



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la  
mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas**

**AUTORES:**

**Mendoza García Joselyne Yazmín,  
Torres Botta Joseph Adrián**

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

**TUTOR:**

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Mendoza García Joselyne Yazmin, Torres Botta Joseph Adrián, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTOR (A)**

\_\_\_\_\_  
**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.**

**Guayaquil, a los 6 del mes de septiembre del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y**  
**HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Torres Botta, Joseph Adrián

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas** previo a la obtención del título de Licenciado/a 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 6 del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR (A)**

Joseph Torres Botta

---

**Torres Botta, Joseph Adrián**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y**  
**HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Mendoza García, Joselyne Yazmin

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas** previo a la obtención del título de Licenciado/a 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 6 del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR (A)**

---

**Mendoza García, Joselyne Yazmín**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Torres Botta, Joseph Adrián

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 6 del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR (A)**

Joseph Torres Botta

---

**Torres Botta, Joseph Adrián**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Mendoza García, Joselyne Yazmin

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 6 del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR (A)**

---

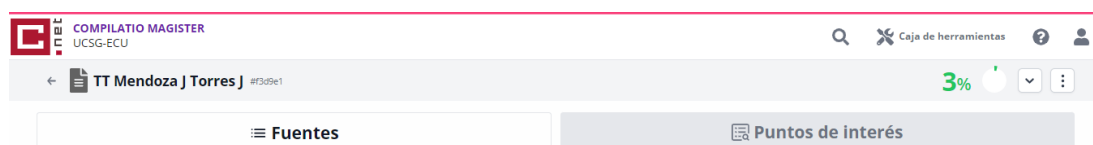
**Mendoza García, Joselyne Yazmín**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas** presentado por la/os estudiantes **Mendoza García Joselyne Yazmin , Torres Botta Joseph Adrián** fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



**TUTOR**

*Alexandra Murillo*

---

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs**

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por su misericordia, fidelidad y sabiduría ya que gracias a él he podido culminar mi carrera universitaria en victoria, a los profesores de la carrera de Turismo Miss Aline Gutiérrez, Miss Alexandra Murillo que me han formado y han aportado con su conocimiento para el desarrollo de la mencionada, también a mi familia en especial a mi madre Adriana Botta, mi hermanita Isabella Yánez y abuelita Rosa Burgos por su apoyo incondicional en todo momento. Han sido y son un pilar fundamental para mi desarrollo profesional psicoespiritual, también a mis amigos y compañeros que han sido participes en todo momento con sus consejos, experiencias y conocimiento profesional a mis amigos Néstor Rivera, Verónica Villena, Nelson Villon, ¡Gracias!

Torres Botta Joseph Adrián



## **Dedicatoria**

Dedico esto con mucho amor a Dios porque estoy seguro de que sin su ayuda y apoyo incondicional en todo momento no hubiera podido llegar hasta aquí, a mis padres, la Lcda.

Adriana Botta y el Lcdo. Lenin Torres, hermana Isabella Yáñez, abuelita Rosa Burgos y abuelito Milton Botta Guerrero en paz descansen ya que estuvo conmigo desde mi nacimiento apoyándome en todo momento en las buenas y en las malas. Ha sido, es y será más que un padre para mí y en honor a su nombre le dedico este trabajo de investigación y sé que si el estuviera vivo fuera el hombre más feliz al ver a su nieto graduado como un profesional de la República del Ecuador.

Torres Botta Joseph Adrián

## **Agradecimiento**

El principal agradecimiento es a Dios quien me ha guiado y, me ha dado la fortaleza para seguir adelante, con mis planes a futuros. El siguiente agradecimiento es a mis padres Mercedes García y Eduardo Mendoza, mi familia y mis amigos cercanos que me apoyaron, gracias por su comprensión y animo constante, además su apoyo día a día a lo largo de mis estudios. Al mismo tiempo quiero agradecer sinceramente a mi tutora de tesis la miss Alexandra Murillo Paladines su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mi formación durante de mi desarrollo de tesis. También quiero agradecer a todos los docentes que formaron parte de mi carrera, me ayudaron y aportaron conocimientos.

Joselyne Mendoza García

## **Dedicatoria**

Esto va dedicado especialmente para mis padres ya que ellos me han formado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ellos, entre lo que se incluye este.

Joselyne Mendoza García



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs**  
TUTOR

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, PhD.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. José Medina, PhD.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Mendoza García, Joselyne Yazmin</b>	
<b>Torres Botta, Joseph Adrián</b>	

*Alexandra Murillo*

---

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs  
TUTOR**

## Índice General

Contenido	
Resumen.....	XX
Abstract.....	XXI
Introducción .....	2
Antecedentes .....	4
Planteamiento del Problema.....	6
Justificación.....	8
Formulación del Problema .....	9
Objetivos .....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	9
Capítulo I: Fundamentación Teórica.....	10
Marco conceptual .....	10
Marco Teórico.....	11
Marco Referencial.....	15
Marco Legal .....	18
Capitulo II .....	26
Caracterización de los Hoteles y Productos Turísticos del Cantón Salinas .....	26
Caracterización de los Hoteles en el Cantón Salinas .....	27
Capítulo III: Metodología De La Investigación.....	44
Diseño de la Investigación .....	44
Diseño Experimental.....	44

Metodología de la Investigación .....	45
Método Mixto.....	46
Tipo de Investigación.....	47
Método de Recolección de Datos.....	48
Encuesta .....	48
Entrevista: .....	49
Observación: visita de campo .....	49
Población.....	50
Técnicas de Muestreo.....	50
Cálculo de la Muestra.....	51
Resultados de las encuestas.....	53
Resultado de las entrevistas .....	62
Análisis de los resultados de las entrevistas.....	65
Capítulo IV: Estrategia de mejora para la difusión del Turismo .....	67
Objetivos de la propuesta .....	67
Estrategias Generales .....	67
Estrategias Específicas .....	69
Costo total de la implementación del plan de estrategia .....	70
Conclusión.....	73
Recomendaciones.....	74
Referencias.....	75
Apéndice .....	85

## Índice de Tablas

Tabla 1 Hotel Dos Estrellas.....	28
Tabla 2 Hotel Tres Estrellas.....	31
Tabla 3 Hotel Cuatro Estrellas.....	32
Tabla 4 Hotel Cinco Estrellas.....	33
Tabla 5 Hostal Una Estrella.....	35
Tabla 6 Hostal Dos Estrellas.....	37
Tabla 7 Hostal Tres Estrellas.....	38
Tabla 8 Hostería Tres Estrellas.....	40
Tabla 9 Parques del Cantón Salinas.....	41
Tabla 10 Atracciones Turísticas del Cantón Salinas.....	42
Tabla 11 Actividades Turísticas del Cantón Salinas.....	42
Tabla 12 Actividades Turísticas del Cantón Salinas.....	43
Tabla 13 Costo total de Implementación de Estrategias en el Cantón Salinas.....	71
Tabla 14 Ciclo de Deming aplicado en el Cantón Salinas.....	72



## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b>	Método de Deming .....	12
<b>Figura 2</b>	Mapa de Stakeholders.....	13
<b>Figura 3</b>	Las 4ps de Marketing .....	15
<b>Figura 4</b>	Hotel Santa Rosa del Cantón Salinas .....	30
<b>Figura 5</b>	Hotel Caridi del Cantón Salinas .....	30
<b>Figura 6</b>	Hotel Riviera del Sol del Cantón Salinas .....	31
<b>Figura 7</b>	Hotel Cocos del Cantón Salina.....	32
<b>Figura 8</b>	Hotel Blue Bay Hotel del Cantón Salinas .....	32
<b>Figura 9</b>	Piscina del Hotel Blue Bay.....	33
<b>Figura 10</b>	Hotel Colon Salinas.....	34
<b>Figura 11</b>	Área de descanso del Hotel Colon.....	34
<b>Figura 12</b>	Hostal Montecarlo, Cantón Salinas .....	36
<b>Figura 13</b>	Hostal Costa Linda .....	36
<b>Figura 14</b>	Hostal La Costanera.....	37
<b>Figura 15</b>	Hostal Francisco III .....	38
<b>Figura 16</b>	Hostal Checos .....	39
<b>Figura 17</b>	Hostal Marvento I.....	39
<b>Figura 18</b>	Hostería Shantimika .....	40
<b>Figura 19</b>	Hostería Posada Pelicanos .....	40
<b>Figura 20</b>	Fórmula de Murray Larry (2005) .....	52
<b>Figura 21</b>	Género .....	53

<b>Figura 22</b> Edad.....	53
<b>Figura 23</b> Acompañantes para el viaje al Cantón Salinas .....	54
<b>Figura 24</b> Experiencia de los atractivos y actividades que ofrece el Cantón Salinas .....	54
<b>Figura 25</b> Importancia de la difusión de los destinos turísticos.....	55
<b>Figura 26</b> Importancia de la socialización de los atractivos turísticos.....	55
<b>Figura 27</b> Medio de difusión turístico.....	56
<b>Figura 28</b> Promoción de productos y servicios turísticos .....	57
<b>Figura 29</b> Factor motivante para visitar al Cantón Salinas .....	57
<b>Figura 30</b> Medios de información para reserva de hospedaje.....	58
<b>Figura 31</b> Importancia del desarrollo de una plataforma web .....	58
<b>Figura 32</b> Opciones en la plataforma web .....	59
<b>Figura 33</b> Herramientas electrónicas para la plataforma web.....	60
<b>Figura 34</b> Importancia de la plataforma web .....	60
<b>Figura 35</b> Desarrollo web.....	61

## Índice de Apéndices

<b>Apéndice A</b>	Formato de Encuesta .....	85
<b>Apéndice B</b>	Formato de Entrevista a Entidades Publicas .....	89
<b>Apéndice C</b>	Formato de Entrevista a Prestadores de Servicios .....	91
<b>Apéndice D</b>	Formato de Entrevista para Clientes del Cantón Salinas .....	92
<b>Apéndice E</b>	Prestadores de Servicios Turistico.....	93
<b>Apéndice F</b>	Hoteles del Cantón Salinas .....	94
<b>Apéndice G</b>	Cantón Salinas.....	95

## **Resumen**

La falta de la difusión en el Cantón Salinas ha provocado que el turismo se vea afectado dando como resultado la falta de conocimiento de las demás parroquias que posee el Cantón. El objetivo principal de esta investigación es diseñar una propuesta sobre destinos de sol y playa para mejorar la difusión de los productos turísticos de Salinas y así facilitar la información de este sitio turístico. En la investigación se usó los métodos experimental y mixto; en la recolección de datos se usó la encuesta y entrevista. Las muestras que se usaron en la encuesta pertenecen a la población de Guayaquil que ha visitado el Cantón Salinas. También se entrevistó a una entidad pública y prestadora de servicio. Finalmente, en base a los resultados se propuso un prototipo de página web con aplicación móvil para la buena difusión de información que ayudara a los turistas de una manera fácil y sencilla acceder a todos los datos turísticos que contiene el Cantón detallando cada función que comprenda cada herramienta electrónica.

*Palabras Clave: Difusión, Turismo, Estrategia, Promoción, Información, Marketing*

## **Abstract**

The lack of dissemination in the Salinas Canton has caused tourism to be affected, resulting in the lack of knowledge of the other parishes that the Canton has. The main objective of this research is to design a proposal on sun and beach destinations to improve the dissemination of tourism products in Salinas and thus provide information on this tourist site. In the investigation experimental and mixed methods were used; In the data collection, the survey and interview were used. The samples that were used on the slope belong to the Guayaquil population that has visited the Salinas Canton. A public entity and service providers were also interviewed. Finally, based on the results, a prototype of a web page with a mobile application was proposed for the good dissemination of information that would help tourists in an easy and simple way to access all the tourist data that the Canton contains, detailing each function that each electronic tool.

*Keywords: Diffusion, Tourism, Strategy, Promotion Information, Marketing*

## Introducción

En la actualidad el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas fuera de su lugar de residencia, el cual ocupa la tercera posición, por detrás de productos químicos y combustibles. (Avellaneda Pincay & Avellaneda Pincay, 2018). En muchos países en vías de desarrollo, el turismo es el principal sector de exportación, por lo que es necesario mencionar que los ingresos por turismo internacional aumentaron en un 4,9% en términos reales (cifra ajustada por la fluctuación del tipo de cambio y la inflación), hasta alcanzar los 1,34 billones (1.340.000 millones) de dólares de los EE.UU. (OMT, 2018)

Durante el primer semestre de 2022, la balanza turística del Ecuador tuvo un saldo positivo de 63,2 millones de dólares. Con ello, el turismo se ubica como la cuarta fuente de ingresos no petroleros para la nación. Al ser comparadas con los números de 2019 y 2021, estas cifras dan cuenta de la favorable reactivación de la industria. Los ingresos de divisas por turismo, de enero a marzo de 2022, alcanzaron los 313,5 millones de dólares, más del doble de lo obtenido en el mismo periodo de 2021. Así también, en el primer cuatrimestre del año las ventas del sector se recuperaron en un 91 % en relación a 2019 con las divisas, y presentaron un crecimiento del 62 % frente a 2021. (Ministerio de Turismo, 2022)

Las llegadas de extranjeros al país de enero a junio de 2022 presentaron una recuperación del 45 % frente al mismo semestre de 2019 y un crecimiento del 155 % en relación con el mismo periodo de 2021. Estados Unidos continúa como nuestro principal mercado emisor de viajeros con una participación del 37,7 %, seguido de Colombia, España, Perú, Canadá y Alemania. (Ministerio de Turismo, 2022)

Al ser una de las principales fuentes de ingresos económicos; la promoción debe ser permanente para que de esta manera se cuente con una demanda constante durante todo el año. La provincia de Santa Elena se convirtió por primera vez en la más visitada del país en el feriado de carnaval del año 2018, (El Universo, 2018) luego de que el Mintur realice el levantamiento de información a nivel nacional por lo que dio como resultado que únicamente en la Reserva Marino Costera Puntilla Santa Elena se reportaron 17.953 visitantes, de los cuales 17.457 fueron nacionales, mientras que 496 fuera extranjeros. (SUÁREZ, 2020)

El Cantón Salinas ofrece distintos productos turísticos que motivan al visitante experimentar y poder satisfacer sus necesidades a nivel de ocio, descanso y descubrimientos de nuevos lugares y sensaciones es por eso que existen muchas investigaciones examinando el perfil y las motivaciones del turista. No obstante, para aquello es importante el marketing en la difusión del lugar y lo que ofrece ya que actualmente existen varios tipos de marketing tales como el social, digital, directo y de servicios, todos y cada uno caracterizados por las variables que lo hacen elegibles para atender según la situación y los objetivos a alcanzar.

Por determinados cambios conceptuales de estos últimos años, obligan también a replantear nuevas formas de llegar a los turistas, que en gran medida han cambiado también debido a propias transformaciones técnicas, demográficas, económicas.

EL internet en los últimos años ha sido una herramienta de apoyo que ha ofrecido ventajas en promocionar y promover el turismo con fluidez haciéndolo más accesible a los usuarios.

## **Antecedentes**

En el Ecuador sus envidiables condiciones naturales y geográficas, y el hecho de que un número significativo de personas dependan del turismo como sustento económico, ha motivado que el gobierno nacional proyecte al turismo como eje de desarrollo del país, con altos montos de inversión pública y el establecimiento de un marco jurídico claro y transparente, que estimule el entorno turístico para locales y extranjeros. (Aguilar, 2015). Prueba de ello es la campaña turística All You Need is Ecuador, enfocada en promover y posicionar la imagen del Ecuador como un destino de excelencia frente a sus posibles compradores. El discurso de la campaña enfatiza que: En Ecuador se viven experiencias únicas a través de sus cuatro mundos, relacionadas a la mega-concentración de diversidad cultural y natural, no masificada, exclusiva y sostenible, complementadas por el buen vivir de su gente amable y la modernidad de servicios turísticos de calidad (Bustos, 2016)

Según datos del Mintur, en Salinas existen alrededor de 113 establecimientos dedicados al negocio de hospedaje pudiendo recibir a cerca de 3000 personas, de acuerdo con los resultados del Catastro. El cantón Salinas fue considerado para ser parte del paquete turístico de la campaña nombrada “La Gran Feria Turística”. Esta campaña fue impulsada por el Mintur junto a la empresa privada, aquí se expusieron diferentes destinos turísticos que cuentan el Ecuador para impulsar el destino local y extranjero. (REZABALA, 2020)

Es notable y fácil entender la importancia que tienen los recursos culturales para el cantón y para la provincia, debido a que es de gran ayuda para su desarrollo como sitio turístico. No solo para aprovechar los recursos y manifestaciones, sino por la importancia de darle continuidad a su historia. Es importante recordar las costumbres de sus antepasados, pero sobre todo revivir el proceso de cómo se convirtió en provincia de cuáles eran las costumbres y tradiciones de los antepasados, sobre todos los procesos que se dieron antes de ser provincia y de cómo se fue formando el cantón. Según las evidencias halladas en ciertos sitios del cantón de gran valor arqueológico, con mucho significado que pueden dar a conocer diferentes formas de vida y ciertas costumbres que aun algunas familias participan, pero que lastimosamente están en peligro de desaparecer por la falta de difusión y participación de las mismas. (REZABALA, 2020)



De acuerdo a la posición (Kotler, 2018) los sectores turísticos deben estar cerca a los cambios tecnológicos y digitales con el fin de modificar el comportamiento de las personas, por esta razón a través del desarrollo de estrategias de marketing turístico se contribuye a segmentar los diferentes tipos de clientes, en el caso de los museos sería segmentar a los visitantes. Si bien en la actualidad vivimos en el mundo donde los artefactos digitales tienen más poder sobre las personas, pocos son aquellas que se inclinan por visitar y realizar recorridos por estos atractivos, por lo cual el marketing turístico está destinado a desarrollarse para dos segmentos de mercado, las personas que optan por visitar los museos y quienes lo visualizan a través de medios digitales. (Eduardo, 2023)

## Planteamiento del Problema

En el país aún existen diversos destinos y empresas que ignora el correcto manejo de recursos digitales para la promoción a pesar de que actualmente el marketing digital cada vez tiene más acogida, muchos de los gobiernos cantonales no han podido generar un impacto significativo a través de dichas redes, según (Colcha & Xavier, 2022) en su estudio realizado a varios cantones del país menciona que el 96% de los gobiernos cantonales utiliza Facebook, el 62% Instagram el 65% Twitter y el 54% YouTube, en estos medios se pretende informar a los habitantes sobre temas relacionados al cantón dejando de lado la promoción turística demostrando el poco interés en esta actividad, también es muy fácil evidenciar la escasa actualización de información y la limitada interacción e interés del público. (Colcha & Xavier, 2022)

El marketing digital es una herramienta imprescindible en la promoción y comercialización de cualquier negocio, así como en la potencialización del destino, ya que permite compartir información fácilmente mediante redes sociales contribuyendo al intercambio de información de manera inmediata. Para la población ecuatoriana en la necesidad de alcanzar un desarrollo comercial y turístico se ha visto en la obligación de crear estrategias de turismo y una de ellas está enfocado al desarrollo turístico comunitario pues ayuda a compartir costumbres, gastronomía y saberes tradicionales de la cultura y forma de vida de cada provincia y pueblos nativos del Ecuador (Cárdenas, 2020)

Tal como se expresa en el reporte sobre Tics presentado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el 90% de los pobladores tienen acceso a un celular y que el 69,7% de este grupo utiliza internet, pero solo el 35% de estos lo utiliza para hacer compras de productos o servicios turísticos de forma online, siendo los sitios más populares despegar.com, Kayak, Booking, trivago entre otros (INEC, 2022). Es importante el uso de estas herramientas y así promocionar y comercializar los recursos que ofrecen de manera sencilla y rápida a los usuarios que dispongan de estos servicios.

(VILLA, 2022) señalo que el cantón Salinas no cuenta con un departamento de comunicación, lo cual afectaría al momento de aplicar estrategias comunicativas para la difusión de productos turísticos debido a que, al no contar con los conocimientos necesarios sobre estas herramientas y su correcta forma de aplicación, no obtendrían los resultados que se esperan y el reconocimiento al cual se apunta como por ejemplo la parroquia Anconcito está muy cercana a las playas del cantón Salinas, sin embargo, el déficit de publicidad o comunicación, ocasiona que tenga pocos

visitantes en comparación a otras playas como el Malecón de San Lorenzo, Chipipe y Punta Carnero. Mediante el conocimiento de distintos términos y conceptos teóricos asociados al turismo se obtendrá referencias precisas para poder crear una guía más acertada de la investigación que permita establecer las bases para el diseño del producto turístico y y aumentar el tiempo de estancia de los visitantes al cantón Salinas (BARREZUETA, 2020)

## Justificación

En el Ecuador ya se encuentra disponible una aplicación digital que facilita al turista conocer las huecas que se encuentran disponibles en el Cantón Salinas como lo es Guía Turística Digital: “Las Huecas de la Provincia de Santa Elena” que ayuda a promover la identidad cultural gastronómica de la Provincia. La aplicación permite conocer el registro de los establecimientos tradicionales que ofertan la gastronomía típica de la Provincia de Santa Elena georreferenciado a través de la guía digital turística “Huecas Gastronómica” mediante plataforma GoosApp, permitió reconocer los principales establecimientos que cumplen con las características particulares de una Hueca. (Magazine de las Ciencia. Revista de Investigación e Innovacion., 2020)

Otras formas de difusión del turismo ha sido la Radio en el Ecuador, así como Radio Turismo Ecuador emitió su señal online desde Quito el 8 de junio de 2010 bajo el impulso de su directora Mayra Clavijo Moreno, periodista con más de treinta años de experiencia en medios de comunicación, relaciones públicas y multimedia. Se autodefine como “el nuevo concepto de hacer radio para conocer Ecuador desde su gente, identidad, historia, costumbres, tradiciones, personajes, atractivos naturales, música y actualidad”. (Universidad Politécnica Salesiana, 2019)

El proyecto a realizar se crea con el fin de fomentar el desarrollo del turismo en el Cantón Salinas aportando estrategias de marketing y con ello se busca potencializar todos los recursos turísticos que cuenta el lugar.

Se propone realizar una investigación sobre los productos turísticos con el fin de promocionar los sitios menos frecuentados del Cantón Salinas, para frecuentar el turista local y extranjero.

## **Formulación del Problema**

¿Cómo incide la falta de información turística de destinos de sol y playa en la promoción de los productos turísticos de Salinas?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Diseñar una propuesta sobre destinos de sol y playa para mejorar la difusión de los productos turísticos de Salinas<sup>2</sup>

#### **Objetivos Específicos**

1. Realizar la fundamentación teórica y referencial para identificar el instrumento de medición adecuado para la investigación.
2. Identificar las categorías y características de los destinos de sol y playa ubicados en el cantón Salinas
3. Proponer un plan a cada categoría de destinos de sol y playa con la finalidad de mejorar la difusión de sus productos turísticos

# Capítulo I

## Fundamentación Teórica

### Marco conceptual

Es un apartado del proyecto de investigación en el cual se detalla las bases conceptuales de la investigación, es decir, se ofrece al lector el conjunto de definiciones clave para entender el resto del proyecto.

**Turismo:** “Tradicionalmente, el turismo se ha concebido como una actividad económica o un negocio que convierte en mercancía todo lo que existe y que, actuando bajo un modelo insostenible de consumo y producción, tiene un efecto positivo sobre la balanza comercial de los países receptores de turistas” (Colmenares, 2017)

**Marketing:** Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. (Mesquita, 2018)

**Marketing Digital:** Se define como una forma de marketing que utiliza los nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como internet, el móvil o el IoT (El internet de las cosas) (Fuente, 2022)

**Producto:** Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera). (Thompson, 2020)

**Producto turístico:** El producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes) (Pérez & Cejas, 2004)

**Promoción:** La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece (Vega, 2022)

**Tic:** Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son el resultado de poner en interacción la informática y las telecomunicaciones. Todo, con el fin de mejorar el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información. (Bermejo, 2020)

**Turismo de Sol y Playa:** El turismo de sol y playa se define como “aquel que se encuentra en toda la localización costera con amplia geografía, es ahí donde el turista puede disfrutar de una climatología soleada durante el día y actividades de ocio durante la noche con temperatura suave” (Pabón, 2020)

**Difusión:** La difusión es un fenómeno que implica extender, divulgar o diseminar, a través del tiempo y del espacio, una noticia, una idea, una enfermedad, costumbres, idiomas, negocios, modas, etcétera (Fingermann, 2022)

**Mintur:** El Ministerio de Turismo ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible. (Ministerio del Turismo, 2020)

### **Marco Teórico**

En el marco teórico se hace referencia a las teorías que van relacionadas a nuestro trabajo de titulación, para así ejecutarlas a lo largo de la investigación.

### **Metodología Deming**

Esta teoría va a ayudar a nuestra investigación porque por medio de esta, se va a hacer mejoras en los productos turísticos que ofrece cada destino del Cantón Salinas.

El físico Walter Andrew Shewhart llegó a esta conclusión ya en la década de 1930 y desarrolló un método cíclico para asegurar un aumento de la calidad del trabajo de las personas. Su alumno William Edwards Deming refinó la teoría, motivo por el cual hablamos hoy en día sobre el círculo de Deming o la espiral de mejora continua. Otras personas están más familiarizadas con el término ciclo PDCA, siglas de “*plan, do, check and act*”. (Starup Guide, 2019)

Para seguir este modelo, hay que realizar cuatro pasos: planificar, hacer, verificar y actuar (*plan, do, check and act*, por sus siglas en ingles). Esto puede aplicarse tanto a los procesos de trabajo como a los productos y servicios resultantes, pero también a la vida personal de los individuos. El ciclo PDCA ayuda, por ejemplo, a mejorar el trabajo en equipo exactamente igual que a mantener la estabilidad de un artículo de venta. (Starup Guide, 2019)

Para aplicar los principios del ciclo Deming se usan herramientas de mejora. Estas herramientas buscan puntos débiles en los procesos, productos y servicios. Algunas de estas herramientas son: (EUROFINS, 2020)

- Análisis de valor: método para aumentar el valor de un producto o servicio.
- Método Kaizen: busca la mejora en todos los aspectos de la organización. Como el método de las 5S.

- Diagrama de afinidad: recopilar ideas y asuntos a mejorar y agrupar las ideas afines.
- Los cinco porqués: método que se basa en la realización de preguntas para relacionar causas-efectos que generan un problema en particular.

Tanto en la norma ISO 9001 como en la ISO 14001 se nombra explícitamente el Ciclo PDCA al hablar de la mejora de la gestión continua de calidad y gestión medioambiental respectivamente. El ciclo Deming es, en conclusión, una ayuda fundamental para una empresa que quiera desarrollar un sistema de gestión y mejora continua que contribuya a prosperar y tener futuro. (EUROFINS, 2020)

**Figura1**  
Método de Deming



*Nota:* la figura representa los cuatro pasos del ciclo de Deming. Tomado de *Ciclo PDCA DE Gestión DE la ISO 27001*, por Aitziber Ardanza, 2023, Global Suite.

## La teoría de los Stakeholders

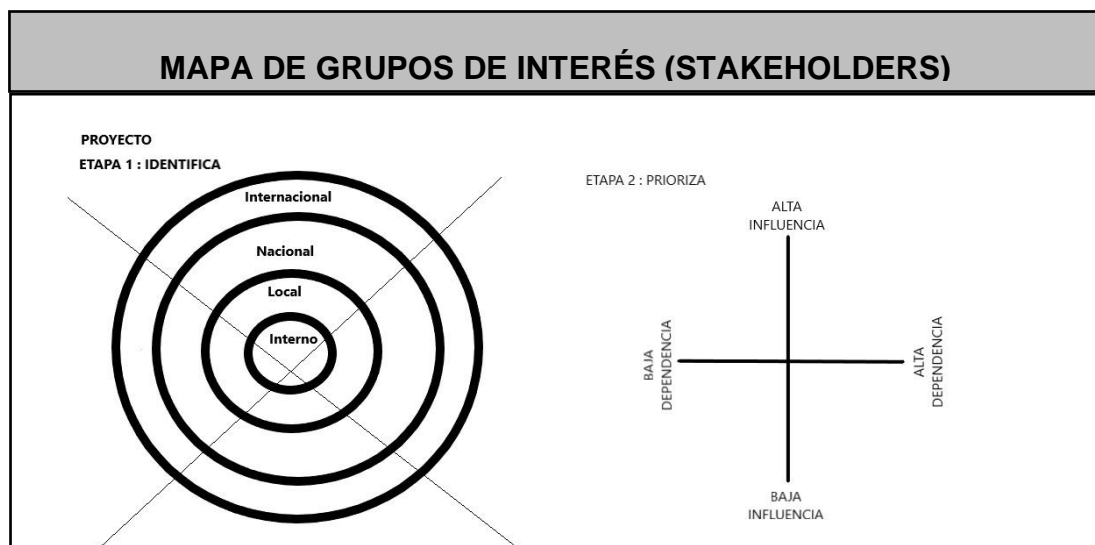
Esta teoría va a hacer una mejora en la difusión de los destinos turísticos porque mediante esta se va a poder identificar lo Stakeholders, es decir, a las personas, objetos u empresas que obstaculizan un buen desarrollo en el turismo del Cantón Salinas. (Mogollón, Cortijo, & Fernández, 2023)



La teoría de los Stakeholders supone la existencia de individuos que tiene interés particular en la empresa porque interactúan con ella de alguna manera. La palabra Stakeholders surgió por primera vez en un comunicado interno del Instituto de Investigación de Stanford según lo referido por Freeman y Redd (1983), desde entonces se ha escrito sobre este tema en particular, en español se ha traducido como “*Participantes*” o “*Grupos de Interés*”. La teoría hace notar que los accionistas no son los únicos interesados en la organización, sino que a partir de la interrelación social existe una red de colectivos interesados en la empresa por varias razones (Freeman & Redd, 1983, citados en Esparcía, 2009). (Mogollón, Cortijo, & Fernández, 2023)

La teoría de las partes interesadas o Stakeholders no significa que los representantes de estos grupos deben formar parte de los consejos de administración de la empresa, lo que implica es que los intereses de estos grupos están vinculados y que para crear valor hay que ver cómo cada uno de los interesados pueden hacerlo. Esta teoría es acerca de cómo funcionan las empresas<sup>1</sup> de manera óptima y cómo podrían funcionar, esta teoría tiene que ver en cómo se crea y gestiona un negocio eficaz (Mogollón, Cortijo, & Fernández, 2023)

**Figura 2**  
Mapa de Stakeholders



*Nota:* La figura representa las dos etapas de Método Stakeholders y como realizarlas. Tomado de *Mapa de Grupo de Interés (Stakeholders)*, por Paula Baldó de Andrés, 2020, Estrategia Empresarial Ambiental.

## Las 4ps del marketing

Esta teoría va a ayudar en la investigación, porque por medio de esta teoría vamos a lograr realizar un análisis más profundo en los productos que ofrece cada destino del Cantón Salinas y así elaborar una estrategia más eficaz. (Cedeño & Gonzalez, 2023)

En el mundo del marketing, es importante mencionar a las 4 P's, las cuales conforman la mezcla de mercadotecnia y son las siguientes:

- ✓ **Producto:** Es aquel objeto o servicio tangible o intangible, que una entidad brinda al mercado, con el principal propósito de comercializarlo y a su vez satisfacer las necesidades de los consumidores. Para tener gran acogida, muchas empresas optan, primero por emplear un estudio de mercado, que les permita adquirir información acerca de los gustos de los futuros clientes.
- ✓ **Precio:** Es el importe monetario que se cobra por el producto o servicio que se está comerciando. En otras palabras, es la suma de cada valor que los clientes otorgan para tener la oportunidad de usar el producto o servicio. La organización, es la encargada de decidir a qué precio ofertarlas al público, por ello, algunas aplican estrategias de precios para convencer al consumidor de adquirirlos. (Cedeño & Gonzalez, 2023)
- ✓ **Plaza o distribución:** La plaza o distribución, radica en el escogimiento de los sitios de venta en donde se mercantilarán los productos a los consumidores, también en establecer el modo en que estos mismos serán trasladados hacia los lugares en donde serán los puntos de venta, desde la entidad hacia el mercado, pueden ser considerados los puntos de venta. (Cedeño & Gonzalez, 2023)
- ✓ **Promoción o comunicación:** La comunicación y la promoción basan su finalidad en el significado de la información, es tan importante que el cliente comprenda y entienda el producto o servicio que le están ofreciendo; es decir, los datos que otorga algún negocio para dar a conocer su propuesta de valor al público y de esta forma satisfacer sus necesidades. (Cedeño & Gonzalez, 2023)

Los cuatro elementos mencionados con anterioridad, son primordiales si una organización ejecuta estrategias de marketing para mejorar la rentabilidad de su

negocio, o para darlo a conocer, en el caso que se esté haciendo un lanzamiento por primera vez. (Cedeño & Gonzalez, 2023)

**Figura3**  
Las 4ps de Marketing



*Nota:* La figura representa las 4ps de Marketing. Tomado por *Las 4 ps del Marketing, Qué son, Cuáles son, para qué sirven*, por, Pep Botye, 2022, Inboundcicle.

Las 4Ps han evolucionado, adaptándose a las necesidades del mercado. Así, hoy podemos dejar de hablar solo de producto, precio, punto de venta y promoción, y sustituir estos términos por consumidor, coste, conveniencia y comunicación. Vemos a continuación como las 4 ps del marketing han pasado a las 4Cs. (Botey, 2022)

### **Marco Referencial**

El marco referencial sirve para que se conozcan las teorías, estudios anteriores, regulaciones, conceptos claves y características esenciales del contexto en que se desarrolla la investigación.

### **Caso 1: Aplicativo móvil en la difusión de información turística de playas en la región la libertad, 2022”**

La investigación elaborada por el autor (Velasquez, 2022) se realizó con el objetivo de difundir información turística de playas de Perú en la región La Libertad mediante el uso de un aplicativo móvil, debido al índice de porcentaje de disminución de turistas arribados en playas libertinas por motivos de la pandemia y por la falta de

difusión, cuyo proyecto es aumentar el turismo y a su vez contribuir en emprendimientos de servicios turísticos.

Las dimensiones comprendidas en la difusión de información turística fueron la Planificación Turística y el Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), mientras que las dimensiones comprendidas en el aplicativo móvil fueron la Funcionalidad y la Usabilidad. Con base en lo mencionado, podemos concluir que el uso del aplicativo móvil para la difusión de información turística de playas nos permitirá saber sobre las playas y servicios turísticos aledaños, como también planificar los gastos para saber antes de ir a una playa como también tener precaución de la seguridad. (Velasquez, 2022)

Para esta investigación se implementó el tipo de estudio pre experimental; con una muestra opinático constituida por 46 turistas arribados en las playas de la región de La Libertad en la primera semana del mes de abril del año 2022 y para su recolección de datos, se aplicó cuestionarios para conocer el Pre-Test y Post Test, y de esta manera evaluar la hipótesis planteada, para esto los datos fueron reunidos en una base de datos de Microsoft Excel, posterior para su análisis se utilizó la herramienta estadística XLSLAT usando la prueba z. (Velasquez, 2022)

## **Caso 2: Plan de marketing digital para potencializar el turismo en el cantón Portoviejo**

En el siguiente trabajo realizado por los autores (Mera & Olalla, 2023) tuvo como objetivo principal la elaboración de un plan de marketing digital para potencializar el turismo en el cantón Portoviejo, por esta razón los autores de esta investigación propusieron una metodología con enfoque mixto (Cualitativo-Cuantitativo), que constó de cuatro fases, en la primera se realizó un diagnóstico situacional para conocer las características del área de estudio, en la segunda fase se elaboró un estudio de mercado para analizar la oferta, demanda y competencia, en la tercera fase se evaluaron las potencialidades del destino analizando productos existente y proponiendo nuevos productos. Por último, se diseñaron el plan de marketing y propusieron estrategias de promoción.

Se evidenció que el destino presenta deficiencia en varios sectores desde la gestión, la infraestructura, la falta de inversión y la insuficiente difusión de los recursos turísticos, en cuanto al mercado se conoció que la mayoría de atractivos son de

jerarquía III, existe variedad de establecimientos turísticos, la demanda mayormente visita Portoviejo por la gastronomía, los visitantes extranjeros son principalmente colombianos y se informan mediante internet. A partir del estudio de las potencialidades obtuvieron como resultado que la playa Crucita es el lugar más potencial y se han evidenciado nuevos productos. (Mera & Olalla, 2023)

Finalmente establecieron estrategias de marketing mix y propusieron programas y proyectos direccionados a canales de distribución, marca turística, inversión, posicionamiento y promoción turística del cantón, es decir Portoviejo posee elementos favorables para el desarrollo y la potencialización turística que se pueden promover a través de un plan de marketing digital. (Mera & Olalla, 2023)

### **Caso 3: influencia de las tecnologías de la información y la comunicación y el marketing digital en el turismo de santa marta**

La investigación fue elaborada por los autores (Castillo & jiménez, 2020) manifiestan que el turismo se ha visto influenciado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) generando una transformación significativa, convirtiéndose en parte indispensable del funcionamiento y posicionamiento de una empresa debido a que, en la actualidad el turista es una persona más informada por el fácil acceso que tiene para el uso del internet, lo que le permite tener conocimiento de lo que desee, por ésta razón aquellas organizaciones que pertenecen a dicho sector han optado por su uso de manera estratégica, esto lo han hecho por medio del Marketing Digital.

Ésta investigación busca determinar cuál es la situación actual de Santa Marta, Colombia, con respecto a las TICs y el uso que se le está dando como medio de promoción, para esto los autores de la investigación realizaron un focus group con representantes de empresas turísticas y hoteleras, también a influencers y revisiones de datos estadísticos de SITUR (Magdalena), para conocer cuántos turistas buscan en internet información para venir a la Ciudad y cuál es la red social que más utilizan para compartir sus experiencias durante la estancia en el destino, para llegar a la conclusión que la Ciudad está buscando adentrarse en el tema, pero que aún hacen falta avances más significativos que le permitan mantenerse en el mercado de manera competitiva (Castillo & jiménez, 2020)

## **Marco Legal**

El marco Legal es el reúne todas las normativas, leyes, derechos y obligaciones tanto de las personas que trabajan para el turismo como del turista en torno a nuestra investigación.

## **Ley de Turismo**

Esta ley va a contribuir a nuestro trabajo de titulación en vista que para la difusión de los destinos turísticos en el Cantón Salinas se debe regir a estas leyes para poder laborar. (Ley de Turismo, 2016)

1. 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 (Ley de Turismo, 2016)
2. Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: (Ley de Turismo, 2016)
  - a. Alojamiento;
  - b. Servicio de alimentos y bebidas;
  - c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
  - d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
  - e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
  - f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Ley de Turismo, 2016)
3. Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.
4. Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de

servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Ley de Turismo, 2016)

5. Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: (Ley de Turismo, 2016)
  - a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
  - b. Dar publicidad a su categoría;
  - c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento
  - d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas (Ley de Turismo, 2016)
6. Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad. (Ley de Turismo, 2016)
7. Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos. (Ley de Turismo, 2016)

### **Norma ISO 9001**

La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o

actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente. (IsoToll, 2021)

El sistema de gestión de calidad se basa en la norma ISO 9001, las empresas se interesan por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos o servicios y estos a su vez prefieren empresas comprometidas con la calidad. Por lo tanto, las normas como la ISO 9001 se convierten en una ventaja competitiva para las organizaciones. (IsoToll, 2021)

Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente. (Calidad y Gestión-Consultorias para Empresas, 2016)

### **Estructura de la nueva ISO 9001:2015**

Con esta “Estructura de Alto Nivel” la integración entre los diferentes Sistemas de Gestión ISO se verá favorecida, logrando que los tiempos y recursos invertidos en su gestión se reduzcan a niveles considerables. La estructura de la nueva ISO 9001:2015 incluye dos nuevos requisitos: (IsoToll, 2021)

- a. Alcance
- b. Referencias Normativas
- c. Términos y Definiciones
- d. Contexto de la Organización
- e. Liderazgo
- f. Planificación
- g. Soporte
- h. Operación
- i. Evaluación del Desempeño
- j. Mejora (IsoToll, 2021)

En Latinoamérica, son cuatro los países que incorporan ISO 9001:2015 a la estructura institucional: Ecuador, Panamá, Uruguay y Paraguay. Sabiendo que Ecuador atraviesa un proceso de expansión al comercio internacional, procura respaldar la calidad apegándose a los siguientes procesos: (Konnegui, 2018)



- a. El punto de partida se centra en la documentación de cuáles son sus procesos y cómo aplicarlos a las distintas áreas.
- b. Definen los indicadores que demuestran la funcionalidad de la norma.
- c. Afianzan la disponibilidad de recursos humanos y materiales que contribuyen a la optimización.
- d. Miden y analizan los resultados en un periodo de tiempo determinado en la planificación estratégica.
- e. Realizan las acciones indicadas para alcanzar los resultados. (Konneggi, 2018)

Empresas ecuatorianas se suman a esta norma para respaldar la calidad de sus gestiones frente al mercado nacional e internacional. Los diversos departamentos de las empresas deben cumplir con los objetivos planteados y son responsables ante el alcance de resultados. (Konneggi, 2018)

**Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”.**

1. Art. 4 Se creará la Unidad Reguladora y Ejecutora para el manejo integral de las playas y malecones de Salinas, la misma será conformada en una estructura jerárquicamente horizontal, por los siguientes miembros: (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)
  - a. Alcalde o su delegado.
  - b. Presidente o delegado de la Comisión de Turismo del GADMS.
  - c. Director de Planeamiento y Urbanismo.
  - d. Dirección de Turismo.
  - e. Dirección de Ambiente.
  - f. Dirección de Comisaría, Justicia y Protección Ciudadana.
  - g. Dirección de Gestión de Riesgo.
  - h. Un miembro de las Asociaciones Turísticas Registradas.
  - i. Un representante del Sector Turístico.

- j. Un representante de los Comerciantes Asociados Registrados.
  - k. Un Representante de los Condominios. (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)
2. Art. 5 Competencias de la Unidad Reguladora y Ejecutora para el manejo integral de las playas y malecones de Salinas:
- a. Vigilar y supervisar que se cumplan las ordenanzas y reglamentos establecidos. (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)
  - b. Zonificar el uso de playa de todas las actividades que se realicen en las mismas.
  - c. Establecer y regular una lista de precios de los productos y servicios permitidos en las playas, socializado con los miembros de las asociaciones y vigilar su cumplimiento, debiendo solicitar la sanción correspondiente en caso de incumplimiento del mismo.
  - d. Abalizar y supervisar toda actividad que represente concentraciones humanas masivas en las playas, cumpliendo las ordenanzas ambientales vigentes y reglamentos de eventos públicos.
  - e. 2Controlar que las personas naturales que ejerzan actividades productivas en las playas estén regularizadas conforme disponen la Constitución del Estado, COOTAD y Ordenanzas Municipales vigentes. (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)
  - f. Controlar que todas las actividades comerciales y recreativas en las playas tengan un horario de 08:00 a 18:00. Con excepción del área aprobada y destinada para la distracción nocturna por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas.
  - g. Garantizar el mantenimiento de las condiciones de limpieza, higiene y salubridad pública en las playas y balnearios del cantón.

- h. Supervisar que los integrantes de las asociaciones realicen la limpieza, la recolección, disposición final de desechos sólidos y residuos de las playas.
  - i. Elaborar una base de datos que sirva para registrar y calificar a los integrantes de las asociaciones de las playas del Cantón Salinas.
  - j. Capacitar y evaluar a los integrantes de cada asociación en diversos temas tanto turísticos, legales, de salud e higiene, previo a la autorización para laborar.
  - k. Controlar la correcta presentación de los integrantes de las asociaciones, así como los comportamientos éticos y morales de cada uno de ellos.
  - l. Controlar, limitar, zonificar y autorizar los productos y actividades que se comercialicen en la playa.
  - m. Monitorear constantemente la calidad de servicios y atención a los turistas en las playas del Cantón Salinas.
  - n. Implementar la señalética necesaria para difundir las normativas y servicios municipales que rigen en las playas del cantón Salinas.
  - o. Prohibir a todos los promotores de servicios turísticos y comerciantes en general, generar en las playas, aceras y veredas frente del malecón, realizar cualquier actividad productiva.
  - p. Elaborar semestralmente el Plan de desarrollo y manejo sostenible de las actividades productivas de las playas.
  - q. Establecer mediante estudio, las cargas turísticas y cupos para las distintas playas del Cantón Salinas.
  - r. Controlar y coordinar el orden y seguridad de las playas, malecones y zonas periféricas, solicitando el apoyo a la Capitanía del Puerto, Gestión de Riesgo, Bomberos y Policía Nacional. (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)
3. Art. 6 La Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas, será el coordinador de las actividades que se realicen en las playas, bahías y malecones del cantón Salinas y sus parroquias.
4. Art. 7 La Unidad Reguladora y Ejecutora tiene las siguientes funciones:

(Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)

- a. Crear el reglamento de la ordenanza para el control, administración y sanción de las actividades de comercio en las playas, bahías y malecones del Cantón Salinas.
- b. Coordinar y controlar todas las actividades que se realicen en las playas del cantón Salinas.
- c. Organizar y coordinar los eventos de promoción turística en las playas, acorde con las disposiciones del alcalde o alcaldesa y del Concejo Cantonal.
- d. La Dirección de Turismo y Dirección de Comisaría, Justicia y Protección Ciudadana es competente para ejecutar y hacer cumplir la presente ordenanza. (Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. , 2013)

### **Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley N.2000-21)**

Este capítulo hace énfasis en la prohibición de la publicidad engañosa.

#### **Capítulo III. Regulación De La Publicidad Y Su Contenido**

1. Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.
2. Art. 7.- Infracciones Publicitarias. - Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a: (M.Martinez, 2009)
  - a. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
  - b. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación

del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;

- c. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;
- d. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas. (M.Martinez, 2009)

3. Art. 8.- Controversias Derivadas de la Publicidad. - En las controversias que pudieren surgir como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá justificar adecuadamente la causa de dicho incumplimiento. (M.Martinez, 2009)

El proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, fácticos y científicos que dieron sustento al mensaje. (M.Martinez, 2009)

## Capítulo II

### **Caracterización de los Hoteles y Productos Turísticos del Cantón Salinas**

El cantón Salinas está ubicado en la península de Santa Elena, es el balneario turístico más importante del Ecuador, esta hermosa ciudad moderna y progresista se levanta sobre una puntilla, caprichoso accidente geográfico que se adentra en el océano, convirtiéndose en el lugar más sobresaliente al Pacífico, desde Panamá hacia el sur. Salinas presenta una gran infraestructura hotelera, gastronomía nacional e internacional y variedad de servicios turísticos que de la mano con su ubicación geográfica y clima han sido factores preponderantes para ser sede de eventos deportivos de gran trascendencia, entre ellos los de ITU donde La Federación Ecuatoriana de Triatlón junto al Municipio de Salinas despliegan una extraordinaria logística y de seguridad. El circuito de competencia es plano, rápido y seguro pues cursa por el Malecón de Chipipe que es parte de la zona urbana de la ciudad y la Fuerte Militar Atahualpa (Reserva Marino Costera - REMACOPSE), la etapa de natación se la realiza en la ensenada de Chipipe, la temperatura del agua para esa época está entre mínimo 23 °C y la temperatura ambiente entre 25 y 30 °C. La moneda de Ecuador es el dólar americano (Paredes, 2018)

El cantón Salinas, en la península de Santa Elena, es llamada la “Capital del sol” por su privilegiada ubicación geográfica y también es considerada como uno de los balnearios más importantes del país. Es un lugar maravilloso que nos ofrece una variedad de paisajes, deliciosa gastronomía y espacios para disfrutar del sol y la playa entre familia y amigos. Salinas es una hermosa ciudad moderna, que permite disfrutar a propios y extraños de un hermoso paseo por la bahía, y hacer un recorrido a bordo de embarcaciones turísticas que parten desde el muelle, ubicado en la playa de San Lorenzo. (Ecuatorianos, Asociación de municipalidades[AME], 2022)

El recorrido permite recrearse en las tranquilas aguas azules de este balneario, admirar las aves, sus paisajes y sorprenderse con los altos edificios que se pueden observar desde el mar, aunque la ciudad es conocida por sus hermosas playas, también tiene espacios para mantener un contacto directo con la naturaleza. Uno de los lugares

recomendados, por ejemplo, es el humedal de Ecuasal. Se trata de un área que alberga a más de 100 especies de aves marinas y playeras. Las características particulares de este lugar lo convierten en el sitio preferido para los viajeros y aventureros que busca admirar la naturaleza. La playa de Mar Bravo, aunque no es una zona permitida para bañarse (debido a su fuerte oleaje), es el sitio idóneo para admirar increíbles puestas de sol. Y es que las tardes se vuelven románticas en este sector, desde donde se puede admirar un cielo despejado y la intensidad de los colores con que se tiñe el firmamento. Este espacio es propicio para realizar hermosas fotografías. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas[AME], 2021)

En el tema gastronómico, Salinas nos ofrece una amplia gama de sabores que son elaborados a base de frutos recolectados en el mar, como camarones, pulpos, conchas, pescados, que mezclados con diversas especias y vegetales se convierten en los mejores manjares del Ecuador. El cantón Salinas es, “el balneario más hermoso del Ecuador”, es un sitio privilegiado de la costa ecuatoriana que nos invita a visitarlo, para disfrutar entre hermosas playas y maravillosos paisajes marinos que se complementan con la calidez de sus habitantes hospitalarios, trabajadores, emprendedores y su variada oferta gastronómica. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas[AME], 2021)

### **Caracterización de los Hoteles en el Cantón Salinas**

En cada destino turístico es indispensable contar con algún tipo de alojamiento para que el turista que desee visitar al lugar tenga donde pasar de manera cómoda y fácil sus días de alojamiento. En el cantón Salinas existe diferentes hoteles y hostales para todo presupuesto que va desde una estrella a cuatro estrellas es decir que el tipo de servicio dependerá de cuantas estrellas conste en los diferentes alojamientos. Según el Ministerio de Turismo la clasificación de los hoteles/hostales se la va a realizar conforme al número de estrellas. (Ministerio De Turismo[MINTUR], 2015)

#### **Hotel dos estrellas**

Un hotel de 2 estrellas seguirá estando dirigido a viajeros más conscientes de su presupuesto y seguirá proporcionando lo esencial, como una habitación, una cama y un baño. El comedor en el lugar suele estar disponible, y las habitaciones pueden tener extras, como un televisor. Los servicios de recepción son más completos que los de

los hoteles de 1 estrella, y es posible que haya algunos servicios adicionales disponibles, pero generalmente serán de pago, lo que significa que los huéspedes deberán pagar más y solicitarlos específicamente. (Revfine, 2015)

*Tabla 1 Hotel Dos Estrellas*

Hotel 2 Estrellas	
<b>Hoteles</b>	<b>Habitaciones</b>
Hotel Mileto	15
Motivos Hotel	32
Hotel Marluz	17
Hotel Robles Suite INN	17
El Carruaje	25
Malecón	27
Internacional	28
Hostería Ecológica el Faro	9
Amira	26
Hotel Santa Rosa	27
Caravel	48
Galeria´s Beach	30
Don Mincho	31
Aragosta	30
Hotel Caridi – Chipipe	30
Hotel Isabella	17



Hotel Caridi	30
Salinas	40
Palmira Inn	22
Hotel JC. Campiña Marina	16
Hotel El Delfin	24
Maluva	23
Grand Hotel Paraiso	40
Miami	55
AG Casa Blanca Suite	30
AG Casa Blanca Chipipe	15
Arena Blanca	12
Salibreeze Hotel & Plaza	7
Hotel Marvento I	14
Hotel Marvento Suites	23

---

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hoteles de dos estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

#### Figura4

Hotel Santa Rosa del Cantón Salinas



*Nota:* Figura que representa al Hotel Santa Rosa. Tomado de *Hotel Santa Rosa*, por, Hotel Santa Rosa 2020.

#### Figura

Hotel Caridi del Cantón Salinas

5



*Nota:* Figura que representa al Hotel Caridi. Tomado de *TripAdvisor*, por, Hotel Caridi 2020.

### Hotel 3 Estrellas

Este tipo de hospedaje debe ofrecer algunas comodidades y servicios que son básicos. Una de ellos es la cantidad y distintos tipos de habitaciones: individual, estándar y-en algunos casos-suite. Todas ellas deben tener frigo bar, televisión y baño privado. Posiblemente el hotel de tres estrellas también cuente con restaurante en el cual puedas desayunar y acceder a platos quizás no tan sofisticados. También puede tener un gimnasio y una sala de conferencias o negocios. El acceso a Wifi debe estar garantizado en todas las instalaciones. (UNIVISION, 2018)

Tabla 2 Hotel Tres Estrellas

Hotel 3 Estrellas	
Hoteles	Habitaciones
Marvento II	48
Cocos	35
Suite Salinas	56
Hotel Palmeras Playa	11
Milina	
Marvento Chipipe	17
Maree	51
Presidente Beach	49
Blue Marlin Hotel	36

Nota: Esta tabla muestra todos los Hoteles de tres estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura6**  
Hotel Riviera del Sol del Cantón Salinas



Nota: Figura que representa al Hotel Riviera. Tomado de Rutas Del Sol Mejor Hoteles.com, por, Hotel Riviera 2021.

**Figura7**  
Hotel Cocos del Cantón Salina



*Nota:* Figura que representa al Hotel Cocos. Tomado Booking.com, por, Hotel Coco 2022.

### **Hotel Cuatro Estrellas**

En estos hoteles ya podemos encontrar lujos como piscina, gimnasio, bar y restaurante o servicio de estacionamiento. Tienen habitaciones más bonitas y vestíbulos más grandes. (AMPARÁN, 2022)

*Tabla 3 Hotel Cuatro Estrellas*

Hotel 4 Estrellas	
Hoteles	Habitaciones
Blue Bay Hotel	16

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hoteles de cuatro estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura8**  
Hotel Blue Bay Hotel del Cantón Salinas



*Nota:* Figura que representa al Hotel Blue Bay. Tomado de Blue Bay Hotel, por, Hotel Blue Bay 2022.

**Figura9**

Piscina del Hotel Blue Bay



*Nota:* Figura que representa a la piscina del Hotel Blue Bay. Tomado de Blue Bay Hotel, por, Hotel Blue Bay 2022.

**Hotel Cinco Estrellas**

Los hoteles de cinco estrellas ofrecen servicio y de calidad. Sus habitaciones están llenas de lujo y cuentan con todas las amenidades necesarias para hacer de su estancia lo más placentera posible. También podrán gozar de diversas albercas o piscinas, restaurantes en donde degustarás platillos de gran calidad o gourmet. Adicionalmente, puede que cuente con bares, canchas deportivas, gimnasio, spas, entre muchos más atractivos. (Perez, 2022)

*Tabla 4 Hotel Cinco Estrellas*

Hotel 5 estrellas	
Hoteles	Habitaciones
Hotel Colon Salinas	129

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hoteles de cinco estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura10**  
Hotel Colon Salinas



*Nota:* Figura que representa al Hotel Colon Salinas. Tripadvisor, por Hotel Colon Salinas, 2021.

**Figura11**  
Área de descanso del Hotel Colon



*Nota:* Figura que representa a la piscina y área de descanso del Hotel Colon Salinas. Tomado de Tripadvisor, por, Hotel Colon Salinas 2022.

## **Hostales**

### **Hostales una Estrellas**

La característica de un hostel de una estrella tiene que ver con las habitaciones y su infraestructura ya que su espacio es muy angosto y en algunas ocasiones poseen cuartos compartidos, lo mismo pasa con los baños, muchas de las veces no disponen de aire acondicionado, restaurantes y servicio de internet.

Tabla 5 Hostal Una Estrella

Hostal 1 Estrella	
Hostales	Habitaciones
Fogata	14
Milton Inn suites	17
Montecarlo	17
Palm beach	14
Hostal Costa Linda	8
House beach Tía Gloria	12
El Dorado Inn	55
La posada del Bucanero	6
Hostal La Proa	6
Diamond of the Sea	11
Hostal el descanso del lobo	17
Posada París	5
Hostal Frankmar	18
Big Ralph´s y Restaurant	5
Hosta Sea Horse	9
Hostal Italiana	24
Hostal Dorado Inn 2	50
Rapid-Inn	6
Ipanema	15
El Descanso	5
Grey	20
Ronabi Beach	17
Terremar	12
Haziel	7

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hostales de una estrella disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

### **Figura12**

Hostal Montecarlo, Cantón Salinas



*Nota:* Figura que representa al Hostal Montecarlo. Tomado de Tripadvisor, por Hostal Montecarlo 2022.

### **Figura13**

Hostal Costa Linda



*Nota:* Figura que representa al Hostal Costa Linda. Tomado de Booking.com, por Hostal Costa Linda 2022.

## **Hostal Dos Estrellas**

Estos hostales se caracterizan por su infraestructura y sus habitaciones ya que su espacio es más amplio que los hostales de una estrella, las habitaciones pueden tener su baño privado y también compartido esto puede variar según el precio de la habitación, cuenta con servicio de internet, servicio de recepción las 24 horas, no posee restaurante, pero disponen de pequeños snacks a la venta y algunas pequeñas piscinas.



Tabla 6 Hostal Dos Estrellas

Hostal 2 Estrellas	
Hostales	Habitaciones
Samari	14
Milton INN	21
Samy	6
Playa Dorada	19
La Costanera	18
Tu ventura	13
Francisco III	29

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hostales de dos estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura14**  
Hostal La Costanera



*Nota:* Figura que representa al Hostal La Costanera. Tomado de Kayak, por Hostal La Costanera 2020.

### Figura15

Hostal Francisco III



*Nota:* Figura que representa al Hostal Francisco III. Tomado de LetsBookHotel.com, por Hostal Francisco III 2022.

### Hostal Tres Estrellas

Los hostales de tres estrellas se lo distinguen por sus instalaciones, vienen con una mejor infraestructura, sus habitaciones son espaciosas con mucha más comodidad con aire acondicionado, y lavandería, cuentan con servicio a la recepción 24 horas, estacionamiento, piscina y un pequeño restaurant.

*Tabla 7 Hostal Tres Estrellas*

Hostal 3 Estrellas	
Hostales	Habitaciones
Marvento 1	19
Vicky	12
Chescos	19
Marvento IV	24
Hostal "Hospedaje Familiar Santa Paula"	21
Vista Sol	15

*Nota:* Esta tabla muestra todos los Hostales de tres estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura16**  
Hostal Checos



*Nota:* Figura que representa al Hostal Checos. Tomado de Tripadvisor, por Hostal Checos 2022.

**Figura17**  
Hostal Marvento /



*Nota:* Figura que representa al Hostal Marvento I. Tomado de BOOKING.COM, por Hostal Marvento I 2022.

## Hostelería

Tabla 8 Hostería Tres Estrellas

Hostal 3 Estrellas	
Hosterías	Habitaciones
Hostería Shanti Mi Ka	10
Posada Pelicano	9

*Nota:* Esta tabla muestra todas las Hosterías de tres estrellas disponibles en el Cantón Salinas. Tomado de *Catastro 2023*, por Ministerio de Turismo, 2023

**Figura18**

Hostería Shantimika



*Nota:* Figura que representa a la Hosteria Shantimika. Tomado de Viajando X, por Hosteria Shantimika 2022.

**Figura19**

Hostería Posada Pelicanos



*Nota:* Figura que representa a la Hostería Posada Pelicanos. Tomado de Booking.com, por Hosteria Posada Pelicanos 2021.

## Atractivos Turísticos

La Península de Santa Elena como destino turístico litoral del Ecuador, posee una variedad de atractivos que constituyen productos turísticos poco analizados, presentándose así la necesidad de evaluarlos, ya que, son parte de los destinos relevantes del Mundo Costa que comercializa el país en el extranjero. (Bastidas, 2020) En esta investigación vamos a definir los diferentes productos turísticos que posee el Cantón Salinas para tener un mejor enfoque del perfil del target de turista que visita este destino, como no existe ningún tipo de clasificación argumentada en el Ministerio de Turismo se propone la siguiente clasificación.

*Tabla 9 Parques del Cantón Salinas*

Atractivos Turísticos	
Productos	Target
Parque y malecón Bahía de Santa Rosa	Amigos/ Familia
Parque Sindicato de Sales	Amigos/ Familia
Parque Evaristo Montenegro	Amigos/ Familia
Parque monumento a las madres	Amigos/ Familia
Parque Luis Celleri	Amigos/ Familia
Parque Nuevo Pueblo	
Parque General Enrique Gallo	Amigos/ Familia
Parque Central	Amigos/ Familia

*Nota:* Esta tabla muestra todos los atractivos turísticos que comprende el Cantón Salinas

Tabla 10 Atracciones Turísticas del Cantón Salinas

Atracciones Turísticas	
Producto	Target
La Chocolatera	Familia
Malecón de Salinas	pareja
Chescos	amigos
Playa del mar bravo	Familia/amigos
Barrio el Paraíso Familiar	Pareja
Santa Paula”	Familia
Playa de Salinas	amigos
La lobería	familia
Playa de Santa Elena	Pareja/Amigos
Barrio Centenario	Amigos

Nota: Esta tabla muestra todas las atracciones turísticas que comprende el Cantón Salinas

Tabla 11 Actividades Turísticas del Cantón Salinas

Actividades Turísticas	
Producto	Target
Banana Acuática	Amigos
Aquapark	amigo
Bestia Acuática	Familia
Canoa	Parejas

Nota: Esta tabla muestra todas las actividades turísticas que comprende el Cantón Salinas

Tabla 12 Actividades Turísticas del Cantón Salinas

Actividades Turísticas	
Producto	Target
Paseo Náutico	Amigos
Moto Acuática	amigo
Alquiler de Carpas	Familia

*Nota:* Esta tabla muestra todas las actividades turísticas que comprende el Cantón Salinas

Como podemos observar el Cantón Salinas consta de varios hoteles y productos turísticos de la cual las personas pueden disfrutar y conocer cada una de los atractivos que ofrece. Los hoteles que brinda el Cantón Salinas van desde una estrella hasta cinco estrellas es decir que los visitantes optan por varias opciones y tipo de servicio al elegir el hospedaje, claro está que únicamente va a depender de la economía de este para su elección. En cuanto a los atractivos turísticos tenemos por ejemplo los parques que son a todo público donde uno puede ir con su familia y amigo y dentro de la playa hay una variedad de productos turísticos como por ejemplo la banana acuática, moto acuática, canoa y así poder disfrutar con amigos ya que este tipo de actividades son consideradas extremas, para algo más tranquilo como tomar el sol tenemos el alquiler de carpas y así poder disfrutar de un momento ameno ya sea con la familia o amigos.

## Capítulo III

### Metodología De La Investigación

#### Diseño de la Investigación

Es un conjunto de técnicas y métodos que escoge un investigador para llegar a realizar un experimento o un proyecto de investigación, es una serie de pasos que sirve como guía al investigador. El diseño de investigación es un plan estructurado y específico de acción, dirigido al diseño e implementación de un experimento. Engloba un conjunto de reglas o pasos concretos que permiten llegar al objetivo del investigador, en este caso, desarrollar un experimento ya sea observacional, experimental, cuasi experimental etc. Es decir, permiten crear proyectos de investigación; establecen cuáles son los pasos necesarios para llegar a ellos. (Mitjana, 2019)

#### Diseño Experimental

El diseño experimental busca determinar el impacto en una variable como consecuencia de modificar otra variable. Esto, dentro de un proceso o estudio estadístico. Cabe resaltar que este tipo de método se caracteriza por ser cuantitativo, es decir, se utilizan las matemáticas para medir los cambios observados en la dependiente. Debemos recordar que, dentro de un estudio o modelo estadístico, la variable dependiente es aquella que es explicada por otras variables, que son las independientes, la manipulación que se hace en el diseño experimental tiene un fundamento teórico, a partir del cual se busca llegar a conclusiones, deben tenerse en cuenta los factores externos que puedan afectar el experimento. Es decir, debe analizarse si alguna variable adicional, que fue modificada deliberadamente, pudo impactar en la variable dependiente. (Westreicher, 2021)

Según el autor (Velázquez, 2020) una verdadera investigación experimental se considera exitosa sólo cuando el investigador confirma que un cambio en la variable dependiente se debe a la manipulación de la variable independiente. Es importante para una investigación tipo experimental establecer la causa y el efecto de un fenómeno, lo que significa que debe ser claro que los efectos observados en un experimento se deben a la causa. Se plantea un conjunto de pruebas, de tal manera



que, los datos generados puedan analizarse estadísticamente para obtener conclusiones válidas. En un diseño experimental, el investigador establece un conjunto de circunstancias, de causa y efecto bajo condiciones específicas y aplica el método científico al observar, medir y evaluar los resultados obtenidos.

Cada investigación presenta características específicas, lo que hace que la aplicación sea única; por esto, el investigador debe tener claridad, acerca de los principios y características de cada uno de los diseños. Es importante lograr la eliminación de las variables exógenas para alcanzar resultados confiables de tal manera que, en el momento de formalizar la investigación, el modelo escogido sea el que se ajuste a las condiciones del entorno. Si se reduce variación en el diseño de experimentos se establece control del proceso, por lo que es importante identificar los factores que pueden tener influencia en el resultado de la investigación. (Diaz, 2022)

El diseño experimental nos ayudará a saber los criterios de los distintos participantes que se utilizará en este análisis que nos servirá para llegar a una conclusión más acertada y poder realizar un estudio eficaz acorde a nuestro tema de investigación.

### **Metodología de la Investigación**

Cook (1979) señaló que existen dos métodos para la recopilación de datos: cualitativo y cuantitativo. El método cuantitativo es el que obtenemos a través de datos numéricos y el cualitativo da como resultado información o descripciones de situaciones, eventos, etc. (Iñiguez, y otros, 2017). Los métodos y técnicas de investigación son fundamentales e indispensables para el desarrollo de un estudio de cualquier índole. Los métodos indican el camino que se seguirá y son flexibles, mientras que las técnicas muestran cómo se recorrerá ese camino y son rígidas. (Ena, 2018)

En su definición la metodología es una de las etapas en que se divide la realización de un trabajo. En ella, el investigador o los investigadores deciden el conjunto de técnicas y métodos que emplearán para llevar a cabo las tareas vinculadas a la investigación. De esta manera, la metodología de investigación elegida es la que va a determinar la manera en que el investigador recaba, ordena y analiza los datos obtenidos. La función de la metodología de la investigación es otorgarles validez y

rigor científico a los resultados obtenidos en el proceso de estudio y análisis. (Coelho, 2020).

### **Método Mixto**

Los métodos mixtos combinan la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, con el objetivo de darle profundidad al análisis cuando las preguntas de investigación son complejas. Más que la suma de resultados cuantitativa y cualitativa, la metodología mixta es una orientación con su cosmovisión, su vocabulario y sus propias técnicas, enraizada en la filosofía pragmática con énfasis en las consecuencias de la acción en las prácticas del mundo real. La característica principal de los métodos mixtos es la combinación de la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio. Cuando las preguntas de investigación son complejas, la combinación de los métodos permite darle profundidad al análisis y comprender mejor los procesos de enseñanza y aprendizaje en las ciencias de la salud. Los métodos mixtos utilizan diversas fuentes de información que se combinan de diversas maneras para sustentar análisis más comprensivos, acerca de la problemática educativa planteada (Hamui, 2020)

La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Este enfoque se utiliza cuando se requiere una mejor comprensión del problema de investigación, y que no se podría dar cada uno de estos métodos por separado, los datos cuantitativos incluyen información cerrada como la que se utiliza para medir actitudes, por ejemplo, escalas de puntuación. El análisis de este tipo de datos consiste en analizar estadísticamente las puntuaciones recopiladas, por ejemplo, a través de encuestas, para responder a las preguntas de investigación o probar las hipótesis. (Ortega, 2023)

Los datos cualitativos son información abierta que el investigador suele recopilar mediante entrevistas, grupos de discusión y observaciones. El análisis de los datos cualitativos (palabras, textos o comportamientos) suele consistir en separarlos por categorías para conocer la diversidad de ideas reunidas durante la recopilación de datos. Al realizar una investigación mixta, tanto de datos cuantitativos y cualitativos, el investigador gana amplitud y profundidad en la comprensión y corroboración, a la

vez que compensa las debilidades inherentes del uso de cada enfoque por separado. (Ortega, 2023)

En el desarrollo del presente trabajo de titulación se va utilizar tanto el método cualitativo como el cuantitativo. En método cuantitativo se aplicará en el desarrollo de las encuestas y el cualitativo en las entrevistas que se realizará a las personas involucradas en la actividad turística.

### **Tipo de Investigación**

La investigación es una actividad muy diversa, que puede comprenderse y llevarse a cabo desde múltiples perspectivas, atendiendo a diferentes aspectos de la misma. Está presente en todos los campos profesionales y del saber, científicos o no, los diferentes tipos de investigación pueden involucrar tanto los sentidos y las experiencias humanas, como los saberes teóricos, la lógica, los lenguajes formales y la metodología (especialmente en el caso del método científico). Por ende, existen tantos tipos de investigación como enfoques específicos sobre el proceso de la investigación, es decir, que para clasificar la investigación debemos atender aspectos distintos de la misma, como veremos a continuación. (Editorial ETECE, 2021)

El método descriptivo es concluyente. Esto significa que recopila datos cuantificables que se pueden analizar con fines estadísticos en una población objetivo. Este tipo de estudio tiene, por tanto, la forma de preguntas cerradas, lo que limita las posibilidades de obtener información exclusiva. Sin embargo, si se utiliza correctamente, puede permitir que una organización defina y mida con mayor precisión la importancia de un elemento en relación con un grupo de participantes y la población que representa. También se utiliza a menudo para recopilar características sociodemográficas (edad, ingresos, estado civil, sexo, etc.) de un grupo en particular. Esta información puede luego estudiarse tal cual, midiendo su evolución en el tiempo, o ser objeto de análisis más profundos (correlación, segmentación, comparación con un punto de referencia y otras técnicas estadísticas). (Espada, 2021).

Según (Tamayo, 2009) La investigación descriptiva Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de

hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Arias, 2012).

Este método nos va ayudar en nuestro trabajo de investigación saber el nivel de satisfacción de los turistas al visitar el Cantón Salinas por lo que se busca describir cómo y en qué condiciones se encuentran para poder complacer las necesidades del visitante.

### **Método de Recolección de Datos**

Con la finalidad de obtener datos que aporten al desarrollo del presente trabajo, se aplicarán los siguientes métodos:

**Encuesta:** La encuesta es una búsqueda sistemática de información, en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Con la encuesta se trata de “obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes”. (Visauta, 1989: 259). A diferencia del resto de técnicas de entrevista la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden y en una situación social similar; de modo que las diferencias localizadas son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas. ¿Qué es realmente una encuesta? Para algunos investigadores no es otra cosa que la recolección sistemática de datos en una población o en una muestra de la población, mediante el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos (TECH, 2022). En el presente trabajo las encuestas se aplicarán a todas las personas ecuatorianas o extranjeras que tengan la capacidad de visitar los destinos turísticos que ofrece el cantón Salinas.

**Entrevista:** La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto”. Heinemann propone para complementarla, el uso de otro tipo de estímulos, por ejemplo, visuales, para obtener información útil para resolver la pregunta central de la investigación. Se argumenta que la entrevista es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda, además presenta la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles. (Laura Pamela Díaz-Bravo, 2013)

La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos (la entrevista en la investigación cualitativa, independientemente del modelo que se decida emplear, se caracteriza por los siguientes elementos: tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible; se pretende conseguir los significados que los informantes atribuyen a los temas en cuestión; el entrevistador debe mantener una actitud activa durante el desarrollo de la entrevista, en la que la interpretación sea continua con la finalidad de obtener una comprensión profunda del discurso del entrevistado). Con frecuencia la entrevista se complementa con otras técnicas de acuerdo a la naturaleza específica de la investigación. (Laura Pamela Díaz-Bravo, 2013) .Se ha decidió aplicar las entrevistas a todas las personas involucradas en el desarrollo de las actividades turísticas, ya que con esta información podremos obtener puntos de vista desde todas las perspectivas.

### **Observación: visita de campo**

La investigación de campo permitirá conocer el lugar turístico en donde a través de la aplicación de las encuestas y entrevistas se pudo obtener información relevante del objeto de estudio, para así conocer la realidad actual del atractivo y generar soluciones para erradicar el problema existente, así con las estrategias de promoción y difusión del atractivo generar más afluencias de turistas. (Jaime, 2018)

La observación permitirá en nuestro estudio obtener datos de la realidad y estudiarlos, así como se presentan así tener una investigación para tener una investigación completa.

## **Población**

Una población es el conjunto de individuos de los que se extrae una muestra para un estudio. Por lo tanto, cualquier selección de individuos agrupados por una característica común se puede decir que es una población. En este sentido, una muestra se refiere a una porción estadísticamente significativa de una población, no a una población completa. Por esta razón, un análisis estadístico de una muestra debe reportar la desviación estándar aproximada, o error estándar de sus resultados en relación a la población total, se refiere a la totalidad de las personas que habitan una región en particular, un país o incluso todo el planeta. Los conteos del censo realizan un seguimiento de la cantidad de ciudadanos que pueblan diferentes condados junto con sus características, como edad, raza, género, ingresos, ocupación, etc. Los recuentos de población son importantes para los gobiernos a fin de recaudar impuestos y asignar la cantidad adecuada de fondos a diversos programas sociales y de infraestructura. (Consultores, ONLINE-TESIS, 2023). Para el progreso de este trabajo se propuso aplicar la encuesta a todos turísticos nacionales y extranjeros que visiten el cantón Salinas.

La población es la base de nuestro estudio, por medio de esta vamos a obtener muestras para analizar los resultados de los estudios que en nuestro caso son las encuestas y entrevistas.

## **Técnicas de Muestreo**

Las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. La elección entre la muestra probabilística y la no probabilística se hace según el planteamiento del problema, las hipótesis, el diseño de investigación y el alcance de sus contribuciones. Las muestras probabilísticas tienen muchas ventajas; quizá la principal sea que puede medirse el tamaño del error en nuestras predicciones. Se ha dicho incluso que el principal objetivo

del diseño de una muestra probabilística es reducir al mínimo este error, al que se le llama error estándar (Sampieri, Metodología de la investigación - Sexta Edición, 2017)

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transaccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se supone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos. Las unidades o elementos muestrales tendrán valores muy parecidos a los de la población, de manera que las mediciones en el subconjunto nos darán estimados precisos del conjunto mayor. La precisión de dichos estimados depende del error en el muestreo, que es posible calcular. (Sampieri, Metodología de la investigación - Sexta Edición, 2017)

Para nuestro estudio se escogió este tipo de muestra por la extensión de la población ya que nos va a ayudar a evaluar con precisión las características de la población del estudio, por ende, se va a obtener resultados más eficientes.

### **Cálculo de la Muestra**

Se refiere a la cantidad de participantes necesarios para que la muestra sea una representación del total de la población a estudiar. En la mayoría de los casos se requiere de una muestra cuando la población es demasiado numerosa, Del tamaño adecuado de la muestra y de su representatividad depende el éxito del estudio. Igualmente, este factor influye en el grado de complejidad del estudio, ya que, si la muestra es demasiado amplia, la investigación se hace lenta y onerosa. (ROCHI, 2022)

Son muy diversas las maneras de calcular el tamaño de una muestra, según los datos a los que se puede tener acceso. En este caso, hablaremos del modo de calcular una muestra para un universo o población finita. Podría tratarse de la cantidad de habitantes de una ciudad en particular. Para obtener el tamaño ideal de la muestra, aplicaremos la fórmula planteada por Murray y Larry (2005): (ROCHI, 2022)

**Figura20**

Fórmula de Murray Larry (2005)

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \sigma^2} = 385$$

*Nota:* La figura representa el cálculo de la población y como realizarlas. Tomado de *¿Cómo realizar el cálculo del tamaño de la muestra Online para tu investigación de mercado?*, por ROCHI,2022

En esta fórmula:

N = tamaño de la muestra que se busca.

n = tamaño del universo a estudiar.

$\Sigma$  = desviación estándar de la población. Cuando este dato es desconocido, se utiliza una constante que equivale a 0.5

N = tamaño del universo a estudiar

$\Sigma$  = desviación estándar de la población. Cuando este dato es desconocido, se utiliza una constante que equivale a 0.5 (ROCHI, 2022)

Z = valor que se obtiene a través de niveles de confianza. Es un número constante, que generalmente adquiere dos valores según el nivel de confianza que se quiera. El 99% es el valor más elevado (equivale a 2.58) y el 95% (equivale a 1.96) es el valor mínimo admitido para que la investigación se considere confiable. (ROCHI, 2022)

E = es el límite de error muestral admisible. Comúnmente oscila entre el 1% (0.01) y el 9% (0.09). El 5% (0.05) es el valor estándar que se usa en investigaciones. (ROCHI, 2022)

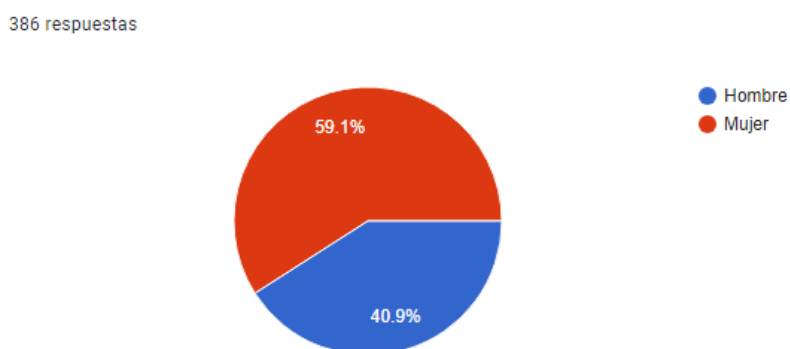


## Resultados de las encuestas

Se llevó a cabo una recopilación de datos de las 385 encuestas realizadas a los habitantes de Guayaquil que han visitado al Cantón de Salinas Provincia de Santa Elena. A continuación, revisaremos los resultados obtenidos de las encuestas.

### Género de los visitantes del Cantón Salinas

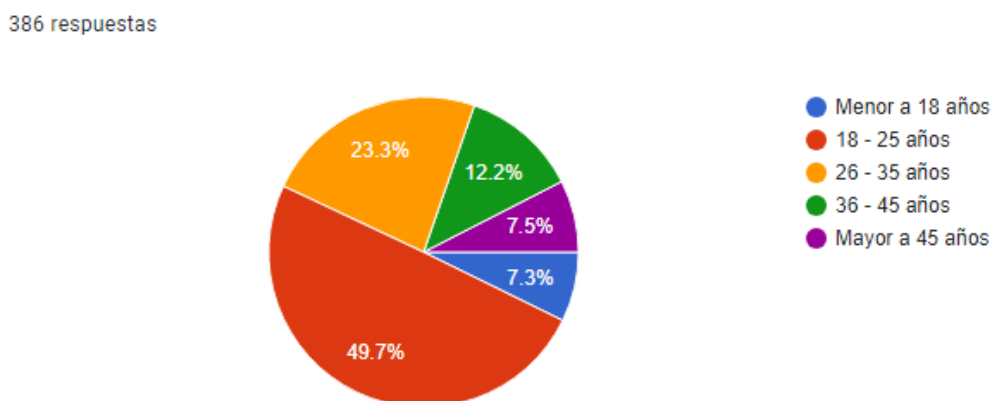
**Figura21**  
Género



Como se puede apreciar en el gráfico la mayoría de los que visitan el Cantón Salinas corresponde al género femenino con un 59.1% de la totalidad mientras que un poco menos de la mitad corresponde al género masculino siendo estos el 40.09% del total de los encuestados

### Edades de los visitantes al Cantón Salinas

**Figura22**  
Edad



Se puede observar en el gráfico que el Cantón de Salinas es mayormente visitado por personas que se encuentran en el rango de 18-25 años de edad, siendo el

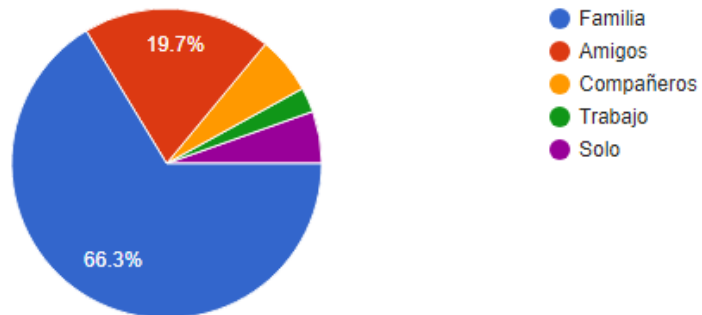
49.7% de la totalidad, mientras que le precede el rango de 26-35 años de edad con un 23.3% siendo estas edades que más predominan

Pregunta 3: ¿En compañía de quienes realiza sus viajes al Cantón Salinas?

**Figura23**

Acompañantes para el viaje al Cantón Salinas

386 respuestas



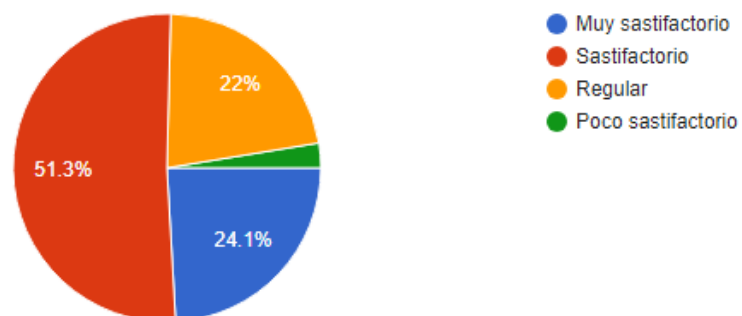
Aquí visualizamos que las personas van de visita con sus familias al Cantón de Salinas obteniendo un resultado de 66.3% mientras que le precede el rango de visitas con amigos con un 19.7% siendo estos los resultados que influye en acompañantes.

Pregunta 4: ¿Cómo valora usted los atractivos y las actividades que ofrece el Cantón Salinas para atraer el turismo

**Figura24**

Experiencia de los atractivos y actividades que ofrece el Cantón Salinas

386 respuestas



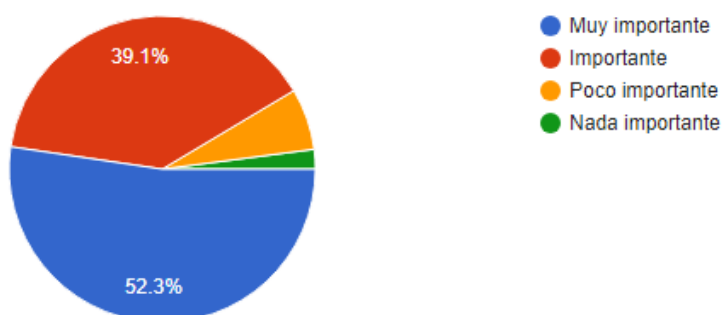
La mayoría de los encuestados indicaron que en sus experiencias en base a los atractivos y actividades turísticas que ofrece el Cantón de Salinas es buena con un 51.3% del total, mientras que el 24.1% señalaron que es excelente finalmente el 22% lo consideraron regular.

Pregunta 5: ¿En su opinión, qué nivel de importancia tiene la difusión de los destinos turísticos para el desarrollo del Cantón Salinas

**Figura25**

Importancia de la difusión de los destinos turísticos

386 respuestas



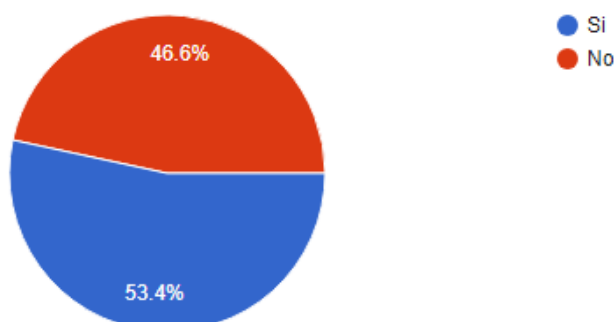
Como podemos apreciar en el gráfico con un 52.3% consideran que es muy importante la difusión de los destinos turísticos mientras que con un 39.1% lo considera importante.

Pregunta 6: ¿Considera usted que los atractivos turísticos del Cantón Salinas son socializados de manera correcta?

**Figura26**

Importancia de la socialización de los atractivos turísticos

386 respuestas



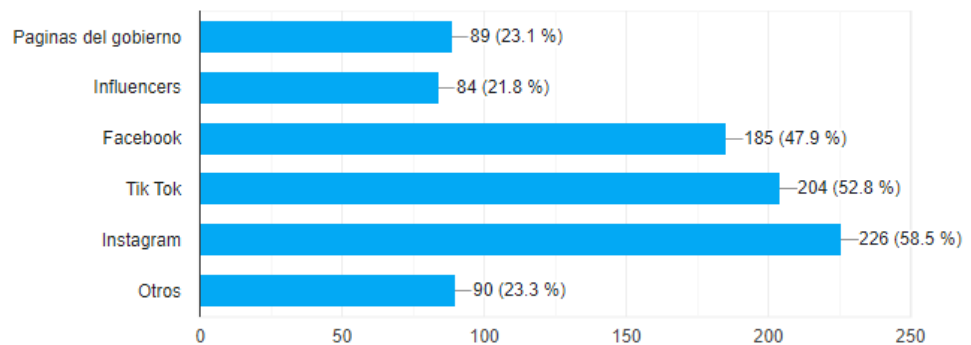
Hemos podido evidenciar que los atractivos turísticos del Cantón Salinas con un margen del 56.4% consideran que son socializados de manera correcta no obstante se mantiene cerca de los encuestados que dijeron que no se socializa correctamente los atractivos turísticos arrojando como resultado el 46.6%.

Pregunta 7: ¿A la hora de escoger visitar un atractivo turístico en el Cantón Salinas, que medio de difusión usted prefiere? Escoja 3 opciones.

**Figura27**

Medio de difusión turístico

386 respuestas

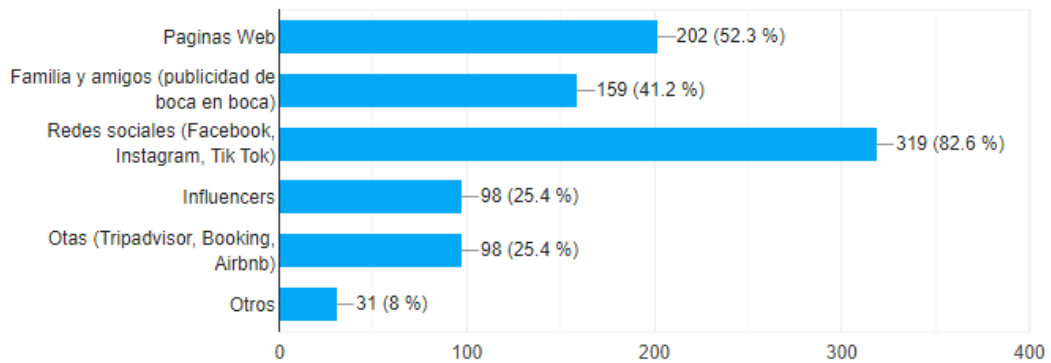


En esta pregunta de 3 opciones tenemos como primer lugar como medio de difusión de atractivos turísticos a la aplicación de Instagram quedando como segundo lugar la aplicación de Tiktok y finalmente como tercer lugar la aplicación de Facebook siendo estos los medios que más usan las personas encuestadas al momento de escoger un lugar para visitar.

Pregunta 8: ¿En su opinión, por cuales medios puedo promocionar productos y servicio turísticos del Cantón Salinas? Escoja 3 opciones

**Figura28**  
Promoción de productos y servicios turísticos

386 respuestas

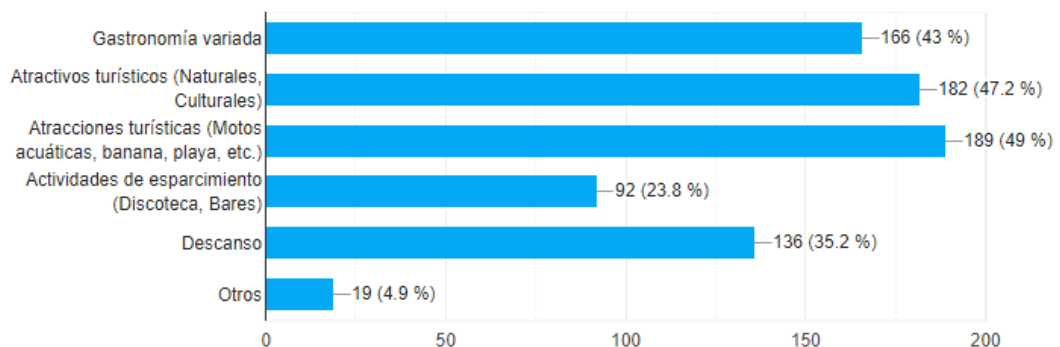


Esta pregunta de 3 opciones podemos evidenciar que con un margen de 82.6% siendo la mayoría optaron por la opción de redes sociales para promocionar los productos y servicios turísticos que ofrece el Cantón de Salinas, mientras que con un margen de 52.3% señalaron que la página web también sería una buena opción de promoción quedando como tercer lugar la publicidad de boca en boca es decir recomendaciones personales entre amigos y familia con un margen del 41.2% de resultados.

Pregunta 9: ¿Qué factor es el que más le motiva a usted para visitar el Cantón Salinas?  
Escoja 3 opciones

**Figura29**  
Factor motivante para visitar al Cantón Salinas

386 respuestas



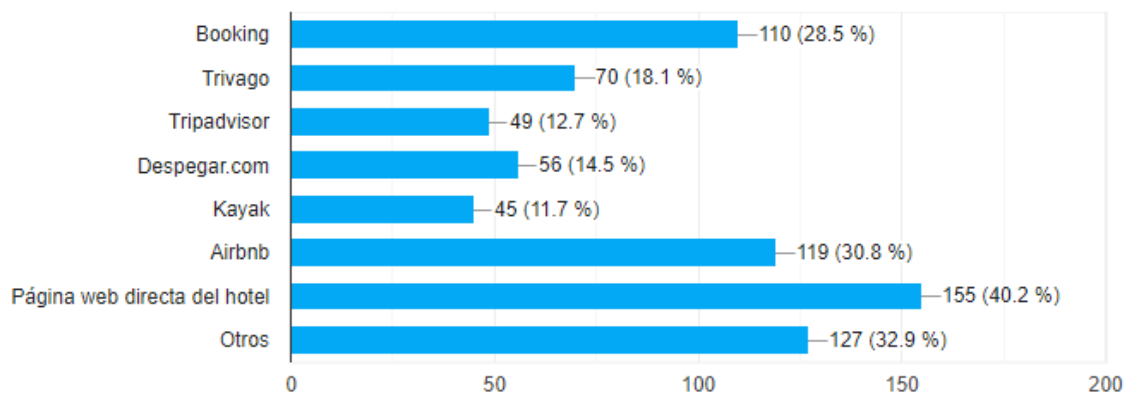
Como se puede observar en el gráfico las tres primeras opciones que escogieron como motivo de visita al Cantón de Salinas quedando en primer lugar con un 49% de resultados a las atracciones turísticas, mientras que en segundo lugar

tenemos con el 47.2% de resultados a los atractivos turísticos y como tercer lugar con el 43% de resultados tenemos a su gastronomía variada.

Pregunta 10: ¿Qué medio de información utiliza para hacer una reserva de hospedaje?  
Escoja 3 opciones

**Figura30**  
Medios de información para reserva de hospedaje

386 respuestas

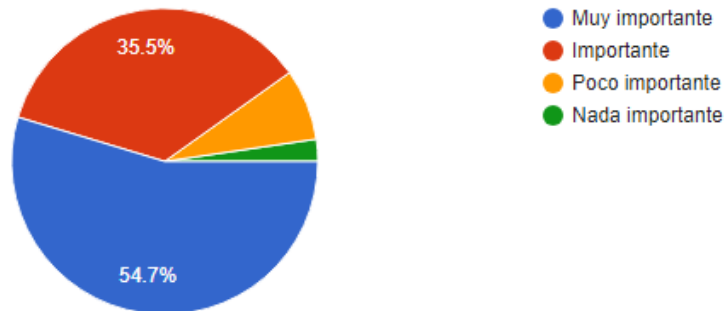


Como podemos ver en el gráfico los tres primeros medios de información que los encuestados usan para la reserva de hospedaje quedando como primer la página web directa del hotel con un margen del 40.2% de resultados, quedando como segundo lugar otras formas de búsqueda de información con un 32.9% de resultados, y por último tenemos la opción de Airbnb con un margen del 30.8% de resultados.

Pregunta 11: ¿Considera importante el desarrollar una plataforma web, para la difusión del potencial del Cantón Salinas

**Figura31**  
Importancia del desarrollo de una plataforma web

386 respuestas



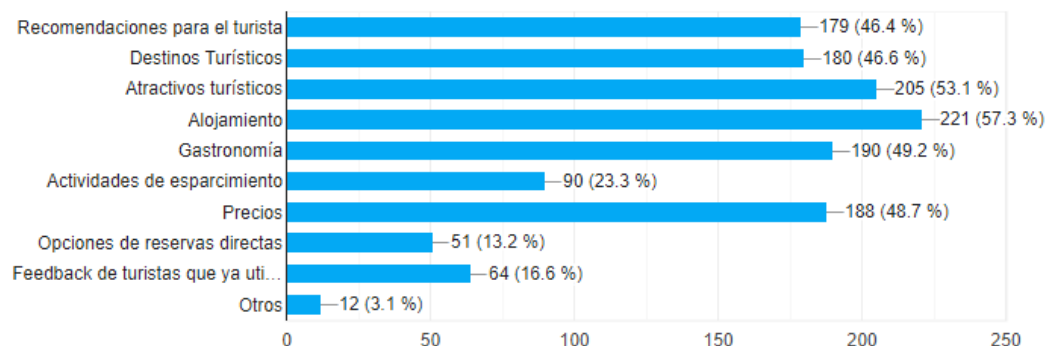
Los resultados de esta pregunta podemos ver que es muy importante el desarrollo de una plataforma web con un margen del 54.7% de resultados y el 35.5% lo consideran solo importante.

Pregunta 12: ¿Qué tipo de información cree que se debería incluir en la plataforma web? Escoja 3 opciones

**Figura32**

Opciones en la plataforma web

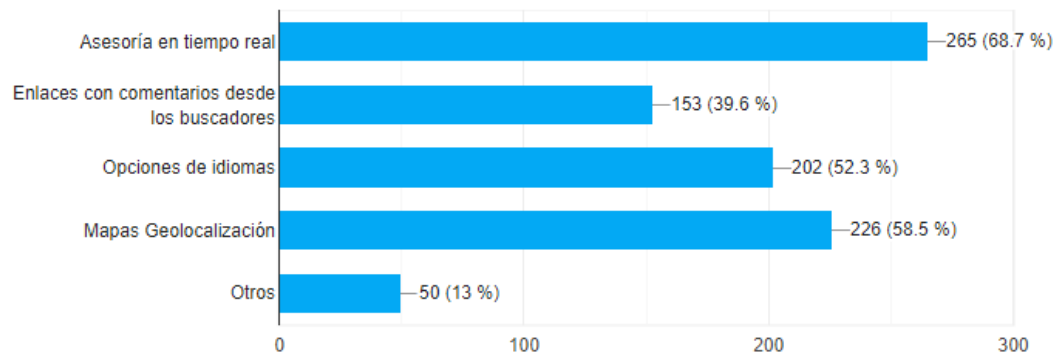
386 respuestas



En esta pregunta con tres opciones tenemos que la información que debe ir en las plataformas web quedando como primer lugar los alojamientos con un margen del 57.3% de resultados como segundo lugar los atractivos turísticos con un 53.1% de resultados y como tercer lugar tenemos la opción de la gastronomía con el 49.2% de resultados.

Pregunta 13: ¿Qué herramienta electrónica considera usted que deben incluirse en la plataforma web para la correcta difusión de atractivos turísticos para el Cantón Salinas? Escoja 3 opciones

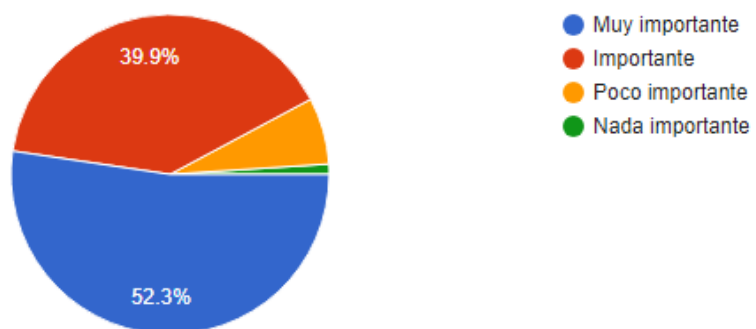
**Figura33**  
Herramientas electrónicas para la plataforma web  
386 respuestas



Este grafico nos indica que las tres primeras opciones que los encuestados escogieron quedando en primer lugar asesoría en tiempo real con un margen del 68.7% de resultados, como segundo los mapas geolocalización con el 58.5% de resultados y en tercer lugar opciones de idiomas dándole un margen del 52.3% de resultados

Pregunta 14: ¿Considera usted importante el desarrollo de la plataforma web como una aplicación móvil, para la difusión del potencial turístico del Cantón Salinas?

**Figura34**  
Importancia de la plataforma web  
386 respuestas





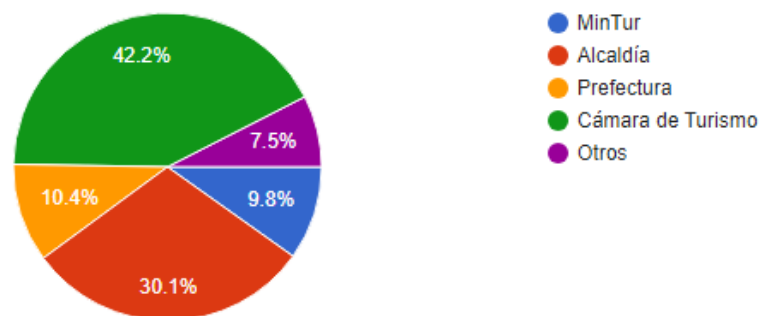
Este grafico nos indica que es muy importante el desarrollo de una plataforma web como aplicación móvil dando como resultado el 52.3% mientras que un 39.9% lo considera solo importante.

Pregunta 15: ¿Quién debe desarrollar esta plataforma web?

**Figura35**

Desarrollo web

386 respuestas



Las personas encuestadas decidieron que el responsable para el desarrollo de esta plataforma con un 42.2% la cámara de Turismo y con un 30.1% la Alcaldía.

### **Análisis del resultado de las encuestas**

Tras realizar esta encuesta permitió entender que las actividades y atractivos turísticos del Cantón Salinas brindan una buena experiencia al visitante sin embargo pueden mejorar aún más para que el resultado tenga un alto nivel positivo; algunas características que se pueden apreciar es que los encuestados para poder elegir un lugar de visita usan como medio de información las aplicaciones como Instagram, Tiktok y Facebook , dieron a conocer que las redes sociales puede ser un medio de ayuda para promocionar los productos y servicios turísticos que el Cantón Salinas ofrece.

Al momento de tener seleccionado su lugar de visita para poder alojarse ellos acceden a la página directa del hotel para su respectiva reserva, también consta de otros medios para instalarse (casa propia), también optan por la opción de Airbnb un estilo de alquiler temporal que lo usan para los días de estadía en el lugar seleccionado de visita. También se pudo observar que el principal motivante que las personas elijen al Cantón Salinas como lugar de ocio y descanso para pasar un momento ameno con

la familia y amigos son las atracciones turísticas que posee junto con los atractivos turísticos y su gastronomía.

También observamos que es importante el desarrollo de una plataforma web para poder difundir el potencial del Cantón Salinas y que dentro de esta plataforma debe disponer con la información de alojamientos, atractivos turísticos y su gastronomía.

Dentro de las herramientas de esta plataforma debe tener opciones como: asesoría, mapas con geolocalización y variaciones de idiomas para las personas extranjeras y así puedan tener acceso a esta plataforma y conste de una aplicación móvil así ellos puedan descargarla y ser más cómodo de usar. Como responsable para el desarrollo de esta plataforma web los encuestados eligieron la Cámara de turismo seguido por la Alcaldía.

### **Resultado de las entrevistas**

Para poder completar el ciclo de la investigación se decidió realizar entrevistas a personas que laboren en entidades públicas, prestadores de servicios turísticos y clientes. A continuación, los resultados:

#### **Entrevista a Entidades Publicas**

##### **Entrevista al Director de Turismo - Municipio de Salinas**

Dentro de las entrevistas a Entidades Públicas se entrevistó a al Director de Turismo del Municipio de Salinas José Ber Paredes, señaló que las funciones del Departamento se encargan de la planificación de todo el desarrollo turístico de Salinas, ejecución, control, supervisión, evaluación de todas las actividades que se realiza dentro del Cantón Salinas.

El Director de Turismo José Ber, también indico que el Municipio de Salinas tiene 4 dependencias a cargo: El Control de las Playas de Salinas desde el año 2010; el Área de Patrimonio y Cultura, cuya función es rescatar los valores tradicionales, ancestrales, culturales; el Departamento de Promoción y Eventos que se dedica a activar el sector turísticos en el Cantón Salinas, específicamente en las playas que es el principal atractivo turístico; el Departamento de Control y Regulación que se encarga de normar todas las actividades turísticas dentro del Cantón Salinas.

Con relación a los factores que influye a la mala difusión del turismo, el Director de Turismo José Ber expreso textualmente:

“Una Ciudad para iniciar un proceso de promocionarse y posicionarse como una ciudad turística debe tener orden, tiene que tener seguridad, tiene que tener productos y servicios turísticos claros, que sean comestibles, comercializables que sean fáciles de usar”.

Mencionó que el Municipio de Salinas está realizando un Plan de Desarrollo Estratégico Turístico de Salinas, proyectado a 5 años que sirve como una herramienta para poder manejar todos los recursos y potencializar a Salinas como uno de los principales destinos turísticos del Ecuador.

En la siguiente parte de la entrevista denotó, que el Ministerio de Turismo ha desarrollado un Plan de Marketing, que se va a ejecutar en base a los lineamientos. El Plan de Marketing es una guía para saber en qué se va a invertir los recursos municipales para poder promocionar y captar la mayor cantidad de turistas hacia el territorio y así competir con los destinos locales y regionales.

### **Entrevistas a Prestadores de Servicios**

#### **Entrevista a María Martínez Coordinadora de Reservas del Departamento de Reservas del Hotel Colón**

Se entrevistó a María Martínez Coordinadora de Reservas del Hotel Colón, señaló que se puede mejorar la promoción internacional, para que puedan venir los turistas extranjeros al cantón Salinas; sobre todo en temporadas de ballenas y aseguro que a los turistas extranjeros les atrae el turismo de naturaleza sostenible y destinos de playas.

Continuando con la entrevista en relación a las estrategias para difundir los productos turísticos, propuso realizar videos promocionales en los yates de turismo, avistamiento de ballenas, la Ruta del Spondylus, enfocado en Salinas y turismo con influencers.

#### **Entrevista a David Franco, Recepcionista del Hotel Casa Blanca.**

Se entrevistó al señor David Franco Recepcionista del Hotel Casa Blanca debido a que es una de las personas tiene mayor conocimiento y contacto con el turista.

En la primera pregunta de la entrevista manifestó que se necesita más promoción en redes sociales para el sector, especialmente las playas del cantón Salinas y más seguridad en el sector Chipipe.

Referente a la segunda pregunta de la entrevista, indicó que la estrategia que plantea sería de promover los atractivos turísticos que ofrece Chipipe, con fotos y videos de todo el sector, conjunto al desarrollo de una asociación turística hotelera de Chipipe.

### **Entrevista a Naomi Rivera, Recepcionista del Hotel Cardi, Chipipe**

Se entrevistó a Naomi Rivera, expresó que el apoyo gubernamental que ayudaría incrementar el turismo sería la innovación de los productos turísticos de Chipipe y dar mantenimiento a los atractivos turísticos como el Malecón de Salinas.

Siguiendo con la segunda pregunta relacionado a las estrategias para implementar la difusión de los productos turísticos. Planteó que las estrategias para implementar pueden ser, contratación de influencers, para realizar videos promocionales de los hoteles y de los atractivos turísticos de Chipipe, también como el apoyo del Gobierno hacia los pequeños sectores comerciales, como por ejemplo los artesanos, en la producción, promoción y venta de sus productos.

### **Entrevista a la Asistente de Administración Lourdes Rodríguez**

Con respecto al apoyo que debería dar las Instituciones Gubernamentales, expuso que deberían mejorar la seguridad en la provincia de Santa Elena. Para incrementar la actividad hotelera en el Sector, la implementación de policías, para mermar la intranquilidad entre los turistas y poder efectuar las actividades con mayor confianza.

La señora Lourdes, nos refirió que una de las estrategias a implementar, se puede llevar a cabo con la construcción de un nuevo lugar de atracción turística focalizado en los niños, pavimentar las calles, dar mantenimiento adecuado a la albarrada para dar una mejor impresión e imagen del Sector.

### **Entrevista a Edgar Tigua, Dueño del Restaurante Pollo a la Braza “Don Pepe”**

En la entrevista el Señor Edgar denotó que el Gobierno debería implementar canchas deportivas, espacios verdes, más parques para atraer el turismo de Santa Rosa.

Siguiendo con la segunda pregunta de la entrevista, indico además que la promoción por medio de volantes, realizar actividades por temporadas, por festividades, son buenas estrategias para atraer el turismo en Santa Rosa.

### **Entrevistas a Clientes en el Cantón Salinas.**

#### **Entrevista a Katiuska Salazar**

En las entrevistas con los Clientes, se le hicieron preguntas, en las que expresó que le gusta la playa; sin embargo, se debería regular a los vendedores ambulantes, e incrementar la seguridad en las playas. Refirió también que para tener más promoción el Cantón Salinas se requiere de más publicidad en redes sociales.

#### **Entrevista a Miriam Gonzales**

La señorita Miriam expreso que un apoyo que el gobierno daría a los prestadores de servicios es la seguridad, así protege también a los turistas nacionales y extranjeros. También nos indicó que estarían más concurrida las playas con una mejor publicidad por redes sociales para atraer a los turistas en la Provincia de Santa Elena.

#### **Entrevista a María Torres**

La señorita María Torres, nos expresó que disfruta de la playa, pero se debería capacitar a los vendedores ambulantes y a la gente que tiene negocios para no ahuyentar al turista. Además, indicó que se debería promocionar por redes sociales la playa de Chipipe, refirió que es muy poca conocida la playa por redes sociales.

### **Análisis de los resultados de las entrevistas**

Las entrevistas realizadas permitieron analizar desde perspectivas distintas, satisfacciones y/u opiniones en diferentes aspectos que proporciona el Cantón Salinas, por una parte, se pudo conocer el método de trabajo que tiene el Municipio de Salinas de acuerdo con el turismo del Sector, el plan de marketing y el plan de estrategia para mejorar una mejor difusión de los productos turísticos del cantón Salinas. El Plan de Marketing que se creó como una guía para asegurarse donde y en qué momento invertir los recursos municipales para incrementar la cantidad de turistas en el Cantón Salinas

Algunas de las razones por las que; según la entrevista las Instituciones Gubernamentales para incrementar el turismo sería mejorar en gran manera la

seguridad no solo del sector; sino de la Provincia de Santa Elena, así como promoción por medio de medios audiovisuales en las redes sociales, indicando los diferentes atractivos turísticos del Cantón Salinas, dar mantenimiento a las instalaciones turísticas como el Malecón, pavimentación de calles e innovación de productos turísticos.

Finalmente, desde la perspectiva de cliente, también se recalca que uno de los factores con más importancia y mayor denotación es la seguridad en las playas así se logra proteger al turista y los habitantes de la zona. Expresaron los clientes entrevistados, que para que el Cantón salinas sea más concurrida, se necesita priorizar la seguridad, y como segundo punto la promoción por medios de redes sociales

## Capítulo IV

### Estrategia de mejora para la difusión del Turismo

En el siguiente capítulo vamos a describir detalladamente la estrategia basada en la recopilación de datos de los resultados de la encuesta donde se va a describir las características y opciones de la misma para facilitar la experiencia del turista

#### Objetivos de la propuesta

##### Objetivo General

- Proponer un plan a cada categoría de destinos de sol y playa con la finalidad de mejorar la difusión de sus productos turísticos

##### Objetivos Específicos

- Identificar la estrategia para la mejora de la difusión en el Cantón Salinas
- Emplear acciones para el desarrollo de las estrategias que mejorara el turismo en el Cantón Salinas
- Definir el costo aproximado de la ejecución de la propuesta que permitirá mejorar el turismo en el Cantón Salinas

#### Estrategias Generales

Para poder hacer un mejor análisis se decidió primero revisar aquellas estrategias que aplican para todas las categorías y luego identificar las estrategias que cada categoría debe aplicar para la mejora de la difusión y promoción del Cantón Salinas con cada una de las estrategias que serán detalladas a continuación:

#### Estrategia 1 Seguridad

Responsable: Gobierno del Ecuador -Municipio de Salinas

Acciones: En base a las encuestas se determinó como estrategia la implementación de mayor cantidad de:

1. Acción: UPC (Unidad de Policía Comunitaria) en todo el Cantón Salinas para salvaguardar a la ciudadanía. El costo total para la implementación es de \$ 500.00 cifra tomada de (Diario Expreso [e], 2022)

2. Acción: Formación de un comité Barrial en cada sector del Canto para promover la seguridad. El costo cubierto por el Estado Ecuatoriano aproximadamente de \$480.687,22 cifra tomada de la página del ministerio del interior. (Gobierno del Ecuador, 2019)
3. Acción: Capacitación a los actores involucrados mediante charlas para comprender los elementos de seguridad
4. Difusión de acciones de seguridad y prevención a través de material gráfico de recordatorio como por ejemplo señaléticas para el cuidado de oleajes. El costo para esta implementación es de \$37,81.50 cifra tomada de (Compras publicas, 2010)

## **Estrategia 2 Difusión y Redes**

Responsable: Municipio de Salinas

Acciones: Dentro de la información obtenida podemos verificar que el Cantón Salinas posee varios lugares y productos turísticos y una gran variedad de hospedajes que van desde una estrella hasta cinco estrellas; sin embargo, no en todas sus parroquias consta de turismo ya que no existe lugares atractivos para el visitante, por ende, se realizaría Las siguientes acciones.

1. Acción: Una solicitud al municipio para la creación de un prototipo de página web
2. Acción: Aplicación móvil que constara de información acerca de los destinos y productos turísticos a su vez de gastronomía y alojamiento de todo el Cantón Salinas así elevar la economía del país.

El costo aproximado para crear una página web es de \$300 cifra tomada de la página webcorp por (Carriel, 2019) mientras que el costo por la aplicación móvil es de \$1.500 cifrada tomada de (Witrey, 2018)

## **Estrategia 3 Eventos Por Temporada**

Responsable: Municipio de Salinas

Estrategia: los eventos que el municipio de Salinas puede ofrecer las siguientes acciones

1. Acción: En las temporadas festivas y vacacionales para dar a conocer sus parroquias, serian: ferias turísticas en base a la gastronomía que posee el Cantón Salinas,



2. Acción: Exposiciones de obras de arte del Cantón para promocionar su cultura e historia, conciertos con artistas nacionales e internacionales,
3. Acción: Desfiles culturales. Como ejemplo tenemos que en la ciudad de Guayaquil se lleva a cabo la actividad llamada “Guayaquil Walking Tours: Aromas y Sabores, puede incentivar al municipio de Salinas una actividad similar promocionando toda su cultura y gastronomía. Costo aproximado de la creación de eventos es \$2,2000.000 cifra tomada de Sercorp (Servicio Nacional de Contratación Pública) (Primicias, 2023)

#### **Estrategia 4 Ofertas por temporadas**

Responsables: Prestadores de servicios Turísticos del Cantón Salinas

Estrategia: Las temporadas de ofertas son herramientas claves para incrementar las ventas de sus productos por medio de un plan de promoción y de esta manera aumentar el flujo de turistas, tenemos:

1. Acción: Descuento a adultos mayores, niños menores de 12 años y personas con discapacidad.
2. Acción: Obsequios por compras, creación de clientes vip,
3. Acción: Precios especiales para parejas y familias.

#### **Estrategias Específicas**

Con la ayuda de estas estrategias específicas permitirá que a los prestadores de servicios turísticos puedan mejorar en la calidad de sus servicios de manera que los turistas sientan un nivel de satisfacción más alto y poder convencerlos de su visita continua al Cantón de Salinas.

#### **Estrategia 1 Promoción de Hoteles**

Responsable: Propietario del Hotel

Estrategia: En base a los resultados de las encuestas hemos analizado una de las estrategias que los hoteles pueden brindar, es la creación de paquetes turísticos para las personas con discapacidades ya que ese tipo de target no es muy común en el negocio. Aplicando un paquete turístico donde se ofrezca un descuento, es decir que pagarían la mitad del valor dependiendo los días de hospedaje e incluirle dentro del paquete actividades con recorridos a las playas más turísticas del Cantón Salinas, Museo de las Ballenas, y en las temporadas de ballena un paquete exclusivo para el

avistamiento de esta especie realizando convenios con los trabajadores dueños de lanchas para efectuar esta actividad.

### **Estrategia 2 Promoción de Hostales**

Responsable: Propietarios de Hostales

Estrategia: Los hostales no se destacan por ser lujosos o ser la primera opción de hospedaje; sin embargo, es una gran elección para quienes desean alojarse a un bajo precio. Mediante el levantamiento de información permitió efectuar estrategias para su difusión y promoción, la creación de paquetes turísticos para las personas proveniente de la sierra ecuatoriana en temporadas bajas constara de tres días de alojamiento con recorridos a los sitios turísticos como por ejemplo la lobería o la chocolatera, más actividades de sol y playa como paseo en lanchas y degustaciones gastronómicas del Cantón mediante convenios con restaurantes.

### **Estrategia 3 Promoción Hostelería**

Responsable: Propietario de la Hostelería

Estrategia: Creación de paquetes familiares que incluya paquetes familiares de hospedaje, alimentación y actividades turísticas para el aumento de visitantes; el paquete turístico estará conformado por 4 días de alojamiento que incluya actividades turísticas para toda la familia como el paseo en banana, 15 minutos más dentro del parque acuático llamado aqua park , parasoles para toda la familia a fin de que realicen la actividad toma de sol, descuentos en los restaurantes de comida tradicional del Cantón Salinas, para efectuar este estrategia se debe realizar convenios con los dueños de las actividades turísticas que oferta el paquete y dos restaurantes para la cata de alimentos tradicionales.

### **Costo total de la implementación del plan de estrategia**

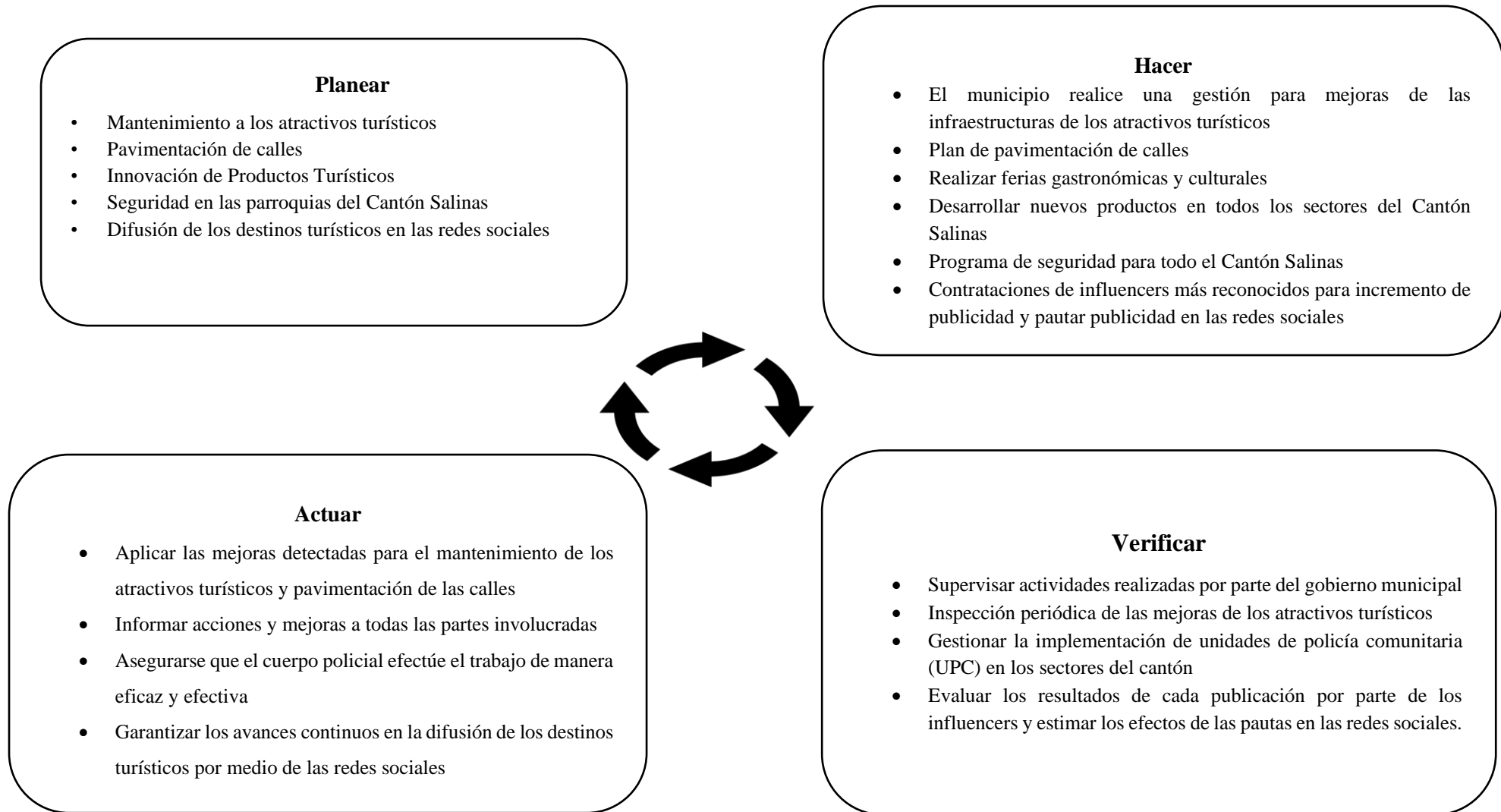
El costo total para la implementación de las estrategias ya nombradas para convertir del Cantón Salinas un lugar con Potencial Turístico aproximadamente es de \$482.487,22. Ese valor le pertenece cubrir al municipio del Cantón Salinas para lograr el plan de mejoras y así hacer del Cantón un lugar turístico en la totalidad de sus parroquias para ayudar a la mejora de la difusión y promoción turística

Tabla 13 Costo total de Implementación de Estrategias en el Cantón Salinas

Acciones a seguir	Costo	Tiempo	Responsable
Creación de UPC	\$480.687,22		Gobierno del Ecuador - Municipio de Salinas
Señalética de seguridad	\$37,81.50		Municipio de Salinas
Creación de Eventos	\$2,2000.000		Municipio de Salinas
- Página Web	\$300		Municipio de Salinas
- Aplicación Móvil	\$1.500		Municipio de Salinas
Total, Costo del Plan de Mejoras			<b>\$482.487,22</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el costo total de la implementación de las estrategias al Cantón Salinas

Tabla 14 Ciclo de Deming aplicado en el Cantón Salinas



## Conclusión

El Cantón Salinas es conocido por sus encantadoras playas como la playa de Salinas o la playa de Chipipe, posee algunos destinos turísticos reconocidos como por ejemplo la lobería o la chocolatera sin embargo el Cantón consta de más lugares que debido a la falta de difusión no son concurridos y por ende no son turísticos de manera que no disponen de una buena promoción a nivel Cantonal. Como pueden observar dispone de varios alojamientos desde hoteles de una estrella hasta de cinco estrellas, hostales de tres estrellas y hostelería de tres estrellas, posee varias opciones para las personas que desean hospedarse desde lo más lujoso hasta lo más económico.

Gracias al levantamiento de información se llegó a la conclusión que no existe en el ministerio de turismo una categorización para los atractivos y se propuso una que pueda ayudar y mejorar la oferta turística.

Se sugirió replicar las siguientes estrategias; estrategias generales se desarrollan respecto al tema de seguridad ya que si no existe una buena seguridad dentro del Cantón; también proponemos enviarle una solicitud al Municipio de Salinas para la creación de una página web con aplicación móvil que comprenda todos los productos turísticos, alojamientos, gastronomías geolocalizadas de todo el Cantón Salinas; y finalmente promocionar ferias gastronómicas y culturales, conciertos con artistas nacionales e internacionales para promover el turismo dentro de la localidad y por último desfiles culturales poder plantearle al municipio de Salinas estas opciones de promoción turística. En cuanto a las estrategias específicas: los prestadores de servicio pueden contribuir a la ayuda del aumento de turista en el Cantón con sus promociones por temporadas; desarrollando paquetes turísticos para discapacitados o para la tercera edad; y actividades especiales para los visitantes de la sierra.

Con estas estrategias permitirá al Cantón ayudar con la progresión del desarrollo turístico además se debe de promover el interés cultural, gastronómico por sus propios residentes.

## **Recomendaciones**

- Incentivar a las respectivas autoridades al crecimiento del destino priorizando al Cantón Salinas mediante la implementación y planificación turística.
- Plantear un prototipo de página web con aplicación móvil que contenga toda la información útil para el turista con el fin de mejorar el desarrollo turístico e incrementar la economía del Cantón.
- Innovar en los productos turísticos que ofrecen los prestadores de servicio para que de esta manera sean recomendados en los paquetes turísticos.
- Incentivar a los habitantes a brindar información sobre las actividades culturales y gastronómica para el sostenimiento de tradiciones y costumbres de todo el Cantón Salinas

## Referencias

- Aguilar, V. (2015). Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20081/1/TESIS%20VERONICA%20AGUILAR.pdf>
- AMPARÁN, M. (11 de 07 de 2022). Obtenido de <https://topadventure.com/viajes/Conoces-el-significado-de-las-estrellas-en-los-hoteles-20221107-0015.html>
- Arias, F. G. (2012). Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (18 de 6 de 2021). *SALINAS EL BALNEARIO MÁS IMPORTANTE DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://ame.gob.ec/2021/06/18/salinas-el-balneario-mas-importante-del-ecuador/>
- Avellaneda Pincay, J. A., & Avellaneda Pincay, K. J. (09 de 2018). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11193/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-516.pdf>
- BARREZUETA, D. S. (06 de 2020). *repositorio ug*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49910/1/Diagn%c3%b3stico%20de%20la%20situaci%c3%b3n%20actual%20de%20la%20parrquia%20Anconcito%20de%20la%20provincia%20de%20Santa%20Elena%20para%20el%20dise%c3%b1o%20de%20un%20producto%20tur%c3%adstico%20vivenc>
- Bastidas, R. F. (26 de 11 de 2020). Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/520/469>

- Bermejo, D. J. (01 de 03 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>
- Botey, P. (23 de 2 de 2022). *Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Bustos, D. A. (2016). Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5031/1/T1991-MEC-Salas-All%20you.pdf>
- Calidad y Gestión-Consultorias para Empresas. (30 de 11 de 2016). *ISO 9001:2015. SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2016/11/30/iso-90012015-simplificacion-de-procesos/#:~:text=La%20Norma%20Internacional%20ISO%209001,el%20cumplimiento%20de%20sus%20requisitos.>
- Cárdenas, W. M. (2020). *Repositorio UTA*. Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31985/1/Washington\\_Analuisaf.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31985/1/Washington_Analuisaf.pdf)
- Carriel, J. (2019). Obtenido de <https://webcorp.ec/cuanto-cuesta-hacer-una-pagina-web>
- Castillo, A. c., & Jiménez, M. p. (09 de 2020). Obtenido de <https://revistaturpade.lasallebajo.edu.mx/index.php/turpade/article/view/50/46>
- Clasificadorio Yong. (4 de 4 de 2018). *Descripción Salinas*. Obtenido de [https://www.triathlon.org/uploads/events/CLASIFICATORIOS\\_YOG\\_SALINAS\\_INFORMACI%C3%93N.pdf](https://www.triathlon.org/uploads/events/CLASIFICATORIOS_YOG_SALINAS_INFORMACI%C3%93N.pdf)
- Coelho, F. (26 de 10 de 2020). Obtenido de <https://www.significados.com/metodologia-de-la-investigacion/>



- Colcha, T., & Xavier, M. (2022). *Repositorio UCE*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26766/1/UCE-FAG-TARIS%20MARLON.pdf>
- Colmenares, S. d. (12 de 2017). *Articulos Scielo*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-235X2017000200164](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000200164)
- Consultores, B. (08 de 04 de 2021). Obtenido de <https://online-tesis.com/metodos-mixtos-en-la-investigacion/>
- Consultores, B. (16 de 3 de 2023). *ONLINE-TESIS*. Obtenido de POBLACIÓN EN ESTADÍSTICA: <https://online-tesis.com/poblacion-en-estadistica/>
- Diaz, M. (2022). Obtenido de <https://avaconews.unibague.edu.co/aspectos-generales-del-diseno-experimental/>
- Ecuadorianos, Asociacion de municipalidades. (2022). Obtenido de <https://ame.gob.ec/2021/06/18/salinas-el-balneario-mas-importante-del-ecuador/>
- Editorial ETECE. (21 de 06 de 2021). *Cuáles son los tipos de investigación?* Obtenido de <https://concepto.de/tipos-de-investigacion/>
- EDUARDO, T. B. (2023). *Repositorio upse*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9035/1/UPSE-TDT-2023-0022.pdf>
- El Universo. (2018). *Santa Elena fue la provincia más visitada en este feriado de carnaval*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/14/nota/6623653/santa-elena-fue-provincia-mas-visitada-este-feriado-carnaval-2018/>
- Ena, R. C. (01 de 07 de 2018). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,los%20m%C3%A9todos%20emp%C3%ADricos.>

- Equipo editorial, E. (28 de 05 de 2023). Obtenido de <https://concepto.de/marco-conceptual/>
- Equipo editorial, Etecé. (05 de 08 de 2021). Obtenido de [apacitacion.msp.gob.ec](http://apacitacion.msp.gob.ec)
- Espada, B. (29 de 04 de 2021). Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- EUROFINS. (14 de 8 de 2020). *El ciclo Deming: en qué consiste y cómo ayuda en la gestión y mejora de procesos*. Obtenido de <https://www.eurofins-environment.es/es/el-ciclo-deming-que-consiste-y-como-ayuda-gestion-procesos/>
- Fingermann, H. (31 de 05 de 2022). Obtenido de <https://deconceptos.com/general/difusion>
- FUENTE, O. (19 de 08 de 2022). Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Gobierno del Ecuador. (2019). Obtenido de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/ministerio-del-interior-invirtio-170-millones-de-dolares-en-453-upc-para-la-seguridad-comunitaria/>
- Gomez, I. (05 de 11 de 2021). Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-es-metodo-cualitativo/>
- INEC. (2022). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Iñiguez, P. C., Medel, R. R., Ávila, J. A., Cruz, E. S., Morales, F. d., & Jarquín, D. M. (11 de 2017). *Revista mexicana de ciencias agrícolas*. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-09342017000701603](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603)

IsoToll. (2021). *Escuela Europea de la Excelencia*. Obtenido de ¿Qué es la Iso 9001?: <https://www.isotools.us/normas/calidad/iso-9001/>

Jaime. (23 de 2 de 2018). *TUAEXCOMETH004-2018*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8082/1/TUAEXCOMETH004-2018.pdf>

JANELITH, C. G. (2023). *MARKETING TURÍSTICO, UNA ESTRATEGIA NECESARIA EN LA COMUNA SAN MARCOS DEL CANTÓN SANTA ELENA*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9032/1/UPSE-TDT-2023-0003.pdf>

Konneggui. (13 de 7 de 2018). *Certificación ISO*. Obtenido de <https://koneggui.com.ec/blogiso/blog-calidad/ecuador-emplea-normas-iso-para-certificar-gestiones-de-calidad#:~:text=ISO%209001%3A2015%20se%20reconoce,gesti%C3%B3n%20que%20optimizan%20pr%C3%A1cticas%20laborales>

Kotler, P. (2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>

Laura Pamela Díaz-Bravo. (13 de 4 de 2013). *Scielo*. Obtenido de La entrevista, recurso flexible y dinámico: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)

Ley de Turismo. (29 de 12 de 2016). *Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley de Turismo. (29 de 12 de 2016). *Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE->

TURISMO.pdf. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

M.Martinez. (2009). *Ley Orgánica de defensa del Consumidor (Ley N.2000-21)*. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>

Magazine de las Ciencia. Revista de Investigación e Innovacion. (28 de Octubre de 2020). *Turística Digital: “Las Huecas de la Provincia de Santa Elena”*. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1144/831>

Mera, O. D., & Olalla, R. F. (02 de 2023). Obtenido de [https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2104/1/TIC\\_T21D.pdf](https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2104/1/TIC_T21D.pdf)

Mesquita, R. (23 de 06 de 2018). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Ministerio de Turismo. (28 de 06 de 2022). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>

Ministerio del Turismo. (2020). Obtenido de <https://www.gob.ec/mintur?page=2>

Mitjana, L. R. (15 de 09 de 2019). Obtenido de <https://psicologiyamente.com/miscelanea/diseno-de-investigacion>

OMT. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. Obtenido de Obtenido de World Tourism: : <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

Ordenanza “Regulatoria De Las Actividades Productivas Y Manejo Integral De Las Playas De San Lorenzo, Chipipe, La Milina, Puerto Lucia, Punta Carnero Del Cantón Salinas De La Provincia De Santa Elena”. . (24 de 3 de 2013). Obtenido de

<https://salinasparaisoazul.files.wordpress.com/2013/05/ordenanza-final-playas1.pdf>

Ortega, C. (2023). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>

Pabón, J. D. (06 de 2020). Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/494/447#:~:text=El%20turismo%20de%20sol%20y%20playa%20se%20define%20como%20%E2%80%9Caquel,bien%20existen%20diversos%20esfuerzos%20para>

PENSAMIENTO CRITICO. (21 de 5 de 2023). *La Teoría de los Stakeholders: un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo.* Obtenido de <https://go.gale.com/ps/i.do?p=IFME&u=googlescholar&id=GALE|A340181126&v=2.1&it=r&sid=IFME&asid=cb42221a>

Pérez Porto, J. (17 de 03 de 2023). Obtenido de <https://definicion.de/investigacion-no-experimental/>

Pérez, M. D., & Cejas, M. B. (2004). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/259376393\\_Tourism\\_product\\_Conceptualisation\\_and\\_characteristics](https://www.researchgate.net/publication/259376393_Tourism_product_Conceptualisation_and_characteristics)

Perez, S. (24 de 07 de 2022). Obtenido de <https://www.escapadah.com/tendencias/2022/7/24/una-cinco-estrellas-cual-es-el-significado-de-las-estrellas-que-brindan-los-hoteles-3682.html>

Presedo, A. P. (30 de 04 de 2017). Obtenido de <https://cursos.com/blog/metodo-cuantitativo/>

Primicias. (25 de 08 de 2023). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/politica/gasto-publicidad-regimen-especial-crece-ano-preelectoral/>

- Revfine. (2015). Obtenido de <https://www.revfine.com/es/hotel-estrella-clasificacion-sistema/#two-star-hotel>
- REZABALA, R. E. (2020). *Repositorio upse*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5382/1/UPSE-TDT-2020-0026.pdf>
- ROCHI. (19 de 5 de 2022). *Cómo Realizar el Cálculo del Tamaño de la Muestra Online Para tu Investigación de Mercado?* Obtenido de <https://www.rochiconsulting.com/blog/calculo-del-tamano-de-la-muestra-online/>
- Sampieri, R. H. (7 de 8 de 2017). *Metodología de la investigación - Sexta Edición*. Obtenido de [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Sampieri, R. H. (17 de 10 de 2017). *Metodología de la investigación - Sexta Edición*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sanz, R. (03 de 05 de 2017). Obtenido de <https://cursos.com/blog/metodo-cualitativo/>
- Starup Guide. (30 de 7 de 2019). *El círculo de Deming: mejores resultados con el ciclo PDCA*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/circulo-de-deming/>
- SUÁREZ, M. L. (2020). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5380/1/UPSE-TDT-2020-0024.pdf>
- Tamayo, M. (12 de 01 de 2009). Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El\\_proceso\\_de\\_la\\_investigacion\\_cientifica\\_Mario\\_Tamayo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso_de_la_investigacion_cientifica_Mario_Tamayo.pdf)
- TECH. (29 de 7 de 2022). *La encuesta*. Obtenido de La encuesta hace parte de las diversas herramientas con las que cuenta el entrevistador para

obtener información, cuantificarla y analizarla.:  
<https://www.techtitute.com/ec/periodismo-comunicacion/blog/la-encuesta>

Thompson, I. (26 de 09 de 2020). Obtenido de <http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>

Universidad Politécnica Salesiana. (2019). *La Brújula Sonora*. Obtenido de La radiodifusión ecuatoriana:  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63830654/la\\_brujula\\_sonora20200704-117897-r7tppy-libre.pdf?1593925990=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRadio\\_transmedia\\_una\\_mirada\\_de\\_su\\_evolut.pdf&Expires=1684211260&Signature=WtX5N1KYskstE4y7Mr2wH0](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63830654/la_brujula_sonora20200704-117897-r7tppy-libre.pdf?1593925990=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRadio_transmedia_una_mirada_de_su_evolut.pdf&Expires=1684211260&Signature=WtX5N1KYskstE4y7Mr2wH0)

UNIVISION. (2018). Obtenido de <https://www.univision.com/explora/que-servicios-debe-tener-un-hotel-para-ser-3-estrellas>

Vega, D. L. (13 de 02 de 2022). Obtenido de <https://clickbalance.com/blog/la-estrategia-de-promocion-como-herramienta-de-marketing/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20es%20una%20herramienta,de%20una%20empresa%20o%20negocio.>

Velasquez, E. Y. (2022). Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33229/Vivar%20Velasquez%2c%20Ever%20Yuri.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velázquez, A. (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-experimental/v>

VILLA, E. A. (09 de 2022). *Repositorio upsede*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8557/1/UPSE-COM-2022-0012.pdf>

Westreicher, G. (01 de 03 de 2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/disenio-experimental.html>

Witrey. (2018). Obtenido de <https://witrey.com/ec/desarrollo-de-aplicaciones-moviles-en-ecuador/>



## **Apéndice**

### **ApéndiceA**

Formato de Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

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

**ENCUESTA DE ANILISIS DE DIFUSION DE DESTINOS DE SOL Y PLAYA  
EN EL CANTON SALINAS**

1. Género

- Mujer
- Hombre

2. Edad

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- Mayor a 45

3. ¿En compañía de quienes realiza sus viajes al Cantón Salinas?

- Familia
- Amigos
- Compañeros
- Trabajo
- Solo

4. ¿Cómo valora usted los atractivos y las actividades que ofrece el Cantón Salinas para atraer el turismo?
- Muy satisfactorio
  - Satisfactorio
  - Regular
  - Poco satisfactorio
5. ¿En su opinión, qué nivel de importancia tiene la difusión de los destinos turísticos para el desarrollo del cantón Salinas?
- Muy importante
  - Importante
  - Poco importante
  - Nada importante
6. ¿Considera usted que los atractivos turísticos del cantón Salinas son socializados de manera correcta?
- Si
  - No
7. ¿A la hora de escoger visitar un atractivo turístico en el Cantón Salinas, que medio de difusión usted prefiere?
- Páginas web
  - Páginas del gobierno
  - Influencers
  - Facebook
  - Tik Tok
  - Instagram
  - Otros
8. ¿En su opinión, por qué medios puedo promocionar productos y servicios turísticos del Cantón Salinas?
- Páginas web
  - Familia y amigos (publicidad de boca en boca)
  - Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik tok)

- Influencers
- Otas (Tripadvisor, Booking, Airb&b)
- Otros

9. ¿Qué factor es el que más le motiva a usted para visitar el Cantón Salinas?

- Gastronomía variada
- Atractivos turísticos (Naturales, Culturales)
- Atracciones turísticas (Motos acuáticas, banana, playa, etc.)
- Actividades de esparcimiento (Discoteca, Bares)
- Descanso
- Otros

10. ¿Qué medio de información utiliza para hacer una reserva de hospedaje?

- Booking
- Trivago
- Tripadvisor
- Despegar.com
- Kayak
- Airbnb
- Página web directa del hotel
- Otros

11. ¿Considera importante el desarrollar una plataforma web, para la difusión del potencial turístico del Cantón Salinas?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Qué tipo de información cree que se debería mostrar en la plataforma web?

(escoja 3)

- Recomendaciones para el turista
- Destinos Turísticos
- Atractivos turísticos
- Alojamiento

- Gastronomía
- Actividades de esparcimiento
- Precios
- Opciones de reservas directas
- Feedback de turistas que ya utilizaron los servicios
- Otros

13. ¿Qué otra herramienta electrónica considera usted que deben incluirse en la plataforma web para la correcta difusión de atractivos turísticos para el Cantón Salinas?

- Asesoría en tiempo real
- Enlaces con comentarios desde los buscadores
- Opciones de idiomas
- Mapas Geolocalización
- Otros

14. ¿Considera usted importante el desarrollo de la plataforma web como una aplicación móvil, para la difusión del potencial turístico del Cantón salinas?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

15. ¿Quién debe desarrollar esta plataforma web?

- MinTur
- Alcaldía
- Prefectura
- Cámara de Turismo
- Otros

**ApéndiceB**

Formato de Entrevista a Entidades Publicas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

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

**ENTREVISTA DE ANILISIS DE DIFUSION DE DESTINOS DE SOL Y  
PLAYA A ENTIDADES PUBLICAS EN EL CANTON SALINAS**

- 1) ¿Cuáles son las funciones de la institución a la que usted representa en referencia al Sector Turístico?

---

---

---

- 2) Sabemos que el cantón Salinas cuenta con recursos para poder ser uno de los destinos turísticos más importantes del país, pero ¿Qué factores considera que ocasiona una mala difusión del turismo?

---

---

---

3) ¿Qué plan estratégico considera usted que se debe implementar desde las entidades públicas para poder difundir o socializar los productos turísticos del Cantón Salinas?

---

---

---

**ApéndiceC**

Formato de Entrevista a Prestadores de Servicios



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

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

**ENTREVISTA DE ANILISIS DE DIFUSION DE DESTINOS PARA  
PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA EN EL  
CANTON SALINAS**

1. ¿Qué tipo de apoyo les gustaría recibir por parte de las instituciones gubernamentales para incrementar las visitas de turistas al Cantón Salinas?

---

---

---

2. ¿Qué estrategias considera usted que se debe implementar para poder difundir o socializar los productos turísticos del Cantón Salinas?

---

---

**ApéndiceD**

Formato de Entrevista para Clientes del Cantón Salinas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

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

**ENTREVISTA DE ANILISIS DE DIFUSION DE DESTINOS PARA  
CLIENTES DE DEL CANTON SALINAS**

1. ¿Qué tipo de apoyo considera usted que los prestadores de servicios turísticos deberían recibir por parte de las instituciones gubernamentales para incrementar las visitas de turistas al Cantón Salinas?

---

---

---

2. ¿Qué estrategias considera usted que se debe implementar para poder difundir o socializar los productos turísticos del Cantón Salinas?

---

---



**ApéndiceE**  
Prestadores de Servicios Turístico



**ApéndiceF**  
Hoteles del Cantón Salinas





**ApéndiceG**  
Cantón Salinas





Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Mendoza García Joselyne Yazmin** con C.C: # 0950152728 y **Torres Botta Joseph Adrián** con C.C: # **09294662-8** autor/a/es del trabajo de titulación: **Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas previo a la obtención del título de LICENCIADO/A 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 (días) del mes de (mes) del año (año)**

Nombre: **Mendoza García Joselyne Yazmin**

C.C: **0950152728**

Nombre: **Torres Botta Joseph Adrián**

C.C: **092946692-8**



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis de la información turística de destinos de sol y playa para la mejora de la difusión de los productos turísticos de Salinas		
<b>AUTOR(ES)</b>	Mendoza García Joselyne Yazmin, Torres Botta Joseph Adrián		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	06 de septiembre del 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>115</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo sol y playa,		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	<i>Difusión, Turismo, Estrategia, Promoción, Información, Marketing</i>		

**RESUMEN/ABSTRACT** La falta de la difusión en el Cantón Salinas ha provocado que el turismo se vea afectado dando como resultado la falta de conocimiento de las demás parroquias que posee el Cantón. El objetivo principal de esta investigación es diseñar una propuesta sobre destinos de sol y playa para mejorar la difusión de los productos turísticos de Salinas y así facilitar la información de este sitio turístico. En la investigación se usó los métodos experimental y mixto; en la recolección de datos se usó la encuesta y entrevista. Las muestras que se usaron en la encuesta pertenecen a la población de Guayaquil que ha visitado el Cantón Salinas. También se entrevistó a una entidad pública y prestadores de servicio. Finalmente, en base a los resultados se propuso un prototipo de página web con aplicación móvil para la buena difusión de información que ayudara a los turistas de una manera fácil y sencilla acceder a todos los datos turísticos que contiene el Cantón detallando cada función que comprenda cada herramienta electrónica.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593980769672 +593998794115	E-mail: josiymg@hotmail.com joselyne.mendoza@cu.ucsg.edu.ec joseph.torres@cu.ucsg.edu.ec josephadrian1910@live.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Knezevich Pilay Teresa Susana	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049	
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec	

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	