




## Promoción turística para la cascada "El Salto" de la parroquia la América

Tourism promotion for "El Salto" waterfall, la América parish


doi <https://doi.org/10.47230/revista.ciencia-lideres.v4.n2.2025.44-53>

**Recibido:** 10-01-2025    **Aceptado:** 15-02-2025    **Publicado:** 20-12-2025

Germán Francisco León Lara<sup>1</sup>

 <https://orcid.org/0000-0001-5282-1044>

Mirelys Nathalie Solis Chele<sup>2</sup>

 <https://orcid.org/0009-0001-0271-0933>

1. Magíster en Ciencias; Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad Ciencias Económicas, Carrera Turismo; Jipijapa, Ecuador.
2. Estudiante; Universidad Estatal Del Sur de Manabí, Facultad Ciencias Económicas, Carrera Turismo; Jipijapa, Ecuador.

**Volumen:** 4

**Número:** 2

**Año:** 2025

**Paginación:** 44-53

**URL:** <https://revistas.unesum.edu.ec/rclideres/index.php/rcl/article/view/209>

**\*Correspondencia autor:** german.leon@unesum.edu.ec



## RESUMEN

El turismo constituye un sector destacado en la economía, año tras año se acrecienta su importancia en las economías internacionales, pues es una de las actividades económicas que mayores posibilidades ha demostrado para adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales. El objetivo de la investigación es analizar la promoción turística para la cascada “El Salto” de la parroquia la América, con la finalidad de dar a conocer uno de muchos atractivos turísticos que son pocos reconocidos y crear mayores oportunidades de crecimiento y trabajo para sus habitantes. El diseño de la investigación se basó en los métodos inductivo-deductivos, para la recolección de la información, además del uso de técnicas de observación y encuestas. Los resultados obtenidos indicaron que dentro de sus recursos naturales existe variedad de especies animales y vegetales, así como una diversidad gastronómica, el grupo que más visita el lugar está entre la edad de 18 a 25 años con un 28%, siendo la mayoría de procedencia local con 56% y que las personas que han visitado la cascada se han ido con una buena impresión del lugar. En conclusión, los recursos naturales y culturales juegan un papel importante dentro de un atractivo turista porque son estos recursos los que llaman la atención y la curiosidad de los turistas por visitarlos, las redes sociales dentro del turismo son muy importantes porque son un medio de difusión mucho más rápido y llegan a más personas.

**Palabras clave:** Promoción, Recursos naturales, Turismo.

## ABSTRACT

Tourism constitutes a prominent sector in the economy, its importance in international economies increases year after year, as it is one of the economic activities that has shown the greatest possibilities for adapting to technological and social changes. The objective of the research is to analyze the tourist promotion for the “El Salto” waterfall of the América parish, with the purpose of publicizing one of the many tourist attractions that are little recognized and creating greater opportunities for growth and work for its inhabitants. The research design was based on inductive-deductive, observation and survey techniques were used to collect information. The results obtained indicated that within its natural resources there is a variety of animal and plant species as well as gastronomic diversity, the group that visits the place the most is between the ages of 18 to 25 years with 28%, the majority being of local origin with 56% and that the people who have visited the waterfall have left with a good impression of the place. In conclusion, natural and cultural resources play an important role within a tourist attraction because it is these resources that attract the attention and curiosity of tourists to visit them, social networks within tourism are very important because they are a means of dissemination much faster and reach more people.

**Keywords:** Promotion, Natural resources, Tourism.



Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0)

## Introducción

El turismo es una actividad de gran importancia para muchos países convirtiéndose en un instrumento eficaz para el crecimiento integral e inclusivo con su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo. Además se reconoce como uno de los principales sectores dinamizadores de la economía a nivel mundial, pero a su vez, es un área de permanente innovación en todos los ámbitos de las actividades turísticas, pues las crecientes exigencias de sus clientes y las demandas del desarrollo científico técnico proporcionan constante cambios que deben ser atendidos de manera creativa y dinámica (Ochoa Escobar, Estrella Gómez, & Barahona Tapia, 2021).

La promoción turística se base sobre el proyecto institucional de Turismo de la Universidad Estatal del Sur de manabi “Atractivos turísticos de la diversidad biológica en la región costa de Ecuador” esta fase es fundamental ya que nos ayudara en la promoción de los diferentes atractivos turísticos que existen, debido a que las personas no pueden consumir aquello que desconocen por tal motivo se crean diferentes estrategias de marketing con la finalidad de llegar al mayor número de personas posibles y despertar así su interés por el lugar.

Hoy en día la promoción turística por medio de plataformas digitales como lo son las redes sociales y paginas web está tomando mayor popularidad por aquellas empresas que se encuentran dentro de este campo, por ser un medio preciso y eficaz para difundir información acerca de un atractivo turístico. Es necesario para los turistas obtener información, vivencial de los distintos lugares turísticos que se pueden visitar, de esta forma los medios digitales se han convertido como un factor clave, provocando cambios vertiginosos a la hora de escoger el lugar de sus vacaciones o pasar un fin de semana con la familia y amigos disfrutando de las maravillas turísticas (Velasteguí López, Salazar Andrade, Núñez Muñoz, & Barragán, 2018).

En la actualidad existen pocas actividades y estrategias de promoción turística para la cascada “El Salto” de la parroquia La América que esté enfocadas en dar a conocer el lugar provocando que los recursos que ella posee tanto en flora, fauna y gastronómicos no sean aprovechados de una forma óptima.

La finalidad del proyecto de investigación titulado “Promoción turística para la cascada “El Salto” de la parroquia La América”, de acuerdo al proyecto institucional de “Atractivos Turísticos de la diversidad Biológica en la región costa del Ecuador es lograr que el lugar cuente con un mayor reconocimiento por parte de turistas tanto locales como nacionales, llevando a un incremento del desarrollo económico de la comunidad.

El objeto de la investigación es analizar la promoción turística para la cascada “El Salto” de la parroquia La América.

## Materiales y métodos

La cascada “El Salto” se encuentra ubicada en la comunidad El Mamey perteneciente a la parroquia La América del cantón Jipijapa.

Es un estudio de tipo inductivo- deductivo porque ayudo a partir de un hecho en particular como es la promoción turística y las técnicas de promoción que se utilizan, que servirá para establecer el tipo de técnica que se utilizara en la promoción de la cascada obteniendo conclusiones generales acerca de la investigación, permitiéndonos así establecer que las redes sociales son el medio de mayor acogida para la promoción de un lugar turístico. De tipo analítico-sintético, permitió efectuar un análisis crítico de los resultados establecidos en la representación gráfica del estudio y establecer un criterio formativo acerca de la investigación.

Para la recolección de la información se contaron con dos técnicas como fue la observación utilizada con la finalidad de obtener información sobre los recursos y

naturales presentes dentro del lugar y la encuesta aplicada a los visitantes que acuden a la cascada "El Salto", el cuestionario consto de 11 preguntas de opción múltiple validadas por (Rezabala Meza, 2015).

Para la determinación de la población se tomaron en cuenta los datos brindados por el Ministerio de Turismo, que asegura que el 8% de turistas (6400) que llegan a Manabí tiene como fin visitar destinos rurales (Zea Baque, 2023). Y a través de un muestreo aleatorio simple por lo que se consideró un total de muestra de 150 visitantes de la cascada "El salto" de la parroquia la América.

### Resultados y discusión

La cascada "El Salto" de la parroquia la América presenta una gran variedad tanto de recursos naturales como culturales, pre-

sentando una gran diversidad de especies vegetales de acuerdo a nombres comunes conocidas por los comuneros, en el que toco por medio del apoyo de la carrera de Agroforestal de la UNESUM identificar el nombre científico de las especies mencionadas por medio de recolección de muestras y fotos. de las cuales algunas son mativas y otras han sido introducidas dentro de las cuales están la caña brava, mango, orquídeas, guineo, naranja, plátano, caña guadua, mandarina, café, papaya, sábila, limón. Al igual que en su fauna se pueden observar la presencia tanto de animales silvestres como domésticos destacándose paloma, gato de monte, pericos, loros, caciques, armadillos, gallina, ardilla, cerdo, vaca, pavo, pato, guatuso, perdiz según nombres comunes. (Ver tabla 1,2)

**Tabla 1.** Especies vegetales de la comunidad El Mamey

Flora	Nombre científico	Familia	Genero
Caña brava	Gynerium sagittatum	Poaceae	Gynerium
Mango	Mangifera indica	Anacardiaceae	Mangifera
Guineo	Musa acuminata	Musaceae	Musa
Naranja	Citrus sinensis	Rutaceae	Citrus
Plátano	Musa × paradisiaca	Musaceae	Musa
Mandarina	Citrus reticulata	Rutaceae	Citrus
Café	Coffea arabica	Rubiaceae	Coffea
Papaya	Carica papaya L.	Caricaceae	Carica
Sábila	Aloe vera	Asphodelaceae	Aloe
Limón	Citrus limon	Rutaceae	Citrus

**Tabla 2.** De acuerdo a especies nativas que predomina la comunidad, se basa en la observación in-situ como:

Flora	Nombre científico	Familia	Genero
Ceiba	Ceiba trichistandra	Bombacaceae	Ceiba
Samán	Samanea saman	Mimosaceae	Samanea
Ficus	Ficus Benjamina	Moraceae	Ficus

Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>	Boraginaceae	<i>Cordia</i>
Orquídea	<i>Oncidium estradae</i>	Orchidaceae	<i>Oncidium</i>
Tagua	<i>Phytelephas aequatorialis</i>	Arecaceae	<i>Phytelephas</i>
curuba	<i>Passiflora sprucei</i>	Passifloraceae	<i>Passiflora</i>

Las especies predominantes de acuerdo a la observación constituye las analizadas de acuerdo a la observación de campo entre las más relevantes existiendo de igual manera Poaceas que también predominan los campos del sector para llegar a la cascada El Santo de la comunidad el Mamey.

Por otro lado en la comunidad El Mamey existe especies exóticas y nativas que hoy viven en el sector por el desarrollo turístico y agrario en el caso de la fauna existente, identificando las siguientes. (Ver tabla 3)

**Tabla 3.** Especies animales de la comunidad El Mamey

Fauna	Nombre científico	Familia	Genero
Paloma	<i>Columba livia</i>	Colúmbidas	<i>Columba</i>
Gato de monte	<i>Felis silvestris</i>	Felidae	<i>Felis</i>
Pericos	<i>Melopsittacus undulatus</i>	Psittaculidae	<i>Melopsittacus</i>
Loro	<i>Psittacara erythrogenys</i>	Psittacidae	<i>Psittacara</i>
Armadillos	<i>Dasyrodidae</i>	Dasyrodidae	<i>Dasyrodus</i>
Cacique	<i>Cacicus</i>	Icteridae	<i>Cacicus</i>
Ardilla	<i>Sciuridae</i>	Sciuridae	<i>Sciurus</i>
Gallina	<i>Gallus gallus domesticus</i>	Phasianidae	<i>Gallus</i>
Chancho	<i>Sus scrofa</i>	Suidae	<i>Sus</i>
Vaca	<i>Bos taurus</i>	Bovidae	<i>Bos</i>
Pavo	<i>Meleagris gallopavo</i>	Phasianidae	<i>Meleagris</i>
Pato	<i>Anas platyrhynchos</i>	Anatidae	<i>Anas</i>
Guatuso	<i>Dasyprocta punctata</i>	Dasyproctidae	<i>Dasyprocta</i>
Perdiz	<i>Alectoris rufa</i>	Phasianidae	<i>Alectoris</i>
Culebra x	<i>Bothrops spp</i>	Viperidae	<i>Bothrops</i>

Dentro de su gastronomía prevalecen aquellos platos a base de los productos provenientes del lugar como caldo de gallina criolla, seco de gallina criolla, viche de pescado, greñoso de maní, chicha de maíz, natilla de maíz, tortilla de maíz. En cuanto

a sus tradiciones religiosas y culturales se encontraron la de Virgen de la Merced, Virgen de la Monserrate, Virgen de Agua Santa, San Pedro y San Pablo, celebraciones de misas, procesiones, Santa Rosa y San Ramón, semana santa. (Ver tabla 4)

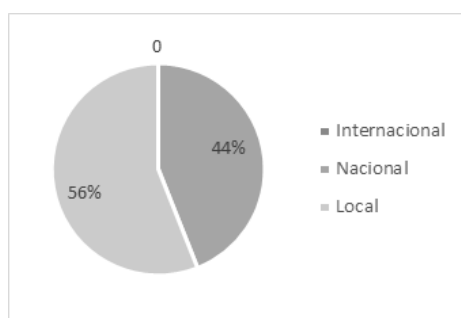
**Tabla 4.** Gastronomía a base de los productos del lugar en la cascada el Salto:

Producto	Gastronomía
Maíz	Greñoso, natilla, chicha, tortillas
Plátano	Corviches, bollos
Gallina criolla	Caldo de gallina criolla, seco de gallina criolla
Leche	Queso, nata, requesón
Frutas	Mermeladas, conservas

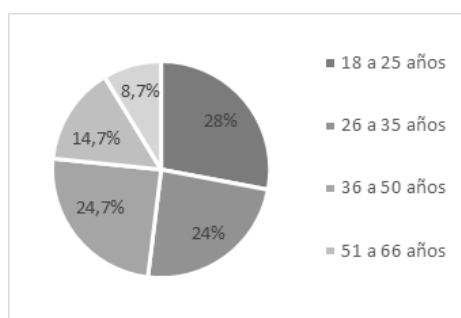
Se logró identificar los grupos de edades que mayormente frecuentan el lugar, así como la procedencia de ellos que en su mayoría son de origen local. Además, muchos de ellos concuerdan que unos de los factores

predominantes para disuadir a una persona de visitar un atractivo turístico es la poca información que se maneje del sitio, volviéndolo poco atractivo para los visitantes.

**Figura 1.** Lugar de residencia



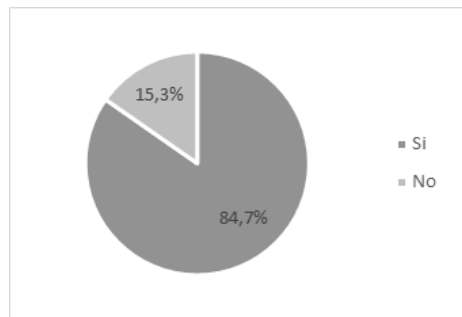
**Figura 2.** Edades



Por los datos arrojados por la encuesta se puede evidenciar que el 84,7% han escuchado hablar de la comunidad El Mamey

sitio en donde se encuentra la cascada “El Salto” y un 15,3% mencionan no haber escuchado antes sobre dicha comunidad.

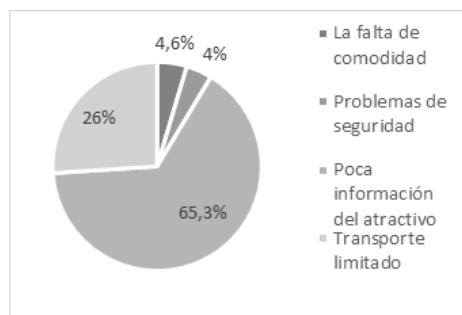
**Figura 3.** Difusión de la cascada el Salto por de la comunidad



Un 65,3% de los encuestados creen que un factor que puede disuadir a una persona de visitar un lugar es la poca información que se tenga del lugar, un 26% dice

que es el transporte limitado, un 4,6% creen que se puede deber a problemas de inseguridad y un 4% opinan que es por la falta de comodidad que exista en el atractivo.

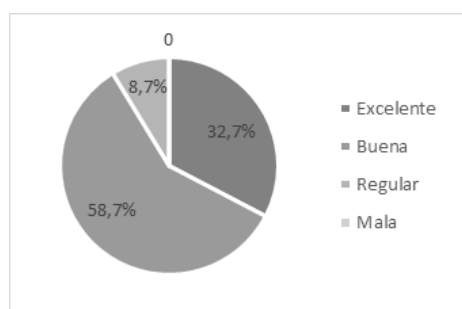
**Figura 4.** Factores que puede disuadir a un turista



Un 58,7% consideran su experiencia en la cascada “El Salto” como buena, un porcentaje del 32,7% califican su experien-

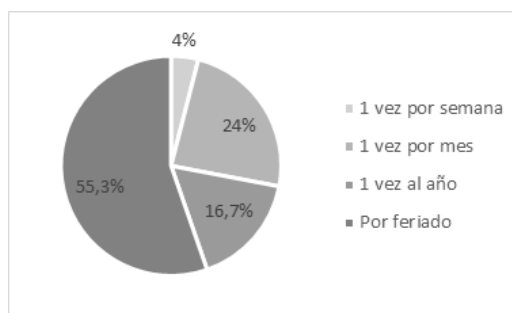
cia como excelente y un pequeño porcentaje del 8,7% de los encuestados considera su experiencia en la cascada como regular.

**Figura 5.** Experiencia en la cascada “El Salto”



La frecuencia con la que las personas frecuentan el lugar es por feriado ya que son los días en que ellos pueden salir de paseo y relajarse con familiares y amigos. Este lugar está generando más un Turismo

local, que en temporadas acuden a sitios con un paisaje natural, siendo esto un interés de sostenibilidad local para el desarrollo del turismo.

**Figura 6.** Frecuencia con la que viaja al lugar

## Discusión

En el presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de Analizar la promoción turística para la cascada “El Salto” de la parroquia La América. A través de los resultados obtenidos mediante la identificación de los recursos naturales y culturales de la parroquia La América y una encuesta a los visitantes de la cascada el “El Salto” se logró conocer tanto las técnicas de promoción turísticas que se aplican en el lugar, la afluencia y las características de las personas que lo visitan.

En su estudio realizado en el 2020 sobre “Recursos naturales y culturales como factor de desarrollo local turístico de la provincia de Manabí” concluyeron Manabí cuenta con muchas potencialidades, pero pese a esto el turismo dentro de la provincia se encuentra en un estado básico, no se explotan todas las cualidades naturales que posee, así como su diversidad cultural y gastronomía; entre los aspectos negativos o debilidades de los destinos turísticos de Manabí se encuentran: la falta de servicios básicos, negocios de comidas ambulante y la inseguridad (Campos Sánchez, Cuétara Sánchez, & Plaza Macías, 2020).

Orellana Salas y Lalvay Portilla en su artículo “Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador” en el año 2018 determinaron que el turismo incide de gran manera, ya que la belleza paisajística y el cuidado de recursos natura-

les son el atractivo para muchas personas, en este caso los turistas. Si no se maneja de manera adecuada los recursos naturales, como los bosques, perderán valor frente a los ojos del turista por lo que debe de ser realizado considerando la vulnerabilidad de los ecosistemas y respetando y cuidando el entorno natural (Orellana Salas & Lalvay Portilla, 2018).

En la investigación realizada por Jiménez Gutiérrez sobre el estudio del perfil de la comunidad Pasohurco como potencial turístico determinaron que el 75% que visitan la provincia son de procedencia extranjera de diferentes partes del mundo, lo que demuestra que la promoción y publicidad de los atractivos naturales y culturales del Ecuador, es aceptada y captada a nivel internacional, se desplazan en familia o con amigos para descansar, conocer, divertirse. Por otra parte, el 25% restante de los turistas son de diferentes provincias del Ecuador, lo que indica que los turistas nacionales eligen otros destinos turísticos que puede ser debido a la poca valorización de la riqueza natural y cultural existente en Ecuador. En cuanto al sexo de los turistas, en el ámbito nacional el 60% son hombres, y el 40% mujeres, mientras que en turistas extranjeros el 51% corresponde a hombres y el 49% son mujeres, esto demuestra que los recursos espeleológicos y potenciales turísticos tienen acogida por un grupo homogéneo de turistas nacionales y extranjeros (Jiménez Gutiérrez, Chugñay Cargua, Poma Copa, & Cuasqui Proaño, 2019).

En el presente estudio por Padilla Gallegos y Col., sobre “Sol, playa y gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del balneario de Salinas, provincia de Santa Elena” mostraron que la distribución por género y edad presentan una frecuencia mayor para las mujeres con un 56% y con edades de entre 36 a 48 años. Es aún más interesante observar el importante porcentaje de profesionales, lo que sugiere que este tipo de turista es altamente preparado. La mayoría de los turistas proviene de Guayas (25%), Pichincha, Imbabura y Azuay (11%, 11% y 3%) y solo un 3% eran extranjeros. Además, recalcan que es importante identificar los perfiles y las motivaciones del turista para visitar un destino, se ha convertido en una pieza clave para la planificación turística, especialmente para establecer aquellas acciones comerciales y de promoción para un destino turístico (Padilla Gallegos, Linzán Rodríguez, & Villao Burgos, 2029).

Gascó Gonzáles en su trabajo denominado “El impacto de las redes sociales en el sector del turismo desde la perspectiva turística” concluyeron que en los últimos años las TICs han cambiado la forma de trabajar las empresas y de dirigirse a sus clientes, y la forma en como los usuarios intercambian información, la buscan y toman decisiones de compra. Las redes sociales online son comunidades de personas que comparten intereses sobre un tema concreto, y tienen un valor muy importante para el turismo, ya que los usuarios difunden y buscan información turística, para explicar sus experiencias y para tomar decisiones de compra. Gracias a estas tecnologías los usuarios no son sólo receptores de información de las empresas o destinos turísticos, sino que generan sus propios contenidos y pueden influir en las decisiones de compra de su círculo de conocidos, pero también, debido al carácter viral de la información difundida en las redes, de un espectro más amplio de potenciales consumidores desconocidos (Gascó Gonzáles, 2022).

Además, en el trabajo de investigación sobre “La importancia de las redes sociales como instrumento de promoción turística. El caso de la ciudad de Segovia”, menciona que, gracias a estas tipologías de comercio electrónico, no sólo se intercambia información sobre la compra y venta de productos turísticos entre agentes del sector y consumidores, sino que permite poner en contacto a personas de cualquier parte del mundo para intercambiar servicios turísticos de manera particular. Con todo ello surgen comunidades online en las que usuarios comparten a través de la red, ideas, emociones y conocimientos sin importar su situación geográfica (González Sanz, 2020).

## Conclusiones

Se lograron identificar por medio de las fichas de observación 12 especies de vegetales dentro de la zona, así mismo 14 especies animales tanto domesticas como de origen silvestre, además de cinco platillos que son muy tradicionales dentro de la comunidad así como también 8 festividades tradicionales que se llevan a cabo dentro de la comunidad una vez al año y que atraen la atención de muchos visitantes, también se identificó a la cascada El Salto como un recurso natural propio de la comunidad.

Se logró evidenciar que la mayoría de público que asiste a la cascada “El Salto” se encuentra dentro del rango de edad de entre 18 a 25 años de edad, asisten con sus familiares y amigos mayormente en días feriados por diversión y vacaciones, dentro del turismo es muy importante conocer las características de los turistas que visitan los atractivos turísticos, porque esto va a ayudar a conocer los gustos y preferencias del visitante para así crear una estrategia de promoción turística que este de acorde con el público que la visita.

Las redes sociales dentro del turismo en la actualidad son muy importantes porque es un medio de difusión mucho más rápido que los demás y que puede llegar a un número mayor de personas, es por ello

que en la actualidad la mayoría de empresas turísticas optan por este medio para dar a conocer sus lugares.

## Bibliografía

- Campos Sánchez, S. T., Cuétara Sánchez, L. M., & Plaza Macías, N. (2020). Recursos naturales y culturales como factor de desarrollo local turístico de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 5(7), 487-519. Obtenido de file:///C:/Users/D%20Peralta/Downloads/Dialnet-RecursosNaturalesYCulturalesComoFactorDeDesarrollo-9083759.pdf
- Gascó Gonzáles, M. (2022). El impacto de las redes sociales en el sector del turismo desde la perspectiva turística. Tesis, Universidad de Alicante, Facultad de Ciencias Económicas y empresariales, Alicante. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/124019/1/TFG-Maria-Gasco-Gonzalez.pdf>
- González Sanz, N. (2020). La importancia de las redes sociales como instrumento de promoción turística. El caso de la ciudad de Segovia. Tesis, Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la comunicación, Segovia. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/43539>
- Jiménez Gutiérrez, M. Y., Chugñay Cargua, A. L., Poma Copa, M. P., & Cuasqui Proaño, M. C. (Julio de 2019). Estudio del perfil de la comunidad Pasohurco como potencial turístico, en el Cantón Loreto, Provincia de Orellana. *Ciencia Digital*, 3(3.2.1), 287-298. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/819/1978>
- Ochoa Escobar, L. M., Estrella Gómez, F. M., & Barahona Tapia, L. I. (2021). Aplicación web como mejora para la promoción turística del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(3). doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2733>
- Orellana Salas, J. A., & Lalvay Portilla, T. D. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Padilla Gallegos, A., Linzán Rodríguez, J., & Villao Burgos, D. (Julio-Diciembre de 2029). Sol, playa y gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del balneario de Salinas, provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 6(1), 42-46. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/432/349>
- Rezabala Meza, E. S. (2015). Promoción turística y su incidencia en la afluencia de visitantes en la represa Poza Honda de la parroquia Honorato Vásquez. Tesis, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Jipijapa. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/664/2/UNESUM-ECU-ECOT-2015-55.pdf>
- Velasteguí López, E., Salazar Andrade, D., Núñez Muñoz, J., & Barragán, U. E. (2018). La promoción turística por medios digitales. *Ciencia Digital*, 2(3), 1-9.
- Zea Baque, M. L. (2023). Diseño de un sendero turístico de la cascada "El Salto del Mamey" parroquia La América del cantón Jipijapa. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas. Jipijapa-Manabí: Jipijapa-Unesum. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4841>

**Cómo citar:** León Lara, G. F., & Solís Chele, M. N. (2026). Promoción turística para la cascada "El Salto" de la parroquia La América. *Revista Ciencia Y Líderes*, 4(2), 44-53. <https://doi.org/10.47230/revista.ciencia-lideres.v4.n2.2025.44-53>