440	Plazas:	1.850		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>c. De recorrido y descanso</b> <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>d. De servicio</b> <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>			c. Venta de Artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>				
f. Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis <input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:								
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 0	b. Alterado 5	c. En proceso de deterioro 0	d. Deteriorado 0					
Observaciones:								
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>			<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>		b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>		c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>		e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>		f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearías <input type="checkbox"/>		h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>		k. Contaminación del Ambiente <input checked="" type="checkbox"/>		l. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>		o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
<b>7.2 Entorno (500 m) (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 0	b. Alterado 3	c. En proceso de deterioro 0	d. Deteriorado 0					
Observaciones: Comuna								

<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI		2		NO	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI		1		NO	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:				c. Alcance:	
Observaciones:							
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>				<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>			
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input checked="" type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI		2		NO	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI		2		NO	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI		2		NO	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							

<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	1
Observaciones:							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		Jose Francisco Reyes Orrala					
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
<b>9.5. Contacto</b>							
a. Nombre:	Jose Francisco Reyes Orrala			b. Teléfono/Celular:	0959997666		
c. Correo Electrónico:	<a href="mailto:comunaolon@hotmail.com">comunaolon@hotmail.com</a>			d. Página WEB:			
Observaciones:							
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							

<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	0		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	4	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:	Misa especial el 11 de cada mes por las Lágrimas de sangre de Rosa Mística						
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	2	c. Malo	0	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

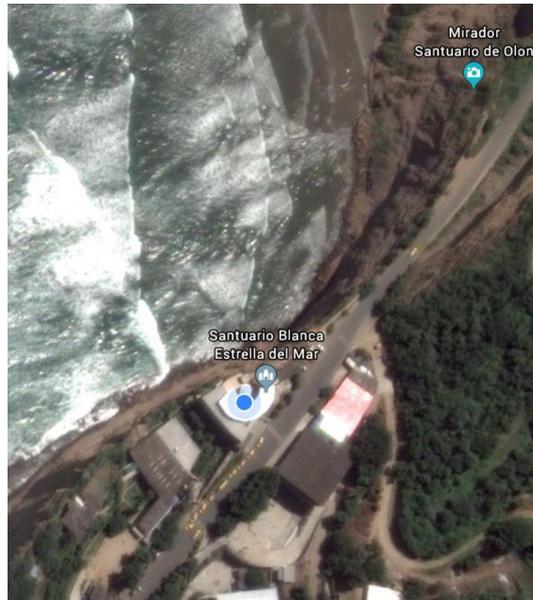
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>							
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas														
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)													
Observaciones:																	
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>							
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)													
a. Local	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0	b. Media	0,3	c. Baja	0						
b. Nacional	1,5	a. Turista	0	b. Excursionista	0,5	a. Alta	1	b. Media	0	c. Baja	0						
c. Extranjera	2	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	1	b. Media	0	c. Baja	0						
Observaciones:																	
13. RECURSO HUMANO					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>							
13.1. Personal especializado en turismo (u):					SI	1	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:								
13.2. Nivel de instrucción (u)																	
Primaria					1	Secundaria	2	Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0	Otro	0	Especifique:			
13.3 Manejo de Idiomas (M)																	
a. Inglés					<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro			<input type="checkbox"/>
Observaciones:																	
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>							
<p>El Santuario Blanca Estrella del Mar, ubicado en el Cerro de Olón sobre la punta de Montañita construido sobre piedra en 1984 con forma de barco, se encuentra aproximadamente a 100 metros sobre el nivel del mar. Su principal atractivo es la Cripta de la Virgen que en 1990 se dice que derramó lágrimas de sangre en presencia de visitantes.</p>																	

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google earth](#)



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **García Sánchez Melissa Nicole**, con C.C: # 0925972721 y **González Serrano María Belén**, con C.C: # 0922894001 autoras del trabajo de titulación: **Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena** previo a la obtención del título de **INGIERERA/O EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del 2018**

f. \_\_\_\_\_  
**García Sánchez Melissa Nicole**  
C.C: **0925972721**

f. \_\_\_\_\_  
**González Serrano María Belén**  
C.C: **0922894001**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	González Serrano María Belén, García Sánchez, Melissa Nicole		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera/o en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>13 de septiembre del año 2018</b>	<b>No. de Páginas:</b>	160
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, Inventario Turístico, Marketing Turístico		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Sol y playa, mejoras, servicios turísticos, experiencia turística		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> Olón es una comuna perteneciente a la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena. Es considerado un sitio atractivo al tener una gran afluencia de turistas en temporadas altas, debido a la oferta de su turismo de Sol y Playa, la tranquilidad del sector y la cercanía que posee con uno de los productos turísticos ecuatorianos más conocidos, de manera local e internacional, la Comuna Montañita. Luego del análisis de la situación actual del sistema turístico de Olón, se verifica la potencialidad turística, gracias a sus atractivos y a la disposición de sus habitantes para dar paso al desarrollo del turismo del sector; por otro lado, también fueron identificadas las falencias que no permiten a los turistas alcanzar la satisfacción total al momento de hacer uso de los servicios de Olón. El presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar un plan de mejora de los servicios turísticos de la Comuna Olón, con el fin de optimizar la experiencia turística del sector, a fin de que Olón pueda ser consolidado, no como una alternativa, sino como un destino para el turismo de sol y playa que oferte calidad en sus servicios turísticos. Como principal consecuencia del objetivo general previamente mencionado, se da paso al beneficio mutuo entre habitantes y visitantes de la zona; los habitantes por su parte serían los beneficiarios directos, ya que se aumentarían los ingresos, proporcionando una seguridad económica a todos quienes forman parte de la comercialización de la actividad turística. Los turistas, considerados los beneficiarios indirectos, tendrán la oportunidad de hacer uso de servicios de calidad que busquen constantemente la perfección y mejora del servicio que se brinda.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-990552929	E-mail: belengonzalez28@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			