

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

**TEMA:**

**Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua en la  
Provincia de Santa Elena**

**AUTOR:**

**Quintero Jara Giorgio Omar**

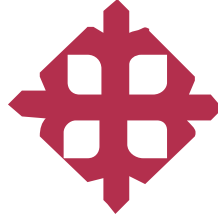
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA:**

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Giorgio Omar Quintero Jara** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTOR**

---

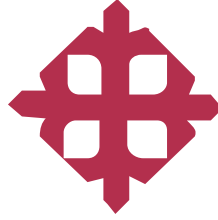
**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Giorgio Omar Quintero Jara**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua en la Provincia de Santa Elena** previa a la obtención del Título de **Ingeniero 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.

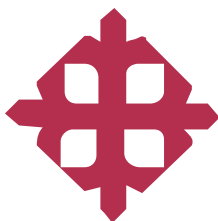
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

**EL AUTOR**

---

**Giorgio Omar Quintero Jara**



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

**AUTORIZACIÓN**

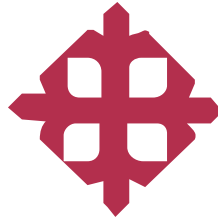
**Yo, Giorgio Quintero Jara**

**Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Plan Promocional para el turismo de Aventura Modalidad Agua en la Provincia de Santa Elena, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

---

**Giorgio Omar Quintero Jara**



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

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua en la Provincia de Santa Elena**, presentado por el estudiante **Quintero Jara Giorgio Omar**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows a web browser window with the following details:

- Document: [TT - Quintero Jara.doc](#) (D25748722)
- Presentado: 2017-02-15 09:35 (-05:00)
- Presentado por: Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
- Recibido: shirley.segura.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje: TT - Quintero Jara [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: **1%** de esta aprox. 24 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

---

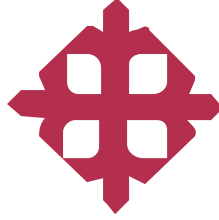
**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría y ganas para salir adelante; a mi madre por su ayuda oportuna y solidaria, gracias por todos los sacrificios que han permitido que llegue hasta aquí.

---

**Giorgio Quintero Jara**



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

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**  
TUTOR

---

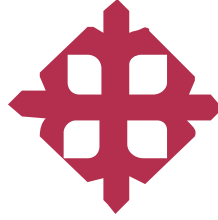
**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE LA CARRERA

---

**Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Eco. Luis Albán Alaña, Mgs**  
OPONENTE



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

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Giorgio Omar Quintero Jara</b>	

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**

**TUTOR**



# Índice General

<b>Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>Planteamiento del Problema.....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>5</b>
<b>Justificación del tema.....</b>	<b>5</b>
<b>Capítulo 1.....</b>	<b>6</b>
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>6</b>
<b>Teoría del Ocio.....</b>	<b>6</b>
<b>Turismo de Naturaleza.....</b>	<b>7</b>
<b>Turismo acuático.....</b>	<b>8</b>
<b>La estrategia de promoción en la mezcla de marketing.....</b>	<b>10</b>
<b>Promoción Turística.....</b>	<b>11</b>
<b>Teoría del Marketing turístico.....</b>	<b>11</b>
<b>Marco Conceptual.....</b>	<b>12</b>
<b>Turismo Acuático.....</b>	<b>12</b>
<b>Atractivos turísticos.....</b>	<b>13</b>
<b>Transporte de turismo acuático.....</b>	<b>13</b>
<b>Productos turísticos.....</b>	<b>13</b>
<b>Turismo.....</b>	<b>13</b>
<b>Turismo nacional.....</b>	<b>13</b>
<b>Promoción.....</b>	<b>14</b>
<b>Oferta Turística.....</b>	<b>14</b>
<b>Viaje.....</b>	<b>14</b>
<b>Turismo de aventura soft.....</b>	<b>14</b>
<b>Definición de Publicidad.....</b>	<b>14</b>

<b>Marco Referencial .....</b>	<b>15</b>
<b>Plan Promocional del Ecuador.....</b>	<b>15</b>
<b>Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 .....</b>	<b>16</b>
<b>Marco Legal.....</b>	<b>18</b>
<b>Marco Metodológico.....</b>	<b>22</b>
<b>Cualitativo:.....</b>	<b>23</b>
<b>Tipo de investigación exploratoria: .....</b>	<b>23</b>
<b>Tipo de investigación descriptiva:.....</b>	<b>23</b>
<b>Técnicas de Investigación.....</b>	<b>23</b>
<b>Deductivo:.....</b>	<b>23</b>
<b>De campo .....</b>	<b>24</b>
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>25</b>
<b>Análisis situacional de la Provincia de Santa Elena.....</b>	<b>25</b>
<b>Situación actual del turismo acuático en las playas de Santa Elena .....</b>	<b>26</b>
<b>Playa Rinconada .....</b>	<b>26</b>
<b>Playa Olón .....</b>	<b>27</b>
<b>Playa Montanita .....</b>	<b>27</b>
<b>Manglar Alto .....</b>	<b>28</b>
<b>Playa Valdivia.....</b>	<b>29</b>
<b>Playa San Pablo .....</b>	<b>31</b>
<b>Playa Punta Blanca.....</b>	<b>32</b>
<b>Playa Centinela.....</b>	<b>33</b>
<b>Playa Punta Barandua .....</b>	<b>33</b>
<b>Playa Ballenita.....</b>	<b>34</b>
<b>Playa Capaes.....</b>	<b>35</b>
<b>Playas San Lorenzo.....</b>	<b>37</b>

<b>Playa Milina</b> .....	<b>37</b>
<b>Playa La Libertad</b> .....	<b>38</b>
<b>Mar Bravo</b> .....	<b>39</b>
<b>Playa Punta Carnero</b> .....	<b>40</b>
<b>Playa Anconcito</b> .....	<b>41</b>
<b>Playa Chulluype</b> .....	<b>41</b>
<b>Puerto Lucía</b> .....	<b>43</b>
<b>Playa Palmar</b> .....	<b>43</b>
<b>Playa Rosada</b> .....	<b>44</b>
<b>Playa Brujas</b> .....	<b>45</b>
<b>Las Conchas</b> .....	<b>45</b>
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>47</b>
<b>Investigación de mercado</b> .....	<b>47</b>
<b>Tipo de muestreo</b> .....	<b>49</b>
<b>Modelo de la encuesta</b> .....	<b>50</b>
<b>Resultados de la encuesta</b> .....	<b>52</b>
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>57</b>
<b>Objetivo del Plan</b> .....	<b>57</b>
<b>Meta</b> .....	<b>58</b>
<b>Diagnóstico y escenario de actuación</b> .....	<b>58</b>
<b>Posicionamiento</b> .....	<b>58</b>
<b>Estrategias promocionales</b> .....	<b>60</b>
<b>Actividades a realizar</b> .....	<b>60</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>64</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>65</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de las actividades de turismo de naturaleza (2004)</i> .....	7
Tabla 2 <i>De preferencia de actividades de visitantes internos 2002-2003</i> .....	25
Tabla 3 <i>Actividades de turismo de modalidad acuática en la provincia de Santa Elena</i> .....	30
Tabla 4 <i>Gastos Anuales de Plan Promocional</i> .....	60

## Índice de Figuras

Figura 1. El Turismo de Naturaleza y sus modalidades.....	7
Figura 2 Recaudación de Información.....	13
Figura 3 Estructura del Consumo turístico Interno.....	14
Figura 4 Mapa de playas de Santa Elena.....	26
Figura 5 Playa de La Riconada.....	23
Figura 6 Playa de Olon.....	24
Figura 7 Playa de Montanita.....	25
Figura 8 Playa de Manglar Alto.....	25
Figura 9 Playa de Valdivia.....	26
Figura 10 Playa de Ayangue.....	26
Figura 11 Playa de San Pablo.....	27
Figura 12 Playa de Punta Blanca.....	27
Figura 13 Playa de Punta Centinela.....	28
Figura 14 Playa de Punta Barandua.....	28
Figura 15 Playa de Ballenita.....	29
Figura 16 Playa de Capaes.....	30
Figura 17 Playa de Chipipe.....	30
Figura 18 Playa de San Lorenzo.....	31
Figura 19 Playa de Milina.....	31
Figura 20 Playa de Libertad.....	32
Figura 21 Playa de Mar Bravo.....	32
Figura 22 Playa de Punta Carnero.....	33
Figura 23 Playa de Anconcito.....	33
Figura 24 Playa de Chulluype.....	34
Figura 25 Playa de Jambeli.....	35
Figura 26 Playa de Puerto Lucia.....	35
Figura 27 Playa de Palmar.....	36
Figura 28 Playa de Playa Rosada.....	37

Figura 29 Playa de Brujas.....	38
Figura 30 Playa de Conchas.....	38
Figura 31 Tríptico de Ibiza.....	58

## **Resumen**

La Investigación está basada en un plan promocional para el turismo de aventura modalidad agua en la Provincia de Santa Elena en la que se obtendrá información de que actividades son las que se pueden desarrollar en cada playa de la provincia de Santa Elena, esto dará como resultado a la provincia de Santa Elena un diferenciador entre las demás playas que forman parte de la ruta del Spondylus y que conforman la Costa Ecuatoriana, para lograr una correcta promoción se ha encuestado a personas de nacionalidad ecuatoriana y extranjeras para saber sus preferencias en las actividades acuáticas y si tenían conocimiento en que playas se realizan dichas actividades, con los datos obtenidos por las personas encuestadas se pudo obtener datos que botan como resultados que se las personas que visitan las playas realizan actividades turísticas de aventura modalidad agua pero no hay una correcta promoción ya que obtuvieron el conocimientos de cuales eran y donde se realizaban cuando visitaban las playas y no previo o durante la organización del viaje, por eso para obtener una correcta forma de promoción se tomó en cuenta los resultados sobre la opinión de los turistas para dar como resultado un correcto plan promocional con una proyección de duración de tres años en el cual se generará un mayor conocimiento e información sobre qué playas se pueden realizar exactamente cada actividad de turismo de modalidad agua en la provincia de Santa Elena.

Con este plan promocional se mejoría el posicionamiento de las playas de Santa Elena generando un mayor consumo de los turistas nacionales y extranjeros que ayudará para el crecimiento turístico de la provincia.

**PALABRAS CLAVE:** Plan Promocional, Publicidad, Turismo, Posicionamiento.

## **ABSTRACT**

The research is based on a promotional plan for water tourism adventure in the Province of Santa Elena in which information will be obtained of what activities can be developed in each beach in the province of Santa Elena, this will result To the province of Santa Elena a differentiator between the other beaches that are part of the route of the Spondylus and that make up the Ecuadorian Coast, to obtain a correct promotion has been surveyed people of Ecuadorian and foreign nationality to know their preferences in the aquatic activities And if they had knowledge on which beaches are carried out such activities, with the data obtained by the people surveyed, it was possible to obtain data that show results that people who visit the beaches do adventure tourism activities water mode but there is a correct promotion already That obtained the knowledge of which were and where they were realized when they visited the beaches and not before or during the organization of the trip, therefore to obtain a correct form of promotion was taken into account the results on the opinion of the tourists to give as result A correct promotional plan with a projection of duration of three years in which will generate a greater knowledge and information on which beaches can be carried out exactly each activity of tourism of modality water in the province of Santa Elena.

With this promotional plan the positioning of the beaches of Santa Elena was improved, generating a greater consumption of the national and foreign tourists that will help for the tourist growth of the province.

**KEY WORDS:** Promotion Plan, Advertising, Tourism, Positioning.



## **Introducción**

Santa Elena es una provincia de la costa ecuatoriana reconocida turísticamente por sus hermosas playas y su gastronomía. En la provincia de Santa Elena se pueden realizar diferentes actividades turísticas atractivas para el visitante nacional o extranjero, por su ubicación costera las actividades que más se pueden realizar o encontrar son específicamente las de modalidad agua por eso se propone realizar un Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua para que el turista tenga el conocimiento de en qué playas puede realizar las diferentes actividades para así puedan disfrutar de la experiencia y poder generar un aporte monetario al sector turístico.

En el año 2008 según el Ministerio de Turismo (Mintur) se registró que los ingresos que generó el sector turístico el de mayor aporte fue el 45.6% el cual provino de las actividades de diversión, y el de menor porcentaje de ingreso fue por deporte con el 12.2%; en el que se puede analizar que si se realiza una correcta promoción para atraer más turistas a las playas de Santa Elena se podrá generar un incremento de turistas e ingresos en la provincia.

En el capítulo I se desarrolla del marco teórico y conceptual que ayudan a comprender el comportamiento del consumidor; en el marco legal, las leyes que permiten la realización de los deportes acuáticos en la provincia de Santa Elena.

En el capítulo II se describe el modo de cómo se obtendrá información mediante encuestas de la opinión y preferencia de los turistas sobre las actividades turísticas de modalidad agua en las playas que conforman la provincia de Santa Elena donde, analizando los resultados obtenidos.

En el capítulo III se realizó un estudio sobre el estado de las playas y que actividades de modalidad agua se realizan en cada playa que conforman las provincia de Santa Elena.

En el capítulo IV se presenta la propuesta la cual consiste en desarrollar un plan promocional para el turismo de aventura modalidad agua en la provincia de Santa Elena.

## **Planteamiento del Problema**

Ecuador es conocido por su variedad de cultura, gastronomía y su gran variedad de lugares turísticos, dentro de su diversidad de atractivos turísticos se encuentra la provincia de Santa Elena. La provincia de Santa Elena es uno de los balnearios más visitados en el Ecuador y la ruta del Spondylus. Algunos de los ingresos de Santa Elena se deben a la actividad pesquera que se realizan en sus costas. También es conocida como uno de los centros de civilización más antigua de América y también por su vida de Ocio y hermosas playas.

Santa Elena está conformada por una gran cantidad de playas en las que se pueden realizar diversas actividades turísticas como deportes acuáticos, terrestres y aéreos entre otras actividades, pero aunque en las playas de Santa Elena se pueden realizar diferentes actividades turísticas está el problema que no se puede encontrar información para los turistas sobre las actividades, las playas en las que se practican, por ende para el turista extranjero y nacional no es sencillo encontrar información y por eso se reduce la probabilidad de que sean incluidas entre sus planificaciones de vacaciones y como consecuencia no se recauden los ingresos que podría generar ese sector turístico porque no es explotado al ciento por ciento.

Por eso es de gran importancia generar un plan promocional que ayude a atraer al turista y así brindarle mayor información detallada de lo que se puede realizar en las playas de Santa Elena, por lo cual surge la siguiente pregunta de investigación.

## **Pregunta de Investigación**

¿Cuáles son las actividades acuáticas que se practican en las playas de la provincia de Santa Elena y qué estrategias de promoción se pueden aplicar para incentivar el turismo?

## **Objetivo General**

Desarrollar un plan de promoción para el turismo de aventura acuático en las playas de la provincia de Santa Elena que ayude al turista a obtener conocimiento sobre las actividades acuáticas que se realizan en ellas y así implementarlas en su plan vacacional para lograr un incremento de las visitas de turistas e impulsar el turismo.

## **Objetivos Específicos**

- Obtener conocimiento e identificar que actividades acuáticas que se practican.
- Obtener información sobre las preferencias de los visitantes en las actividades acuáticas para elaborar la propuesta de un plan de promoción adecuado para la difusión de las actividades.
- Evaluar la forma de gestión del plan de promoción en la provincia de Santa Elena.

## **Justificación del tema**

El objetivo general de este trabajo de titulación es desarrollar una propuesta para resolver el desconocimiento de información que el turista tiene sobre las actividades acuáticas que se pueden realizar en Santa Elena y detallar cuáles son las actividades y en qué playas se pueden realizar para que el turista pueda incluirlo en su agenda de viaje y así poder generar mayor ingreso en dicho sector turístico y poder atraer una mayor cantidad de turistas al Ecuador.

Este proyecto es relevante desde el punto de vista turístico porque proporciona información actualizada sobre las condiciones del turismo acuático en Santa Elena, además de educar a los ecuatorianos proporcionándole información de las actividades. También se beneficia al sector turístico de Santa Elena ya que el plan promocional que se propone es aplicable y lo puede desarrollar la Entidad pública junto con los actores turísticos de los diferentes sectores, lo cual incentivará la mejora de servicios, aumenta el crecimiento de visitas de turistas y eso ayudará a crecer a otros sectores como el gastronómico, el cultural, etc.

# Capítulo 1

## Marco Teórico

Una vez determinado el planteamiento del problema, los objetivos generales y los específicos, es esencial plantear casos donde se pueda apreciar la importancia y el uso de un plan promocional para dar mayor reconocimiento e información de un lugar para su crecimiento turístico.

### Teoría del Ocio

Quesada (2010) en su estudio de marketing turístico menciona que:

El ocio favorece la práctica del turismo y este, a su vez concentra sus servicios e instalaciones en los núcleos receptores de manera que sea posible encontrar, el destino y las motivaciones del turista, todo aquello que propicie y satisfaga el disfrute del ocio, de acuerdo a lo anhelado por cada persona. Estos núcleos receptores han sido concebidos para la satisfacción los variados gustos y aficiones de los turistas. (p.34)

Dumazedier (1974) figura el ocio como “la actividad realizada por cada individuo una vez que da por terminado sus compromisos profesionales, familiares y sociales. Sea para distraerse, descansar, viajar o desarrollar su formación profesional o académica y participación social voluntaria”. (p.93)

Según Neulinger (1974) que tradicionalmente fueron tres los elementos que empujaron al ocio al campo de estudio desde esta disciplina: la reducción de la jornada laboral, la automatización y la combinación entre una reducción de la edad para el retiro y un aumento en las expectativas de vida (p.143). Pero para ser más claro el ocio según Neulinger (1996) en el artículo psicología social aplicada dice que:

Es un comportamiento que se caracteriza por consumir y emplear una parte del tiempo de que dispone tanto cada persona como el sistema social y este tiempo se estructura al menos en 4 actividades: 1) El tiempo psicobiológico, básicamente

destinado a las necesidades fisiológicas y psicológicas.2) El tiempo socioeconómico, fundamentalmente referido al trabajo. 3) El tiempo sociocultural, en el que nos dedicamos a la vida en sociedad y 4) el tiempo de ocio, destinado a actividades de disfrute personal y colectivo (p. 430).

## **Turismo de Naturaleza**

Según Sector (2012) el turismo de naturaleza es una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística (p, 2).

También el Sector en su artículo de turismo de naturaleza (2012) clasifica al turismo de naturaleza en tres tipos según el motivo del desplazamiento, el lugar donde se va a realizar la actividad y bajo qué condiciones se va a realizar la actividad, estos 3 tipos de turismo de naturaleza son:



Figura 1. El Turismo de Naturaleza y sus modalidades, tomado de: Turismo activo como modalidad turística en expansión del análisis de oferta por Antar-Ecotono (2014), Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2816/281623577006.pdf>

## **Turismo acuático**

Para poder hablar de turismo acuático hay que realizar una breve introducción de que rama proviene esta actividad turística. El turismo acuático proviene del turismo activo.

Según Vila, Brea y Caril (2012) el turismo activo es:

Es el subcampo del turismo de naturaleza que mayor potencial presenta, dado su carácter dinámico y la necesidad de actividad física actividades deportivas que implican uso de recursos naturales

“ Realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos”

Dentro del turismo activo hay subdivisiones las cuales son:

Actividades terrestres

Actividades acuáticas

Actividades Aéreas

Según Caldera y Granados en su estudio transcripción de turismo acuático (2014) el turismo acuático se puede definir como;

“Vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio tales como el deporte de vela, motor, windsurf y que tenga contacto con la naturaleza y sea recreativas en las diferentes regiones costeras”

Para tener una mejor clasificación de que actividades son consideradas turismo acuático se clasificaran en el siguiente gráfico los tipos de actividades turísticas que existen:

Tabla 1

Clasificación de las actividades de turismo de naturaleza (2004)

I. ECOTURISMO		
- Visitas guiadas - Observación/interpretación de la naturaleza - Actividades de educación ambiental		- Observación de aves - Observación de cetáceos - Fotografía de naturaleza - Ecoturismo científico
II. TURISMO ACTIVO		
II.1. Actividades terrestres	- Área de marcha - Alpinismo/escalada - Marcha a caballo - Ciclomontañismo - Espeleología - Cicloturismo - <i>Puenting</i> - <i>Paintball</i> - Barranquismo	- Esquí de travesía - Esquí de fondo - Raquetas - Perros con trineo - Motos de nieve - Tiro con arco - 4x4 - <i>Quads</i> - <i>Outdoor training</i>
II.2. Actividades acuáticas	- Piragüismo/kayak - Turismo fluvial - Bucco/submarinismo - <i>Surf/Windsurf/Kitesurf</i> - Moto náutica	- <i>Rafting</i> - <i>Hidrobob/Hidrospeed</i> - Vela - Esquí acuático
II.3. Actividades aéreas	- Ala delta - Globo aerostático - Parapente - Paracaidismo de pendiente - Paracaidismo	- Ultraligeros - Vuelo sin motor - Heliexcursión
III. TURISMO DE ESPARCIMIENTO EN LA NATURALEZA		
- Picnic - Rutas en vehículo por carretera		- Esparcimiento masivo - Baño

**Nota:** Clasificación de las actividades de turismo de naturaleza por Araújo, Paül y Fraiz (2011), obtenida de: El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España.

De acuerdo a la información de turistum (2013) el turismo acuático significa viajar a lugares que se encuentren cerca de la costa para poder realizar actividades acuáticas, pero el turismo acuático no solo está vinculado con las actividades que se pueden realizar en el agua sino también visitar lugares turísticos donde se puedan apreciar lagos y océanos. Dentro del turismo acuático la actividad que más se resalta a nivel global es el surf, por eso los países que mayores ingresos tienen por el turismo acuático son Hawái, California, Australia y otros destinos que pueden ser considerados sinónimos para el Surf.

El Turismo Acuático ha ido evolucionando en su concepto de solo realizar actividades o deportes en el agua, también ha llegado a abarcar la visita de turistas a sectores donde se puedan observar ríos, océanos y lagos por eso las agencias de viajes a expandido su mercado pero aunque ahora el turismo acuático se ha expandido aún se puede realizar actividades deportivas en el agua como el rafting, Kayac o canoas y estas

actividades a aumentado el turismo acuático de países como los países Bajos y el Reino Unido.

### **La estrategia de promoción en la mezcla de marketing**

La mezcla de mercadotecnia es

"La unión de tácticas de la mercadotecnia que es usual en las grandes empresa es utilizada para generar la reacción deseada en el mercado. La mercadotecnia en si es todo lo que la empresa realiza para generar una demanda en su producto" (Pérez y Molina, 2007, s.p.)

Según Pérez (2005, p.73) el objetivo de los empresarios en las operaciones de marketing es encontrar una oferta de productos y servicios que incremente el nivel de satisfacción del comprador y genere utilidades para la empresa. Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables controlables por la empresa: producto, distribución, promoción y precio.

Por promoción se entiende el proceso mediante el cual un individuo transmite estímulos para modificar la conducta de otros. Uno de sus objetivos básicos es informar al mercado-objetivo sobre la oferta de la empresa, lo que se traduce en facilidades para el comprador, al conocer la propuesta de la empresa, los lugares de venta, los precios de la misma (Marlene Pérez, 2005, p. 75).

Según el estudioso del tema David Berlo (2000), propuso un modelo del proceso de comunicación generalmente aceptado, cuyos elementos son: el emisor, el receptor, la fuente, los canales y el mensaje, a los que usualmente se agregan la retroalimentación y el ruido.

Según Marlene Pérez la promoción de ventas representa un conjunto de incentivos diseñados por la empresa para lograr una respuesta inmediata de compra. Como consumidores, todos en algún momento hemos sido objeto de promociones de venta de productos de cosmética, comestibles, etc. Sirve de apoyo a las anteriores, al mismo tiempo que también orienta al comprador en sus procesos de compra y de consumo.



## **Elementos de promoción**

Incluye las actividades cuya misión es: informar las características y ventajas del producto. Sus variables son:

- Promoción de Ventas
- Publicidad televisiva
- Relaciones Públicas

## **Promoción Turística**

Según Kotler (1999) la promoción es uno de los más importantes elementos del compuesto de marketing como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

La promoción turística según Middleton (2001) son “todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda” (p.90).

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. Morgan y Pritchard (1991) indican que también se debe difundir determinada información, desarrollar ciertas actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad receptora.

## **Teoría del Marketing turístico**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010) ésta es la definición de turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos.

Para intentar comprender la definición actual del marketing hay que tener en cuenta que muchos son los conceptos que intentan definirlo y variados son los modos con que el mercado en general lo aplica. Dichos conceptos y modelos han evolucionado a lo largo de los tiempos, como apunta Miquel (1994) tras afirmar que “paralelamente al desarrollo de la economía de mercado, el marketing ha ido evolucionando, adquiriendo nuevas funciones

tanto en el conjunto de la economía como en el interior de las empresas u organizaciones” (p. 11). Es decir, así como las orientaciones de la propia materia presentadas en el párrafo anterior, hoy el marketing evoluciona hasta las relaciones.

Tal como lo constatan los principales estudiosos, la promoción es el eje principal del marketing que lo que se refleja en las palabras de Ates (1993) al señalar que:

Está también muy extendida la creencia de que el marketing se reduce única y exclusivamente a la promoción, concepto extraordinariamente difuso. La problemática es aún mayor, dado que una buena comunicación no puede salvar un mal producto, y si lo logra, será a corto plazo ya que sólo conseguiría generar decepciones. Es decir, dicha confusión que hace que el mercado sólo desarrolle la promoción en detrimento del producto puede comprometer la supervivencia de un destino turístico a largo plazo (Citado por Altés, 1998, p. 16).

## **Marco Conceptual**

### **Turismo Acuático**

Es un tipo de turismo alternativo cada vez más popular que se define como vacaciones activas en contacto con el agua, mediante la realización de actividades como pueden ser la navegación en barcos de vela o yates, así como otras actividades lúdicas y deportivas que impliquen el disfrute de la naturaleza en este entorno. Además, al mismo tiempo, el turismo náutico se complementa con el disfrute de la oferta turística y recreativa de la zona (Plataforma Tecnológica de la Macaronesia, 2015, s.p.)

Este tipo de turismo se refiere al turismo modalidad agua declarado en el tema de la propuesta. Por lo tanto, de aquí en adelante los términos turismo acuático y turismo modalidad agua se referirá a lo mismo.

### **Atractivos turísticos**

Es la agrupación de bienes, espacios físicos y costumbres que por sus propias características o su ubicación, logran conseguir el interés de los turistas.

### **Transporte de turismo acuático**

Son aquellas embarcaciones flotantes de propulsión a motor y/o de construcción artesanal, que tienen por objeto interconectar centros de interés turístico para posibilitar el disfrute de atractivos turísticos capaces de recorrer océanos, mares, lagos y ríos, inscritas en el Registro Nacional Turístico, aptas para transportar personas en embarcaciones debidamente autorizadas, y en la cual le brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios (Sectur, 2015).

### **Productos turísticos**

Son el resultado de la unión de diferentes factores, entrelazados según las leyes técnicas. El producto turístico al ser un servicio posee rasgos que lo diferencian de otros productos, como su intangibilidad, imposibilidad de ser almacenados, simultaneidad de producción y consumo.

**Turismo:** Según la OMT (2007):

El turismo tiene relación con la trasladación de personas fuera de su lugar de residencia por motivos que involucren ocio o vacaciones, deporte, religión, negocios, salud. A estas personas se las llama visitantes, los mismos pueden ser turistas o excursionistas. El turismo se ha convertido en un fenómeno social, cultural y económico que ha ayudado al desarrollo de naciones (p.135).

### **Turismo nacional**

Según la OMT (2014) el turismo nacional incluye el turismo interno y el turismo emisor, es decir, las actividades de los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, ya sea como parte de los viajes de turismo interno o saliente.

## **Promoción**

Es la comunicación de los resultados de la estrategia que se realizan en el marketing a unas audiencias objetivas (Acerenza, 2002). La promoción tiene como función principal la comunicación persuasiva, por lo tanto son incentivos para alentar la venta de un producto o servicio (Acerenza, 2002).

## **Oferta Turística**

Según Quesada (2010) son las “Instalaciones, transportes, bienes y servicios favorables para ser usados por los turistas inclinados a satisfacer las necesidades y motivaciones de los mismos” (p. 136).

## **Viaje**

Según la OMT (2014) un viaje se refiere a los viajes efectuados por una persona desde el momento de la salida de su residencia habitual hasta él / ella regresa. Se hace así, se refiere a un ida y vuelta. Viajes realizados por los visitantes son viajes de turismo.

## **Turismo de aventura soft**

“Comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades” (Ministerio de Turismo MINTUR, 2014)

## **Definición de Publicidad**

Es una forma de comunicación para la promoción de ideas, bienes o servicios realizada por un anunciante o patrocinador. La mayor parte de la publicidad se ajusta a un grupo y al uso de los medios de comunicación masivos como la televisión, los periódicos y las revistas. (Acerenza, 2002)

## **Marco Referencial**

### **Plan Promocional del Ecuador**

Como parte de la campaña All You Need Is Ecuador Trade, el MINTUR (2014) editó la revista impresa Travel Planner, un producto bimestral dirigido exclusivamente a la industria turística del mundo. Este producto comunicacional tiene información de todos los productos y servicios turísticos que Ecuador ofrece al mundo, para hacer de su visita una experiencia transformadora de vida.

En cada ejemplar su contenido muestra amplios reportajes sobre destinos, rutas turísticas, gastronomía, cultura, naturaleza, experiencias de los visitantes, un calendario de eventos y una guía de compras. Hasta el momento se han publicado tres ejemplares, la tercera edición es la penúltima del presente año. La primera se publicó en junio, la segunda en agosto, la tercera en octubre y la cuarta se publicará en diciembre próximo.

Travel Planner tiene un tiraje de diez mil ejemplares que son entregados a la industria turística internacional en los mercados de Norteamérica, Suramérica, Europa y Asia, por lo que la revista es producida en los idiomas inglés y español. La industria turística nacional y el público objetivo de esta Secretaría de Estado también tienen acceso a la revista, cuya versión digital se encuentra en el portal web.

## Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014

En el estudio hecho por el MINTUR (2014) recaudó datos que demuestran que los meses con mayor visita en el Ecuador son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre.

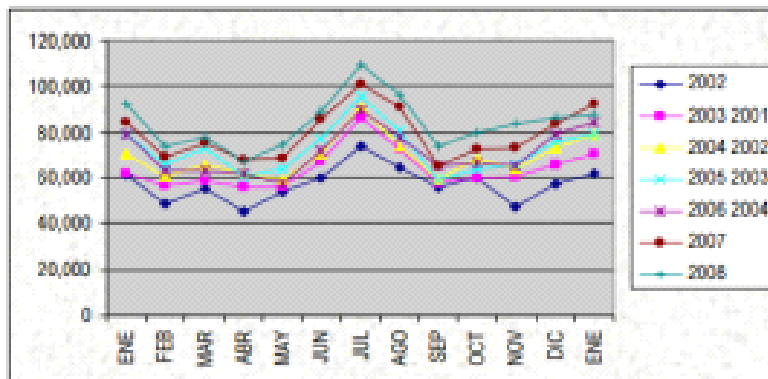


FIGURA 2. RECAUDACIÓN DE INFORMACIÓN DEL AÑO 2002-2008, Tomado del MINTUR, año 2014, por Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. Tomado de: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

El Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, que se efectuó durante junio 2002 al julio 2003 con cooperación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador, Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo. Los ecuatorianos se dividen por temporadas: temporada Baja de Mayo a Noviembre y temporada Alta de Diciembre a Abril, los ecuatorianos visitan en gran medida las playas aprovechando los días de sol que son en los meses desde diciembre a Abril. Durante la temporada Baja, las personas también visita las playas por temporada de avistamiento de Ballenas Jorobadas en Puerto López y Salinas principalmente. Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval, Semana Santa, Difuntos, Navidad y Fin de Año (MINTUR, 2008, s.p.).

Los principales motivos de desplazamiento en feriados y fines de semana son:

Recreación

Negocios

Otros motivos

Motivos religiosos

Compras

## Tratamiento de salud

El gasto promedio total por visitante estimado por día oscila entre US\$42 y US\$52 en el 2008.

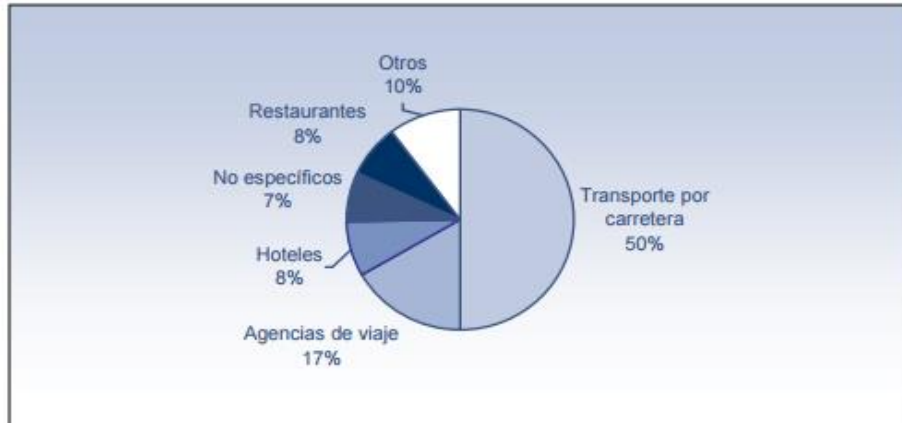


FIGURA 3. ESTRUCTURA DEL CONSUMO TURÍSTICO INTERNO, Tomado POR ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS, año 2003, por ESTADÍSTICAS Y ESTUDIOS. Tomado de: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

El gasto del visitante interno de fin de semana y de feriados incluye: alojamiento, alimentación, servicio de agencias de viajes, servicios culturales, compra de alimentos. Los destinos más visitados del país son:

Quito/Guayaquil/Cuenca

Costa en general

Parques nacionales los Andes

La región destino que más le atrae a los turistas es la Costa y Galápagos. Las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los visitantes internos (45,6%); secundado por las áreas protegidas (26,1%), y en menor medida por la práctica de deportes 12,2% (Mintur 2008.p 13). Si se suma diversión, gastronomía y compras, se podría argumentar que suman 62% (MINTUR, 2008).

La siguiente tabla muestra las preferencias de actividades de visitantes internos

Tabla 2

*De preferencia de actividades de visitantes internos 2002-2003*

Actividades realizadas	Total de Visitantes	%
Practicar Deportes	326,317	12,2
Observar flora y fauna	79,232	3
Visitar naturaleza en áreas naturales	695,169	26,1
Visitas de Comunidades	4,473	0,2
Visitar shamanes. Curanderos	1,608	0,1
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77,126	2,9
Diversión	1214,99	45,6
Gastronomía	170,862	6,4
Realizar Compras	52,613	2
Otros	44,137	1,7
Total del Universo	7668,315	100

*NOTA:* TOMADO DE ENCUESTA DE TURISMO INTERNO, AÑO 2009, OBTENIDO DE: SISTEMA DE ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS.

## Marco Legal

La Ley de Turismo (MINTUR, 2008), señala en sus capítulos lo siguiente:

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su Contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y Promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los Servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su



ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno (p.3)

#### **De las actividades turísticas y de quienes las ejercen**

**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:

- 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;

**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. (MINTUR, 2008, p. 3).

## **CAPITULO V**

### **En el capítulo V, de las categorías señala:**

**Art. 19.-** El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (MINTUR, 2008, p. 9)

## **CAPITULO X**

### **En el capítulo X, de las Protección al consumidor de servicios turísticos señala:**

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por

los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

**Art. 45.-** Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

**a.** El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

**b.** El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

**c.** El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;

**d.** El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;

**e.** En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión;

**f.** Los demás determinados en otras leyes.

**Art. 3.-** El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.

3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación 19 de parques naturales o reservas protegidas. (Código ético mundial para el Turismo, 2001

## **Marco Metodológico**

### **Cuantitativo:**

Consiste en el contraste de teoría(s) ya existente(s) a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio de una teoría ya construida (2006,p.169).

## **Cualitativo:**

Consiste en la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual no es necesario extraer una muestra representativa, sino una muestra teórica conformada por uno o más casos (Pensamientos y Gestión, 2006,p.169).

## **Tipo de investigación exploratoria:**

Como su nombre lo indica, examinar o explorar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado nunca antes. Por lo tanto, sirve para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, poco estudiados o novedosos, permitiendo identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas (Pablo Cazau; 2006, p.26).

“Hernández (1996)” indica que los estudios exploratorios tienen por objeto esencial familiarizarnos con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso.” (p. 71)

## **Tipo de investigación descriptiva:**

Se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno (Cazau, 2006, p. 26). Las investigaciones descriptivas constituyen una "mera descripción de algunos fenómenos" (Hyman, 1955, p. 100)

## **Técnicas de Investigación**

### **Deductivo:**

Es proceso del pensamiento en el que de afirmaciones generales se llega a afirmaciones específicas aplicando las reglas de la lógica. Es un sistema para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones, lo cual se logra mediante una serie de enunciados que reciben el nombre de silogismos, los mismos comprenden tres elementos: a) la premisa mayor, b) la premisa menor y c) la conclusión (Revista Educación, 2006, p 183)

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado (Pérez, 2008)

## **De campo:**

Las técnicas de investigación de campo son aquellas que le sirven al investigador para relacionarse con el objeto y construir por sí mismo la realidad estudiada. Tienen el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno a estudiar y son útiles para estudiar a fondo un fenómeno en un ambiente determinado (Rodríguez, 1982, p. 60).

La técnica de investigación de campo es la que se aplicaría para el presente trabajo, por el estudio y recopilación de información que se obtendría de los servicios y ofertas que brindan las playas para así obtener un estudio más a fondo de la situación en la que se encuentre cada una de forma más directa y con ayuda del Ministerio de Turismo que se encuentre a cargo de recopilar información sobre el sector. Para tener como resultado información más directa y real para poder realizar un Plan promocional que pueda vender todos los atractivos acuáticos de Santa Elena.

## **Capítulo 2**

### **Caracterización general del turismo de la provincia de Santa Elena**

#### **Análisis situacional de la Provincia de Santa Elena**

Santa Elena es la provincia más joven de las 24 provincias que conforman Ecuador, creada el 17 de Octubre del 2007, Santa Elena cuenta con un clima seco, su temperatura promedio anual es de 25° C, el clima es agradable por la frescura de la brisa marina. El número medio anual de tormentas oscila entre 10 y 15. La temperatura media anual es de 15 grados, siendo la media del mes de Enero de 4-6 grados y la del mes de julio de 26- 30 grados.

Entre sus varios atractivos para los turistas están sus hermosas playas, gracias al gran atractivo que tiene esta provincia su infraestructura es vacacional contando con Hoteles reconocidos y con las comodidades que requieren el turista y sus pobladores para disfrutar de esta importante provincia turística del Ecuador. La provincia de Santa Elena se encuentra a 120 Km. al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. sur-oeste de la ciudad de Quito, esta provincia está dividida en 3 cantones: Salinas, Libertad y Santa Elena

Sus parroquias más visitadas por los turistas extranjeros y nacionales son Montanita y Salinas, los pobladores se dedican principalmente al turismo y a la pesca. Dentro de sus puertos pesqueros más importantes están Santa Rosa, San Pedro y Chanduy. Dentro de los atractivos que tiene Santa Elena también se encuentra la Chocolatera, Museo los Amantes de Sumpa, Baños de San Vicente, Acuario de Valdivia, Malecón la Libertad, Manglaralto, Colonche, Playa Punta Blanca, Ayangue, Museo Real Alto, Ballenita, Comuna Sacachún, Ancón, Playa San Pablo y Pechiche.



Figura 4. Mapa de las playas de Santa Elena, por Ecostravel, año 2009, obtenido de: <http://www.ecostravel.com/>

## Situación actual del turismo acuático en las playas de Santa Elena

### Playa Rinconada

La playa Rinconada es una playa escondida pero predilecta para los surfistas, en sus alrededores se encuentran bosques tropicales donde se pueden observar gran cantidad de aves por eso es un sector predilecto para los observadores.

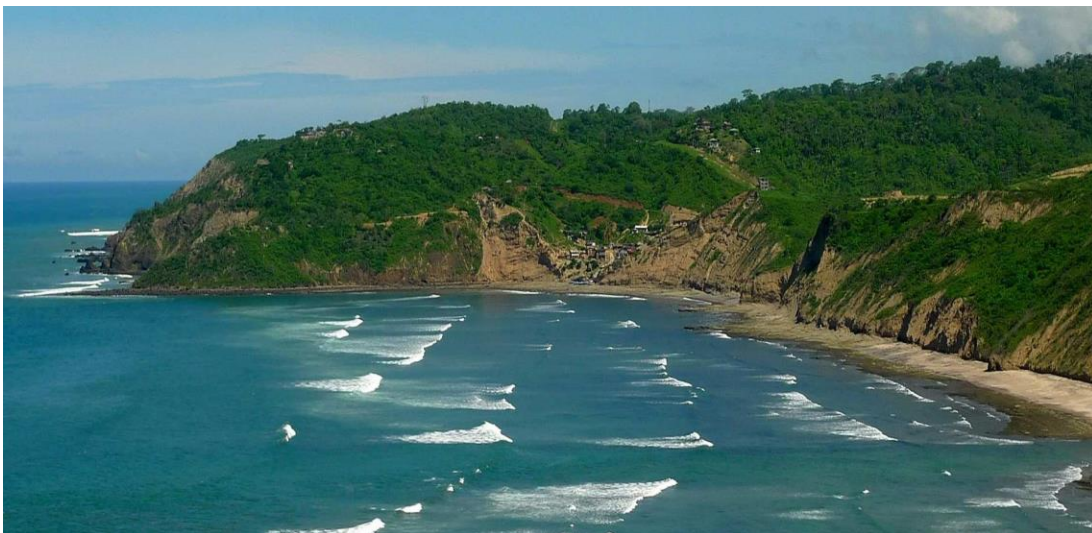


Figura 5. Imagen de Playa Rinconada, por Cerro Lobo Guest, año 2009, obtenido de: Riconada-Ecuador



## **Playa Olón**

Olón es un lugar predilecto para las personas que se quieren alejar del ruido y vida de las personas de Montanita, en las playas de Olón se pueden realizar actividades como el surf por sus quiebres, también tiene un malecón que se encuentra en buen estado y donde se pueden encontrar varios restaurantes que ofrecen la gastronomía de Santa Elena. Sus playas son limpias y están siempre resguardadas con guardias de seguridad.



*Figura 6.* Foto de Playa Olón, por Ventura Resort, año 2014, obtenido de: Resorts

## **Playa Montanita**

Montanita es una playa muy popular para surfistas y para mochileros, es muy popular por sus grandes y constantes olas, Montanita es conocido por acoger a varias personas de diferentes nacionalidades, por eso también es conocido por tener una vida nocturna de muy movida por sus discotecas y bares.



*Figura 7.* Foto de Playa Montanita, por Ciudad del Surf, año 2014, obtenido de:  
<http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/montanita.php>

## **Manglar Alto**

Manglar alto es conocido por los turistas por ser uno de los mejores lugares en Santa Elena para observar la caída de sol, Manglar alto es un pequeño pueblo tranquilo al sur de Montanita y por eso es muy concurrida por surfistas que van caminando a montanita por su olas, El nombre viene de los grandes manglares que se puede encontrar por la zona, es un perfecto lugar para realizar el senderismo.



*Figura 8.* Foto de Playa Manglar Alto, por [images.evisos.ec](https://images.evisos.ec), obtenida por Agencia de Noticia Andes

## **Playa Valdivia**

La Playa de Valdivia está ubicada en la provincia de Santa Elena. Sus calmadas aguas y su buen clima le invitan a realizar caminatas por la suave arena y disfrutar de un vistoso ecosistema compuesto por una vegetación. En esta playa se puede ver cocoteros, pelícanos, gaviotas, crustáceos, almejas y conchas. La playa de Valdivia cuenta con aguas templadas, son sin duda el mayor atractivo para los turistas.



*Figura 9.* Foto de Playa Valdivia, por Valdivia C.A, obtenida por [http://www.valdivia.cl/chile/noticias\\_valdivia/el\\_primero\\_de\\_marzo\\_se\\_cierra\\_temporada\\_de\\_playas\\_en\\_Valdivia.shtml](http://www.valdivia.cl/chile/noticias_valdivia/el_primero_de_marzo_se_cierra_temporada_de_playas_en_Valdivia.shtml)

## **Playa de Ayangue**

Ayangue tiene un mar cálido y tranquilo excelente para los miembros más pequeños de las familias. Cerca de la playa se pueden encontrar varios comedores de comida que prefieren cocinar a leña algo que atrae a muchos turistas que desean probar este tipo de preparación. El único inconveniente de esta playa es el poco control que se tiene a la hora de limpieza de las playas por sus escasas de tachos de basura.



*Figura 10.* Foto de Playa Ayangue, obtenida por YouTube

## **Playa San Pablo**

La playa de San Pablo es conocida por ser un sector pesquero donde se puede disfrutar de su grandiosa gastronomía con sus mariscos frescos, entre los platos más vendidos está en calamar y la langosta, el mar también es grandioso para los niños y para actividades acuáticas como el wind surfing.





*Figura 11.* Foto de Playa San Pablo, por Ricardo González Cabe, obtenida por [http://ec.geoview.info/atardecer\\_en\\_playa\\_san\\_pablo\\_santa\\_elena\\_ecuador,1350961p](http://ec.geoview.info/atardecer_en_playa_san_pablo_santa_elena_ecuador,1350961p)

## **Playa Punta Blanca**

Esta playa está ubicada en un sector residencial con propiedades con vista al mar y pequeños apartamentos, esta playa conforma la ruta de Spondylus. Esta playa es considerada privada por el escaso acceso que tiene y por lo residentes que tiene el sector y la escases de tiendas y restaurantes de brinda esta playa.



*Figura 12.* Foto de Playa Punta Blanca, por Vilches, obtenida por Vilches S.A

## **Playa Centinela**

Punta Centinela está ubicada a pocos minutos de Punta Blanca, en la Ruta Spondylus. Punta Centinela es el lugar ideal para disfrutar el sol y la playa, ofrece oportunidades de recreación y una exquisita gastronomía nacional e internacional.



*Figura 13.* Foto de Playa Centinela, por Ecuador Viajes, obtenida por Planes Centinela

## **Playa Punta Barandua**

Punta Barandua está ubicada en las costas ecuatorianas de la provincia de Santa Elena, es llamada así por estar ubicada en una ensenada rodeada por cerros, y vegetación al pie del mar. Sus olas derechas perfectas que llegan hasta los 6 m, lo han convertido en un centro turístico del Ecuador. En los alrededores del pueblo se puede apreciar un estero ecológico que podrás recorrer en lancha, donde apreciará sus exuberantes manglares y gran variedad de peces y pájaros multicolores



*Figura 14.* Foto de Playa Punta Barandua por CCBY, obtenida por Marpio.net

## **Playa Ballenita**

La playa de Ballenita tiene 10 metros de largo la cual cuenta con muchas entradas para los turistas que deseen disfrutar de sus arenas y de sus aguas calmadas, esta playa es muy atractiva para los turistas por sus escasas rocas y su pequeño malecón donde se puede comprar ceviches desde \$3; también ballenita ofrece un ambiente muy tranquilo para vivir y por eso tiene una pequeña población turística que los extranjeros prefieren para vivir.





*Figura 15.* Foto de Playa Punta Ballenita por Jhonny C., obtenida por TripAdvisor

## **Playa Capaes**

Capaes es una agradable y tranquila playa ideal para caminatas y para la práctica de varios deportes acuáticos. Ubicada en la provincia de Santa Elena, en la Ruta Spondylus, a pocos minutos de Ballenita, en el recorrido se puede apreciar una variedad de paisajes y matices de colores que cambian bruscamente a medida que se acerca a la playa, se puede observar pueblos típicos de la costa.

El clima en Playa Capaes es regularmente bastante soleado durante los meses de diciembre a abril. En estos meses, las temperaturas son bastantes cálidas, teniendo un promedio de 28°C. De mayo a noviembre, las temperaturas son más templadas, teniendo un promedio de 26°C. Se encuentra enmarcado de un paisaje natural de exuberante vegetación de la costa ecuatoriana. Sus cristalinas aguas y su fina arena gozan de una privilegiada intimidad a orillas del Océano Pacífico. La flora y fauna consta de algunas especies de algarrobo, cullulle, muyuyo, aroma, cascol, ciruela, junquillo, ceibo, pitajaya y en algunos lugares se encuentran plantas de algarrobo, algarrobito, gaviotas, garzas, pelícanos, albatros, cucube y piqueros.



*Figura 16.* Foto de Playa Capaes por Capaes beach., obtenida de <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## **Playa de Chipipe**

Favorecido con clima cálido, la Playa de Chipipe ofrece una gran cantidad de actividades y belleza natural inigualable, que ha cautivado a todo aquel que ha visitado este paraíso en la costa ecuatoriana. Ubicada en el Cantón Salinas, en la provincia de Santa Elena, punta más saliente de la Península de Santa Elena, donde la diversión, el entretenimiento, el descanso, la buena comida y las actividades están garantizadas durante todo el año.



*Figura 17.* Foto de Playa Chipipe por Santa Elena beach., obtenida de <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## **Playas San Lorenzo**

San Lorenzo está ubicada en el cantón de salinas, es una de las playas más turísticas de Santa Elena por sus olas propicias para algunas actividades como el surf, velerismo. También hay una variedad de artesanías y actividad pesquera. En esta playa hay numerosos cangrejos que, al acercarse una persona, se ocultan en agujeros hechos en la arena por ellos mismo.



*Figura 18.* Foto de Playa San Lorenzo por la Agencia de Noticias Andes, por. <http://www.andes.info.ec>

## **Playa Milina**

Playa Milina es una pequeña playa apartada de San Lorenzo la cual es perfecta por lo escondida que esta si quieres paz en Salinas en temporadas altas , en esta playa también se pueden hacer diferentes actividades acuáticas, en esta se encuentra aguas tranquilas y arenas limpias.



*Figura 19.* Foto de Playa Milina por Santa Elena beach., obtenida por <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## **Playa La Libertad**

Playa La Libertad es considerada un paraíso por el buen de sol y buen clima para disfrutar de la playa todo el día. El clima es seco, tiene una temperatura promedio de 24 °C, centro turístico. En los alrededores de esta playa se pueden encontrar pelícanos, piqueros patas azules, gallinazos, garza blanca, gaviota, fragata, caracoles, cangrejos, entre otras.



*Figura 20.* Foto de Playa Libertad por En Actualidad., obtenida por Teleamazonas



## Mar Bravo

Playa Mar Bravo está ubicada a tres minutos del centro de Salinas, en la provincia de Santa Elena, a 163 kilómetros de Guayaquil. Es una extensa playa de alrededor de 17 Km de largo, tiene un acantilado de aproximadamente tres metros de altura que dificulta el acceso, sus aguas son de fuerte oleaje, difíciles para la natación pero acordes con la práctica del surf. Cuenta con un clima cálido, con una temperatura promedio de 25 grados centígrados.

En esta playa el mar es sumamente peligroso, por lo que es prohibido bañarse, pero como una compensación de la naturaleza, en los alrededores de la playa se puede encontrar varias especies de aves marinas y playeras que llegan cada año desde América del norte o desde el Cono Sur a las cálidas costas de Salinas. En Mar Bravo se puede observar cangrejos, conchas, pelícanos, piqueros patas azules, fragatas, gaviotas, cormorán, garzas y numerosos pájaros surcando su cielo azul



*Figura 21.* Foto de Playa Mar Bravo por World Class., obtenida por bbprogresive.com

## **Playa Punta Carnero**

Punta Carnero está ubicado en el cantón Salinas, en la provincia de Santa Elena. Denomina así por la punta rocosa del mismo nombre situada al extremo sureste de la playa. Playa de fina arena y mar azul, oleaje que va de moderado a fuerte. En sus más de 2500 metros de del litoral se aprecia frondosa vegetación. Punta Carnero es una hermosa playa que brinda a los turistas paz y tranquilidad, junto a sus paisajes maravillosos y la brisa acogedora.

En la playa se puede observar algunas especies como: cangrejo ermitaño, jaibas, conchas, pelícanos, cucubos o chorlitos y sarapitos. La flora se encuentra representada por especies de lechuga de agua, rastrera de playa, entre otras. Punta Carnero es el lugar ideal para disfrutar el sol y la playa, ofrece extensas oportunidades de deportes acuáticos, disfrutar la vida nocturna y vivir una experiencia gourmet. En la zona central de la playa se puede encontrar comedores populares donde es posible degustar los ceviches, ensaladas y arroz a base de mariscos.



*Figura 22.* Foto de Playa Punta Carnero por Inmobiliaria., obtenida por tucasaecuador

## **Playa Anconcito**

Anconcito es un pueblo de pescadores que amplió su horizonte hacia los trabajos de explotación petrolera, mineral abundante en sus territorios. Esta zona constituye un verdadero foco de trabajo artesanal e industrial con gente que promueve su desarrollo social y económico. Las actividades artesanales y de pesca le dan un reconocimiento especial a este poblado. También se puede compartir las experiencias de pescar con los pobladores del sector, que desembarcan en las playas, con sus embarcaciones llenas de frutas del mar que podrá adquirir recién salidas del mar.



*Figura 23.* Foto de Playa Anconcito por Hostal Santa Paula., obtenida por Paulahostal

## **Playa Chulluype**

La playa de Chulluype no es una de las playas más conocidas y ni más visitadas de Santa Elena por el poco cuidado y limpieza que le brindan pero igual es visitada por los surfistas, en ella se pueden encontrar Kioscos donde se puede adquirir comida y bebidas.



*Figura 24.* Foto de Playa Chullupe por Santa Elena beach., obtenida por <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## **Playa Jambelí**

Esta playa no es muy conocida turísticamente por tener un pequeño poblado pesquero y no tener calles pavimentadas por eso no es muy visitada por los turistas pero tiene unas olas pequeñas perfectas para las personas que buscan paz y un sector donde se pueda nadar y disfrutar de la arena, aquí no hay muchos restaurantes y tampoco lugares para comprar bebidas por su poca demanda



*Figura 25.* Foto de Playa Jambelí por Moisés Pinchevsky, obtenida por EL UNIVERSO



## **Puerto Lucía**

Puerto Lucía es conocido por ser una pequeña playa rocosa que se encuentra cerca al exclusivo club náutico Puerto Lucia. Este puerto es conocido como la entrada al resto de América del sur y las islas galápagos, ya que es la única marina en la provincia de Santa Elena que permite el Atraco de buques extranjeros. En esta playa se encuentra Hoteles, departamentos y complejos para los militares.



*Figura 26.* Foto de Playa Puerto Lucia por Puerto Lucia Yatch Club, obtenida por Sunshine Salinas

## **Playa Palmar**

Palmar es un pueblo pesquero que cuenta con una playa sin desarrollar y tiene un bosque de manglar en la base de promontorio. Los pobladores viven de la pesca y por eso es muy normal ver botes de pesca por todo el poblado. También se puede encontrar un malecón en mal estado por el largo de la playa de palmar. Dentro de sus atractivos al sur en la colina María Guare se ubica un santuario icónico de la Virgen de Fátima.



*Figura 27.* Foto de Playa Palmar por Santa Elena Beach, obtenida de <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## **Playa Rosada**

La playa rosada es llamada así por su arena que no tiene exactamente un color rosa pero si tiene un color melón para ser específico, esta playa es seleccionada especialmente por familias por ser una playa muy cuidada y limpia y con poco visitantes, el agua es clara y cálida y muy poco profunda. La playa pertenece a la comunidad local y solo se puede encontrar un restaurante con licencia para vender comida y bebidas.



*Figura 28.* Foto de Playa Rosada por Viajes Erráticos, obtenida por Geoguia.com

## Playa Brujas

La playa la Brujas es conocida por ser uno de los pocos lugares donde se puede hacer parapente en la provincia de Santa Elena, la playa en sí no es muy concurrida por su falta de vendedores o lugares cerca donde se pueda comer y comprar bebidas. La playa es poco honda y es muy plana pero con un fuerte oleaje



*Figura 29.* Foto de Playa Brujas por Santa Elena Beach, obtenida por <http://ecuadorbeaches.org/es/beaches/santa-elena-beaches/>

## Las Conchas

La playa las Conchas es conocida por su fuerte oleaje de la provincia de Santa Elena, sitio ideal para los surfistas y la recolección de ostras y conchas marinas ya que la playa está formada por pequeños restos de conchas y pequeños crustáceos. En los alrededores no hay lugares para comer y tampoco bebidas.

En la siguiente página se muestra una tabla con el detalle de las actividades modalidad agua que se realizan en cada playa de Santa Elena.

Tabla 3

*Actividades de turismo de modalidad acuática en la provincia de Santa Elena*

	Jetsky	Surf	Padelton	Paseo en Bote	Bote de Pedales	Windsurf	Kayac	Buceo	Pesca Deportiva
La Rinconada		*				*			
Olon	*	*				*			
Montañita		*	*		*	*	*	*	
Manglar Alto		*				*			*
Valdivia	*	*				*	*		
Ayangué	*				*		*	*	
San Pablo		*		*		*			*
Punta Blanca		*				*			
Punta Centinela	*	*	*			*	*		
Punta Barandua		*	*			*	*		*
Ballenita	*	*	*		*	*	*		
Capaes	*	*	*		*		*		
Chipiye	*	*	*		*		*		
San Lorenzo	*			*	*		*		
Libertad	*	*				*	*		*
Mar Bravo	*	*				*			
Punta Carnero	*	*	*			*			
Anconcito	*	*				*			
Chullupe		*	*			*			
Jambeli							*		*
Puerto Lucia				*			*		
Palmar				*			*		*
Playa Rosada					*		*		
Brujas		*		*		*		*	
Conchas		*				*		*	

## Capítulo 3

### Investigación de mercado

#### Población de estudio o unidad muestral

El estudio de población o unidad de muestreo se utiliza con frecuencia en estudios de mercados ya que ofrece beneficios como el ahorro de dinero, ahorro tiempo y puede ser más exacta.

**Población:** Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (PINEDA, 1994, p. 108).

**Muestra:** Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población (López, 2004, s.p.)

**Muestreo:** Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población" (Mata, 1997, p. 19).

En lo que transcurrió el 2016 las llegadas que hubo al país son de 1,412.718 los cuales son turistas potentes para que puedan disfrutar de turismo acuático y son aquellos que se tienen que atraer a Santa Elena, también se puede apreciar que desde enero a marzo hay una gran cantidad de ingresos de turistas lo cual es excelente porque es temporada alta en la costa Ecuatoriana.

Mes	Llegadas (Nacionalidad)	Salidas (Ecuatorianos)	Saldo
Enero	145.710	101.936	43.774
Febrero	118.091	126.851	-8.760
Marzo	121.410	141.052	-19.642
Abril	92.173	125.285	-33.112
Mayo	96.576	112.265	-15.689
Junio	118.942	96.897	22.045
Julio	143.764	139.100	4.664
Agosto	119.060	179.539	-60.479
Septiembre	92.961	138.622	-45.661
Octubre	121.028	140.481	-19.453
Noviembre	111.086	131.346	-20.260
Diciembre	131.917	115.455	16.462
<b>Total general</b>	<b>1.412.718</b>	<b>1.548.829</b>	<b>-136.111</b>

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC  
Ministerio del Interior  
Nota: 2016 y 2017 datos provisionales

FIGURA 30. GRÁFICO DE ENTRADAS Y SALIDAS DEL PAÍS 2016, POR MINISTERIO DE TURISMO, AÑO 2016. RECUPERADO DE [HTTP://SERVICIOS.TURISMO.GOB.EC/INDEX.PHP/PORTFOLIO/TURISMO-CIFRAS/19-INTELIGENCIA-DE-MERCADOS/ENTRADAS-Y-SALIDAS-INTERNACIONALES/3](http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3)

También en la página de turismo del Ecuador se puede apreciar que unas de las razones por la que las personas más viajan es por ocio que representa el 11.56% de los cuáles también se puede apreciar que la edades de los turistas que visitan el Ecuador son de 35 a 49 años los cuales aun pueden disfrutar del turismo acuático y de segundo rango están las personas con 24 a 35 años.



FIGURA 31. GRÁFICO DE MOTIVOS DE VIAJES 2015, POR EURO MONITOR, BANCO MUNDIAL, FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 2015, OBTENIDO DE: MINISTERIO DE TURISMO. RECUPERADO DE: [HTTP://SERVICIOS.TURISMO.GOB.EC/INDEX.PHP/PORTFOLIO/TURISMO-CIFRAS/19-INTELIGENCIA-DE-MERCADOS/ENTRADAS-Y-SALIDAS-INTERNACIONALES/3](http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3)

## Tamaño de la muestra

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde:

Z = 1.96 = 95% nivel de confianza,

P = 50% = 0.5 probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = 1 - 0.5 = 0.5 probabilidad de fracaso

D = 5% precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$\frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} = 384$$

## Tipo de muestreo

El muestreo seleccionado es por conglomerados que permite segmentar la población de estudio por áreas geográficas. En este plan se han considerado como áreas geográficas a todas las playas de Santa Elena, de las cuales se seleccionaron al azar cinco playas que se han considerado en la encuesta de las cuales se van a evaluar el nivel de promoción de las actividades acuáticas y a su vez las preferencias de actividades acuáticas de las personas que gustan de ir a la playa.

## **Modelo de la encuesta**

El objetivo de la encuesta es conocer las preferencias de los visitantes por las actividades acuáticas, el nivel de promoción que estas actividades tienen.

1. Usted ha visitado las Playas de:

1. Chipipe-San Lorenzo

2. Montañita

3. Ballenita

4. Punta Blanca

5. Punta Carnero

2. ¿Usted tiene conocimiento si en las playas seleccionadas se realizan actividades de turismo acuático?

1. Si

2. No

3. ¿Qué actividades de turismo de modalidad agua (turismo acuático) le gusta?

Marque con una x las siguientes opciones

1. Surf

2. Kayac

3. Buceo

4. Pesca deportiva

5. Jetskyv (motos acuáticas)

6. Paddle surf

7. Ciclonautas (botes con pedales)



4. ¿Usted ha practicado algunas de estas actividades acuáticas en las playas ya seleccionadas?

1. Si

Cuáles playas: \_\_\_\_\_

2. No

5. ¿Cómo obtuvo el conocimiento de que estas actividades se realizaban en esas playas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto gastaría usted como máximo por día por realizar las actividades acuáticas de su interés?

\$5

\$10

\$20

7. ¿Cree usted que estas actividades tienen la correcta promoción?

Si

No

8. ¿Usted le recomendaría a un extranjero realizar las actividades antes mencionadas?

Si

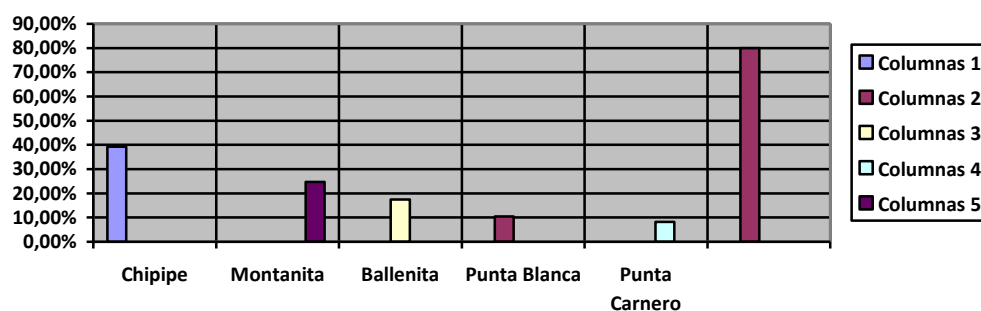
No

9. ¿Por qué medio piensa usted que es correcto realizar una mayor promoción del turismo acuático?

## Resultados de la encuesta

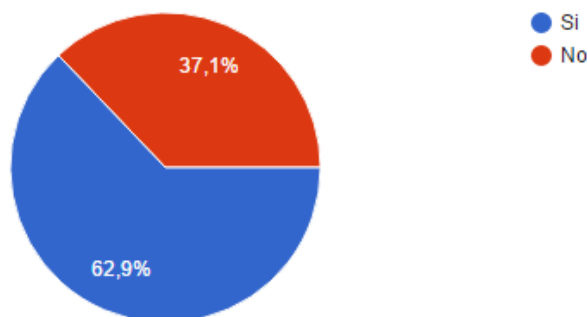
El objetivo de la encuesta es obtener la opinión de las personas sobre su conocimiento de las actividades turísticas de la modalidad agua en la provincia de Santa Elena y si esta tiene la correcta promoción.

**Usted ha visitado 1 de las siguientes Playas:**



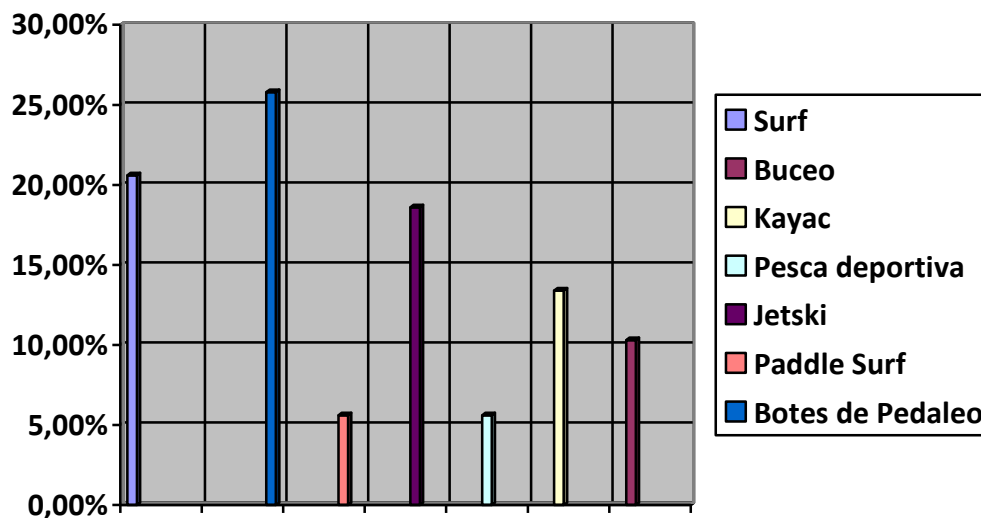
La encuesta refleja que dentro de las personas las playas puesta para la elección de las personas la más visitada es la de Chipipe la cual es la que cuenta con la mayor actividades turísticas de modalidad agua.

¿Usted tiene conocimiento de si en las playas seleccionadas se realizan actividades de turismo acuático?



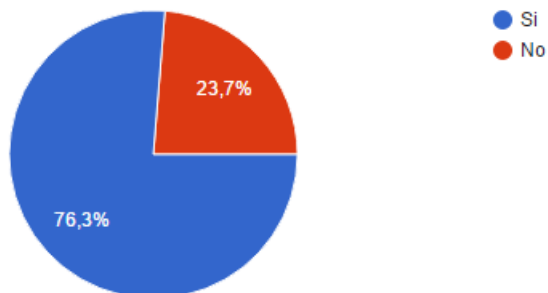
La encuesta refleja que el 62.9% tiene el conocimiento sobre el turismo acuático en las playas seleccionadas reflejando que las personas que han visitados las playas tienen conocimiento sobre estas.

### Que actividad de turismo de modalidad agua (turismo acuatico) le gusta?



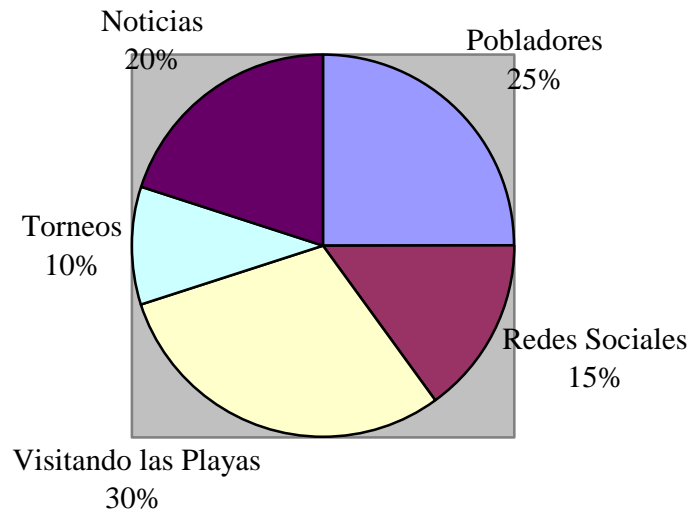
Los resultados reflejan la preferencia en un 25.8% en la actividad de botes de pedaleo, posicionándose en segundo lugar el Surf con el 20.6% el cual se puede realizar en casi todas las playas de Santa Elena.

**¿Usted ha practicado algunas de estas actividades acuáticas en las playas ya seleccionadas?**



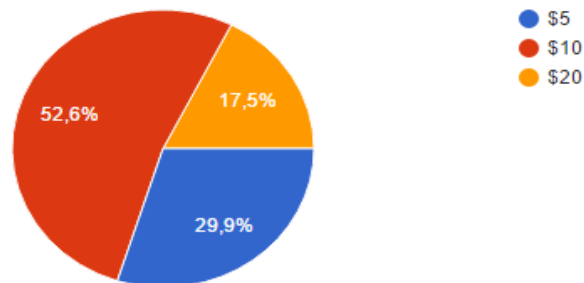
La encuesta refleja que el 76.3% van a las playas y realizan actividades acuáticas en las playas.

**¿Cómo obtuvo el conocimiento de que estas actividades se realizaban en esas playas?**



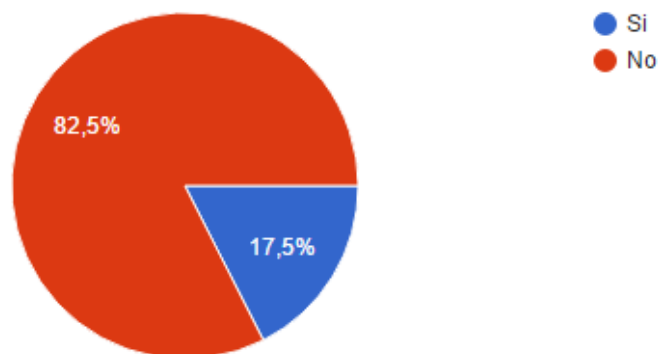
El grafico indica que las personas tienen conocimiento sobre las actividades que se realizan en las playas es por medio de visitas en la playas lo que indica que una vez que llegan a la playa pueden observar las actividades que se realizan y la que le sigue es por medio de redes sociales que es la manera de difusión más usada hoy en día

**¿Cuánto gastaría usted como máximo por día por realizar las actividades acuáticas de su interés?**



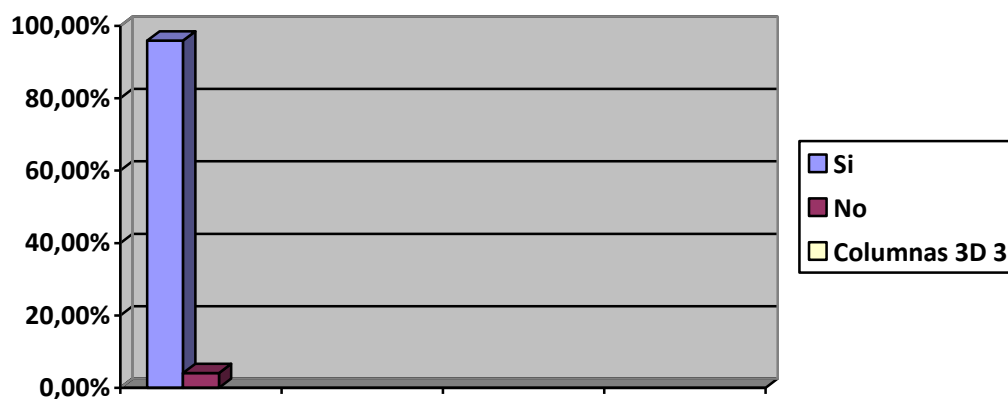
Según las encuestas el 52.6% gastaría alrededor de 10 dólares por día en las actividades que se pueden desempeñar y un 29.9% gastaría cinco dólares diarios.

¿Cree usted que estas actividades tiene la correcta promoción?



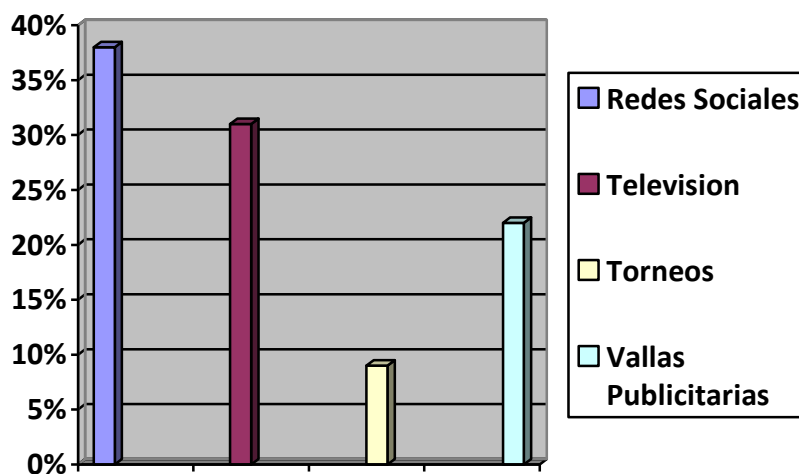
De las personas que se encuestó el 85.5% está de acuerdo que no hay una correcta promoción de las actividades acuáticas dando así un apoyo a la propuesta para crear un plan promocional para así mejorar el conocimiento que tiene las personas sobre este.

**¿Usted le recomendaría a un extranjero realizar las actividades antes mencionadas?**



El 95.9% de las personas encuestadas recomendaría a participar del turismo acuático a los extranjeros, aprobando que no solo la promoción debería manejarse por medios locales sino también para que lleguen a los extranjeros y así ellos puedan disfrutar de estas actividades.

**¿Por qué medio piensa usted que es correcto realizar una mayor promoción del turismo acuático?**



Las personas encuestadas sugieren con un 38% que la mejor forma de promocionar el turismo de aventura modalidad Agua en la provincia de Santa Elena es por medio de las redes sociales por tener un gran alcance para poder difundir información y por ser el medio más usado hoy en día para obtener información sobre algo, el segundo medio más sugerido por las personas encuestadas es la televisión con un 32% por ser un medio audiovisual y tener mucha importancia para los turistas por ser un medio confiable donde se puede obtener información sobre el estado y situación de las zonas a visitar

## Capítulo 4

### Propuesta del plan de promoción

#### Introducción

Santa Elena tiene como reto mejorar su posición en un entorno de creciente e intensa competitividad para mejorar las cifras de visitantes y de ingresos que suelen dar. En referencia a esto lo correcto sería una correcta estructuración de la oferta y promoción interna y externa enfocada directamente en las actividades acuáticas que se pueden realizar.

El plan promocional incluye utilizar todos los medios posibles en el medio para dar a conocer las actividades acuáticas que se pueden efectuar, generando acciones que ayuden a favorecer el trabajo conjunto y planificado del sector con el fin de tener una mayor cantidad de consumos. El plan servirá también para el desarrollo del turismo en Santa Elena para los próximos tres años y una guía de implementación de dicho plan.

Por último, el Plan será un instrumento de difusión para dar a conocer el proyecto, generando compromiso y la participación de todos los agentes implicados. El plan incluye:

La identificación de los productos del destino con mayor potencial de crecimiento.

El establecimiento del posicionamiento a alcanzar por el destino.

La identificación de los ejes estratégicos generales de acción y promoción, es decir las directrices de actuación y el proceso para realizar la promoción tomando en cuenta las aportaciones de las playas. Esto significa establecer el mix de publicidad, relaciones públicas, promociones de venta y marketing directo.

#### Objetivo del Plan

El objetivo general es mejorar el trabajo promocional de las playas de la Provincia de Santa Elena con la coordinación de todos los agentes del sector: Gobierno de Ecuador, municipios y sector privado.

En cuanto a los objetivos específicos:

- Brindar un mejor conocimiento sobre el destino y sus actividades acuáticas.

- Aumentar el número de turistas.
- Aumentar el consumo realizado por el turista.

## **Meta**

- Posicionar a Santa Elena como un destino competitivo y preferente en sus principales mercados, con una promoción correcta y creciente, que las convierta en un referente a considerar en el proceso de selección de destino vacacional o de ocio para su mercado emisor.

## **Diagnóstico y escenario de actuación**

En el estudio realizado se puede apreciar un indicador negativo sobre el conocimiento del turismo de modalidad agua que se puede realizar en Santa Elena, pero se podría resolver si se promociona correctamente y se aprovechan las diferentes playas de la provincia dando a conocer la oferta de actividades turísticas en el agua. También hay que tener en cuenta que aunque se realice una buena promoción sobre las actividades de turismo de modalidad agua en estos momentos la economía global no se encuentra en auge económico por lo que no se podría lograr los objetivos de una manera inmediata. Un factor a favor es la condición de las carreteras que unen las playas y las rutas por las cuales se pueden acceder a ellas, por lo tanto el turismo también se influye por el estado de las mismas para uso. Y por último mantener en mayor parte posible el buen estado de las playas, conservando su fauna y flora intacta para no afectar al medio ambiente como se ha intentado mantener durante este periodo de tiempo. Por eso, los retos que se tendrá que enfrentar es mantener control sobre los precios que se tiene sobre las actividades acuáticas, mantener el buen servicio que se da al turista al ser partícipe de las actividades y mantener un buen estado las rutas para que las personas tengan una fácil accesibilidad a las playas que conforman Santa Elena.

## **Posicionamiento**

El posicionamiento es el lugar que ocupa la marca, producto, servicio o empresa en la mente de los consumidores. El posicionamiento se crea a partir de lo que piensa el consumidor de manera individual y lo que piensa al respecto de la competencia. Se puede observar a través de estos cuatro pasos:



Paso 1: Identificar el producto que en este caso es el turismo acuático en las playas de Santa Elena.

Paso 2: Seleccionar las actividades acuáticas que se pueden realizar en las playas que conforman Santa Elena.

Paso 3: Reunir los datos sobre el conocimiento que tiene el turista sobre las actividades de turismo modalidad agua.

Paso 4: Analizar qué tipo de posicionamiento se desea para Santa Elena.

## **El producto turístico**

La imagen que maneja la provincia de Santa Elena es muy positiva entre los turistas por su preferencia a la hora de seleccionar sus diversas playas como sus balnearios predilectos en los feriados, pero el problema del posicionamiento que tienen las playas de Santa Elena, al compararlas con los otros balnearios de la costa ecuatoriana, son los pocos elementos diferenciadores y únicos que se puede rescatar, teniendo en cuenta que los aspectos que el turista piensa a la hora de seleccionar un balneario son el clima, la seguridad, los hoteles, etc.

Pero a pesar de que la provincia mantiene un flujo constante de turistas leales, es importante darle una mejor imagen, promocionando el elemento diferenciador que es el turismo acuático algo que siempre ha existido pero no se ha manejado de una manera correcta para que el turista esté listo para invertir en este tipo de entretenimiento y así darle un agregado a las playas de Santa Elena y por ende agregar un diferenciador entre los otros balnearios.

## **Productos Turísticos a potenciar**

El producto que se va a promocionar es el de turismo de aventura modalidad acuático, entre los que más prefiere el turista, según las encuestas, están el alquiler de moto acuática, el bote de pedaleo y el buceo. El turismo de modalidad agua en la provincia de Santa Elena existe desde hace tiempo y brinda un servicio acorde a la demanda que permitiría acoger a los turistas que se animen a realizar las actividades acuáticas que se darán a conocer mediante a los diferentes planes promocionales que se van a realizar.

La promoción se centrará en una mejorar la oferta en torno a su producto principal que son las playas. Fruto de esto surgirán nuevos productos especializados, adaptados y vinculados a una nueva perspectiva vacacional por parte de los turistas. Por eso el producto tiene que tener la suficiente promoción para que el turista tenga la suficiente información sobre cómo y dónde disfrutar del turismo acuático.

## **Mercado turístico**

El mercado turístico que se quiere atraer mediante la correcta promoción es aquella que esté interesada en ocio y descanso activo y con conocimiento de lo que ofrece las playas de Santa Elena, con un mayor gasto en el destino y afluencia del turista; este abarca un gran rango y no se enfoca a los turistas nacionales sino también a los turistas extranjeros potenciales atraídos de forma específica por ese producto, que realicen el uso o consumo del mismo cuando tengan el conocimiento de los diferentes productos de turismo acuático que ofrecen las playas de Santa Elena.

Una vez que se atraiga al turista deseado y este disfrute y tenga el conocimiento necesario sobre el producto, esto generaría un beneficio para el país ya que atraerá mayor cantidad de turistas de diferentes países que no tienen conocimiento sobre las hermosas playas que tiene Ecuador y así se atraerían a turistas de países que desconocen las actividades que se puedan realizar en el mar.

## **Estrategias promocionales**

### **Actividades a realizar**

Para que Santa Elena consiga el objetivo del destino deseado, visitado y recomendado por el turista que sea deseado atraer es necesario que sea considerado como una opción preferente en el proceso de decisión vacacional, no solo por el sector hotelero o su atractivos turísticos, sino por el turismo de aventura que ofrece y para obtener eso se han planteado diferentes procesos para que el público tenga el conocimiento y difunda la información.

### **Realizar una comunicación integral por parte de todos los agentes**

La marca Ruta del Spondylus tiene su reconocimiento a nivel turístico y es de gran importancia en la propuesta de promoción que se está planteando ya que Santa Elena

forma parte de ella, este valor de marca o reconocimiento es importante aprovechar y seguir usando el reconocimiento que tiene de la ruta del Spondylus a nivel nacional o extranjero para seguir potenciando Santa Elena potenciando los agentes del destino integrando a los diferentes miembros medios de comunicación, residente y turistas. Todos estos agentes deben transmitir la misma información por medio de las herramientas que tienen disponibles.

1. Poner 2 puntos de información por cada playa en Santa Elena con trípticos en 2 idiomas para los extranjeros donde se ponga la información sobre las actividades de turismo de modalidad agua que se realizan en la playa con imágenes y en que parte de la playa se pueden realizar, el punto de información se lograría con ayuda del ministerio de turismo de Santa Elena lo cual ayudaría a que los turistas sepan que información pueden obtener gracias a la marca turística del país. Se realizarían un total de 1000 folletos aproximadamente la cual tendrían un costo de \$150.



Figura 32. Modelo de tríptico de Ibiza, por Todo colección.net, año 2014.

2. Fomentar la participación de los turistas en los foros, redes sociales y áreas de información en torno a la promoción y actividades que realizan en las playas. Dando así al turista el poder u oportunidad de dar su opinión sobre su experiencia en las playas de Santa Elena, lo que permitiría identificar las fortalezas y debilidades directamente del turista que visito el destino.
3. Se podría utilizar una Valla publicitaria que este en el comedor turístico de progreso aprovechando las visitas que este tiene y la estancia de las personas en este sector en el cual tenga imágenes de las actividades turísticas de modalidad agua y que tenga como mensaje “Disfruta en verdad de lo que te puede ofrecer las playas”. La valla tendría un valor de 1500 por 3 meses (el mínimo de tiempo que se puede alquilar una valla publicitaria) esta solo se utilizaría en las épocas de temporada alta. Esto se podría se tendría que llegar a un acuerdo para que el ministerio corra el gasto sobre el uso del espacio y también se podría cubrir parte del gasto haciendo canje con el dueño de la empresa que está a cargo de la valla
4. Para poder aumentar la atención de las personas que obtienen o les atrae los torneos acuáticos como el surf o de windsurf, se podría hacer un detallado de los eventos que se realizarían dentro de las playas de Santa Elena, que se pueda encontrar esa información en la página del gobierno o en la de ministerio de turismo en la sección de Santa Elena para que los turistas accedan con mayor regularidad a la paginas y darles espacio para que suban sus experiencias y opiniones en los foros que se quiere implementar y en las demás paginas sociales.
5. Incluir en la página de la alcaldía de Santa Elena “El segmento de información sobre turismo acuático en Santa Elena”, integrando a las diferentes playas y a los puntos de información sobre las empresas relacionados. Se trabajaría directamente con la alcaldía de Santa Elena.
6. Hoy en día la mejor manera de llegar a las personas es por medio de las redes sociales, las páginas que se utilizarían serian Facebook, twitter y YouTube, esto ayudaría a llegar a más personas fuera del país. Las paginas se manejarían por

medio de un Comunity manager y un diseñador gráfico haciendo publicidad sobre las actividades y brindando información a los turistas que comenten en las páginas, en YouTube se brindaría la publicidad de videos sobre turistas y sus opiniones sobre la experiencia que tuvieron.

7. Trabajar en conjunto con el ministerio de turismo para tener lugar en las ferias turísticas que se realizan con LA FITE, también tener espacio en las vitrinas turísticas que se están exponiendo en los países extranjeros para que la via de promoción sea mayor, dentro de las ferias turísticas se puede dar charlas e información por medios de videos e imagenes sobre las actividades turísticas que se realizan en Santa Elena, esto ayudaría a que la información se esparza de una mejor manera.

Tabla 1  
*Gastos Anuales de Plan Promocional*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. total</b>
Comunity Manager	1	\$400
Valla Publicitaria	1	\$1500
Trípticos	1000	\$150
Diseñador para publicidad	1	\$360
Uso de redes sociales	3	\$0
<b>Total de Gastos</b>		<b>\$2410</b>

## Conclusiones

En el primer capítulo se puede apreciar la existencia de un mercado de turismo Acuático en otros países donde es explotado y genera ingresos en dicho países. También se pudo leer sobre las diferentes propuestas de promociones en otros sectores turísticos que han generado un mayor conocimiento sobre las actividades que se realizan en el país sin dar enfoque sobre el turismo Acuático.

En el segundo capítulo se genera el estudio de las actividades de turismo Acuático que se realizan en las playas de Santa Elena dando como resultado que en cada playa se pueden realizar entre tres a cuatro actividades aptas para jóvenes y adultos donde se detalla en que playas de la provincia de Santa Elena se realizan.

En el tercer capítulo se realiza una encuesta en la que brinda resultados tales como como el 76% de las personas encuestadas han realizado actividades de turismo acuático y que más del 80% recomiendan estas actividades para turistas extranjeros; también en este capítulo se puede apreciar que el 80% de las personas encuestadas dicen que no hay una correcta promoción de dichas actividades.

Por ultimo en el cuarto capítulo, y relacionándolo con el capítulo uno, se muestra que si existen planes promocionales para el turismo y la correcta promoción del turismo acuático. Es importante notar que en el capítulo dos se registraron las actividades que se pueden realizar en las playas de Santa Elena, las cuales existen y hay una gran variedad en cada una de ellas; y por ultimo tomando en cuenta que las personas encuestadas están de acuerdo de la falta de promoción de estas actividades, se realizó en el capítulo cuatro un plan promocional sobre las actividades que se sugieren realizar durante tres años para dar conocer el turismo acuático y en qué playas de Santa Elena se realizan juntos con los gastos que generarían y las actividades que se necesitan para desempeñar la propuesta .

## **Recomendaciones**

Dentro de las recomendaciones que se propone para que el turismo acuático siga creciendo en Santa Elena y en otras playas del Ecuador se necesitará la capacitación de los pobladores que son los que realizan la mayoría de las actividades en las playas, también es recomendable la inclusión de empresas privadas que de su aporte en estos sectores turísticos para así incluir nuevas actividades y también poder aportar con un capital que los pobladores necesitan para que el equipo que utilizan siempre este en buen estado y se pueda brindar un servicio seguro y bueno a los turistas nacionales y extranjeros.

## Referencias Bibliográficas

- Ascerenza M. A, (2002). *Plan Promocional*. Obtenido <http://ri.ufg.edu.sv>
- Altes. M. (1998). *La Evolución del Marketing*. Obtenido por: <http://www.scielo.org.ar/scielo>
- Asuaire Travel (2012). *Guías de Viajes/Turismo Acuático*. Obtenido de: <https://asuaire.com>
- Berlo D. (2000). *El Mix del Marketing*. Obtenido por: <http://www.redalyc.org>
- Dumazedier J. (1974). *El Ocio*. Obtenido de: <http://revistas.ucm.es>
- Ecuador Beachs (2013). *Playas de Santa Elena*. Obtenido de: <http://ecuadorbeaches.org>
- Gobierno de las Islas Canarias (2016). *Plan estratégico de promoción de las Islas Canarias*. Obtenido de: <http://www3.gobiernodecanarias.org>
- Neulinger J. (1974). *“THE PSYCHOLOGY OF LEISURE”*. Obtenido de: <http://revistarecreacion.net>
- Kotler P. (1991). *Análisis de las mejores estrategias por la web*. Obtenido de: [www.scielo.org.ar/scielo](http://www.scielo.org.ar/scielo)
- Middelton C. (2001). *Análisis de las mejores estrategias por la web*. Obtenido de: [www.scielo.org.ar/scielo](http://www.scielo.org.ar/scielo)
- Ministerio de Turismo (2014). *Perfiles de turista por mercados de acuerdo a la Priorización*. Obtenido de: <http://servicios.turismo.gob.ec>
- Ministerio de Turismo (2014). *Plan promocional All You Need is Ecuador*. Obtenido de: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- Ministerio de Turismo (2014). *Santa Elena impulsa el turismo Comunitario*. Obtenido de: <http://www.turismo.gob.ec>
- Municipio de Santa Elena (2014). *Santa Elena La capital del mar y tierra*. Obtenido de: <http://www.gadse.gob.ec>
- Mercadeo o Publicidad (1991). *Plan de Mercadeo o Plan de marketing*. Obtenido de: <http://mercadeoypublicidad.com>



Ministerio de Turismo (2014). *Ley de turismo Mintur*. Obtenido de:  
<http://www.turismo.gob.ec>

Migración Internacional (2008). *Libros turísticos*. Obtenido de:  
<http://www.flacsoandes.edu.ec>

Libros turísticos (2009). *Provincias del Ecuador*. Obtenido de: <http://es.calameo.com>

Pérez M. (2007). *Nuevos enfoques de la mercadotecnia*.  
<http://www.publicacionescajamar.es>

Plataforma tecnológica de la Macaronesia (2015). *Que es el turismo náutico y sus beneficios*. Obtenido de <https://ptmac.webs.ulles>

Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador (2014). *Turismo Interno*. Obtenido de: <http://optur.org>

Promo Negocios (2012). *Promoción de Ventas*. Obtenido de:  
<https://www.promonegocios.net>

Promo Negocios (2013). *Mezcla de Mercadotecnia*. Obtenido de:  
<https://www.promonegocios.net>

Quesada P. (2010). Marketing Turístico. Obtenido de: <http://www.scielo.org.ar/scielo>

Scielo (2009). *Estudio de Turismo Acuático*. Obtenido de: <http://www.scielo.org>.

Secretaria de Turismo (2008). *Es momento de Atender mejor al turista Extranjero*.  
Obtenido de: <http://www.gob.mx>

Scielo (2015). *Estudio del Mercado turístico*. Obtenido de: <http://scielo.sld.cu/scielo.php>

Universidad de Oviedo (2007). *Documentos Library*. Obtenido de: <https://econo.uniovi.es>

World Tourism Organization (2008). *Enciclopedia turística*. Obtenido de:  
<http://www2.unwto.org>



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

Yo, Giorgio Quintero Jara, con C.C: # 0918019290 autor/a del trabajo de titulación: **Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua en la Provincia de Santa Elena** previo a la obtención del título de **INGENIERO/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, 24 de febrero del 2017

---

Nombre: Quintero Jara Giorgio

C.C: 0918019290



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	<b>Plan Promocional para el Turismo de Aventura Modalidad Agua en la Provincia de Santa Elena</b>		
<b>AUTOR(ES) :</b>	Giorgio Quintero Jara		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES):</b>	Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	65
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, Marketing.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Plan Promocional, Publicidad, Turismo, Posicionamiento.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>La Investigación está basada en un plan promocional para el turismo de aventura modalidad agua en la Provincia de Santa Elena en la que se obtendrá información de que actividades son las que se pueden desarrollar en cada playa de la provincia de Santa Elena, esto dará como resultado a la provincia de Santa Elena un diferenciador entre las demás playas que forman parte de la ruta del Spondylus y que conforman la Costa Ecuatoriana, para lograr una correcta promoción se ha encuestado a personas de nacionalidad ecuatoriana y extranjeras para saber sus preferencias en las actividades acuáticas y si tenían conocimiento en que playas se realizan dichas actividades, con los datos obtenidos por las personas encuestadas se pudo obtener datos que botan como resultados que se las personas que visitan las playas realizan actividades turísticas de aventura modalidad agua pero no hay una correcta promoción ya que obtuvieron el conocimientos de cuales eran y donde se realizaban cuando visitaban las playas y no previo o durante la organización del viaje, por eso para obtener una correcta forma de promoción se tomó en cuenta los resultados sobre la opinión de los turistas para dar como resultado un correcto plan promocional con una proyección de duración de tres años en el cual se generará un mayor conocimiento e información sobre qué playas se pueden realizar exactamente cada actividad de turismo de modalidad agua en la provincia de Santa Elena.</p> <p>Con este plan promocional se mejoría el posicionamiento de las playas de Santa Elena generando un mayor consumo de los turistas nacionales y extranjeros que ayudará para el crecimiento turístico de la provincia.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593992146133	E-mail: <a href="mailto:quinterojiorgio@gmail.com">quinterojiorgio@gmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec">eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec</a>		

