

**PROPUESTA DE RUTA TURÍSTICA CON IMPLEMENTACIÓN FOTOGRÁFICA EN
EL CANTÓN SALINAS, SANTA ELENA.**

Nadia Abigail Narváez Sosa.

INSTITUTO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

TECNOLOGÍA EN TURISMO

Tutor Académico: LAURA ISABEL ARAUJO JARAMILLO-

Fecha de presentación – 28 – 08 – 2024



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.2

Sangolquí, 22 de Octubre del 2024

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Nadia Abigail Narvárez Sosa declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Propuesta de Ruta Turística con Implementación Fotográfica en El Cantón Salinas, Santa Elena, de la Tecnología Superior en Turismo; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

Nadia Abigail Narvárez Sosa.
C.I.: 1725263642

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:
TECNOLOGÍA UNIVERSITARIA EN TURISMO.

AUTOR /ES:
NADIA ABIGAIL NARVÁEZ SOSA.

TUTOR:
LAURA ISABEL ARAUJO JARAMILLO.

CONTACTO ESTUDIANTE:
0993831959

CORREO ELECTRÓNICO:
nadians04@outlook.com

TEMA:
PROPUESTA DE RUTA TURÍSTICA CON IMPLEMENTACIÓN FOTOGRÁFICA EN
EL CANTÓN SALINAS, SANTA ELENA.

OPCIÓN DE TITULACIÓN:
UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
RESUMEN EN ESPAÑOL:

El trabajo de titulación se realizará en el cantón Salinas ubicado en la provincia de Santa Elena, se encuentra localizado en la zona más saliente de la región costera del Ecuador, es el principal balneario de la provincia de Santa Elena y del país además de estar privilegiada de playas y una variedad de paisajes naturales. Mediante la investigación de documentos se recopila datos de interés para la creación de una ruta de turismo fotográfico; se denota que existen pocos estudios y proyectos que se enfoquen en nuevas propuestas turísticas, sin embargo el perfil del turista analizado permite proponer estrategias únicas e innovadoras al momento de viajar.

El objetivo del presente proyecto es diseñar una ruta turística en el cantón Salinas implementando la enseñanza y aplicación de la fotografía en destinos turísticos naturales. Para esto se escogerá los espacios turísticos del cantón y determinar la ruta con tiempos y distancias de acuerdo al público meta, además de ofrecer experiencias innovadoras que permitan ampliar los conocimientos en fotografía y el turismo en Ecuador mediante el desarrollo de propuestas de marketing para facilitar la contratación de los paquetes del tour turístico y establecer una hoja de ruta para lograr las ideas propuestas.

PALABRAS CLAVE:
Turismo fotográfico, innovación, marketing digital.

ABSTRACT:

The titling work will be carried out in the Salinas canton located in the province of Santa Elena, it is located in the most prominent area of the coastal region of Ecuador, it is the main beach resort in the province of Santa Elena and the country as well as being privileged with beaches and a variety of natural landscapes. Through document research, data of interest is collected for the creation of a photographic tourism route; It is noted that there are few studies and projects that focus on new tourist proposals, however the profile of the tourist analyzed allows to propose unique and innovative strategies when traveling. The objective of this project is to design a tourist route in the canton of Salinas implementing the teaching and application of photography in natural tourist destinations. For this, the tourist spaces of the canton will be chosen and the route will be determined with times and distances according to the target audience, in addition to offering innovative experiences that allow to expand knowledge in photography and tourism in Ecuador through the development of marketing proposals to facilitate the contracting of tourist tour packages and establish a roadmap to achieve the proposed ideas.

PALABRAS CLAVE:

Photographic tourism, innovation, digital marketing.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1725263642



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 22 de Octubre del 2024

Sres.-
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: NADIA ABIGAIL NARVÁEZ SOSA, con C.I.: 1725263642 alumno de la Carrera Tecnología Superior en TURISMO, Modalidad en Línea.

Atentamente,

Firma del Estudiante
C.I.: 1725263642

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
 www.ister.edu.ec / Info@ister.edu.ec

Tabla de contenido

Antecedentes	1
Capítulo 1: Marco teórico	3
Definición de turismo.	3
Definición de fotografía.....	3
Turismo Fotográfico.	4
Tipos de turismo aplicando la fotografía.	5
Turismo de Naturaleza.....	5
Turismo Cultural.....	5
Paquetes de turismo fotográfico.....	6
Ejemplos de turismo de fotografía en el Ecuador.....	6
Descripción del lugar	7
Datos Generales.....	7
Datos Históricos.....	10
Turismo en Salinas.....	11
Análisis de oferta	12
Análisis de demanda	14
Tipo de turismo.....	14
Tipo de turista.....	15
Perfil de visitante	15
Análisis FODA del destino	16
Estrategias Propuestas.....	17
Capítulo 2: Desarrollo de su propuesta en base a su tema propuesto	19
Identificación de problema.	19
Objetivos	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Justificación	21
Metodología de investigación	22
Tipos de investigación.....	22
Descriptiva	22

Enfoque de la investigación.....	22iii
Cualitativa.....	22
Cronograma.....	23
Presupuesto	24
Capítulo 3: Desarrollo de elementos de comercialización.....	25
Marketing Mix	25
Desarrollo de la Experiencia turística.	29
Plan de acciones de marketing.....	31
Diseño de Publicidad.	32
Aplicación de Ecommerce.	32
Conclusiones y Recomendaciones.....	34
Conclusiones.....	34
Recomendaciones	35
ANEXOS	36
Bibliografía	40

Lista de tablas

iv

Tabla 1 Análisis FODA	16
Tabla 2 Matriz de Gantt.	23
Tabla 3 Matriz de Presupuesto.....	24
Tabla 4 Desarrollo de las 7Ps.....	25
Tabla 5 Matriz de precios.	27
Tabla 6 Tabla de Plan de Acción de Marketing.....	31

Lista de figuras

v

Figura 1 Cifras de Alojamientos	12
Figura 2 Cifras de Infraestructura de Alimentos y Bebidas.....	13
Figura 3 Cifra de Agencias de Viajes	13
Figura 4 Servicios de Transporte Turístico.....	14
Figura 5 Estructura del Sitio Web.....	32

Antecedentes

El trabajo de titulación se realizará en el cantón Salinas ubicado en la provincia de Santa Elena, se encuentra localizado en la zona más saliente de la región costera del Ecuador, es el principal balneario de la provincia de Santa Elena y del país además de estar privilegiada de playas y una variedad de paisajes naturales. Cuenta con extensión total de 7356,7 hectáreas, una altitud de 1 msnm, latitud 02° 13' S y longitud 080° 58' O, posee un clima árido, las temperaturas medias anuales son de aproximadamente 24°C, las máximas rara vez superan 32°C y las mínimas son del orden de 16°C. (Cisneros, O. et al, 2020)

Mediante la investigación de documentos se recopila datos de interés para la creación de una ruta de turismo fotográfico; se denota que existen pocos estudios y proyectos que se enfoquen en nuevas propuestas turísticas, sin embargo el perfil del turista analizado permite proponer estrategias únicas e innovadoras al momento de viajar.

El objetivo general del presente proyecto es diseñar una ruta turística en el cantón Salinas implementando la enseñanza y aplicación de la fotografía en destinos turísticos naturales. Para esto se escogerá los espacios turísticos del cantón y determinar la ruta con tiempos y distancias de acuerdo al público meta, además de ofrecer experiencias innovadoras que permitan ampliar los conocimientos en fotografía y el turismo en Ecuador mediante el desarrollo de propuestas de marketing para facilitar la contratación de los paquetes del tour turístico y establecer una hoja de ruta para lograr las ideas propuestas.

En el presente documento se describe los datos generales del cantón Salinas, lugar donde se propone realizar turismo fotográfico, para poder establecer una ruta se analizó la oferta turística que posee. Finalmente se detallan estrategias de marketing con los principales

elementos que ayudarán a la venta y promoción del paquete turístico como por ejemplo la creación de redes sociales y una página web propia de la marca.

El propósito de la investigación es fomentar las modalidades de turismo preferidas por las nuevas generaciones y crear rutas aptas para las edades que deseen practicarlo, además de impulsar los destinos turísticos del Ecuador los turistas tendrán experiencias nuevas que reconocerán estos destinos y el trabajo de las empresas turísticas como puntos necesarios para la recreación familiar y personal.

Capítulo 1: Marco teórico

Definición de turismo.

El turismo es un término que engloba varios aspectos de la sociedad, además permite conocer cada una de las variables que posibilitan el aprendizaje y la ejecución de actividades a realizar. Según Francisco de la Torre Padilla “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas fundamentalmente con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.” (Guerrero González, P. E. & Ramos Mendoza, J. R., 2015) Según menciona (Pololikashvili, 2024) a medida que la sociedad progresa, el sector turístico, al igual que otros muchos sectores, necesita transformarse para convertirse en un catalizador de la prosperidad a escala universal. La sociedad actual ha adquirido nuevas prácticas al momento de realizar turismo ya son de mayor relevancia para las nuevas generaciones, el turismo fotográfico es permite capturar los mejores momentos de los viajes; esta es la característica principal para poder difundir un destino turístico que en ocasiones se encuentran alejados de la ciudad pero permiten tener una mejor experiencia y única a la vez.

Definición de fotografía.

Desde sus inicios la fotografía ha sido considerada como un arte el cual se enfoca en relacionar los objetos, la luz natural y artificial, entre otros elementos para poder transmitir varios sentimientos a partir de una imagen. En el siglo XIX se generaron varios

debates concluyendo que el empirismo era la naturaleza para tomar fotos. Para el siglo XXI se determinó que la fotografía era capaz de transmitir mensajes y se lo convirtió como un medio de comunicación por el cual para muchos la cámara es considerada como el lienzo para crear el arte. (Cabanillas, 2021)

Turismo Fotográfico.

La fotografía turística gracias a la modernización de la era digital existe una variedad de elementos para esta práctica que ayuda a popularizar esta actividad. El turismo y la fotografía se encuentran relacionados ya que es un buen medio para la promoción de un destino, el cual motiva a los turistas a la visita o pernoctación.

El turismo fotográfico para (Fuentes, 2014) es la práctica de tomar fotografías y capturar el entorno turístico inmediato por medio de la misma, en los espacios turísticos tanto rurales como urbanos. Dentro de este contexto la fotografía se dice que es el centro principal que desea el turista ya que así tendrá recuerdos del recorrido y podrá compartir experiencias de una forma vivencial.

Así el fototurismo es considerado como una actividad en la cual el turista captura momentos especiales aplicando diferentes elementos que caracterizan a la fotografía y aprender un poco más acerca de esta tecnología, no únicamente se guardan recuerdos para el momento sino que en un futuro serán plasmados como una historia que se contará con varias anécdotas, de esta forma se puede conocer la diversidad de los atractivos ya sea naturales y culturales de la zona. (Rivera, 2020)

Tipos de turismo aplicando la fotografía.

El turismo fotográfico es la tendencia actualmente por lo que se detalla las principales tipologías donde se lo aplica.

Turismo de Naturaleza.

Este tipo de turismo se basa en visitar lugares donde el turista tenga una mejor interacción con la naturaleza, entre estas actividades se encuentra la conservación y protección del espacio ya que son los atractivos principales de una localidad. De esta forma se implementa un turismo sostenible e innovador para el público. (Conafor, 2009)

La fotografía de naturaleza busca plasmar en una imagen elementos naturales como paisajes, flora y fauna además de elementos inanimados como rocas o montañas. (Perez, 2023) Para que una fotografía cause sensación al momento de verla se necesita de precisión y creatividad para usar la cámara y sus complementos.

Turismo Cultural.

Según menciona (Asamblea General de la OMT, 2017) el turismo cultural es “un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones”

En este sentido el uso de la fotografía promueve varias prácticas como por ejemplo la protección y rescate de los diferentes elementos que conforman a la cultura de una localidad, esto con el objetivo de dar a conocer la identidad y la importancia de su conservación y difusión. En el caso de patrimonios u espacios representativos la fotografía es de gran ayuda ya que ayuda así a la visita a la zona y por ende mejora la tasa económica local.

Paquetes de turismo fotográfico.

El turismo fotográfico se lo practica en todos los destinos turísticos del mundo, específicamente en México según (Díaz-Victoria, L., 2016) hay una variedad de espacios para esta especialidad que no son aprovechados ya que las cámaras tienen funcionalidades más avanzadas que requieren de capacitación por lo que genera desacuerdo al turista. Es por este motivo que la empresa Photo Journey promueve las tours con fotografía con la ayuda de personal especializado para una mejor experiencia de viaje y sin tener que aprender técnicas avanzadas.

Al tener una ayuda profesional en estos ámbitos la difusión de las nuevas tendencias de turismo resulta interesante y atractiva para el turista, además del aprovechamiento de todos los espacios y los elementos que lo conforman.

Ejemplos de turismo de fotografía en el Ecuador.

Según la investigación realizada se ha podido evidenciar que no existe mucha venta de paquetes turísticos que incluyan la fotografía. Algunas empresas de turismo que promocionan el servicio tienen un costo elevado y el tipo de turista es generalmente profesional en este ámbito. (Anónimo, 2024)

Una de las localidades donde se promociona este servicio es en la región amazónica ya que los eco – lodges son los principales promotores en la protección y conservación de las especies de flora y fauna y la actividad que permite la concientización es la fotografía. A pesar del costo este Safari Fotográfico permite experiencias únicas. (Anónimo, 2024)

Descripción del lugar

Datos Generales.

- **Ubicación.**

El cantón Salinas se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena en la región Costera, su cabecera cantonal es la ciudad con el mismo nombre. Dicha zona es privilegiada por sus playas y una variedad de paisajes naturales.

La Chocolatera es un sitio de observación de fauna marina ubicado en la Reserva de Producción Faunística Marina Costera Puntilla de Santa Elena, en Salinas. El ingreso y salida es únicamente por la garita de la Base Naval en Salinas, a partir de allí, son 3,5 km de distancia para llegar a la Reserva.

La Reserva de Producción Faunística Marina Costera Puntilla de Santa Elena cuenta con 52231 hectáreas marinas y 203 hectáreas terrestres, es el punto extremo y final de la provincia mencionada.

La Puntilla, como también se la conoce, es el punto más extremo de la costa continental de América del Sur y separa la bahía de Santa Elena del Golfo de Guayaquil.

- **Clima.**

La provincia de Santa Elena cuenta con tres zonas climáticas como tropical húmedo, tropical seco y tropical sabana. Específicamente en el cantón Salinas predomina el clima

tropical seco. La estación de lluvias se presenta de enero a abril y en las zonas más húmedas puede comenzar en diciembre y extenderse hasta junio, con acumulados inferiores a 500 mm. La temperatura máxima es de 28°C y una mínima de 20°C. Esta zona presenta una vegetación típica de zonas áridas debido a la influencia de la corriente fría de Humboldt que al estar cerca de estas costas ocasiona una reducción de la evaporación de las aguas oceánicas y, consecuentemente, genera menos nubes y lluvias.

- **Población.**

La Provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km^2 , distribuidas en sus tres cantones: Santa Elena con 3.668,90 km^2 , Salinas con 68,7 km^2 y La Libertad con 25,3 km^2 . Según el último censo habitan 385.735 personas.

Según el censo realizado por el INEC en el año 2010 se estableció que 112,079 personas se encuentran en estado laboral, tanto hombres como mujeres. El principal medio económico de la población de las zonas urbanas son las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, comercializando los productos finales de estas actividades lo venden a nivel local e internacional.

En cuanto a los habitantes de la zona rural la actividad que se destaca es la manufactura como por ejemplo las artesanías, un elemento característico en las zonas turísticas ya sea temporada alta o baja. Los materiales para realizar estos recuerdos son caña guadua, madera, tagua, tela, entre otros.

Según el censo realizado por el INEC en el año 2022 se determinó que en el cantón Salinas hay 35066 habitantes. Salinas es uno de los cantones con más promoción y difusión turística dentro de la provincia y del Ecuador.

- **Servicios básicos.**

Una gran parte de la población cuenta con abastecimiento de agua potable pero el restante se abastece de medios poco fiables que pueden ser causantes de enfermedades derivadas de la mala calidad del agua. Únicamente las zonas más cercanas a las orillas del mar tienen escasas de conectividad telefónica y eléctrica.

En el cantón Salinas los medios de comunicación se encuentran en constante desarrollo y modernización para que los habitantes vivan bien. A diferencia de los otros cantones de la provincia, Salinas, al estar mejor ubicado turísticamente cuenta con todos los servicios básicos a pesar que en tiempos de concurrencia de turistas existe un déficit es un número menor.

Según mencionan los administradores encargados del GAD de Salinas (Cisneros, O. et al, 2020) para mejorar la calidad de vida de los habitantes se ha impuesto la construcción de un alcantarillado sanitario y pluvial, además de obras de asfaltado que permite minimizar en cierto porcentaje la contaminación.

- **Infraestructura.**

La principal vía de acceso a la provincia de Santa Elena es la conocida “Ruta del Spondylus” durante el trayecto hay escasas de paradas de transporte público y en los paraderos de comida. La ruta que parte de Guayaquil tiene una carretera en buen estado que permite el viaje de una forma más rápida y segura.

En el caso de la Chocolatera que se encuentra dentro de la Reserva de Producción el camino de ingreso se encuentra en buen estado además que los métodos de construcción para la movilidad no afectan al espacio. La mayor parte del camino es de piedras y de

igual manera los senderos hacia los miradores son marcados por los mismos elementos haciendo atractiva a la vista.

El cantón Salinas cuenta con la mejor infraestructura turística por sus enormes edificaciones hoteleras para comodidad del visitante y seguridad en su estadía. Los diversos atractivos turísticos que hay en la zona cuentan con infraestructura necesaria para una estadía satisfactoria.

La Chocolatera cuenta con cinco miradores El Soplador y La Chocolatera permiten ver el choque de olas y las direcciones en que colisionan, El Gaviotín donde se encuentran aves dependiendo la época climática, El Faro, y La Puntilla el punto más saliente del Ecuador y el territorio marítimo. Cada sendero es natural y se lo distingue por un marco o camino de piedras.

Datos Históricos.

En sus inicios el cantón Santa Elena estaba conformado por recintos entre los cuales se encontraba Salinas, tuvo una pequeña evolución en 1929 cuando se lo designó como una parroquia independiente. A pesar de que en sus años sus habitantes desarrollaron actividades económicas para su beneficio, mejoraron su calidad de vida y aumentaron las pequeñas producciones en el gobierno del General Alberto Enriquez Gallo designó a Salinas como cantón en el año de 1937.

Entre las actividades que se realizaban se destacaba el transporte de alimentos que se producían y crecían en las tierras de la zona; antiguamente los habitantes practicaban el trueque una manifestación cultural ancestral, basada en los principios orientadores del pensamiento andino y por ende de la economía solidaria, que promueve la

“complementariedad, la reciprocidad, la redistribución, el diálogo de saberes, la autonomía, promoviendo la interculturalidad, y revitalizando la cultura”; esta práctica consiste en intercambiar productos, saberes y/o servicios por otros que se necesitan; aquí el valor del dinero no está presente cuando cambias y es únicamente la relación de necesidad la que predomina (Murillo, 2017).

Estas zonas ya estaban determinadas en cada pueblo para que cada habitante lleve los productos que eran más comercializados como la sal, frutas, cerveza y en ocasiones elementos esenciales para la pesca.

Salinas lleva este nombre desde la época colonial y se debe a su fuente inagotable de sal que ha sido explotada e industrializada por años, desde aquí sale la materia prima para la industrialización de la sal yodada, que sirve para la preparación de los alimentos de los hogares ecuatorianos (Cisneros, O. et al, 2020).

Turismo en Salinas.

Es considerada como uno de los balnearios más importantes y preferidos en el Ecuador por la variedad de opciones que brinda al momento de realizar turismo, caracterizándose principalmente por sus playas donde se puede realizar buceo, snorkel, paseos en motos de agua y boyas acuáticas; en cada espacio se puede degustar de la gastronomía típica.

Hay actividades para que cada turista se sienta satisfecho al momento de visitar este destino, además de actividades y deportes de mar se puede realizar aviturismo y turismo de fotografía especialmente en la bahía de San Lorenzo y el Humedal de Ecuasal donde habitan aves marinas y playeras por el amplio espacio natural que lo conforma. Si se

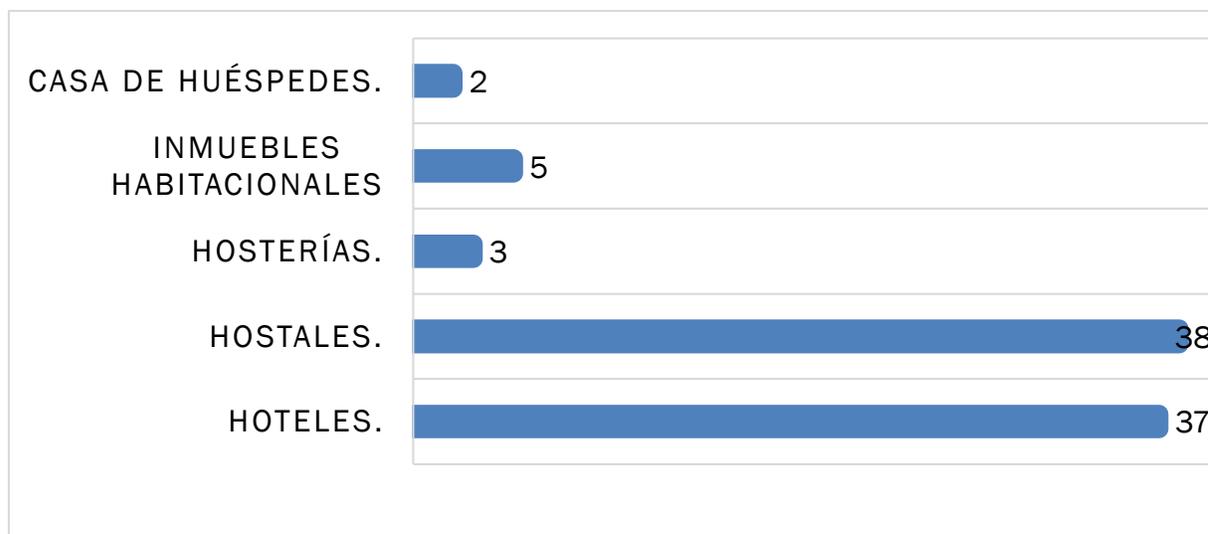
prefiere un momento más tranquilo y único la playa del Mar Bravo es un sitio ideal para ver los atardeceres.

Análisis de oferta

Según los datos del Catastro Turístico del (MINISTERIO DE TURISMO, s.f.) se pudo determinar las siguientes edificaciones de planta turística con las que cuenta el Cantón Salinas. Cada uno de los establecimientos planteados son dependiendo las preferencias de los turistas con categorías de 1 estrella hasta 5 estrellas. En los siguientes gráficos se muestra el número de establecimientos.

- **Alojamiento.**

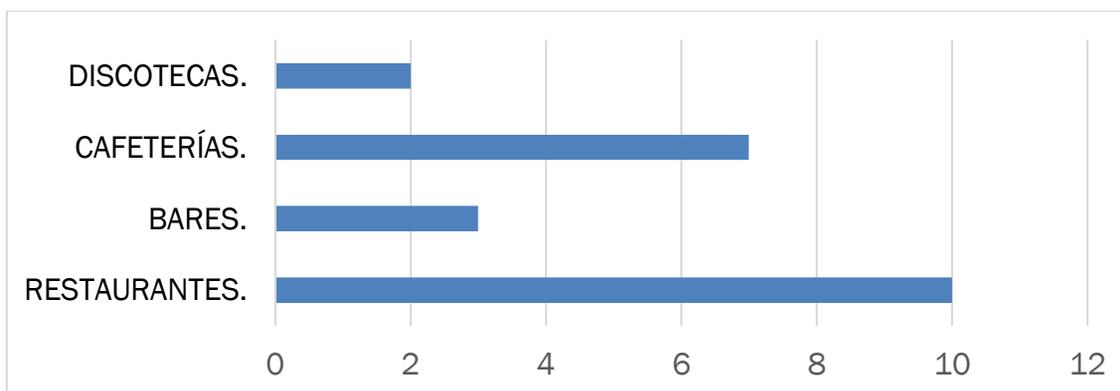
Figura 1 Cifras de Alojamientos



Nota: Contenido extraído de (MINTUR, 2023)

- **Alimentación y Bebidas.**

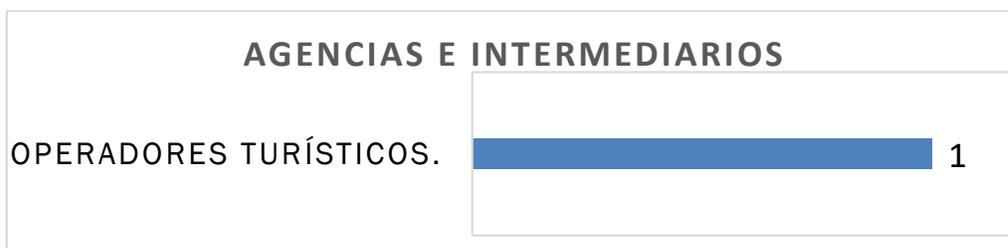
Figura 2 Cifras de Infraestructura de Alimentos y Bebidas



Nota: Contenido extraído de (MINTUR, 2023)

- **Agencias de Viajes.**

Figura 3 Cifra de Agencias de Viajes



Nota: Contenido extraído de (MINTUR, 2023)

- **Atractivos Turísticos.**

- **Punta Brava.-** Se encuentra en la Chocolatera y desde allí se puede ver una colonia de lobos marinos que se creó de manera natural durante el fenómeno de El Niño de 1997 y 1998.
- **Playas de Chipipe.-** Se encuentra en el Malecón de la zona, es una playa con olas calmadas para poder realizar natación y disfrutar personas de todas las edades.

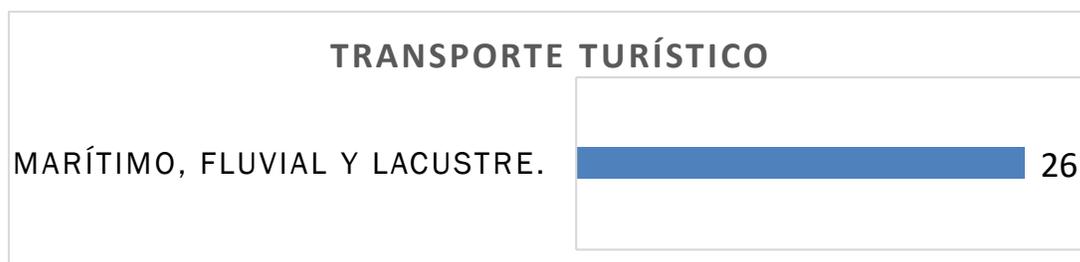
- **Punta Carnero.**- Es una playa apta para practicar surf y parasailing.
- **Museo de Ballenas.**- Es un espacio educativo que tiene como objetivo dar a conocer acerca de la conservación de los mamíferos marinos que habitan aguas ecuatorianas.

- **Empresas.**

Las agencias de viajes que brindan sus servicios en las provincias son 22 empresas, se enfocan en la venta de paquetes tanto para los atractivos de la localidad como para las demás provincias del país.

El transporte es un medio fundamental para poder realizar turismo, existen transportes marítimos, fluviales y lacustres como se muestra en la siguiente gráfica.

Figura 4 Servicios de Transporte Turístico.



Nota: Contenido extraído de (MINTUR, 2023)

Análisis de demanda

Tipo de turismo.

El turismo de naturaleza es el foco principal de este destino, el objetivo es realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y el contacto con las comunidades locales. Además se promueve el cuidado y protección de las especies de flora y fauna del Ecuador.

Tipo de turista.

Los visitantes más evidenciados son los turistas exploradores que se caracterizan por viajar por su cuenta y observar cuidadosamente el espacio, generalmente se relacionan con la tecnología especialmente con cámaras para difundir su experiencia.

Los turistas mochileros tienen un perfil solitario ya que buscan espacios tranquilos en este caso el senderismo para recorrer el lugar sin ayuda de un guía. Los turistas masa viajan en forma constante y en gran número como turistas extranjeros quienes representan la base del crecimiento turístico y económico.

Los turistas masa viajan en forma constante y en gran número como turistas extranjeros quienes representan la base del crecimiento turístico y económico. También se puede destacar a los grupos de familias ecuatorianas grandes que visitan estos lugares para conocer las maravillas del Ecuador.

Perfil de visitante. (Tuquinga, J. et al, 2017)

Las motivaciones turísticas son el medio de turismo de la localidad, las actividades llamativas son la diversión y recreación (67,12%), las preferencias dentro de este grupo son el turismo de Sol y Playa con 45,21%, Turismo Cultural con 13,70%, Ecoturismo y Naturaleza con 6,85% y Turismo de Aventura con 1,37%.

La mayor parte de turistas que recibe dicho cantón son de la región Sierra y en su mayoría adultos de 18 a 34 años.

Análisis FODA del destino

El análisis FODA es una herramienta diseñada para establecer la situación real de una organización, proyecto o situación de mercado. Se realiza una lista de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para prevenir daños del proyecto.

Tabla 1 Análisis FODA

FORTALEZAS.	OPORTUNIDADES.
<ul style="list-style-type: none"> • Zona rodeada de playas. • Oferta de turismo de naturaleza y de aventura. • Variedad de planta turística. • Incremento de la actividad económica. • Alto nivel de seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacios para una mejor recreación turística. • Relaciones con empresas turísticas. • Medios de comunicación y redes sociales para promoción. • Generación de empleo. • Programas para promover el cuidado de los espacios naturales.
DEBILIDADES.	AMENAZAS.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción y difusión. • Creación de infraestructura. • Poca demanda turística en temporadas frías. • Falta de guías turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores económicos. • Falta de apoyo de los turistas. • Fenómenos naturales. • Mal uso de las instalaciones. • Explotación de recursos naturales.

Elaborado por: Nadia Narváez.

En la Tabla 1 se detalla el FODA que se analizó del cantón Salinas para la ejecución del proyecto y tener enfoques para un mejor desarrollo de las rutas turísticas.

Estrategias Propuestas.

- **Fortalezas.**
 - Cuidar el medio ambiente.
 - Promover prácticas recreativas.
 - Mantenimiento de las instalaciones.
 - Alta demanda de turistas en temporadas.
 - Destino turístico ubicado en una Fuerza Armada.

- **Debilidades.**
 - Buscar apoyo en medios de comunicación o Ministerio del Turismo.
 - Falta de innovación.
 - Realizar otras actividades para que el turista tenga una buena experiencia.
 - Los turistas extranjeros necesitan de un profesional que los ayude y les explique lo que conforma el sitio y la importancia

- **Amenazas.**
 - Buscar inversiones en empresas privadas.
 - Crear conciencia en los turistas acerca de los espacios.
 - Determinar los espacios en zonas seguras.
 - Daños materiales.
 - Apoyo de las fuerzas armadas y administradores para conservar los espacios límites de los destinos turísticos del Ecuador.

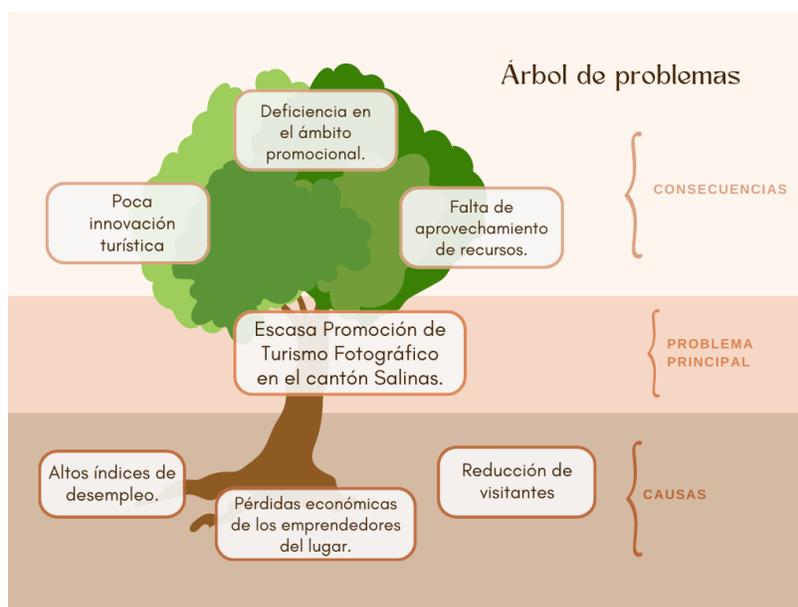
- **Oportunidades.**
 - Construir nuevos espacios.
 - Mejoramiento económico y turístico.
 - Apoyo a familias del Ecuador.
 - Influencers reconocidos son el punto esencial para promover el turismo.
 - A partir de los programas educativos se puede cambiar la mentalidad de los visitantes acerca del cuidado del medio ambiente y sus especies.

Capítulo 2: Desarrollo de su propuesta en base a su tema propuesto

Identificación de problema.

El árbol de problemas es una técnica que se utiliza para identificar un problema y sus posibles causas y efectos. A partir de la descripción de estos elementos se puede definir una solución viable mediante una investigación.

Figura 5 Árbol de problemas.



El turismo fotográfico ha tomado fuerza en los últimos tiempos por ser un método de expansión de varios conocimientos, el Ecuador posee destinos turísticos que tienen capacidad para aprovecharlos. La implementación de la fotografía en los tours especialmente en espacios donde los rodea el mar y su sonido permite tener recuerdos únicos y además poder difundir los espacios turísticos ya que no solo se aplica fotografía básica sino también características más profesionales con ayuda de guías especializados en las temáticas.

Objetivos

Objetivo General.

Diseñar una Ruta Turística en el cantón Salinas implementando la enseñanza de la fotografía en destinos turísticos naturales.

Objetivos Específicos.

- Escoger los espacios turísticos del cantón y determinar la ruta con tiempos y distancias de acuerdo al público meta.
- Ofrecer experiencias innovadoras que permitan ampliar los conocimientos en fotografía y el turismo en Ecuador.
- Desarrollar propuestas de marketing para facilitar la contratación de los paquetes turísticos.

Justificación

La innovación turística en los destinos turísticos es un factor importante que permite generar diversas experiencias con un mejor servicio e innovador y a la vez entradas económicas como por ejemplo la creación de plazas de trabajo. Los objetivos que se presentan en el proyecto tienen la finalidad de llevar a cabo acciones de transformación con estrategias de marketing para vender paquetes turísticos.

Para aumentar la promoción de los diferentes paquetes turísticos que se puede implementar en las rutas se debe determinar zonas donde no hay innovación ya que en esa forma se puede proponer dicho proyecto en otros espacios, en este caso del turismo fotográfico el objetivo es que los turistas puedan disfrutar de forma creativa su viaje. Los destinos de playa son preferidos por las personas ya que después de realizar las actividades se pueden disfrutar de este maravilloso espacio.

Según las investigaciones realizadas los turistas exploradores prefieren actividades prácticas como en este caso la fotografía, este tipo de paquetes y tours turísticos innovadores promueven la promoción turística a nivel nacional ya que no solo se visita un lugar por cuenta propia sino que con la ayuda de los profesionales en turismo se pueden adquirir nuevos conocimientos y que el resultado sea exitoso.

Metodología de investigación

Tipos de investigación.

Descriptiva

La metodología que se utilizó en esta investigación es el método descriptivo, el cual se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar y generalizar los resultados de las diferentes conceptualizaciones del tema. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación para evitar confusiones. El objetivo de este tipo de investigación no se centra en la recolección de datos, sino a la relación de los recursos turísticos con las modalidades de turismo.

En esta investigación, la búsqueda de información acerca de la fotografía turística y estrategias de marketing digital permiten diseñar rutas turísticas aptas para las preferencias del público.

Enfoque de la investigación.

Cualitativa

Esta investigación está basada en la expansión y la generalización del conocimiento, aplicando la recolección de los datos ya que al ser documental permite el uso de otros materiales como documentos científicos, materiales gráficos o audiovisuales, entre otros.

Es describir los atractivos turísticos del cantón Salinas para el desarrollo de la investigación ya que se busca dar a conocer la ruta para la implementación de nuevas estrategias en el turismo como la fotografía.

Cronograma

El diagrama de Gantt es una herramienta de gestión que sirve para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado. Este modelo fue desarrollado por Henry Laurence Gantt a inicios del siglo XX, para presentarlo se diagrama en una tabla de tareas de secuencia y tiempos concretos. (Pérez, 2021)

Tabla 2 Matriz de Gantt.

CRONOGRAMA						
NOMBRE DEL TRABAJO:	Propuesta de Ruta Turística con Implementación Fotográfica en el Cantón Salinas, Santa Elena.					
AUTOR:	Nadia Narváez.					
TUTOR:	Laura Araujo.					
ACTIVIDADES	MESES					
	1	2	3	4	5	6
1. Escoger los espacios turísticos del cantón y determinar la ruta.						
1.1. Determinar vías de acceso con guías locales.						
1.2. Contratar los prestadores de servicios.						
2. Ofrecer experiencias innovadoras que permitan ampliar los conocimientos en fotografía.						
2.1. Contratar personal capacitado en Arte Digital y Multimedia.						
2.2 Adquirir los equipos necesarios.						
3. Desarrollar propuestas de marketing para la contratación del paquete.						
3.1. Contratación de personal capacitado en marketing digital.						
3.2. Comprar los paquetes de páginas de publicidad.						

Elaborado por: Nadia Narváez

Presupuesto

El presupuesto ayuda a determinar los recursos, cantidades y costos; los recursos se dividen en diferentes categorías como recursos humanos, materiales / suministros, equipo técnico y comunicaciones / publicaciones.

Tabla 3 Matriz de Presupuesto.

PRESUPUESTO										
PROYECTO: Propuesta de Ruta Turística con Implementación Fotográfica en el Cantón Salinas, Santa Elena.										
AUTOR: Nadia Narváez.										
TUTOR: Laura Araujo.										
RUBROS				GASTOS POR MES						GASTO ANUAL
N°	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5	6	
1. PERSONAL										
1.1. Profesional en Arte Digital y Multimedia.	1	125	125			125	125			250
1.2. Profesional en Marketing Digital.	1	125	125					125	125	250
1.3. Guías locales.	2	100	100	100						100
2. EQUIPOS Y MATERIALES.										
2.1. Cámaras fotográficas.	2	35	70				70			70
2.2. Material de publicidad.	2	7	14						14	
3. VIÁTICOS										
3.1. Alimentación.	4	3	20	20			20	20		60
TOTAL										730

Elaborado por: Nadia Narváez.

En la matriz presentada se detalla la cantidad de los recursos que se utilizarán para iniciar con la ejecución del proyecto, además los costos unitarios y totales para determinar los gastos mensuales. Es necesario conocer el presupuesto para poder justificar los gastos y utilizarlos de acuerdo al tiempo establecido de trabajo.

Capítulo 3: Desarrollo de elementos de comercialización

Marketing Mix

Para (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”. Debido a la alta demanda de productos y servicios en los diversos mercados se desarrolló el marketing mix el cual engloba 7 elementos principales.

Tabla 4 Desarrollo de las 7Ps.

Producto.	El espacio permite realizar fotografías por el medio natural donde se encuentra, por lo que se realizarán prácticas con todos los elementos que engloba este ámbito.
Precio.	\$40.00
Plaza.	Guías de la localidad.
Publicidad.	Redes sociales.
Personas.	Turistas exploradores.
Proceso.	Itinerario a realizar en el recorrido turístico.
Presentación.	Acompañamiento a los turistas.

Elaborado por: Nadia Narváez.

A continuación se detalla las variables del marketing mix que se aplicará para la venta del paquete de turismo fotográfico.

1. Producto.

Dicho proyecto propone crear experiencias únicas e innovadoras al momento de visitar destinos turísticos, la fotografía es un medio que permite conocer los elementos que conforman una localidad a través de las imágenes que se capturan con las diversas técnicas que conforma esta categoría; a partir de esta experiencia el turista puede realizar interpretaciones de forma personal.

El recorrido se realizará desde el Malecón de Salinas y su respectiva playa, seguido de la visita a la Chocolatera; en esta zona lo representativo son los diferentes miradores que existen donde se puede ver la extensión del mar. Además de la actividad mencionada anteriormente se incluirá un servicio de alimentación y transporte.

2. Plaza.

Los guías locales al tener un público con el que ya han trabajado es fácil poder realizarles nuevas propuestas de actividades de turismo. Además para tener una mejor aceptación por parte de los visitantes se necesita de la participación de los administradores del lugar quienes promocionan el lugar.

3. Promoción.

Al crear páginas web y cuentas en redes sociales con una marca personalizada es más sencillo vender nuevos paquetes turísticos, no únicamente mediante textos simples sino con herramientas lúdicas como por ejemplo guías interactivas que se pueden realizar en diversas plataformas con ayuda de la tecnología actual.

Para dar a conocer la ruta turística a realizar se utilizará las plataformas que actualmente tienen más visitas por el público especialmente por la generación Millennial que es público objetivo, la aplicación de Tik Tok será el medio principal por la facilidad y creatividad que cuenta para hacer videos cortos y que permiten brindar información concisa.

Para brindar una información más detallada la red social WhatsApp servirá por la conectividad que posee ya que permite conectarse con personas de cualquier lugar, además la opción de mensajería es rápida permitiendo también trabajar de manera rápida.

4. Precio.

Los precios detallados en las tablas a continuación muestran los servicios incluidos en el paquete de tal forma que el visitante conozca todo el paquete de la experiencia.

Los precios son los mismos en turistas nacionales y extranjeros, el refrigerio es cortesía del servicio ya que ayuda a poder realizar las caminatas de una forma relajada hasta la hora del almuerzo.

Tabla 5 Matriz de precios.

LISTADO DE COSTOS DE SERVICIOS.				
TOUR 1 DÍA RUTA TURÍSTICA LA CHOCOLATERA.				
SERVICIO	EMPRESA	DETALLE	COSTO	OBSERVACIONES
Transporte van 15 personas	Transvalle S.A.	Mini bus 15 personas.	\$150	Diario.
Guía local fotográfico.		Guía local de soporte.	\$30	Diario.
Alimentación - desayuno.	Local del Malecón	Continental.	\$4	Por persona.
Alimentación - refrigerio.		Fruta y barra energética.		
Alimentación - almuerzo.	Local del Malecón		\$10	Por persona.

DISEÑO DE PRECIO DE RUTA TURÍSTICA.		
SERVICIOS INCLUIDOS	EMPRESA	Número de pasajeros
		15
Transporte.	Transvalle S.A.	\$10,00
Guía local fotográfico.		\$2,00
Desayuno.	Local del Malecón	\$4,00
Almuerzo.	Local del Malecón	\$10,00
Refrigerio.		
Costo Total por persona		\$26,00
Margen de ganancia		25%
Precio fuera de impuestos		\$32,50
IVA 15%		4,88
Precio de venta		\$37,38
Precio de catálogo		\$40
Análisis de utilidad	Utilidad por persona	\$6,50
	Utilidad total	\$97,50

Elaborado por: Nadia Narváez.

5. Personas.

Los turistas exploradores son el grupo que se ha identificado con afluencia en la zona, debido a los atractivos que se encuentran en la zona; principalmente se caracterizan por permanecer por lo menos una noche en las estadías que se ofrecen. Este grupo mencionado prefiere el uso de la tecnología como en este caso serían las cámaras fotográficas, grabadoras, celulares entre otros aparatos relacionados.

Según las encuestas realizadas por (Gallegos, A., Rodríguez, J., & Burgos, D., 2019) determinaron que las mujeres son quienes más visitan los destinos mencionados para realizar la ruta turística. La mayoría de turistas eran de las provincias de Guayas con 25%, Pichincha, Imbabura y Azuay con un 11% y 3%, y solo un 3% son extranjeros.

6. Proceso.

La marca turística “Rutas y Lentes” brinda a los participantes del tour un itinerario con actividades detalladas para una mejor experiencia del recorrido. Al momento de la ejecución del turismo fotográfico los turistas podrán conocer un espacio donde se puede evidenciar la gran amplitud del perfil costero.

Cómo adicional se incluye snacks ya que se visitarán varios sitios turísticos dentro del cantón como los miradores de La Chocolatera y la parte del malecón de Salinas que es la parte más atractiva del tour además de distracción se puede conocer un poco de la historia del lugar por el apoyo de la guías locales.

7. Presentación.

Para ser un paquete turístico diferente la primera acción es acompañar en todo el momento del tour a los visitantes por ser el trabajo del guía, brindar información acerca del destino y su importancia en la localidad.

En el tour se recogerá a los turistas en un lugar determinado para evitar inconvenientes e iniciar con una buena atención, para iniciar con las actividades se realizará un conversatorio para una mejor conexión entre los participantes. Al final para conocer las opiniones y saber en qué se podría mejorar se realizará una encuesta de satisfacción. A cada uno de los participantes se entregará un ticket de descuento para un próximo recorrido si vienen en un grupo de 3 personas.

Desarrollo de la Experiencia turística.

Durante el recorrido de la ruta se brindará experiencias únicas desde el inicio hasta la finalización del tour.

- **Antes.**
 - Contrataciones en línea desde páginas oficiales para evitar estafas.
 - Brindar información clara y detallada para evitar inconvenientes al momento de la ejecución.
 - Se cuenta con varios métodos de atención al cliente para que todos los interesados sean partícipes de la experiencia.
 - Dar a conocer el paquete turístico mediante guías virtuales gratuitas como venta interactiva.

- Informar acerca del servicio fotográfico y por qué es innovador en el lugar a visitar.
- **Durante.**
 - Realizar una bienvenida agradable y una actividad para que los visitantes se relacionen con la naturaleza y los elementos de la zona.
 - Recorrer los miradores y capturar mediante las cámaras los maravillosos lugares que tiene la zona Costera, especialmente las especies que habitan en dicho espacio.
 - Visitar la playa de Salinas y pasar un momento divertido en familia y los demás participantes.
 - Degustación de la comida típica del lugar en hora de almuerzo y un diálogo entre los participantes para conocer las experiencias y sensaciones de cada uno.
 - Realizar una despedida y agradecimiento.
- **Después.**
 - Si desean participar en los otros tours que ofrecen los guías locales recibirán un descuento especial.
 - Cada participante recibirá un recuerdo con objetos representativos de la zona visitada, motivándolos a regresar y seguir visitando los destinos turísticos del Ecuador.
 - Realizar una encuesta de mejora para el grupo anfitrión.

- Foto grupal para tener evidencias del tour y las experiencias para recibir una oferta más grande.

Plan de acciones de marketing

Un plan de acción de marketing es una lista de pasos o tareas que se debe cumplir para lograr un objetivo, a partir de este sistema se relaciona cada idea propuesta con una estrategia de marketing y conseguir un crecimiento empresarial.

Tabla 6 Tabla de Plan de Acción de Marketing.

Proyecto:	Ruta Turística en La Chocolatera con servicio fotográfico.												
Estudiante:	Nadia Narváez.												
Medio - Canal:	Internet.												
PLAN DE ACCIONES DE MARKETING													
PROYECTOS Y ACCIONES	TIEMPO DE DURACIÓN												
	Marzo 2025.				Abril 2025.				Mayo 2025.				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Investigar las plataformas con más visitas y preferencia de las personas.	■	■										
2	Diseñar las estrategias de marketing que voy a utilizar.		■	■									
3	Crear guías turísticas digitales para dar a conocer el itinerario.				■	■	■						
4	Editar videos interactivos y cortos.						■	■					
5	Crear una página web con la marca de mi proyecto.								■				
6	Crear cuentas en las redes sociales a difundir el contenido.								■				
7	Proporcionar un paquete turístico innovador y de atracción para el público.									■	■		
8	Evaluar la acogida por parte del público.											■	
9	Ofrecer descuentos y promociones a las personas con comentarios creativos.												■

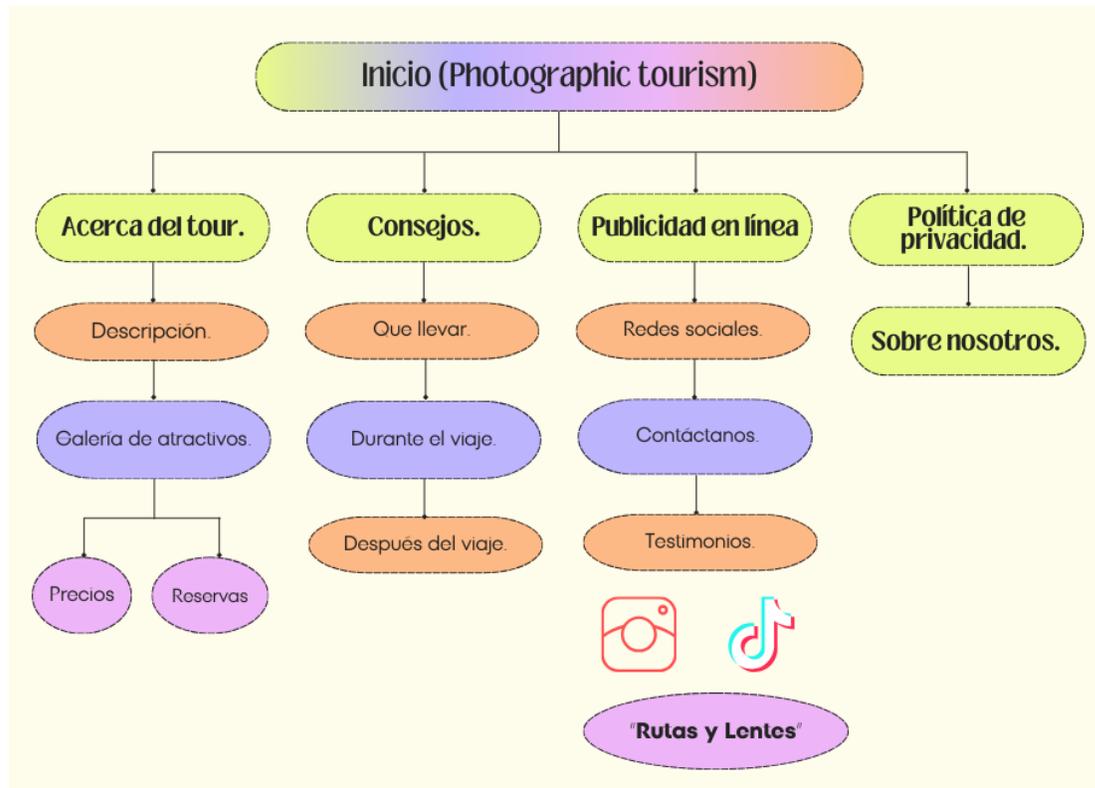
Elaborado por: Nadia Narváez.

En la Figura 6 se muestra el plan de acciones a realizar enfocadas en marketing turística, en este caso se propone la promoción y difusión social utilizando medios tecnológicos al alcance de todas las personas.

Diseño de Publicidad.

Para promocionar y vender los paquetes de la ruta turística propuesta se lo realizará mediante la marca “Rutas y Lentes” representando al turismo fotográfico, en la figura 5 se evidencia la estructura que tendría la página web de nuestro promocional. Lo esencial en un sitio web son los testimonios ya que de esa forma se puede llegar a un mayor porcentaje de público y brindar reseñas de buenas experiencias.

Figura 5 Estructura del Sitio Web.



Elaborado por: Nadia Narváez.

Aplicación de Ecommerce.

Según (Conde, E. & et al., 2011) El e-Tur constituye una nueva forma de hacer negocios. Esto significa comunicaciones rápidas, accesibilidad global y costos mínimos para los

nuevos negocios que deciden operar on-line. Algunos rasgos distintivos del e-Tur, en contraste con los mercados tradicionales, son la velocidad por la cual la información puede ser comunicada y la capacidad de ser globalmente accesible.

Para la propuesta de una ruta de turismo fotográfico se aplicarán estrategias de comercio electrónico que han tenido un alto impacto en el crecimiento del turismo, de esta forma se detallan los principales elementos que se utilizarán para la venta del paquete turístico.

- **Plataformas digitales.**- El uso de plataformas tecnológicas permite facilidades al momento de contratar un servicio debido a la rapidez que se proporciona, ya que se basa en dar un clic dependiendo la información que se requiera adquirir. A partir de la creación de una página web de la misma agencia u operadora vendedora del paquete se podrá determinar las actividades a realizar para una mejor experiencia del turista.
- **Pagos en línea.**- La era digital ha modernizado cada aspecto del comercio, en este caso el uso de dinero digital es el medio más utilizado al momento de realizar compras. Para poder comprar y/o reservar el paquete que propongo en mi proyecto se lo realizará mediante transferencias o depósitos. Las aplicaciones más conocidas con bancas móviles de los bancos, y otras como PayPal.
- **Uso de redes sociales.**- Una de las más comunes actualmente es la plataforma Tik Tok donde se puede encontrar videos que el público desee, la creatividad en los videos es lo que produce reproducciones y puede llegar a más personas en la pantalla principal. El tema principal seria de que va a tratar el tour, costos y donde se lo puede reservar, al tener una página web se presenta el link para su navegación.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- El estudio de mercado evidenció que actualmente en el Ecuador las empresas de turismo no venden paquetes enfocados en las nuevas preferencias turísticas, por lo tanto la competitividad es baja permitiendo la creación de una ruta que relacione el turismo y la fotografía en la provincia de Santa Elena proporcionando oportunidades de desarrollo en espacios que nos aprovechados en su totalidad.
- El análisis del perfil de los turistas que visitan esta provincia logró determinar el público meta con el que se iniciará la venta del paquete para así conocer mediante encuestas la satisfacción de la adquisición del paquete mencionado y poder promocionarlo y adaptarlo a los grupos que lo deseen.
- El desarrollo del turismo fotográfico cultural y de naturaleza es una nueva tipología en el Ecuador, la zona costera está conformada por una variedad de paisajes especialmente las playas permitiendo recreaciones únicas bajo un enfoque sostenible; en el caso de la propuesta de esta ruta turística se permite la difusión de buenas prácticas para conservar los recursos naturales y atractivos turísticos de la zona.
- El desarrollo de una marca personal para la venta de paquetes turísticos permite la conexión de personas en varios lugares, además de proporcionar información detallada acerca de lo que se quiere vender con elementos interactivos y sencillos de navegar; cabe recalcar que se presentarán reseñas para que los turistas tengan fuentes confiables para poder adquirir algún paquete turístico.

Recomendaciones

- Realizar estudios de mercado que permitan verificar la demanda de visitantes en zonas donde se pueda implementar rutas con nuevas temáticas con el objetivo de alcanzar nuevas oportunidades brindando productos de calidad.
- Investigar constantemente acerca de las actualizaciones tecnológicas especialmente en el ámbito de la promoción de servicios para llegar a un grupo más amplio de visitas de tal forma la empresa prestadora de servicios turísticos mantendrá el concepto innovador de marketing.
- Para garantizar la satisfacción de cada uno de los participantes del tour es recomendable analizar cada una de las preferencias e información importante al momento de visitar un destino turístico, como por ejemplo en el servicio de alimentación ya que en la mayor parte de grupos cierto porcentaje tiene dietas especiales por ende si el promotor propone alternativas serán puntos a favor para la promoción y difusión del tour.
- Realizar constantes capacitaciones con el equipo que ayudarán en la guianza del tour para conocer el personal con el que trabajamos, mediante reuniones se podrán compartir nuevas ideas para que los tours tengan actividades interactivas para los participantes y promover el aprendizaje lúdico.

ANEXOS

Se ha diseñado de una matriz con información detallada acerca de la ruta turística que se propone realizarla en el cantón Salinas.

MATRIZ PARA DISEÑO DE PRODUCTOS - RUTA	
Nombre del producto	Fotografía Turística en Salinas.
Ubicación	Región Litoral, Provincia de Santa Elena, Cantón Salinas.
Fotografías	
	
<i>Fotografía tomada de (Avilés, 2016)</i>	<i>Fotografía tomada de (Felix, 2016)</i>
	
<i>Fotografía tomada de (Anónimo, 2015)</i>	
Información básica	
Días	Un día de recorrido.
Tiempo de la ruta	6 horas 15 minutos.
Distancia	20 km.
Punto más alto	8 m.s.n.m.
Temperatura	Máximo 28°C y Mínima de 20°C.
Dificultad	Bajo.
Actividad	Fotografía y caminata.

Servicios	Hospedaje, Restaurantes, Sitios de Recreación.
Tipo de terreno	Suelo rocoso y arenoso.
Descripción del producto o ruta	
<p>Dicho proyecto propone crear experiencias únicas e innovadoras al momento de visitar destinos turísticos, la fotografía es un medio que permite conocer los elementos que conforman una localidad a través de las imágenes que se capturan con las diversas técnicas que conforma esta categoría; a partir de esta experiencia el turista puede realizar interpretaciones de forma personal.</p> <p>El recorrido se realizará desde el Malecón de Salinas y su respectiva playa, seguido de la visita a la Chocolatera; en esta zona lo representativo son los diferentes miradores que existen donde se puede ver la extensión del mar. Además de la actividad mencionada anteriormente se incluirá un servicio de alimentación y transporte.</p>	
Programa – Itinerario	
<p>08h00 Como primer punto es recoger a los turistas y llevarlos al primer destino a visitar que es el malecón de Salinas para degustar de un pequeño desayuno antes de realizar una larga caminata.</p> <p>08h30 Las primeras fotografías serán sobre la playa y el monumento de las letras. Durante el recorrido se brindará información acerca de la historia del lugar.</p> <p>09h00 En un autobús se movilizará al grupo a La Chocolatera para las siguientes actividades.</p> <p>09h30 La parte más baja es El Morro, un mirador donde se ve toda la zona de salinas. Está adecuado con un pequeño espacio para sentarse y cubrirse del sol.</p> <p>09h50 Para llegar al lugar se ingresa por la garita de la Base Naval en Salinas y desde allí se llega al parqueadero que permite recorrer los miradores.</p> <p>10h00 El primer mirador a visitar será El Soplador, un espacio pequeño para captar las imágenes del mar.</p> <p>10h20 El segundo mirador y el sendero La Chocolatera, es atractivo por el color del agua ya que se mezcla con arena y el choque de las olas volviéndolo café. Es el punto más saliente de la costa ecuatoriana.</p>	

10h50 En el Mirador Gaviota se puede tomar fotos de las principales aves que se pueden encontrar en la costa como por ejemplo piqueros de patas azules, garzas, fragatas, entre otros. El tomar fotografías de las diferentes especies de aves que habitan en el Ecuador permite usar varias técnicas generalmente de zoom y desenfocado para un mejor recuerdo.

11h15 En el faro y Mirador La Puntilla cada uno de los participantes puede tomarse una fotografía desde diversos ángulos y aprovechar las iluminaciones de la cámara en caso de que las condiciones climáticas no sean favorables.

11h40 La lobería se encuentra en la misma zona pero un poco más alejada. Aquí se pueden ver grupos grandes de lobos marinos y en algunos casos tortugas marinas bebés a lo largo del sendero por lo que se debe caminar con precaución. En este mirador se pueden tomar diversas fotografías y conocer más acerca de esta especie.

12h45 Regreso al ingreso de La Chocolatera donde se retornará al malecón donde se degustará de un almuerzo con la comida típica del lugar.

13h30 Los participantes que deseen ingresar a la playa lo podrán hacer y los que no pueden recorrer el malecón y realizar compras.

14h00 En la zona de la playa se entregará a los participantes un recuerdo que será una artesanía que tenga cada elemento representativo de los lugares visitados.

14h15 Se enviará un link para realizar una pequeña encuesta acerca de la actividad realizada y los resultados que tuvo. Además se retornará en el mismo bus hacia el lugar de encuentro.

Recomendaciones de viaje

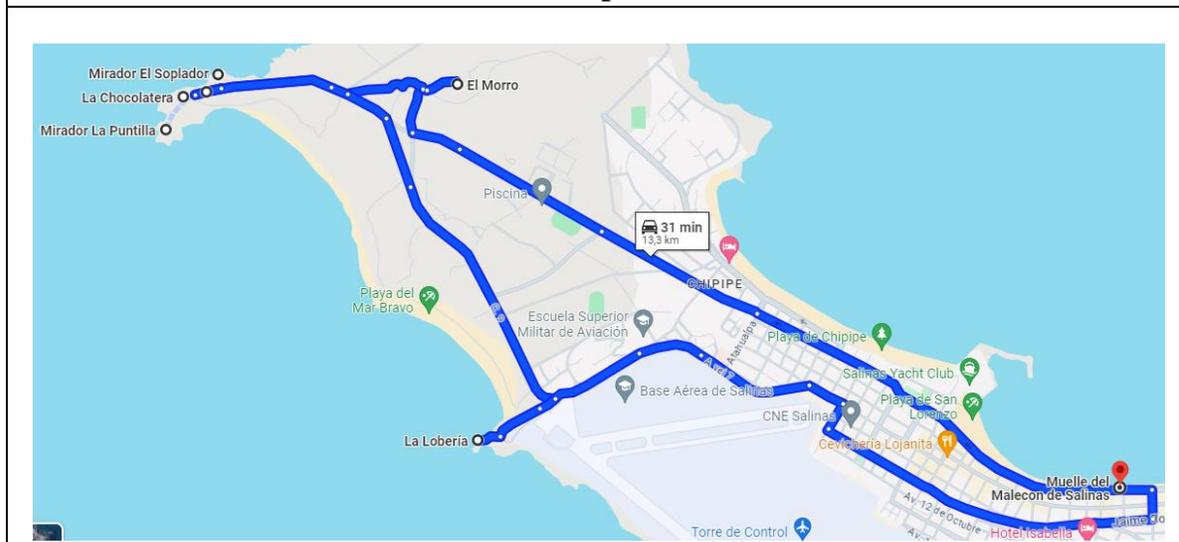
- Al visitar la zona en el mes de junio se tiene la oportunidad de observar las famosas ballenas jorobadas, cabe recalcar que estas especies marinas se pueden verlas desde cualquiera de los miradores.
- Cada uno de los participantes tendrá la opción de tomar las fotografías por su propia cuenta o con ayuda del guía.
- Llevar ropa cómoda y apta para la zona a visitar.
- Llevar gafas para evitar complicaciones por el viento.
- Cada visitante debe tener elementos necesarios para trekking en caso de ser necesario.
- Llevar medicinas necesarias de cada participante.

Incluye.

- Alimentación.
- Transporte.
- Servicio fotográfico.
- Servicio de internet.
- Snacks adicionales durante el recorrido.

No Incluye.

- Ropa adicional o adecuada para la caminata.
- Bebidas adicionales.
- Elementos para trekking.

Mapa

Autor: Nadia Narváez. **Fecha de presentación:** 30/07/2024.

Bibliografía

- Anónimo. (2015). *Ecuavisa*. Obtenido de La Chocolatera y La Lobería, dos paraísos en Salinas:
https://www.ecuavisa.com/binrepository/660x315/0c0/0d0/none/11705/EPFJ/colatera_EC115281_MG184911.jpg
- Anónimo. (02 de Noviembre de 2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Salinas, Un paraíso azul en el Pacífico Sur: <https://www.turismo.gob.ec/salinas-un-paraiso-azul-en-el-pacifico-sur/>
- Anónimo. (2022). *Weguest*. Obtenido de VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SECTOR TURÍSTICO. LA RESERVA DE ALOJAMIENTOS: <https://www.weguest.com/blog/-/blogs/ventajas-del-comercio-electronico-en-el-sector-turistico-la-reserva-de-alojamientos>
- Anónimo. (2023). *Tecno - Soluciones*. Obtenido de TECNOCOMMERCE VIAJES Y TURISMO | COMERCIO ELECTRÓNICO DE VIAJES Y TURISMO: <https://tecnosoluciones.com/tecnocommerce-comercio-electronico/servicios/viajes-y-turismo/>
- Anónimo. (2024). *Happy Gringo.com*. Obtenido de TOUR DE DÍA DE FOTOGRAFÍA DE ECUADOR: <https://es.happygringo.com/ecuador-tours/ecuador-photography-day-tour/>
- Anónimo. (2024). *Photo Wildlife Tours*. Obtenido de <https://www.photowildlifetours.com/es/>
- Asamblea General de la OMT. (2017). *ONU TURISMO*. Obtenido de Turismo y Cultura : <https://www.unwto.org/es/turismo-y-cultura>
- Avilés, E. (2016). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Salinas (Santa Elena): <https://www.encyclopediadelecuador.com/wp-content/uploads/2016/04/Salinas.jpg>
- Cabanillas, R. (9 de Febrero de 2021). *Entorno Turístico*. Obtenido de Importancia del arte fotográfico en la actividad turística.: <https://www.entornoturistico.com/importancia-del-arte-fotografico-en-la-actividad-turistica/>
- Cisneros, O. et al. (2020). *GAD MUNICIPAL DE SALINAS*. Obtenido de Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial: https://www.salinas.gob.ec/images/descargas/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20LOCAL/PDOT_GAD_SALINAS%202020-2024.pdf
- Conafor. (2009). *Manual técnico para beneficiarios: Turismo de naturaleza*. Obtenido de <https://www.conafor.gob.mx/biblioteca/turismo-de-naturaleza.pdf>
- Conde, E. & et al. (2011). *Eumed.net*. Obtenido de EL TURISMO ELECTRÓNICO, UNA NECESIDAD PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR.: <https://www.eumed.net/rev/turydes/09/pcl.pdf>
- Díaz-Victoria, L. (2016). Obtenido de Proyecto de inversión para la innovación de comercialización en el sector turismo de México mediante los viajes fotográficos: <https://core.ac.uk/download/pdf/47250432.pdf>

- Felix, R. (2016). *Tripadvisor*. Obtenido de <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/0b/79/0b/2a/la-chocolatera-y-sus.jpg>
- Fuentes, C. (4 de Enero de 2014). *SciELO*. Obtenido de Foto-turismo: la constitución social de una mirada persistente: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-25382014000100001
- Gallegos, A., Rodríguez, J., & Burgos, D. (21 de Junio de 2019). *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*. Obtenido de Sol, playa y gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del balneario de Salinas, provincia de Santa Elena: <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/432/363>
- Guerrero González, P. E. & Ramos Mendoza, J. R. (2015). Conceptos de turismo. En P. E. Guerrero González, *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/ister/39409>
- MINTUR. (2023). *Servicios de Turismo*. Obtenido de Turismo en cifras: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>
- Murillo, R. (2017). *Inter - American Foundation*. Obtenido de La Cultura del Trueque: <https://www.iaf.gov/es/content/relato/la-cultura-del-trueque/>
- Pedraza, M. (2013). *UNLA*. Obtenido de EL TURISMO Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO: <https://www.unla.mx/blogunla/el-turismo-y-el-comercio-electronico>
- Pérez, A. (2021). *OBS Business School*. Obtenido de Diagrama de Gantt: <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>
- Perez, M. (2023). *Blog del Fotógrafo*. Obtenido de FOTOGRAFÍA DE NATURALEZA: GUÍA COMPLETA, CONSEJOS Y TRUCOS.: <https://www.blogdelfotografo.com/fotografia-naturaleza/>
- Pololikashvili, Z. (24 de Enero de 2024). *ONU TURISMO*. Obtenido de ONU TURISMO: <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-se-convierte-en-onu-turismo-a-fin-de-marcar-una-nueva-era-para-el-sector-mundial>
- Rivera, J. (2020). *Documentación de las Ciencias de la Información*. Obtenido de Lineamientos generales para la gestión de archivos fotográficos: Propuesta alternativa para México: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/71513>
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Dialnet*. Obtenido de El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042548>
- Tuquinga, J. et al. (2017). *SciELO*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202017000300008&script=sci_arttext