

***PAQUETE TURISTICO DIGITAL DETOX EN LA COMUNIDAD DE OLON***

Maria de los Ángeles Caceres Toledo

INSTITUTO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN TURISMO

Tutor Académico: Laura Isabel Araujo Jaramillo

Fecha de presentación

24 de Octubre del 2024



## CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.2

Sangolquí, 18 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, MARIA DE LOS ANGELES CACERES TOLEDO declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PAQUETE TURISTICO DIGITAL DETOX EN LA COMUNIDAD DE OLON , 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,

Maria de los Ángeles Cáceres Toledo  
C.I.: 0958910499

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

**CT-ANX-2024-ISTER-1**

CARRERA:

TECNOLOGIA SUPERIOR EN TURISMO

AUTOR /ES:

CACERES TOLEDO MARIA DE LOS ANGELES

TUTOR:

ARAUJO JARAMILLO LAURA ISABEL

CONTACTO ESTUDIANTE:

0963751279

CORREO ELECTRÓNICO:

[maria.caceres@ister.edu.ec](mailto:maria.caceres@ister.edu.ec) [mactcaceres@hotmail.com](mailto:mactcaceres@hotmail.com)

TEMA:

PAQUETE TURISTICO DIGITAL DETOX EN LA COMUNIDAD DE OLON

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

En la actualidad el turismo ha ido generando nuevas tendencias, en busca de atraer más mercado a sus localidades, en el siguiente trabajo vamos a hablar sobre el digital free tourist también conocido como Digital detox tourism, que posee terminología americana; fue establecida por una pareja LGTB Levi Félix y Forest por un caso de colapso de estrés en el 2009 pero se dio dos años después siendo un boom en Los Ángeles con la creación de un campamento.

Digital Free Tourist es una de las tendencias que no cuenta con mucha popularidad en Latino América, dado que el análisis previo de DFT tiene como resultado artículos, proyectos y documentos con localidad en Estados Unidos y Europa, Este análisis da a conocer que la gente en latino América; específicamente la región costa ecuatoriana están acostumbrados a usar sus dispositivos tecnológicos como celulares , laptops , iPads en cada momento de su vida; y eso incluye el ámbito turístico debido a que le ofrece variedad de servicios y productos en el menor tiempo, pero, así como contribuye impactos positivos también se encuentran los impactos negativos para el turista, el atractivo turístico cultura, urbano o natural.

Por consiguiente, este proyecto se basará en crear un paquete turístico digital free en la costa ecuatoriana donde se presenta la inexistencia de esta tendencia turística, estará ubicado en una de las parroquias de Santa Elena “Manglar Alto” en la comunidad Olón, dicho lugar cuenta con las características necesarias; el sector presenta entorno natural y cultural además presenta una variedad de infraestructuras, atractivos naturales perfectos para las actividades del programa, y por último el tipo de turista que visita esta comunidad es el indicado.

**PALABRAS CLAVE:**

Turismo – Desintoxicación – relajación – naturaleza – meditación

**ABSTRACT:**

Currently, Tourism has been generating new trends to attract more market to localities. In this project, we will discuss Digital Free Tourist, also known as Digital detox tourism, an American term. This concept was established by the LGBTQ+ couple Levi Felix and Forest following a stress collapse in 2009, but gained popularity two years later with the creation of a camp in L.A.

Digital Detox Tourist is a trend that has not gained much popularity in Latin America. Previous analysis of DFT reveals articles, projects, and documents primarily from the U.S and Europe. This analysis shows that people in Latin America, specifically the Ecuadorian coastal region, are accustomed to using technological devices such as cell phones, laptops, and iPads constantly, including during tourist activities, due to the variety of services and products offered in a short time. However, alongside positive impacts, there are also negative consequences for tourists, cultural, urban, and natural attractions.

Consequently, this project aims to create a digital-free tourist package in the Ecuadorian coastal region, where this trend is nonexistent. The package will be located in Manglar Alto, a parish in Santa Elena, within the Olón community. This area has the necessary characteristics, featuring natural and cultural surroundings, diverse infrastructure, and natural attractions perfect for program activities. Moreover, the type of tourist visiting this community is ideal.

**PALABRAS CLAVE:**

Tourism- detox- relaxation- nature- meditation

**SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CT-ANX-2024-ISTER-2**

Sangolquí, 18 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: CACERES TOLEDO MARIA DE LOS ANGELES, con C.I.: **0958910499** alumno de la Carrera TE NOLOGIA SUPERIOR EN TURISMO.

Atentamente,

  
Firma del Estudiante  
C.I.: 0958910499

**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 18/ 10 / 2024

## Índice

Antecedentes .....	1
Capítulo 1: Marco teórico .....	3
Antecedentes del Digital Free Tourism .....	3
Definición del Digital Free Tourism .....	4
Causas y Motivaciones del DFT .....	4
Turismo Wellness .....	5
Paquete Turístico .....	5
Tipos de paquetes turísticos .....	6
Descripción del lugar.....	10
Análisis de oferta.....	14
Análisis de demanda.....	18
Análisis FODA del destino .....	23
5 estrategias.....	23
Capítulo 2: Desarrollo de su propuesta en base a su tema propuesto .....	24
Identificación de problema .....	24
árbol de problema.....	24
Objetivos.....	26
Objetivo General .....	26
Objetivos Específicos .....	26
Justificación .....	26
Metodología de investigación .....	27
Desarrollar a detalle su propuesta .....	29

Capítulo 3: Desarrollo de elementos de comercialización .....	33
Desglose de los elementos del Marketing Mix .....	33
Desarrollo de los elementos de la experiencia turística.....	39
Aspectos adicionales .....	44
Conclusiones .....	49
Recomendaciones.....	51
Bibliografía .....	53
ANEXOS .....	55

**Lista de tablas**

Tabla 1. Segmentación de mercado.....	8
Tabla 2. Actividades Economicas .....	11
Tabla 3. Alojamientos .....	14
Tabla 4. Establecimientos gastronómicos .....	15
Tabla 5. Instalaciones .....	16
Tabla 6. Clasificación de turistas por genero.....	19
Tabla 7. Por Nacionalidad .....	20
Tabla 8 Clasificación en general.....	21
Tabla 9 Matriz ruta digital detox.....	29



## Lista de figuras

Figura 1. Genero de los turistas.....	19
Figura 2. Nacionalidad.....	21
Figura 3. Analisis Foda.....	23
Figura 4. Árbol de Problema.....	24
Figura 5. Marca.....	45
Figura 6. Sitio Web.....	46
Figura 7. Folletos.....	47
Figura 8. Anuncios en redes sociales.....	47
Figura 9. Redes Sociales.....	48

## **Antecedentes**

La comuna Olón, ubicada en la parroquia Manglaralto, una de las comunas con la playa más anchas y largas de la costa ecuatoriana, localizada en la parte norte del cantón de santa elena, este sector presenta las características necesarias para el siguiente trabajo, ya que se realizó un previo estudio mediante artículos, ensayos que nos dio datos relevantes y seguros; estos informes expositivos fueron de mucha ayuda además de las visitas a la localidad para corroborar que los datos sean correctos. (Hacienda Olonche , s.f.)

(Municipio de Santa Elena , 2020)

El propósito principal es crear un paquete turístico digital free en la comunidad de Olón; para eso vamos a realizar un diagnóstico de nuevas tendencias turísticas en la costa ecuatoriana. Después se diseñó el paquete turístico DFT para atraer más turistas a la comunidad, se promoverá estrategias digitales en las redes sociales más populares en la actualidad; como TikTok e Instagram, para que los atractivos turísticos que no se aprovechan y las actividades no playeras tengan más flujo turístico. (Andres Garcia, Maria Suarez, Julio Vargas,, 2022) (José Luis Borja Morán, Patricio Fernando Herrera Soriano, Jazmín Carolina Sánchez Llautong, Ms C. Julio Gavilanes)

El turismo de desconexión es una tendencia turística mundial, pero no es aceptada en Latinoamérica por el mal uso que los latinos/as dan a los dispositivos electrónicos diariamente, por eso el siguiente proyecto es un escape para los ecuatorianos principalmente para la región costa, que les permitirá conectarse con ellos mismos y dejar la rutina diaria que actualmente es estar con herramientas digitales los siete días de la semana por más de 12 horas diarias sin descanso, lo que traerá efectos negativos.

(Oviedo, 2021 ) (Eduardo J.Pedrero-Perez, Sara Morales-Alonso, Jose Maria Ruiz sanchez de leon, 2021)

El tema de este proyecto se dio un día cuando andaba en la red social Twitter y encontré una Tweet con esta nueva tendencia que es popular en Europa y en ciertas parte de Estados Unidos, pero lo que más llamó mi atención es el tiempo de uso que le damos a nuestras herramientas digitales y que efectos presenta en nuestra salud mental, debido a que a veces nos encontramos tan frustrados, estresados y con ansiedad que pensamos que otros factores son los responsables pero lo que no tomamos en cuenta es que la mayor parte de nuestro tiempo la pasamos revisando redes sociales, viendo videos, leyendo noticias, o cosas del trabajo fuera del horario laboral, por esa razón este proyecto tiene como fin ayudar a los viajeros/as que desean realizar un cambio de su rutina aunque sea un fin de semana completo con las diferentes actividades que ofrece esta tendencia turística. (ESPOL, 2019)

## Capítulo 1: Marco teórico

### Antecedentes del Digital Free Tourism

El mundo de la tecnología desempeña un papel fundamental en las motivaciones de los consumidores, pero, así como trae beneficio presenta un peligro para las personas; por ejemplo: sufre un ataque de ansiedad que te lleve a internarte a un centro médico, este peligro se presentó en Levi Félix creador de la nueva tendencia turística Digital Free Tourism o también conocida como Détox Tourism.

(Levi Felix, forest , 2012) Crearon *el programa Digital Free Tourism para emprender un viaje determinado a encontrar un balance entre la vida y tecnología*, fue entonces mientras vivían en una isla de cambodia que ellos empezaron con los primeros pensamientos de lo que es hoy en día el digital détox. Estos pensamientos se dieron por los sucesos del 2009, los primeros meses del 2009 Levi trabajaba como director creativo en Los Ángeles, mientras recibía una llamada del trabajo colapso hasta el punto de desmayarse y hospitalizarse, lo que resultó en exceso.

A partir de ese punto el DFT fue tomando forma hasta que *en el 2011 toma la decisión de regresar a Estados Unidos para reunirse con su hermano Zev, ellos dos formaron el programa con la misión de inspirar a las personas a desarrollar una mejor relación con la tecnología*, este programa llevo a inspirar a otras personas para unirse al programa que hasta hoy en día se está dando en otras partes del mundo.

### **Definición del Digital Free Tourism**

Según (Juan francisco arenas-escasos, Jose A. Folgado-Fernandez y Pedro R. palos sanchez, 2022) *este término cuenta con un denominador común, que es el acceso mínimo y ausencia de tecnología de comunicación e información durante las vacaciones con el objetivo de que permita disfrutar un viaje autentico y sin tecnoestrés.* Estos viajes se dan para conectar mente, cuerpo y alma y encontrar una mejoría en nuestro bienestar personal para así poder estar recargados de energía.

### **Causas y Motivaciones del DFT**

El presente artículo (Eduardo J.Pedrero-Perez, Sara Morales-Alonso, Jose Maria Ruiz sanchez de leon, 2021) nos muestra otras causas por la que el DFT se practica, por el desarrollo *de conductas adictivas como las compras online, juegos o videojuegos, redes sociales, pendiente de las notificaciones.* Esto nos permite observar que en ciertos turistas a pesar de estar un ambiente de relajación no se nota mucho ya que está sobrecargando información a través del dispositivo móvil.

Mientras que los autores (Juan francisco arenas-escasos, Jose A. Folgado-Fernandez y Pedro R. palos sanchez, 2022)nos presenta las principales motivaciones para emprender este viaje, *se siente una libertad, desconexión y relajamiento hasta pasión por viajar cuando no se usa el celular, además tendremos un crecimiento personal, autoconfianza que eso nos llevara a presentar una mejor salud mental y física que así nos permitiremos de relacionarnos nuevamente a fuera de la pantalla.*

**Turismo Wellness**

Según la página oficial global wellness tourism (Global wellness tourism , 2013) define al turismo de bienestar “como aquellos viajes asociados con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal. Son las actividades que hacemos para mantener un estilo de vida saludable, reducir el estrés, prevenir enfermedades y mejorar nuestro bienestar.” Con esta definición el turismo wellness es una de las principales tendencias que se enfoca en la creación de bienestar entre el viajero, la naturaleza y el entorno que lo rodea, ya que permite no solo actividades relacionadas con el manejo espiritual, medicinal y tratamientos curativos, sino que también se pueden realizar actividades como el spa, jacuzzi, masajes y termalismo.

**Paquete Turístico**

Antes de determinar que es un paquete turístico, debemos tener en claro la definición de que es el turismo, según la OMT (Organización Mundial de Turismo); es un conjunto de fenómenos sociales, culturales y económicos producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia. Considerando que estos motivos no son con afán de lucro y que permanezcan en espacios mayores a 24 horas y menores a 6 meses en periodos de un año.

Según (GARCIA, 2019) (MONTALVAN, 2019) conceptualizan a un paquete turístico como un conjunto de servicios que presta sus programaciones y operaciones tales como alojamiento, transporte, alimentación, recreación, visitas guiadas, lugares de diversión, etc. para una sola persona o un grupo de personas, que es adquirido bajo un precio único para un solo destino o varios, pero (GARCIA, 2019) nos aclara que una de las

desventajas de estos paquetes es que el cliente/ turista no tienen permitido cambiar los itinerarios que están establecidos además de elegir algo distinto.

También se debe mencionar que la motivación turística que se da en la población autóctona, la migrante y la turística alcanza una intercomunicación que según (MONTALVAN, 2019) la creación de estos paquetes se puede dar por dos aspectos; primero se debe realizar un estudio de mercado; ya que se debe tener en cuenta con cual segmento de mercado vamos a trabajar y segundo que tipo de turismo va a ofrecer; natural, cultural, de negocios, científico, de salud, entre otros.

Estos paquetes son distribuidos por agencias de viajes y operadoras de turismo, (GARCIA, 2019) para la venta de estos productos la segmentación de turista es muy importante ya que de aquí nacen diversos tipos de paquetes turísticos, aquí se debe tomar en cuenta que la demanda no es similar, ya que no todos los demandantes son iguales.

### **Tipos de paquetes turísticos**

Teniendo en cuenta lo que es un paquete turístico (GARCIA, 2019) la OMT nos divide estos paquetes en seis grupos.

#### **Paquete turístico de Ocio y recreación**

Este tipo de paquete es uno de lo más comunes y recreados por la mayor parte de la población global; su motivación es el descanso, las actividades culturales y deportivas. Lo podemos distinguir mediante el turismo playero y ese deseo de recorrer el mundo.

#### **Paquete turístico de visitas**

Este paquete es tan solo de visitas tanto a familiares como amigos que residen dentro del mismo país, pero en diferentes ciudades o fuera del país, también se debe recalcar que aquí entran las actividades de recreación por vacaciones u ocio.

**Paquete turístico de negocios, motivos profesionales y estudio**

Como su misma palabra lo dice este paquete se toma en cuenta por motivos laborales, asistencia a reuniones, convenciones o ferias.

**Paquete turístico de salud**

Se forma por las visitas a balnearios, centros médicos, o salud corporal, así como psíquica

**Paquete turístico religiosos**

Estos paquetes turísticos se realizan al momento de peregrinaciones, se reservan anualmente

**Paquetes turísticos otros motivos**

Como su misma palabra lo indica son viajes por realizar por otras razones ya sean cruceros, eventos, caza, pesca, gastronómicos, etc.

***Estructura de un paquete turístico***

Con un previo análisis (GARCIA, 2019) para la creación de estos paquetes turísticos se debe tomar en consideración los siguientes puntos:

- 1) Investigación del producto en el mercado. – antes de la creación y oferta del producto, como emprendedores debemos estudiar la competencia; si es que hay posibilidad que ofertan nuestro producto o algo parecido además ver si el tipo de turista están dirigidas. (MONTALVAN, 2019)
- 2) Escoger el segmento de mercado que vamos a trabajar. – al momento lanzar producto turístico al mercado; dividirlo ya que siendo un grupo grande y homogéneo debemos identificarlo por sus necesidades, ubicación, deseos, gustos.



En el caso del turismo se debe ofertar un servicio o producto dedicado a un tipo de cliente que aspiramos atraer, estos servicios tienen como propósito ahorrarles tiempo y brindarles un buen viaje sin la preocupación de ordenar cada detalle. Los podemos identificar de la siguiente manera: Nacionalidad, edad, y motivación.

*Tabla 1.*  
**Segmentación de mercado**

<i>Edad</i>	<i>Nacionalidad</i>	<i>Motivación</i>
<i>Niños 7 a 12 años</i>	<i>Norteamericano</i>	<i>Estudios</i>
<i>Adolescente 13 a 17 años</i>	<i>Europeo</i>	<i>Explorador</i>
<i>Jóvenes 18 a 24 años</i>	<i>Asiático</i>	<i>Negocios</i>
<i>Jóvenes adultos 25 a 45 años</i>	<i>Sudamericano</i>	<i>Convenciones</i>
<i>Adultos 46 a 60 años</i>		<i>Interés especializado</i>
<i>Tercera Edad 60 años en adelante</i>		<i>Ocio</i>

*Autor: (GARCIA, 2019)*

- 3) Escoger los proveedores – en este punto debemos tener en cuenta que es una operación de suma importancia ya que es indispensable escoger entidades que ofrezcan productos o servicios turísticos que puedan ser comercializados o utilizables; aquí se trabaja con hoteles, cruceros, agencias de viajes, líneas aéreas,

alquiler de transporte, etc. además se debe contar con más de un proveedor en caso de que se presente un inconveniente. (MONTALVAN, 2019) (GARCIA, 2019)

- 4) Datos necesarios para dar al cliente, al momento de ofrecer nuestros servicios en agencias de viajes, redes sociales y pagina web, se debe recalcar la siguiente información para evitar inconvenientes:
  - Nombre único del paquete turístico
  - Fechas de operaciones y salidas
  - La duración del paquete; si es un full día o dos días y una noche
  - Precio
  - Lo que incluye y no incluye como tipo de desayuno, cena, costo de entradas, transporte, etc.
  - Observaciones que son los aspectos importantes dependiendo de cada oferta
  - La fecha límite por si cuenta con alguna oferta
- 5) Como último, el presupuesto para cubrir los gastos del proyecto, aquí se debe realizar una cotización de la materia prima por utilizar; los servicios turísticos, personales, equipos, insumos y materiales, hospedaje, guianza, etc. determinando estos costos se puede vender el producto a un precio accesible y beneficioso tanto como para la empresa y los clientes. (GARCIA, 2019).

## Descripción del lugar

La comuna Olón de la parroquia Manglaralto está ubicada en la parte norte del Cantón de Santa Elena, con límites al norte con Curia, San José y la provincia de Manabí, al sur con Montañita, Pajiza, Dos Mangas y la provincia de Manabí, al este con Manabí y oeste con el océano pacífico. Para ingresar a esta comuna se debe tomar la vía ruta del sol con unos 73 kilómetros de distancia de la ciudad de Santa Elena. (José Luis Borja Morán, Patricio Fernando Herrera Soriano, Jazmín Carolina Sánchez Llautong, Ms C. Julio Gavilanes) (Municipio de Santa Elena, 2019) (turismo M. d., 2021)

Este sector ofrece un ecosistema cálido/seco con temperatura promedio de 24,5°C; un mínimo de 15,6° C por los meses de julio a agosto, y un máximo de 39,5°C en los meses de febrero hasta marzo, la precipitación media anual es de 300 mm concentrándose las lluvias en los meses de enero y abril, y los demás meses del año es seco. (turismo M. d., 2021)

Por otra parte, cuenta con una altitud norte de 600 metros, sur 30 metros y centro 100 metros sobre el nivel del mar, además su relieve montañoso ha permitido el impulso de los bosques secos y de garua que cuentan con diferentes especies de fauna; por ejemplo: el mono aullador, ardillas, pájaro carpintero, loro, gavilanes, etc.

A diferencia del suelo que es aridisol e inceptisol con varios tipos de consolidaciones, mientras que la textura es franco arenoso por lo que el drenaje natural es bueno, cabe destacar que son suelos superficiales, la capa arable tiene un rango de 10 a 20 cm que aparecen ciertas verticas en áreas pequeñas con posibles aportes de COS, también es común que aparezcan erosiones en lugar de escasa pendientes debido a que los factores

como las lluvias intensas y la baja cobertura de vegetación denotan la aparición de sales en la superficie que limita el desarrollo de los cultivos. (ESPOL, 2019)

En otro orden de ideas el nombre de la comuna Olón tiene como significado Ola grande, este nombre se dio por la antigua ola que cruzo las playas, los primeros habitantes de esta comunidad fueron de la cultura Manteño-Huancavilca pero este dato fue ratificado ya que se encontraron piezas arqueológicas en la zona. (Olon lo tiene todo, 2020)

La población tiene una estimación de 1.717 habitantes, con una clasificación de 867 de género masculino y 850 femeninos, esto nos permite la siguiente clasificación por medio de la actividad económica:

*Tabla 2*

### ***Actividades Económicas***

<b><i>Actividades Económicas</i></b>	<b><i>Total, de personas</i></b>
Pesquera artesanal	30 personas
Comercio	60 personas
Actividad agrícola	77 personas
Artesanía	40 personas
Labores domesticas	281 personas
Trabajadores: Guardias, empleadas domésticas, etc.	158 personas
Obreros/ albañiles	53 personas

(Municipio de Santa Elena, 2019)

Por último, a la población más joven se la puede clasificar de la siguiente manera

- Un 60% son menores de 18 años

- Un 25% son mayores de 15 años

De este porcentaje se calcula que un 10% son analfabetos, además que las mujeres forman un hogar a temprana edad o tienen su primer hijo. (Municipio de Santa Elena, 2019)

### ***Infraestructura***

- Agua Potable:

Los servicios de agua potable público se dieron en el año 1983 por el MIDUVI para dar abastimiento a las siguientes comunas Olón, la entrada, las Núñez, San José Curia, Oloncito (Sur), Mamey, etc., esta comuna no presenta problemas para abastecer a toda la comunidad ya que cuentan con un sistema de agua entubada, además se reporta no escasez de agua en todo el año así mismo que ningún visitante o la población han sufrido de enfermedades o contagios por el agua. Con estos datos rescatados se puede concluir que el agua potable no presenta ningún problema o limitante para la llegada de los visitantes. (ESPOL, 2019)

- Energía Eléctrica:

En el año 1997 la comunidad de Olón conto con el mejoramiento de energía eléctrica por parte de la empresa eléctrica.

Todas las casas de esta comunidad cuentan con el servicio, pero se debe recalcar que algunas cuentan con el servicio por medio ilegales. (ESPOL, 2019)

- Telecomunicaciones:

La construcción de la cabina telefónica Pacifictel se realizó en el año 1998, pero la comunidad no cuenta con su propia antena de red telefónica, aunque la señal de

las compañías modernas como Tuenti, movistar, y claro es muy buena. (ESPOL, 2019)

- Alcantarillados:

Desde el año 2010 hasta el 2013 se dio el proyecto de construcción de sistema de alcantarillados que en ese tiempo se dio un presupuesto referencial de \$800,000.00 y al mismo se dio la construcción de reservorio de la junta regional de Olón por un presupuesto de \$130,000.00. (ESPOL, 2019)

- Vías o medios de acceso:

Para el ingreso a este lugar se debe tomar el acceso por vía terrestre desde el norte del país tomando la Ruta estatal ecuatoriana E15, también conocida como Troncal del Pacífico que recorre 748 KM de la línea costera pasando las siguientes provincias de Esmeralda, Manabí y Santa Elena, además se puede ingresar desde el sur del país usando la ruta combinada E15/E40 que conecta el eje transversal Austral E40 que pasa por Guayas con la troncal E15 a la altura de la ciudad de Santa Elena. (Jose Luis Moran, Julio Gavilanes Valle, 2019)

### Análisis de oferta

La comunidad de Olón es un destino turístico con mucho potencial, que desde el inicio ha sido conocido solamente como una zona playera donde el turista solo puede tomar largas caminatas, pasar en el arena y mar. Siendo una zona tranquila y hogareña es una localidad perfecta para el paquete DFT, ya que cuenta con espacios naturales y culturales donde los turistas pueden realizar más de una actividad turística. (Olon lo tiene todo, 2020)

Olón ofrece los siguientes espacios para la práctica turística; Alojamiento cuenta con dieciséis: 7 privadas y 9 comunitarias

*Tabla 3.*

#### *Alojamientos*

<b>ALOJAMIENTOS</b>	
<b>PRIVADAS</b>	7
<b>COMUNITARIAS</b>	9
<b>TOTAL</b>	16

Cabe recalcar que en los alojamientos 3 hosterías principales:

- Hostería N&J construida en mayo 1997 como iniciativa familiar, considerando proporcionar al turista un ambiente familiar.
- Hostal Olas del mar que ofrece los servicios básicos
- Ocean Blue Lodge casa de huéspedes que ofrecen todos los servicios esenciales para el turista además de contar con su propio restaurante. (Municipio de Santa Elena, 2019)

Mientras que en los restaurantes se complementan así 53 establecimientos residen en la playa, 12 en la comunidad, dando 65 establecimientos en la comunidad. (Andres Garcia, Maria Suarez, Julio Vargas,, 2022) (Municipio de Santa Elena, 2019)

*Tabla 4.*

***Establecimientos gastronómicos***

***RESTAURANTES***

<b><i>Playa</i></b>	53
<b><i>Comunidad</i></b>	12
<b><i>TOTAL</i></b>	65

Algunos restaurantes de la playa no ofrecen sus servicios todos los días de la semana, solo en feriados, por ejemplo: carnaval, semana santa, Navidad y fin de año que son los feriados largos.

(ESPOL, 2022) (Municipio de Santa Elena , 2020) (Jose Luis Moran, Julio Gavilanes Valle, 2010)

En otro aspecto Olón cuenta con diferentes instalaciones, que las categorizamos de la siguiente manera:



*Tabla 5*  
**Instalaciones**

<b>INSTALACIONES</b>	<b>BREVE DESCRIPCION</b>
<b>Torres Salvavidas</b>	Posee 4 en la zona de la playa
<b>Carpas y parasoles</b>	Existe alrededor de 100 carpas y 20 parasoles
<b>Mirador</b>	Junto al santuario de Olón
<b>Servicios Higiénicos y duchas publicas</b>	Existen 21 S. Públicos en 3 lugares y 14 duchas en 2 lugares.
<b>Alquiler de bicicletas y cuadrones</b>	Se puede recorrer a lo largo de la comuna y playa
<b>Alquiler de caballos</b>	Se puede recorrer a lo largo de la playa
<b>Guianza</b>	El proyecto PRODECOS genero las primera iniciativas

(ESPOL, 2022) (Municipio de Santa Elena, 2019) (ESPOL, 2019)

Entrando en los atractivos turístico que nos brinda esta comunidad: los que más resaltan es el turismo natural y cultural que se aprecian en los atractivos turísticos desde playas, santuarios, manglares, bosques protectores, cascadas, haciendas, donde la práctica de turismo de aventura, ecoturismo, hasta turismo wellness es perfecto ya que es un lugar que transmite paz y calma. (Andres Garcia, Maria Suarez, Julio Vargas,, 2022)

(Municipio de Santa Elena, 2009)

Los atractivos principales son los siguientes:

- El Santuario Estrella de mar que está localizado en el Cerro de Olón, una capilla construida a 100 metros de altura que representa el centro de la vida eclesiástica no solo de las comunidades sino para mucho feligreses nacionales y extranjeros. Es declarado Santuario Nacional por la razón de que es un lugar reconocido por muchos turistas nacionales e internacionales. (Olon lo tiene todo, 2020)
- Cordillera Chongon-Colonche, conocido también como el cerro de colonche, este sistema montañoso de la costa que se extiende desde el norte de Guayaquil formando un arco que desaparece en la provincia de esmeralda, contiene una extensión de 330km de largo con 10 km de extensión, además posee una variedad de especies de flora y fauna. (Enciclopedia del Ecuador , s.f.)
- Hacienda Olonche: atractivo rural que cuenta con una perfecta combinación para que el viajero disfrute del mar y naturaleza juntos, aquí se encuentran tierras o cabañas rodeados de naturaleza para que uno pueda relajarse, es perfecto para practicar DFT ya que cuenta con las siguientes instalaciones piscinas, grandes espacios para actividades recreativas. (Hacienda Olonche , s.f.)
- Cangrejal de Olón ubicado a 1 kilómetro de la comunidad, caracterizado por ser un sitio natural que cuenta con más de un ecosistema, mangle rojo, blanco, negro y mogote, este manglar alberga más de una especie de flora y fauna, por ejemplo, una de las especies que está en peligro de extinción el cangrejo azul. (Olon lo tiene todo, 2020)
- Iglesia misericordia de Dios, creada en abril 1990 por el reverendo Othmar Stahello con la ayuda de la comunidad de Olón, su nombre le hace honor a la

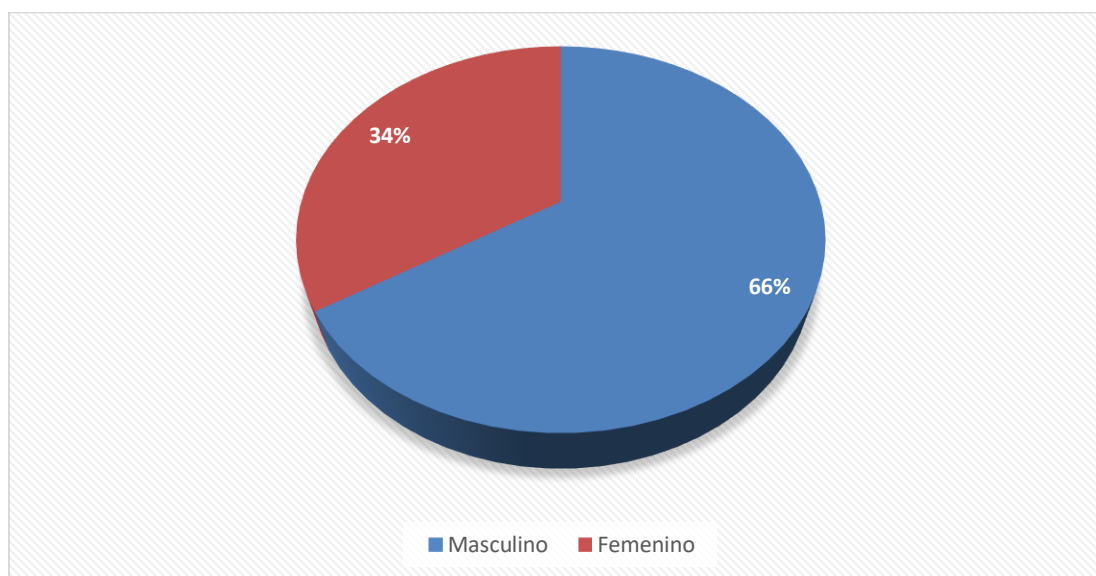
- santo de la ciudad santa lucia, en las dos festividades que se dan el 13 de diciembre y el mes de abril en la semana que sigue pascua a honor por el Señor de la divina misericordia. (Olon lo tiene todo, 2020)
- Playa de Olón tiene una extensión de 4 kilómetros, se caracteriza por su belleza, clima perfecto y es uno de los lugares más tranquilos de la ciudad para que los turistas tengan tiempo para descansar, hacer deporte o caminar largas, en ciertas partes está rodeado de formaciones rocosas y vegetación que hace difícil su acceso. (Olon lo tiene todo, 2020)
  - Cascada de Alex, una aventura de jungla en la playa, lugar donde no solo está concentrado en bañarse o relajación en las piscinas que se forman por la cascada, también tiene su punto de vista aventurero ya que deben caminar y escalar alrededor de inmensos árboles, no cuenta con señal telefónico por lo que es necesario contactar un guía del atractivo. (travellLife , s.f.)

### **Análisis de demanda**

Tanto como el análisis sobre la comunidad y los productos/servicios a ofrecer, también nos debemos enfocar en el estudio de los turistas que visitan esta comunidad, según el previo estudio de (Sanchez, 2020) por medio de encuestas en la comunidad podemos clasificar a los turistas de la siguiente manera; primero por género.

**Tabla 6. Clasificación de turistas por genero**

<i>Sexo</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Masculino</i>	<i>207</i>	<i>55,5%</i>
<i>Femenino</i>	<i>166</i>	<i>45,5%</i>
<i>Total</i>	<i>373</i>	<i>100%</i>

**Gráfico 1. Genero de los Turistas**

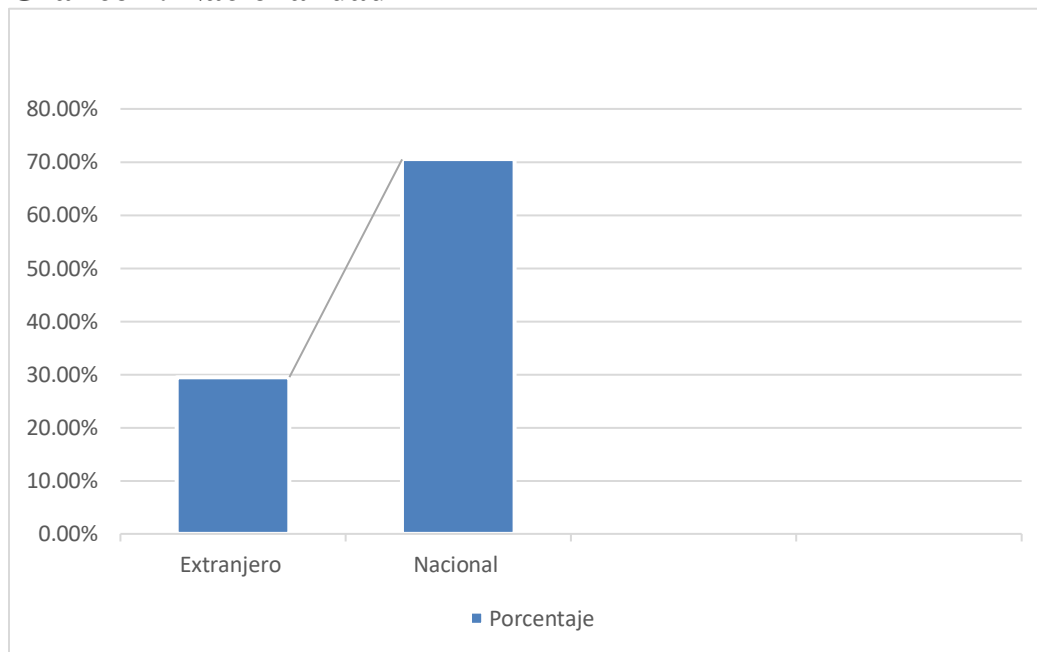
La diferencia durante mi previo estudio del 2019 al 2022 muestra una gran variedad ya que era común encontrar un mayor porcentaje de visitante del género femenino con un rango de edad jóvenes adultos a adultos, pero con este análisis en la comunidad Olón la mayor parte de visitante son del género masculino mientras que de las mujeres cuenta con una afluencia media de 45%. Con estos datos podemos enfocarnos qué tipo de actividades y servicios podemos involucrar que permitan que los dos géneros participen,

lo que se debe recatar que en las temporadas la variable puede cambiar, pero lo que debe tener presente son las actividades inclusivas para el aumento de turistas. (Sanchez, 2020) (ESPOL, 2022)

**Tabla 7. Por Nacionalidad**

<b>Nacionalidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Extranjero	110	29.5%
Nacional	263	70.5%
	373	100%

El mayor porcentaje de visitantes que recibe la comunidad son de procedencia nacional con un 71% ya que es un lugar tranquilo para pasar en familia mientras que el 29% son extranjeros ya que cerca de esta playa, cuenta con playas vecinas que son de mayor afluencia como montaña, chipipe, etc. Con este resultado la autoridades deben trabajar en la promoción de la comunidad y sus recursos turísticos por medio de las redes sociales que han generado gran impacto en vista de público local e internacional. (GARCIA, 2019)

**Gráfico 2. Nacionalidad****Tabla 8 Clasificación en general**

PORCENTAJE Y CLASIFICACION DE TURISTAS		
Edad	30 a 45	38,8%
Nivel de Educación	Universitario	67,3%
Tipo de ingreso mayor a	Mayor a \$500	54,3%
Tipo de ingreso menor a	Menor a \$500	93,8%
Grupos	Familiares	81,2%
Tipos de Turistas	Wellness	95,8%
Tipos de Turistas	Excursionistas	90%
Estadía	Por un día	51,5%
Estadía	Mas de un día	48,5%

Con esta clasificación en general, mi paquete tiene orientación para turistas wellness, excursionistas o los adeptos a los tours que son los tipos de turistas que se adaptan al medio del sector o lo que ofrecen el paquete turístico, contara con actividades recreativas y deportivas para estar ocupado tanto físicamente como mentalmente.

Los tipos de turismo que ofrece esta comunidad son los siguientes:

1. Turismo cultural
2. Ecoturismo
3. Turismo de sol y playa
4. Turismo de bienestar
5. Turismo de aventura

Con estas pautas, nuestros servicios es algo nuevo e innovador en la costa ecuatoriana que va a ofrecer diferentes servicios de paquetes, y contara con un aproximado de 95% de visitas de turistas nacionales y un 5% de turistas extranjeros que residen en nuestro país, por las diferentes actividades o por quitarse la curiosidad de que se trata esta nueva tendencia turística. (crespo, 2021)

## Análisis FODA del destino

Figura 3. Análisis Foda

Fortaleza	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto nuevo e innovador en la región costa</li> <li>• Precios accesibles</li> <li>• Buen manejo de marketing digital</li> <li>• Reconocimiento local</li> <li>• Enfocamiento en actividades recreativas con desarrollo sustentable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios grandes para la recreación de las actividades tanto acuáticas y terrestres</li> <li>• Variedad de cadenas hoteleras y hostales</li> <li>• Ofrece servicios turísticos culturales y ambientales con el propósito de conocer mas allá a su gente y cultura</li> <li>• Diversidad de platos gastronómicos locales e internacionales</li> <li>• Potenciar la imagen común del sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negocio replicable</li> <li>• No contar con el apoyo de la comunidad</li> <li>• Poca afluencia de turistas jóvenes</li> <li>• Personal no capacitado</li> <li>• Poca capital para llevar el proyecto a cabo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nula cantidad de espacios nocturnos como discotecas y bares</li> <li>• Enfoque negativo en temas de seguridad</li> <li>• Baja afluencia de profesionales en turismo</li> <li>• Situación económica del país</li> <li>• Afectaciones ambientales por las temporadas climáticas</li> </ul>

**Autor: Maria Cáceres**

### 5 estrategias

- Invertir en capacitaciones para el personal
- Brindar más charlas o reuniones a la comunidad para así tener su apoyo en el proyecto turístico
- Vender el producto mostrando una imagen clara
- Uso de marketing de influencers para atraer más mercado
- Construir una credibilidad en base en la confianza y experiencia



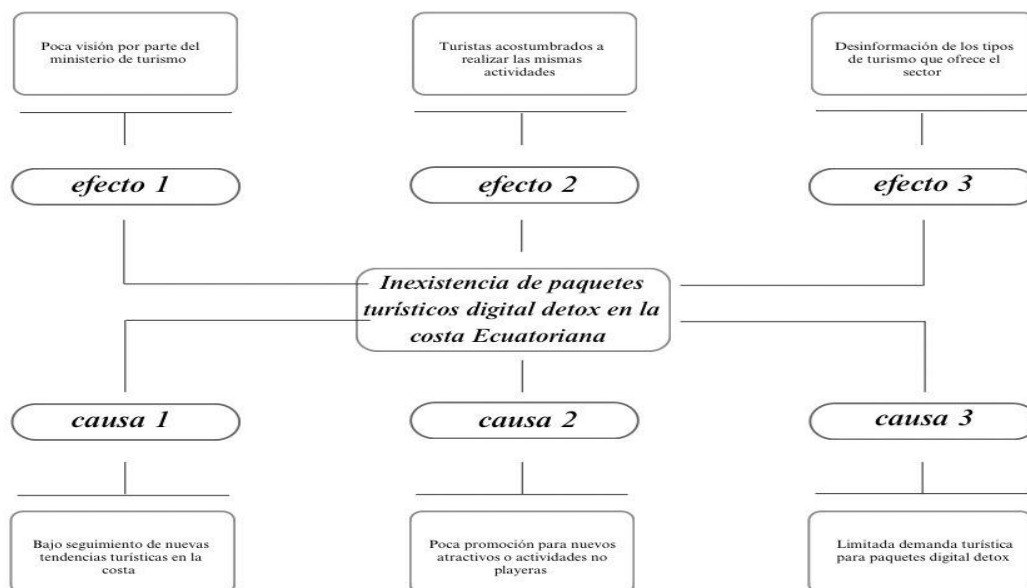
## Capítulo 2: Desarrollo de su propuesta en base a su tema propuesto

### Identificación de problema

#### árbol de problema

El presente árbol de problema busca identificar y estructurar las principales dificultades y desafíos relacionados con la inexistencia de nuevos tipos de turismo en la costa ecuatoriana además de las diferentes actividades a realizar, a través de este análisis, se pretende mostrar y comprender las causas y consecuencias de esta inexistencia así como las relaciones entre ellos, con el fin de desarrollar una comprensión profunda de la situación y fundamentar la propuesta de una solución que se presenta el siguiente trabajo de investigación. El árbol de problema se organiza en torno a las siguientes categorías:

**Figura 4. Árbol de problema**



**Autor:** Maria Cáceres

Actualmente las tendencias turísticas se están basando en buscar el bienestar del cliente a través de paquetes turístico donde el visitante pueda encontrar paz mental y física, con esta nueva tendencia turística digital free tourism cuenta con un gran porcentaje de apoyo por parte de Países Europeos, pero la pregunta aquí es, porque no cuenta con un buen apoyo en Latino América. Con las previas lecturas realizadas este nuevo el DFT, como ya se mencionó antes, cuenta con mucho apoyo de parte de comunidades y países externos, mientras tanto en Ecuador presenta solamente un problema que es la inexistencia en la región costa debido a que la mayoría de los costeños están acostumbrados a usar la tecnología y red para cada ámbito de su vida que los vuelven adictos a estas herramientas. (ESPOL, 2001)

Aparte de presentar el problema de adicción, también contamos que las autoridades; en este caso el Ministro de Turismo no se informa que nuevas tendencias turísticas, noticias o productos podemos usar que ya existe en el mercado internacional, que pueden ayudar a fomentar más el turismo en nuestro país, y no quedar como un país que ofrece baja calidad turística, además presenta una limitada demanda turística, debido a que un 80% de la población no cuentan con la información necesaria o presentan desconocimiento total sobre el paquete, mientras que un 20% de la población tiene conocimiento sobre el digital free, pero presenta un detonante que es la nomophobia; es el miedo o ansiedad que presenta una persona cuando no está usando su celular por mucho tiempo, que no les permite realizar esta actividad. (Levi Felix, forest , 2012)

Por último, la poca promoción para nuevos atractivos o actividades no playeras nos lleva a que el turista está acostumbrado a realizar las mismas actividades cuando viajan a una zona de sol, playa y arena, esto da como resultado que la industria turística no tenga la motivación de buscar nuevas rutas o poner en partica diferentes actividades, ya que no siente la necesidad de mejorar y aumentar el consumo de su sector y les apetece seguir a lo seguro. (Inta Egger, Stu Leng Lei, Philipp Wassler , 2020) (Irfan Arikan, Ilker Ünsever, Salma Halioui , 2016)

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Diseñar un paquete turístico digital detox en la comunidad de Olón para desconectar con la tecnología y reconectar con nuestro lado humano.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico de nuevas tendencias turísticas en la costa ecuatoriana
- Diseñar un paquete turístico digital detox para atraer mercado turístico
- Establecer estrategias digitales para la promoción de nuevos atractivos o actividades no playeras

### **Justificación**

A lo largo de los años el turismo y la tecnología han ido de la mano por múltiples razones positivas para el país, ciudad, parroquia o comunidad, ya que les permite promocionar los atractivos turísticos que tienen dichos sectores además los turistas cuentan con una ventaja que el momento de comprar un servicio o producto turístico lo pueden hacer al minuto, pero así como nos ayuda a conseguir las cosas de rápida manera también nos trae consecuencias negativas a nuestra persona por el mal uso que le damos a dichos aparatos, por ejemplo: estrés, ansiedad, tics nerviosos, insomnio y aislamiento. (Inta Egger, Stu Leng Lei, Philipp Wassler , 2020)

Con el uso obsesivo que le damos a estas herramientas digitales como: celulares, computadoras, tablets, iPad, secretarías digitales, etc., al momento que estamos de vacaciones y por ende razón el visitante no disfruta del paisaje por estar pendiente de ellos, mi proyecto va a tomar en cuenta la tendencia turística digital free que nos propone

reducir el uso o renunciar de la tecnología por los días que uno está de ocio, para que así el turista pueda conectarse o reencontrarse con uno mismo y así mismo disfrutar de la naturaleza. (Levi Felix, forest , 2012)

Para llegar al turista vamos a ofrecer un to do list de actividades recreativas y de desconexión para que así ellos estén motivados en tener su lista tachada de las diferentes actividades a ofrecer; que son clubs de arte, lectura, autoconfianza, yoga, pilates, talleres culinarios además de estos se tendrá breves actividades playeras para que así el turista pueda experimentar algo de aventura y este mas motivado y distraído del mundo virtual, y tengan como finalidad en buscar armonía, control y bienestar en cuerpo, alma y mente que se pierde por sobre la recarga de información que se da por las redes sociales. (crespo, 2021) (travelLife , s.f.)

### **Metodología de investigación**

Para la siguiente investigación se hizo uso del método de investigación mixta; primero se realizó un análisis para identificar que tipos de problemas turísticos presenta la localidad costeña de Ecuador; al mismo tiempo se investigó nuevas y populares tendencias turísticas internacionales que podrían ayudar a fomentar el turismo en la costa, después de la previa investigación pasamos a realizar un estudio sobre los tipos de problemas o necesidades que se pueden presentar en la localidad previamente escogida, antes de presentar los problemas, la tendencia turística que se trabaja en este proyecto es digital detox, pasando a realizar el árbol de problema con sus principales causas y efectos; con el árbol elaborado se sacó los objetivos que son los principales temas a resolver.


Otro tema que se trabajó fue un recorrido en la localidad Olón; donde se estudió las infraestructuras, los atractivos, servicios básicos, alojamientos, gastronomía, entretenimiento y para terminar con las costumbre de la comunidad, al mismo tiempo se investigó los aspectos básicos de la parroquias y comunidades vecinas, también se determinó que tipos de beneficiarios trabajaran con nosotros.

Los últimos paso del proyecto se dieron de manera técnica por medio de reuniones; se elaboró una matriz de marco lógico que nos lleva a qué fin, propósito y componentes tiene el proyecto, para así detallar de cómo se va a dar cada componente por medio de las actividades, que nos lleva a nuestro cronograma y presupuesto, para así terminar nuestro estudio técnico y empezar un estudio sostenible para la comunidad; cómo vamos a ayudar a la comunidad y turistas por medio del turismo sostenible.

Toda esta investigación tuvo como recurso los siguientes materiales:

1. Computadoras
2. Gestor de proyecto
3. Guías locales
4. Vehículos
5. Tablets
6. Digital Marketer
7. Fotógrafo
8. Secretaria

**Desarrollar a detalle su propuesta***Tabla 9. Matriz Ruta Digital Détox*

<b>MATRIZ PARA DISEÑO DE PRODUCTOS – RUTA</b>	
<b>Nombre del producto</b>	Nature retreat
<b>Ubicación</b>	OLON
<b>Fotografías</b>	
  	

<b>Información básica</b>	
Días	Full day
Tiempo de la ruta	3h 36 minutos
Distancia	217 km
Punto más alto	60 metros
Temperatura	22° C
Dificultad	Baja
Actividad	caminatas – ciclismo – surf
Servicios	Transporte – alojamiento – entretenimiento
Tipo de terreno	Aridisol
<b>Descripción del producto o ruta</b>	
<p>¿Cansado de recibir mensajes de trabajo en tus tiempos libre? ¿O de pasar tus vacaciones scrolling en tu teléfono sin nada más que hacer? No te preocupes nuestro siguiente servicio te ofrece una experiencia libre de celular, internet y estrés en una de las playas más tranquila de Ecuador; en playa de Olón, aquí recorrerás la comunidad en bicicleta, conocerás los atractivos más populares de la localidad además ofrecemos clases de surf para principiantes.</p>	
<b>Programas – Itinerario</b>	
<b>DIA1 (Domingo)</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>5:30 am</b>	Salida de Guayaquil a Olón. – Duración del viaje 3hrs- Charla de seguridad y control de las actividades recreativas,
<b>6:00 am</b>	Momento de apagar los dispositivos celulares y entregarlos a la encargada del tour además se entregará como cortesía un café caliente
<b>8:45 am</b>	Llegada al hotel gran azul, breve recorrido a nuestro cuarto, desayuno americano
<b>De 9:20 a 9:45 am</b>	Breve break

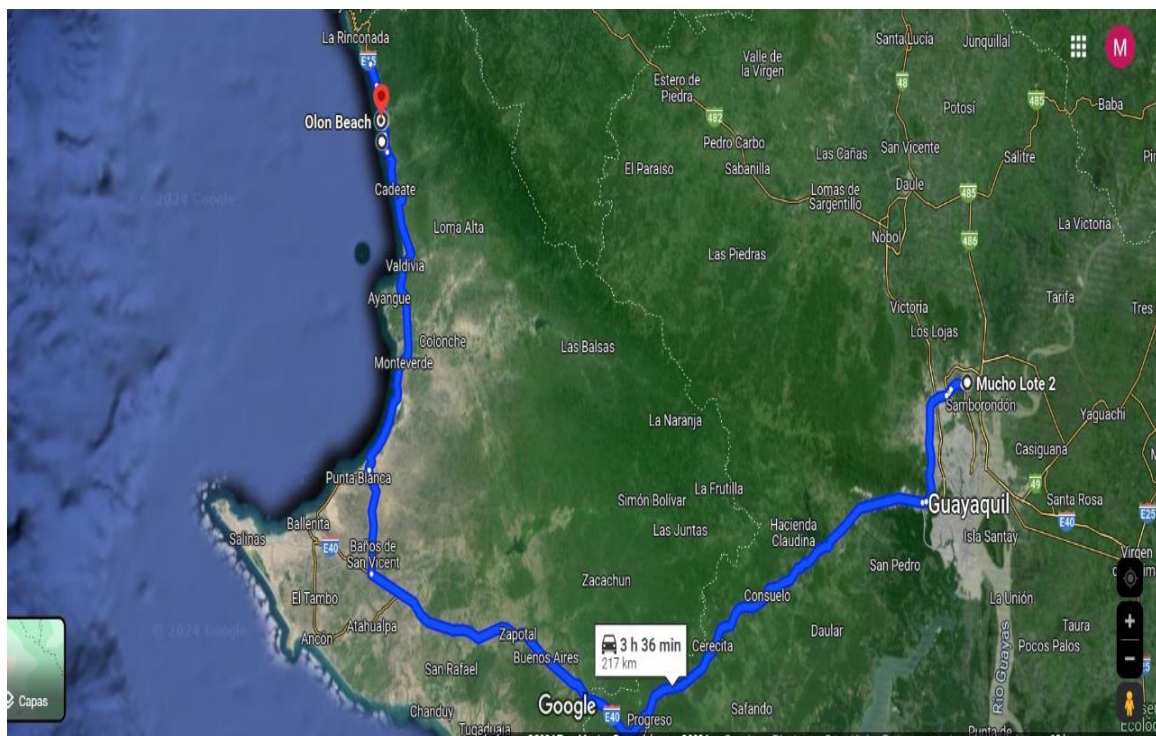
<b>10:00 am – 13:00 pm</b>	Encuentro con el guía local, alquiler de bicicletas, recorrido hasta el santuario blanco estrella del mar.
<b>13:00 pm – 14:00pm</b>	Hora de almuerzo
<b>15:00pm – 16:00pm</b>	Tiempo libre para que el visitante realice las actividades a su gusto.
<b>16:45- 17:45pm</b>	Clases de surf con la ayuda de Surf report Olón,
<b>18:00pm</b>	Regreso al hotel para arreglarse y recoger sus pertenencias
<b>18:40pm</b>	Salida de Olón para Guayaquil, entrega del refrigerio en el viaje por parte de la agencia
<b>21:25pm</b>	Llegada a Guayaquil.

### **Recomendaciones de viaje**

- Uso de ropa fresca y ligera
- Uso de traje de baños de algodón
- Calzado deportivo y sandalias
- Uso de protector solar
- Chequear las horas con mayor índice de rayos UV
- Mantenerse Hidratado
- Omitir plástico de un solo uso
- Leer y obedecer las señaléticas de la localidad
- Opcional: Llevar un presupuesto extra para gastos hormigas



### Mapa



**Autor:** MARIA CACERES TOLEDO    **Fecha de presentación:** 25/7/2024

### **Capítulo 3: Desarrollo de elementos de comercialización**

#### **Desglose de los elementos del Marketing Mix**

Para el siguiente punto se hablará del marketing mix, también conocido como las 7P, es un marco de referencia fundamental para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas. Este modelo identifica 7 elementos clave que interactúan entre sí para crear una propuesta de valor única y atractiva para el mercado objetivo. A continuación, se presenta un desglose detallado de cada uno de los elementos del marketing mix: Producto, Precio, Plaza, Promoción, persona, proceso y presentación con el objetivo de analizar y presentar como cada uno de ellos contribuye a la estrategia general de marketing y cómo se relacionan entre sí para lograr los objetivos de este proyecto.

#### ***Producto***

Para este primer punto vamos a ofrecer un servicio/producto turístico en la comunidad de Olón; este producto tiene como base a una nueva tendencia turística popular en los países Europeos y ciertas sectores en Estados Unidos, es conocido como el digital detox o también llamado detox tourism que tiene la función de ayudar a los visitantes a desconectarse de sus dispositivos electrónicos durante sus viajes con el objetivo de tener una mejora en las relaciones propias, reducir estrés, tener mejor vida social y el bienestar del turista.

Este producto tiene como objetivo ayudar a los visitantes a olvidarse por unas horas de sus dispositivos celulares y el estrés que ellos causan día a día; debido a que es una herramienta fundamental es nuestro vivir, para lograr este objetivo se propone actividades

al aire libre playeras o no playeras, también con actividades de relajación y meditación.

(Levi Felix, forest , 2012)

### ***Precio***

Siendo un producto/servicio nuevo en la costa ecuatoriana nuestro servicio va a estar disponible por el momento como full day hasta tener más avance, nuestro precio por catálogo para 5 personas va a tener un total de \$227 con un 5% a 10% de descuento las primeras semanas de ofrecer nuestro servicio al cliente que rondara nuestro precio a un \$205, este costo cuenta con los siguientes servicios transporte de ida y regreso, guías: especializado y local, comidas: desayuno, lunch y refrigerio, alojamiento por horas para que nuestros clientes pueden tener la tranquilidad de cambiar, ducharse a su gusto y comodidad, también los servicios de entretenimiento tenemos dos opciones: cabalgatas, recorrido al santuario blanco estrella del mar y clases de surf y para terminar nuestro kit de bioseguridad.

Este punto se llevó a cabo mediante la matriz de diseños de precios; primero se enlisto todos los servicios que se necesitara por ejemplo que transporte, Guias, entretenimiento, alojamiento, kits de bioseguridad para la ocupación de estos servicios se necesita sus respectivos proveedores o empresas que ofrezcan estos productos al mercado después de estos dos pasos se debe tener en cuenta los detalles de los servicios por ejemplo que tipo de transporte se necesita, que hotel o hostel es recomendable, después se realiza su debida cotización que en este caso se guio por día y cuantas turista se recibe, por último se hizo la cotización final que son los días que dura el paquete que es en este caso es un full day,

que ofrece sus servicios a 5 turistas que nos da el precio indicado al principio. (Olon lo tiene todo, 2020)

### ***Plaza***

Aquí se va a trabajar con canales indirectos, contaremos con la ayuda de proveedores turísticos, agencias de viajes y con una plataforma; un ejemplo Bookling, que nos permitirá prestar sus servicios para un mutuo beneficio ya que haremos uso de los servicios hoteleros, comida y bebidas además de recreación turística que le brindara al visitante una mejor calidad de servicio e innovadora y al mismo tiempo se beneficiaran en sentido económico y de promoción con nuestro paquete turístico. (ESPOL, 2022)

### ***Promoción***

Para nuestro canales de distribución hemos estudiado y analizado el mercado de marketing que también entra en el campo la era digital, así como se mencionó previamente en el punto de plaza las agencias de viajes son una buena manera de promocionar nuestro servicio por medio de panfletos así mismo con el previo análisis de mercado se llegó a la conclusión de trabajar con las redes sociales más populares que son: Instagram y TikTok; contaremos con nuestros propios perfiles donde el cliente podrá revisar y comprobar que nuestro servicio es 100% real además la creación de nuestra página web nos ayudara mucho con las reservas y los medios de contactos.

### ***Persona***

Para este punto y con el previo análisis realizado vamos a trabajar con personas interesadas en el turismo de bienestar y siendo Olón una de las playas más tranquilas de la costa; el tipo de turista que buscamos son mujeres con nacionalidad costeña que sean

residentes de la comunidad o este cerca de ella, alrededor de 22 años hasta los 37 años que buscan un momento de break y relajación de la rutina diaria y el estrés que causa estos dispositivos, a pesar que nuestro servicio va a estar dirigido para cualquier género por el momento trabajaremos con estos rangos.

***Proceso***

***Entrada:***

Se da la bienvenida a los visitantes para así iniciar nuestro punto de partida desde Guayaquil hasta Olón, en el momento del recorrido se da las previas charlas de seguridad que se debe tomar también se comunicara el itinerario y las actividades elegidas por los clientes, se tomara un tiempo de llegada de 3 horas por vía la costa/E40 y ruta del Spondylus/E15 para dirigirnos a nuestro punto principal el hotel gran azul Olón. (Olon lo tiene todo, 2020)

***Durante: FULL DAY***

<b>DIA1</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>(Domingo)</b>	
<b>5:30 am</b>	Salida de Guayaquil a Olón. – Duración del viaje 3hrs- Charla de seguridad y control de las actividades recreativas,
<b>6:00 am</b>	Momento de apagar los dispositivos celulares y entregarlos a la encargada del tour además se entregará como cortesía un café caliente

<b>8:45 am</b>	Llegada al hotel gran azul para luego pasar con un breve recorrido a nuestro cuarto para así darle paso a nuestro desayuno americano que consiste en unas tostadas con café con leche más un revoltillo de huevo con jamón y queso.
<b>De 9:20 a 9:45 am</b>	Breve break para que los visitante tenga la tranquilidad de acomodarse y cambiarse a su ritmo.
<b>10:00 am – 13:00 pm</b>	Encuentro con el guía local de la comunidad para empezar nuestro recorrido por la comuna, pero primero se necesita el alquiler de bicicletas para dar inicio luego de esta actividad terminares por conocer el santuario blanco estrella del mar.
<b>13:00 pm – 14:00pm</b>	Hora de almuerzo, nos dirigimos a la playa para almorzar cerca del mar con dos opciones de plato que brinda la agencia: Arroz con pescado frito, patacones y salsa, o Arroz con corvina más ensalada, el turista tiene la opción de cambiar la proteína en casa de gustarle la comida marina, la bebida: jarra de jugo o cola personal.
<b>15:00pm – 16:00pm</b>	Tiempo libre para que el visitante realice las actividades a su gusto, nuestras opciones son pintura y creación, también disponemos de actividades deportivas, además contamos con momentos meditación para relajación.
<b>16:45- 17:45pm</b>	Clases de surf para principiante con la ayuda de Surf report Olón, materiales incluido, profesionales de buena mano. Al final de la actividad tienen la oportunidad de recrear un polaroid con su equipo de surf.
<b>18:00pm</b>	Regreso al hotel para arreglarse y recoger sus pertenencias

<b>18:40pm</b>	Salida de Olón para Guayaquil. Se entrega el refrigerio en el viaje por parte de la agencia que consta en un sandwich más una bebida y un dulce.
<b>21:25pm</b>	Llegada a Guayaquil.

(Olon lo tiene todo, 2020) (travelLife , n.d.) (surfreportolon, 2009)

### *Salidas*

Al momento de terminar nuestras actividades en Olón llega el momento de partir de regreso a Guayaquil, pero antes de eso se hará una breve sesión fotográfica donde en el hotel para promocionarlo además de la entrega del Kit de obsequio que con lleva: Un llavero de tabla de surf más un cupón de descuento del 10% de cortesía por parte de la escuela Surf report Olón, también se entrega unos dulces típicos de Olón con una camisa de I love Olón. Al momento de llegar a Guayaquil se hará la correspondiente entrega de los dispositivos electrónicos a los visitantes. (travelLife , n.d.)

### *Presentación*

Al final de nuestro servicio vamos a ofrecer un kit de regalo que cuenta con los siguiente ítems:

- Un llavero de tabla de surf hecho por los pobladores de la comunidad.
- Un cupón de descuento de 10% que dura un mes para una clase de 1 hora en la escuela Surf Report Olón.
- Una funda pequeña de Organic chocolon cocoa del emprendimiento Choc.olon
- Una camisa con el diseño Yo amo Olón.
- Kit de bioseguridad: Alcohol, gel anti bacterial, mascarilla, jabón de mano.
- Polaroid al momento de terminar las clases de surf.

Por último, por parte de nuestro servicio cuenta el alquiler de bicicleta para nuestros 5 visitantes. (surfreportolon, 2009) (Olon lo tiene todo, 2020)

### **Desarrollo de los elementos de la experiencia turística**

#### ***ANTES:***

Buscar en las redes sociales nuevas maneras de pasar tu días libres es muy difícil ya que siempre ofrecen las mismas actividades en los tours, pero un día con mis amigas tomando un café en un centro comercial pasamos por un puesto de agencias de viajes IgoEcuador que ofrece más de un destino nacional como internacional y nosotras acercándose nuestras últimas vacaciones de la universidad decidimos acercarnos para ver si nos interesa un paquete turístico, después de ver tantos flapentos nos topamos con uno que lleva en el mercado pocos meses, un paquete turístico *digital détox* en la comunidad de Olón; siendo algo nuevo para nosotras nos pusimos a investigar de que se trataba exactamente y que servicios ofrecían, llevándonos la sorpresa que es un tour de un día completo sin conexión a las redes sociales nos gustó más ya que siendo estudiantes tenemos que estar conectada casi las 24 horas al día y este servicio nos va ayudar mucho para despejar la mente y mover más cuerpo que los dedos de la mano, luego de llevarnos la información necesario sobre los precios por grupo que redondea los \$207 por grupo de 5 personas que incluye servicios como transporte de ida y regreso, comida, guías y las actividades recreativas, conversamos más a fondo al día siguiente e investigamos más sobre el negocio en su página web para ver la experiencia real de sus clientes, además cuentan con su propia cuenta en Instagram y Tiktok, luego de ver todo el contenido en las



redes sociales, por fin tomamos la decisión de reservar con ellos por medio de WhatsApp con la reserva de la mitad del pago; el tour sería el día domingo 23 de junio, dos días después de terminar nuestro ciclo que es más que perfecto para nosotras.

***DURANTE:***

El full día empieza un domingo a las 5:30 de la mañana, se partirá desde la ciudad de Guayaquil en mucho lote dos que es el punto de encuentro para partir hacia Olón por la perimetral para así dirigirnos a vía la costa/E40 para así dar rumbo a la ruta Spondylus/E15 con un tiempo estimado de llegada de 3 horas con una parada a los servicios higiénicos públicos, mientras que en el recorrido la encargada del tour nos fue explicando las medidas de seguridad que debemos tomar en la actividades escogidas previamente así mismo dio la entrega de un kit personal de bioseguridad, dando fin a la charla de seguridad nos obsequia una taza de café con una galletitas para el recorrido hasta llegar al hotel gran azul donde nos espera nuestro desayuno y empieza la diversión, luego de la entrega del refrigerio nos procede a indicar que es momento de apagar nuestro dispositivos y entregarlos para ir adaptándonos a estar sin ellos por un día completo, debo admitir que fue difícil entregarlo y no revisar que notificación me han llegado pero todas necesitamos ese peso menos encima, luego de media hora a todas nos agarró un poco el desespero y aburrimiento por no tener nada en mano que nos agarró el sueño y descansamos un poco hasta llegar a Olón.

Luego de las dos horas y media de viaje llegamos a nuestra primera parada el hotel gran azul de Olón donde los dueños del edificio nos esperaban en la entrada del hotel para darnos una bienvenida cálida y hogareña con el staff del hotel, les indicaron que nos

lleven a donde se encontraban nuestra habitación por unas horas; mientras recorríamos el primero piso hasta el tercer que es donde se encuentra nuestra habitación nos iban dando un recorrido y contando un poco sobre las actividades permitidas del hotel; al llegar a la habitación decidimos cambiarnos y arreglarnos para nuestro día, ya a las 8:20 am nos avisaron que el desayuno está servido, en la planta bajo nos esperaba una mesa con vista al mar preciosa y con un desayuno típico y americano ya que las cinco tenemos diferente tipo de paladar en mi casa yo me serví unas tostadas con café y leche más un omellete con jamón mientras que mis amigas fueron por lo clásico un tigrillo con café y huevo frito: todo perfectamente servido y ni qué decir del sabor de los alimentos delicioso. Luego del desayuno tuvimos un breve break de 25 minutos para conocer el lugar o dar un recorrido en la playa sin alejarnos tanto.

Para las 8:30 nuestro guía local hizo acto de presencia para empezar las actividades, Raquel Solorzano una guía turística local de esta comunidad no pasando de los 30 años, nos llevó a recorrer las calles de esta comunidad en otro medio de transporte que alquilamos las bicicletas cada una de nosotras contamos con bicicleta propia menos dos amigas que pidieron la familiar que cuentan con dos asientos en uno, nuestro recorrido fue colorido, hogareño, y fresco ya que el clima estuvo de nuestro lado ese día, pude apreciar a la comunidad, las calles coloridas, los parques bien cuidados hasta fuimos a dar al mural de la diosa Umina donde nuestro guía nos hizo el favor de recrear una foto para nosotras, después seguimos con nuestro recorrido hasta llegar a nuestro primero punto oficial de parada que es el Santuario blanco estrella del mar, que cuenta con una vista espectacular estando ubicada sobre una roca y teniendo de fondo al mar como paisaje,

este santuario me permitió conectar un poco más conmigo misma mediante la apreciación de las figuras religiosas como Maria Rosa Mística que nos cuenta la guía que en el año 1990 lloro lágrimas de sangre, además se pudo apreciar su altar tallado de madera y a la derecha imágenes talladas de San José, San Miguel Arcángel, la resurrección de cristo y santo padre pio, yo graduándome de un colegio católico fue un ambiente conocido para mí, es un lugar tranquilo para sentarnos y meditar o conversar tranquilamente con el clima brizado y fresco que estuvo ese día.

Las 3 primeras horas pasaron super rápido con el recorrido y la meditación en el santuario, luego de refrescarnos con una botella de agua, ya empecé a sentir mi estomago gruñir por lo que me indica que es hora del almuerzo; para el almuerzo nos esperan en el cabaña salome con nuestra favorita comida marina corvina frita más patacones, ensalada y una porción de arroz, la otro opción es con pescado fileteado pero sin perder la experiencia costeña escogí con corvina con un buen vaso de cola, al final del almuerzo tuvimos nuestra hora de break donde nos dieron a escoger diferentes actividades para realizar, en mi caso escogí la opción de crear y pintura, tuve de inspiración el paisaje y el sonido del mar que fue de mucha y distracción para crear algo, mis amigas se fueron con juegos playeros para al final terminando en el mar, siendo una hora de descanso debo admitir que se fue rápido y en ningún momento sentí la desesperación por revisar que está pasando en las redes sociales o el mundo virtual.

Para terminar nuestras actividades en grupo decidimos salir de nuestra zona de confort y escogimos tomar clases de surf para principiantes nivel 0, aquí contamos con la ayuda de un guía especializado del surf report Olón, Marcos García, quien fue nuestro profesor con

más paciencia para enseñar; puedo recatar que pase la mayor parte del tiempo intentando mantenerme en la tabla pero fue una experiencia única para todas, al final de la actividad cada una de nosotras tuvimos nuestra foto de recuerdo una polaroid en la tabla de surf con nuestro equipo prestado. Esta actividad fue y es una de las que más te ayuda a despejarte de tus problemas diarios ya que la concentración es full en la actividad, ya terminando todo recogimos nuestras cosas y partimos a dejar nuestras bicicletas rentadas para así retomar nuestro camino al hotel.

Llegando al hotel experimente un sentimiento raro mientras llegaba a esas paredes, no sé si fue inquietud o tristeza por no querer regresar, ya en nuestra habitación nos arreglamos para regresar a Guayaquil tristes porque el día se fue volando; ya en el transporte nos fue imposible no mencionar los momentos que pasamos juntas a pesar de haber recreado un momento fotográfico en nuestros celulares sabemos que esta experiencia siempre la llevaremos en nuestra mente y corazón, en el momento del viaje nuestra encargada repartió nuestro último refrigerio que en verdad todas lo necesitamos un sandwich con una soda mediana más dulces, fue un viaje tranquilo cada una en su puesto hasta llegar a la ciudad de Guayaquil, ya cerca de nuestro punto final nos acordamos de nuestros celulares fue tan sorprendente para nosotras que en todo el viaje no los mencionamos ni sentimos una *ansiedad porque todo el día pasamos sin ellos*.

### ***DESPUES***

La hora de decir adiós a este día llegó, ya con nuestro equipaje en mano, nos otorgaron una sorpresa más para terminar el paquete; un kit de regalo con diferentes contenido como camisetas, llavero y mis dos favoritos un cupón de descuento en las clases de surf

que sin duda regresare para seguir viviendo esa experiencia además de una mini funda cacao orgánico siendo mi familia fan del chocolate le daremos un buen uso.

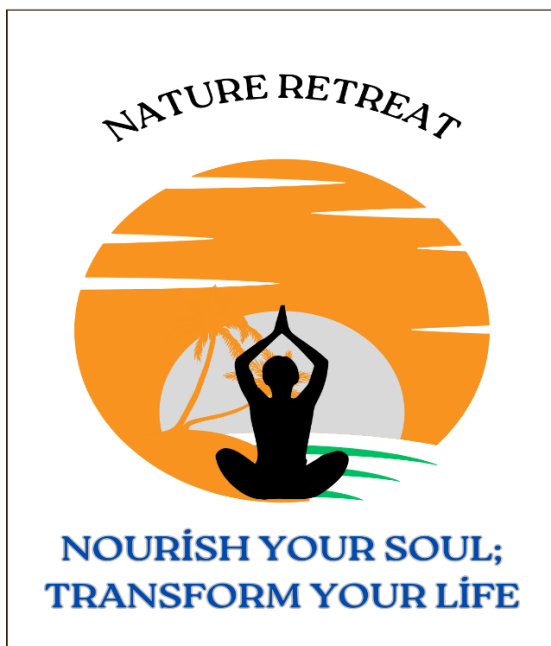
Este día fue divertido y tranquilo para todas hace mucho tiempo que no nos divertíamos así o pasábamos un día sin preocuparnos por noticias, o si se va la señal o si se llega perder el celular, en mi opinión fue un tour con todo lo esencial en actividades físicas para perdernos un rato de nuestros pensamientos por un día, ya que un cuerpo ocupado mente ocupada.

### **Aspectos adicionales**

Además de los elementos previamente analizados; existen aspectos adicionales que son cruciales en la comprensión integral del paquete turístico, estos aspectos complementarios permiten profundizar en el análisis y evaluar la viabilidad y potencial del crecimiento del proyecto. A continuación, se presentan los siguientes aspectos que se consideran relevantes para una comprensión mas relevante.

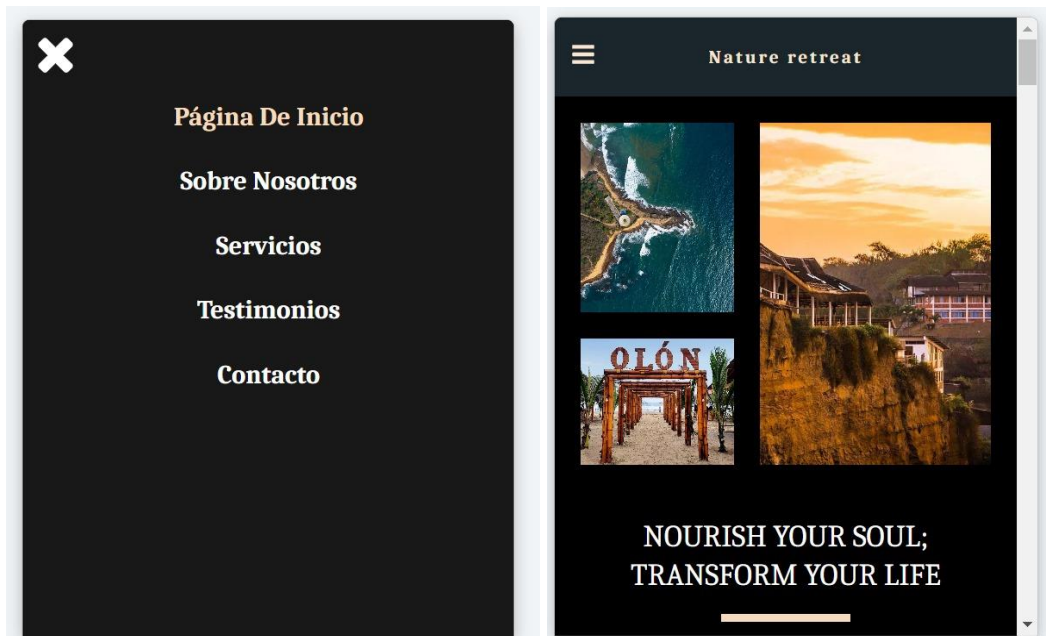
### **Logotipo**

En este primer punto se tomó en consideración que cara se va a presentar a los clientes, se elaboro un logotipo, nombre y slogan acorde al producto/servicio a ofrecer; una imagen que transmita nuestro mensaje: un viaje hacia un saludable yo, será un producto sencillo al principio acorde a nuestra segmentación de mercado; gente en busca de salir de su rutina y sus dispositivos móviles.

**GRAFICO 5. Marca****Sitio web**

Para la creación de la página web se dio con dos aspectos; primero con la ayuda de la estructura de un mapa mental; que permitió ir numerando que características llevara el sitio, luego se conto con la ayuda de una herramienta que permite la creación de estos sitios en 3 sencillos pasos; además ofrece la opción de disponibilidad del nombre para la página, así como GoDaddy, por último, accede a diferentes tipos de dispositivos móviles.

*En Anexos se adjuntaron mas pruebas del sitio web*

**FIGURA 6 Sitio Web****Elementos Publicitarios**

Siendo un elemento clave en la estrategia de marketing por la manera efectiva de comunicar un producto o servicio a la audiencia objetivo con el objetivo de generar interés e impulsar la acción, para el siguiente proyecto se tomó en consideración estos elemento:

- Anuncios
- Folletos
- Videos y fotos
- Carteles
- Redes sociales

En busca de transmitir nuestro mensaje de manera clara y atractiva, estos elementos a presentar se elaboraron tomando en cuenta las características y preferencias generales que nuestro publico objetivo tienen.

Figura 7. Folletos



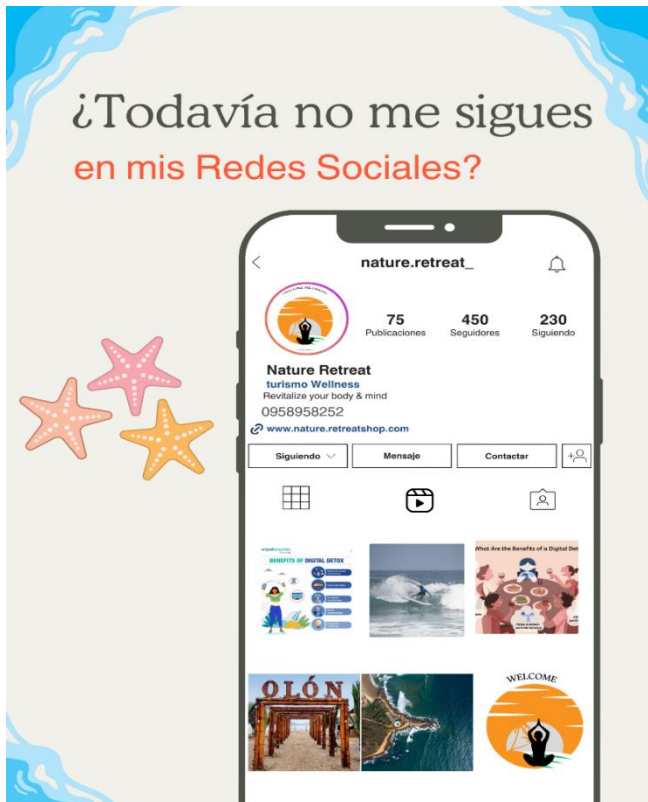
Figura 8. Anuncios en redes sociales



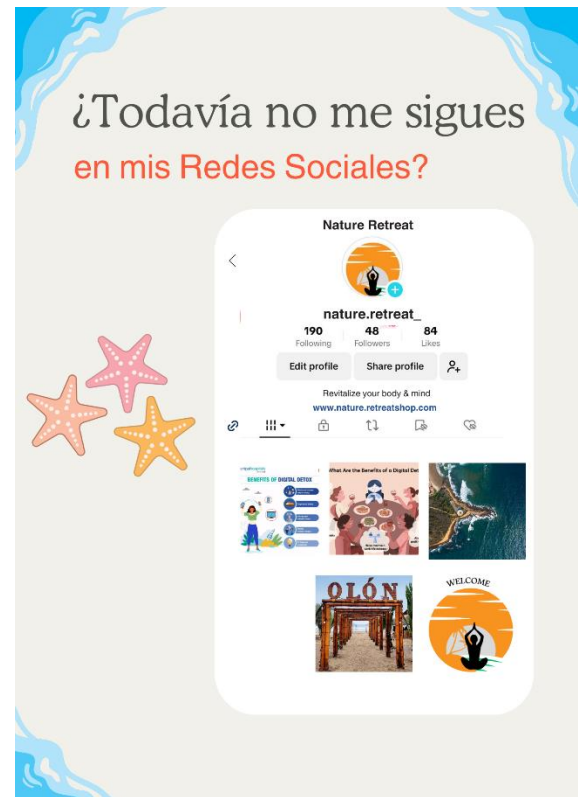


## Figura 9 Redes Sociales

### Instagram



### TikTok



## Conclusiones

- A raíz del previo estudio de las tendencias turísticas se puede definir el digital detox turismo como un viaje libre de tecnología de comunicación e información donde los turistas disfrutan de un viaje sin tecnoestrés.
- Para presentar una tendencia turística al mercado se lo debe realizar mediante un paquete turístico debido a que son prestamistas de servicios y operaciones turísticas como: alojamiento, transporte, recreación, etc. hacia un grupo de personas bajo un precio especial.
- Antes de ofrecer un paquete turístico se debe realizar un previo análisis a la oferta de la localidad Olon, aquí se realizó un estudio al segmento de mercado (Sexo: femenino, Edad: 22 a 37, tendencia a turismo wellness), también los diferentes servicios y proveedores que cuentan.
- Olon siendo un lugar playero, cumple con las matrices para el paquete; siendo una de las playas más grandes y tranquila de la costa ecuatoriana; con su clima cálido y la diversidad de flora y fauna que impulsa su turismo, así como los diferentes servicios turísticos.
- En otro aspecto se debe mencionar la demanda que este sitio atrae, en un resumen su tipo de turistas son personas que prefieren estar de excursiones con un 90% y también a turistas wellness; estos dos tipos de turistas prefieren actividades al aire libre tranquilas siendo perfecto para nuestro mercado objetivo.

- Esta comunidad además ofrece otros tipos de turismo: cultural, bienestar, aventura, sol y playa y ecoturismo siendo una oferta buena para la practica de mas de una actividad.
- Con todo el análisis realizado en el primer capitulo se debe hace énfasis a los problemas presente que tiene la comunidad; primero el nulo apoyo de las autoridades, además de la poca información turistica que cuenta la comunidad también las actividades turísticas a realizar, estos problemas nos llevan a comun denominador que es la falta de visitante que tendrá el sitio en un futuro.
- Aparte del estudio de la zona; se realizó un estudio técnico que tuvo enfoque en el fin, propósito y componentes para que de eso modo se puede tener un tiempo estimado de inicio y duración; estos pasos nos llevan a la creación de un cronograma y su debido presupuesto por los materiales y servicios a usar.
- La experiencia en este proyecto será libre de tecnología, el turista pasara su tiempo de ocio realizando actividades en la comunidad y playa; serán recorridos, ciclismo, surf, meditación, etc. el fin de estas actividades es tener a nuestro cliente ocupado, motivado y distraído del mundo electrónico
- La promoción del servicio se basará en las 7P del marketing que permitirán a nuestro producto expandirse y llegar a muchas puertas mediante la web y/o tiendas físicas.

### **Recomendaciones**

Mi primera recomendación es para el ministerio de turismo; siendo una entidad que debe prestar más atención a los diferentes servicios y atractivos que ofrece nuestro país entero; no solo concentrarse y trabajar mas en el lado de la sierra si no también la costa ecuatoriana que cuenta con atractivos escondidos que son de mucha utilidad para atraer mas turistas.

También se debe tomar en cuenta que mis futuros colegas cuenten con una visión de ver más allá a lo que Ecuador ofrece e ir actualizando nuestros servicios para que de ese modo tengamos mas oportunidades de abrir nuestras puertas a más extranjeros.

En otro aspecto, la comunidad estudiada es un sitio maravilloso y tranquilo que merece mas oportunidades que ser solo un sitio de paso para muchos jóvenes y adultos, la localidad cuenta con pequeños atractivos que pueden ser de buen aporte para la visita de mas turistas.

Además, los servicios hoteleros y gastronómicos de la comunidad poseen trabajadores con nulo estudio sobre la carrera, pero cuenta con un talento y carisma para atraer cliente, en mi opinión capacitaciones gratuitas para en estas áreas no vendrían mal, para que de ese modo el turismo en el Ecuador vaya avanzando.

Mediante el estudio realizado, la influencia de las redes sociales en el turismo es de gran ayuda para ofrecer, recomendar y atraer mas visitante a diferentes puntos, pero siempre se debe tomar precauciones al momento de comprar experiencias turísticas en la web si no cuenta con un punto fisico o previas recomendaciones de conocidos.

Por último, ofrecer un servicio nuevo e innovador siempre tendrá complicaciones al inicio y mas en este caso por ser una tendencia donde el uso de la tecnología es un 80% nula pero nuestro país y mente necesita un espacio libre para volver a lo que éramos antes disfrutar de nuestra tierra sin la ayuda de un dispositivo si no que viviéndola con tus propios ojos y sentidos.

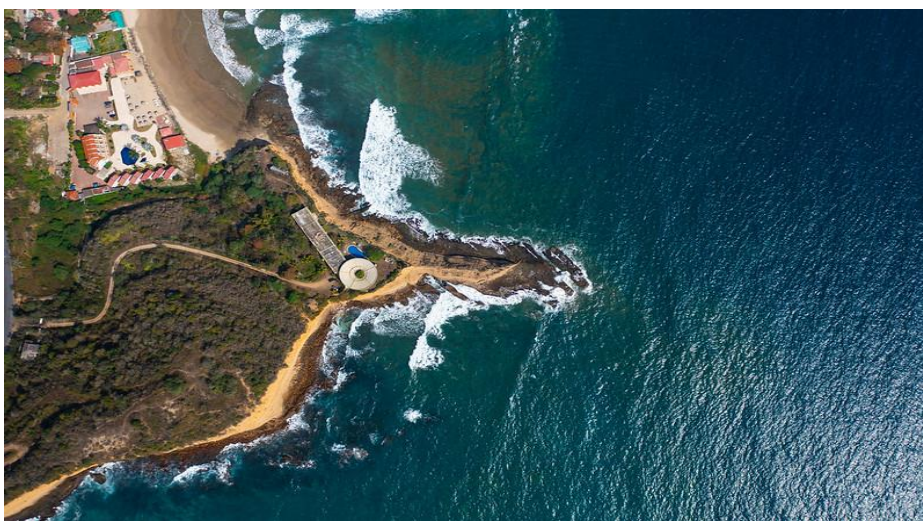
## Bibliografía

- Andres Garcia, Maria Suarez, Julio Vargas,. (marzo de 2022). *Aventurate Olon* .  
Obtenido de  
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3331/1/Tesis3500PEÑa.pdf>
- crespo, F. i. (Junio de 2021). *Universidad de Sevilla* . Obtenido de  
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/128368/CRESPO\\_FERNANDEZ\\_I\(179\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/128368/CRESPO_FERNANDEZ_I(179).pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Eduardo J.Pedrero-Perez, Sara Morales-Alonso, Jose Maria Ruiz sanchez de leon. (2021). *Adicciones*. Obtenido de  
<https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/1320/1092>
- Enciclopedia del Ecuador* . (s.f.). Obtenido de  
<https://www.encyclopediadelecuador.com/cordillera-chongon-colonche/>
- ESPOL. (2001). Obtenido de  
<http://www.pdpse.espol.edu.ec/documentos/proyectos/2001/manglaralto/olon1c01.pdf>
- ESPOL. (2019). Obtenido de  
<http://www.pdpse.espol.edu.ec/documentos/proyectos/2001/manglaralto/olon1c01.pdf>
- ESPOL. (2022). *Ecuador Ec*. Obtenido de <https://ecuadorec.com/habitantes-tiene-guayaquil-poblacion/>
- GARCIA, M. J. (2019). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA* .  
Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/[https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha\\_examen\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6021/Martha_examen_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Global wellness tourism* . (2013). Obtenido de <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>
- Guerrero Martínez, P. A. (2003). Campamento turístico pet friendly en el cantón Mira, Carchi-Ecuador. Quito, Ecuador. Obtenido de  
<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13850>
- Hacienda Olonche* . (s.f.). Obtenido de <http://www.olonche.com/>
- Inta Egger, Stu Leng Lei, Philipp Wassler . (21 de 02 de 2020). *Science Direct* . Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517720300248>
- Irfan Arikan, Ilker Ünsever, Salma Halioui . (2016). *De Gruyter* . Obtenido de  
<https://hrcak.srce.hr/file/259870>
- José Luis Borja Morán, Patricio Fernando Herrera Soriano, Jazmín Carolina Sánchez Llautong, Ms C. Julio Gavilanes. (s.f.). *ESPOL*. Obtenido de  
[https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24304/1/Art%C3%ADculo%20de%20Tesis\\_Borja-Herrera%20Sanchez.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24304/1/Art%C3%ADculo%20de%20Tesis_Borja-Herrera%20Sanchez.pdf)
- Jose Luis Moran, Julio Gavilanes Valle. (2010). *POLITECNICA*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://dspace.espol.edu.ec/bitstre>

- am/123456789/24304/1/Art%C3%ADculo%20de%20Tesis\_Borja-Herrera%20Sanchez.pdf
- Jose Luis Moran, Julio Gavilanes Valle. (2019). *POLITECNICA*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24304/1/Art%C3%ADculo%20de%20Tesis\_Borja-Herrera%20Sanchez.pdf
- Juan francisco arenas-escasos, Jose A. Folgado-Fernandez y Pedro R. palos sanchez. (20 de 04 de 2022). *Konrad*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v13n28/2027-5692-sdn-13-28-39.pdf>
- Levi Felix, forest . (2012). *Digital Detox* . Obtenido de <https://digitaldetox.com/our-story/>
- MONTALVAN, W. V. (2019). *Facultad de Filosofia Escuela de turismo* . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/909/1/07453.pdf
- Municipio de Santa Elena . (2020). *UPSE*. Obtenido de [http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-y-Ordenamiento-Territorial-Santa-Elena-20192023\\_compressed.pdf](http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-y-Ordenamiento-Territorial-Santa-Elena-20192023_compressed.pdf)
- Municipio de Santa Elena. (2009). Obtenido de [https://www.preventionweb.net/files/32621\\_3236932369santaelena11.pdf](https://www.preventionweb.net/files/32621_3236932369santaelena11.pdf)
- Municipio de Santa Elena. (2019). Obtenido de [https://www.preventionweb.net/files/32621\\_3236932369santaelena11.pdf](https://www.preventionweb.net/files/32621_3236932369santaelena11.pdf)
- Olon lo tiene todo*. (2020). Obtenido de <https://conociendolon0.webnode.com.ve/>
- Oviedo, C. (8 de 03 de 2021 ). *Psico Network* . Obtenido de <https://www.psiconetwork.com/que-es-el-tecnoestres-definicion-tipos-y-sintomas/>
- Sanchez, J. K. (agosto de 2020). *Universidad estatal peninsula de santa elena* . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5365/1/UPSE-TDT-2020-0012.pdf
- surfreportolon*. (2009). Obtenido de <https://www.surfreportolon.com/new-page>
- travelLife . (s.f.). *Vive viajando* . Obtenido de <https://www.viveviajando.ec/experiencias/cascadas-de-alex-una-aventura-selvatica-en-la-playa>
- turismo, M. d. (2021). Obtenido de [https://www.preventionweb.net/files/32621\\_3236932369santaelena11.pdf](https://www.preventionweb.net/files/32621_3236932369santaelena11.pdf)

## ANEXOS

### *ANEXO 1. COMUNIDAD OLON*

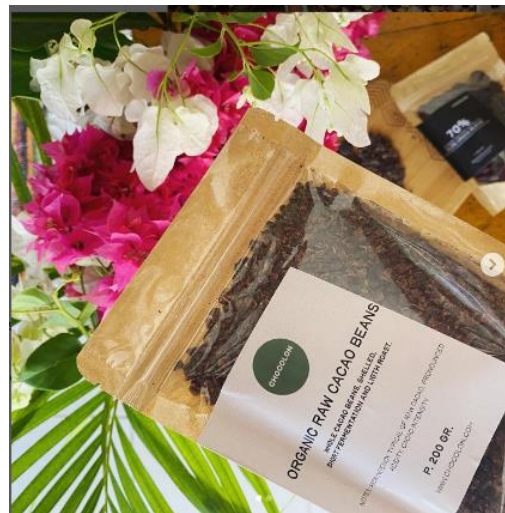


### *ANEXO 2. EXPERIENCIA TURISTICA*





- Regalos a los visitantes



### Kit bioseguridad Básica



**ANEXO 3. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES**

## Nature retreat Itinerary

FULL DAY

5:30 am	Salida de Guayaquil a Olon
6:30 am	Breve refrigerio
8:45 am	Check in- Gran Azul
9:00 - 9:45 am	Desayuno; Break
10:00 - 13:00 pm	Recorrido a la comunidad
13:15 - 14:20 pm	Playa Olon; Almuerzo
15:00 - 16:00 pm	Tiempo Libre; Actividades Opcionales
16:45 - 17:45 pm	Clases de surf para principiantes
18:30 pm	Regreso al hotel
18:40 pm	Salida de Olón a Guayaquil
21:45 pm	Llegada a Guayaquil

**NATURE RETREAT**

# KEEP CALM AND TRAVEL ON!

- ✓ AUTOBÚS
- ✓ DESAYUNO
- ✓ ALMUERZO
- ✓ RECORRIDOS
- ✓ HOTEL

FULL DAY; PROXIMAMENTE

**INFORMES AL:**  
 +593 0958958252  
[WWW.NATURERETREATSHOP.COM](http://WWW.NATURERETREATSHOP.COM)  
 @NATURE.RETREAT

**DESDE:**  
**\$227**

**ANEXO 4 SITIO WEB**

Estructura Mapa mental

