



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

Estrategias de promoción del cantón Salinas de la provincia de Santa  
Elena como destino turístico deportivo

**AUTOR:**

Lerqué Portés, Jean-Claude

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**TUTOR:**

Econ. Albán Alaña, Luis Fernando Mgs.

**Guayaquil, Ecuador**

**21 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Lerqué Portés Jean-Claude, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

**TUTOR**

---

Econ. Albán Alaña, Luis Fernando Mgs.

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Phd.**

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Lerqué Portés Jean-Claude

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: Estrategias de promoción del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR**

---

**Lerqué Portes Jean-Claude**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Lerqué Portés Jean-Claude

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Estrategias de promoción del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR:**

---

**Lerqué Portés Jean-Claude**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: Estrategias de promoción del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo , presentado por el estudiante Lerqué Portés Jean-Claude, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">TT-Lerque Jean-Claude.docx</a> (D143496717)
Presentado	2022-09-01 14:27 (-05:00)
Presentado por	jeanclerque@gmail.com
Recibido	luis.alban01.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TT_Lerque_Jean_Turismo <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	<b>0%</b> de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

En primera instancia quiero agradecer a Dios por haberme otorgado una familia que siempre ha creído en mí y me ha brindado su apoyo en todo momento, a mi tutor de tesis y a todos los docentes quienes han compartido su conocimiento durante todo el proceso académico y nos han preparado para convertirnos en profesionales.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de tesis a mis padres quienes me han formado como la persona que soy en la actualidad, a mis hermanos por motivarme a seguir adelante y apoyarme durante todo el proceso académico y a mi abuelita quien no está presente pero ha sido un pilar fundamental para mi formación académica.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.**  
TUTOR

---

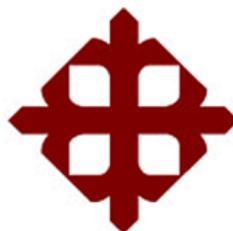
**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Ec. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Lerqué Portés Jean-Claude	

---

Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

**TUTOR**

# Índice General

## Contenido

1	CAPITULO I .....	9
1.1	MARCO TEORICO .....	9
1.1.1	Sistema Turístico.....	9
	Factor que permite el análisis de la relación entre los actores del turismo con diferentes grupos de interés. ....	11
	Permite la evaluación relacionada con el desarrollo del turismo y los impactos que este genera en los destinos turísticos.....	11
1.1.2	Modelo de toma de decisiones para viajes.....	12
1.1.3	Marketing y promociones .....	13
1.1.4	Turismo Sostenible .....	17
1.2	Marco referencial.....	19
1.2.1	Marketing deportivo.....	19
1.2.2	El impacto de los eventos deportivos.....	20
1.2.3	Turismo de eventos deportivos .....	21
1.3	Marco Legal .....	23
1.3.1	Constitución de la República del Ecuador .....	23
1.3.2	Plan toda una vida .....	23
1.3.3	Ley del deporte, educación física y recreación .....	24
1.3.4	Ley de turismo.....	24
1.3.5	Gad Salinas .....	25
2	CAPITULO 2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....	26
2.1	Tipo de investigación .....	26
2.2	Enfoque de la investigación .....	26
2.3	Población y Muestra.....	26
2.4	Herramientas de investigación .....	28
2.4.1	Observación.....	28
2.4.2	Entrevista.....	30
2.4.3	Encuesta .....	31
3	Capítulo 3 Análisis y discusión .....	33
3.1	Análisis de datos.....	33
3.1.1	Análisis de la herramienta observación .....	33
3.1.2	Análisis de las Entrevista .....	36
3.1.3	Análisis de las Encuestas .....	38

3.1.4	Análisis FODA.....	50
3.1.5	Análisis PEST .....	51
4	Capítulo 4.....	52
4.1	Conocer el perfil del turista .....	52
4.2	Estrategia .....	54
5	Capítulo 5.....	58

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.- Principales fuentes de ingreso del cantón Salinas</b> .....	3
<b>Tabla 2.- Problemas</b> .....	6
<b>Tabla 3.- Elementos del sistema turístico</b> .....	11
<b>Tabla 4.- Acciones que los organismos de gestión turística deben llevar a cabo</b> .....	15
<b>Tabla 5.- Objetivos de comunicación</b> .....	16
<b>Tabla 6.- Instrumentos de promoción</b> .....	17
<b>Tabla 7.- Tipos de marketing deportivo</b> .....	19
<b>Tabla 8.- Categorías de turistas deportivos</b> .....	21
<b>Tabla 9.- Clasificación tipos de turismo</b> .....	22
<b>Tabla 10.- Nivel socioeconómico de turistas</b> .....	27
<b>Tabla 11.- Número de visitantes en feriados</b> .....	27
<b>Tabla 12.- Dimensiones de fichas de atractivos turísticos</b> .....	28
<b>Tabla 13.- Dimensiones de la entrevista</b> .....	31
<b>Tabla 14.- Dimensiones y variables de la encuesta</b> .....	32
<b>Tabla 15.- Análisis geográfico del cantón Salinas</b> .....	33
<b>Tabla 16.- Análisis de la playa San Lorenzo</b> .....	34
<b>Tabla 17.- Análisis de la playa Chipipe</b> .....	35
<b>Tabla 18.- Análisis del atractivo turístico La Chocolatera</b> .....	35
<b>Tabla 19.- Análisis FODA</b> .....	50
<b>Tabla 20.- Análisis PEST</b> .....	51
<b>Tabla 21.- Perfil del turista (Género femenino)</b> .....	52
<b>Tabla 22.- Perfil del turista (Género masculino)</b> .....	53
<b>Tabla 23.- Estrategias de promoción de acuerdo al rango de edad (género femenino)</b> .....	54
<b>Tabla 24.- Estrategias de promoción de acuerdo al rango de edad (género masculino)</b> .....	55
<b>Tabla 25.- Actividades deportivas por temporadas</b> .....	57

## **Índice de figuras**

<b>Figura 1</b> Sistema turístico .....	10
<b>Figura 2.-</b> Esquema del proceso de tomas de decisiones para viajes .....	12
<b>Figura 3.-</b> Esquema metodológico .....	13
<b>Figura 4.-</b> Componentes del turismo sostenible.....	18
<b>Figura 5.-</b> Evolución del número de asistentes al GP de Motociclismo de España en Jerez de la frontera (2001-2012) .....	21
<b>Figura 6.-</b> Grafico del cantón Salinas .....	34
<b>Figura 7.-</b> Actividades durante el año .....	56

## **Resumen**

El siguiente proyecto de titulación embarca temas referentes al desarrollo del cantón Salinas como destino turístico deportivo. En el cantón Salinas existen recursos turísticos naturales en donde se reciben visitas tanto de turistas nacionales como extranjeros donde gran porcentaje de estos realizan actividades deportivas, por lo que el propósito de este trabajo de investigación es realizar estrategias de promoción para dar a conocer al cantón Salinas como un destino de turismo deportivo. Para lograr este objetivo se debió utilizar un proceso metodológico descriptivo y exploratorio, donde mediante encuestas realizadas a turistas se pudo obtener datos suficientes para analizar los perfiles de los visitantes del cantón. Finalmente se proponen estrategias que podrían llevarse a cabo para promocionar al cantón y lograr atraer mayor cantidad de turistas que puedan realizar la práctica de deporte.

**Palabras clave:** Estrategias, Salinas, turismo, turismo deportivo, turismo de deportes, marketing.

## **Abstract**

The following titling project embarks on topics related to the development of the Salinas canton as a sports tourism destination. In the Salinas canton there are natural tourist resources where visits are received from both national and foreign tourists where a large percentage of these carry out sports activities, so the purpose of this research work is to carry out promotional strategies to make the Salinas canton known. As a sports tourism destination. To achieve this objective, a descriptive and exploratory methodological process should be used, where through surveys carried out on tourists, sufficient data could be obtained to analyze the profiles of those from the canton. Finally, strategies are proposed that could be carried out to promote the canton and attract more tourists who can practice sports.

**Key words:** Strategies, Salinas, tourism, sports tourism, sports tourism, marketing

## **Introducción**

El cantón Salinas, ubicado en la provincia de Santa Elena, se encuentra localizado en el accidente geográfico más saliente de la zona costera del Ecuador y de América del Sur. Es considerado uno de los mejores balnearios del Ecuador es un importante destino turístico para turistas nacionales e internacionales debido a sus atractivos, sus playas y su posición geográfica que permite el desarrollo de actividades deportivas.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas muestra interés de fomentar el desarrollo económico y turístico del cantón, por lo que lleva un registro de todos los factores que como conjunto ayudan a fomentar el desarrollo económico mediante los atractivos que se encuentran puestos en el mercado y contribuyen a comparar la oferta turística del cantón y el país.

Por este motivo mediante una participación con organismos de turismo se ha considerado e identificado los atractivos turísticos potenciales oficiales del cantón, por lo que se ha llevaran a cabo estrategias de desarrollo puntuales para el progreso del sector turístico.

El cantón cuenta con un alto potencial turístico, lo que convierte a esta actividad en la mayor fuente de ingresos de este destino y contribuye en gran cantidad con el desarrollo económico, de acuerdo al Ministerio de Turismo durante los 8 feriados nacionales del año 2019 el turismo generó un ingreso de 385,7 millones de dólares.

El turismo deportivo se desarrolla cada año en el cantón Salinas, este destino se han celebrado importantes eventos en los que destacan el Mundial de Surf celebrado el año 2014, Copa Panamericana de Triatlón 2016, Copa Mundo de Triatlón en los años 2016 y 2018 y Copa América de Triatlón 2022, esto genera que el cantón sea considerado un destino que genera turismo deportivo además del de sus atractivos naturales como sus playas, donde también se generan eventos importantes como campeonatos de vela y pesca deportiva .

## Antecedente

El cantón Salinas, ubicado en la provincia de Santa Elena, se encuentra localizado en el accidente geográfico más saliente de la zona costera del Ecuador y de América del Sur, es el principal balneario de la provincia de Santa Elena y del país. 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 (GAD Municipal de Salinas).

De acuerdo a los datos obtenidos del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Salinas elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salinas (GAD), los recursos económicos de la población ubicada en el cantón Salinas provienen de actividades económicas tales como: a) turismo b) pesca artesanal c) comercio y otras actividades que se describe en la tabla 1.

**Tabla 1.- Principales fuentes de ingreso del cantón Salinas**

<b>Actividad</b>	<b>Características</b>
Turismo	Es la mayor fuente de ingresos, en donde la población se ve identificada con grupos económicamente activos y su contribución al desarrollo local, efectos sociales y desarrollo económico que genera esta actividad para la población local a causa de los turistas. El promedio de edad de visitantes es de 21 y 30 años de edad, el presupuesto de estadía es de un fin de semana y el presupuesto estimado de gasto esta entre \$100 y \$200.
Pesca artesanal	Esta actividad económica genera un mayor porcentaje de empleo a su población, por medio de los puertos de Salinas, Anconcito y Santa Rosa los cuales destacan por los desembarques y comercialización de pescados como: dorados, atunes, picudos, pez espada, corvina, perela, camotillo, cabezudo y tiburones. Al abastecer a flotas, la pesca promueve un importante número de generación de empleo directo e indirecto a pequeños microempresarios cuyos ingresos rondan de USD 10,000 a 39,000.
Comercio	Es un rubro económico en el cantón donde un gran número de sus habitantes se dedican a distintas actividades de comercio como complemento, como el caso de las asociación que trabajan en las playas, trabajadores de centros comerciales, farmacias, etc.

Fuente: (GAD Municipal de Salinas)

Según la Organización mundial del turismo (OMT, s.f.) el turismo deportivo es uno de los campos de que crecen con mayor rapidez. Un ejemplo de ello se da en España de acuerdo a datos publicados por Egatur (Estadística de Gasto Turístico) y el INE, donde se destaca que este tipo de turismo generó alrededor de 5.440 millones de euros en el 2019. En porcentaje, representa un 6,9% más que en el 2018.

Asimismo la Organización Mundial del Turismo (OMT, s.f.) Los eventos deportivos de varios tipos atraen a turistas, sean participantes o espectadores. Existen eventos deportivos como los Juegos Olímpicos o el Mundial de Fútbol que favorecen al desarrollo de este tipo de turismo.

Actualmente el cantón Salinas cuenta con la práctica de las siguientes actividades deportivas como: Carreras de Ruta 5k, 10k y 20 k, Campeonatos de surf y bodyboard, torneos de triatlón, challengers de tenis y pesca deportiva.

## **Planteamiento del problema**

Salinas posee un alto potencial turístico, durante los 8 feriados nacionales en 2019, se dinamizó la economía en 385,7 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2019), sin embargo, existen diversos factores que no permiten que el destino sea el cantón bandera del turismo en la región costa y a nivel país.

El cantón Salinas es un destino vulnerable al invierno debido a que solo el 15% de la cabecera cantonal cuenta con un sistema de alcantarillado. Y los sistemas de aguas residuales apenas logran alcanzar el 40 % de cobertura. (Salinas, 2020)

No existe un estudio actualizado que permita conocer la carga turística que puede soportar el cantón, por lo cual no es posible trabajar en servicios básicos, seguridad y parqueo.

Las obras viales en la provincia de Santa Elena han tenido un impacto positivo para la población y actividades económicas ya que ha permitido mayor conectividad entre zonas y el turismo se ve beneficiado. Las propuestas de la Prefectura de Santa Elena para potenciar el turismo son: apoyar, promocionar y capacitar para la diversificación de la actividad turística en los ámbitos cultural, arqueológico, religioso, ecológico y de aventura. Sin embargo, es algo que a día de hoy no se ha visto reflejado.

El plan de turismo 2022 contaba con una planificación para sacar adelante el turismo en el cantón, en donde una de sus propuestas era llevar a cabo estudios de demanda y oferta turística e implementar políticas turísticas, planes de desarrollo turístico y programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos, además de la creación de una guía turística. Aun así, no se menciona en gran cantidad el turismo deportivo.

Basándonos en los elementos del sistema turístico, en la siguiente tabla se detallarán los problemas que afectan a cada uno de ellos en el cantón Salinas.

**Tabla 2.-** Problemas

<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>
Demanda	Asiste gran cantidad de turistas, lo cual afecta la capacidad de carga del cantón, lo que provoca su saturación y congestión.
Infraestructura	Las principales vías de acceso al cantón se encuentran asfaltadas, sin embargo existen vías que no se encuentran en buenas condiciones dentro del mismo.  Sistema de alcantarillado en malas condiciones.
Oferta	De acuerdo con los datos del catastro turístico Del Ministerio de Turismo (MINTUR), la capacidad de camas y de sillas no abastece en temporada alta y feriados.
Superestructura	Gran cantidad de establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y hoteles no se encuentran en las mejores condiciones.
Comunidad receptora	Gran porcentaje de su población no posee un trabajo estable.

**Fuente:** Elaborado por el autor

## **Pregunta de investigación**

¿Como se verá beneficiado el Cantón Salinas con la implementación de estrategias para promocionarlo como destino turístico deportivo?

## **Justificación**

Esta investigación es importante para el desarrollo turístico del cantón Salinas debido a que estas estrategias que se plantean pueden ayudar a mejorar las motivaciones de visita turística al cantón Salinas. Es por ello que este trabajo de investigación pretende generar estrategias, para así mejorar los ingresos por actividad turística en el cantón Salinas y generar una mejora continua de esta actividad de turismo deportivo que ya ocurren en el cantón, además ayuda al destino a conocer sus bondades geográficas para la práctica adecuada del turismo de sol y playa.

Otra de las razones para realizar este proyecto se da debido a que el cantón debe ser aprovechado a causa de que es conocido como el principal balneario de la provincia y del país, el cual se debe aprovechar por turistas nacionales y extranjeros, lo que permitirá que la divulgación del cantón como destino turístico deportivo contribuya al desarrollo turístico y económico y social, lo que será un mecanismo en donde se establecerán cambios educativos, sociales y económicos que permitirá a la municipalidad del cantón Salinas a mejorar su promoción de turismo deportivo para incrementar la demanda de la actividad turística y generar un mayor número de plazas de empleo.

El desarrollo de este trabajo permitirá compartir el potencial turístico que ofrece el cantón Salinas, destacando sus condiciones para la práctica de turismo deportivo ya que en el cantón se realizan diversas actividades como: buceo, tabla, vela, volley playero, jet ski y pesca deportiva. Además campeonatos deportivos internacionales como los Challengers de Tenis.

## **Objetivo General**

Diseñar estrategias de promoción turística para potenciar al cantón Salinas como destino turístico deportivo a través de un estudio de mercado que permita analizar el perfil de los turistas que visitan el destino.

## **Objetivos específicos**

- Identificar modelos y teorías aplicadas a la promoción de destino turístico deportivo.
- Analizar la oferta y demanda del turismo deportivo en el cantón Salinas para que sea posible del desarrollo de perfiles de visitantes.
- Proponer estrategias de promoción para incrementar la demanda de turismo deportivo en el cantón Salinas.

# **1 CAPITULO I**

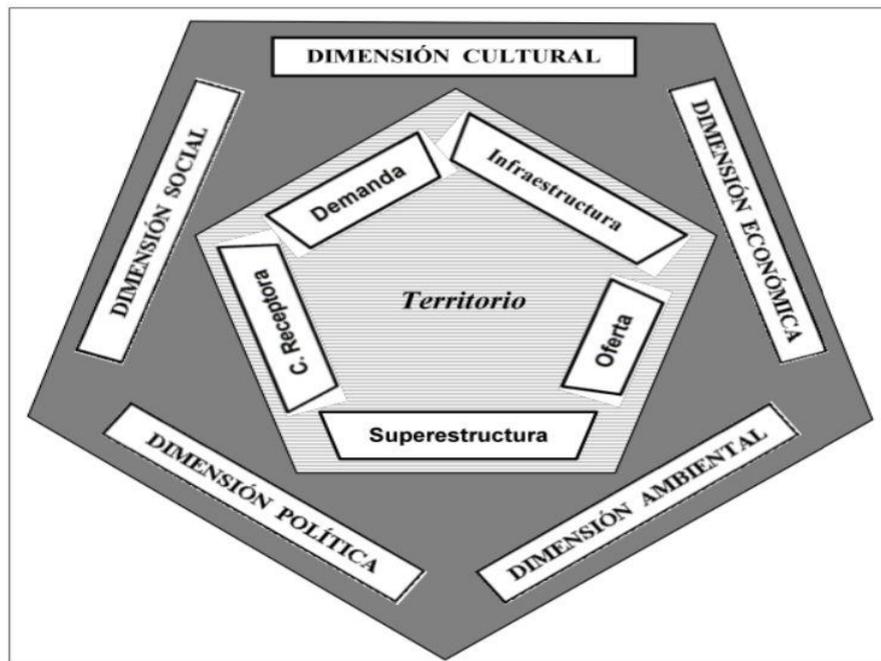
## **1.1 MARCO TEORICO**

La teoría es un paso importante para definir las variables del entorno turístico y del tema en estudio. Si bien es cierto, el turismo deportivo es una actividad que genera un aporte importante para el desarrollo económico de los destinos turísticos donde se practica esta actividad, por tal motivo se presentan a continuación las siguientes teorías de soporte para este trabajo de investigación, donde se procedió a analizar fuentes de diversos trabajos profesionales y estudios relacionados al turismo deportivo y desarrollo económico mediante marketing turístico, de donde se ha podido tomar información interesante que puede ser considerada en este trabajo, que permitirá el desarrollo del cantón Salinas.

### **1.1.1 Sistema Turístico**

En la investigación desarrollada por (Varisco, 2013) se detalla la función del sistema turístico, el cual es un conjunto de elementos utilizados para describir los aspectos más notables de la actividad turística, se compone por una base de dimensiones externas como: dimensión política, social, cultural, ambiental y económica, también está compuesto por una base de influencias internas, estos son: superestructura, oferta, demanda infraestructura y comunidad receptora; cómo podemos visualizar en la figura 1, estos elementos están relacionados como una estructura sólida con bases en el desarrollo local en los diferentes factores que lo componen y se podrán visualizar en la siguiente figura elaborada por el mismo autor.

**Figura 1** Sistema turístico



**Fuente:** (Varisco, 2013)

El sistema turístico se caracteriza por contar con una combinación de elementos que son necesarios y deben satisfacer la necesidad para los turistas que visitan un destino en respuesta a sus expectativas y motivaciones. En la siguiente tabla se detallará cada elemento que conforma el sistema turístico:

**Tabla 3.- Elementos del sistema turístico**

<b>Elementos</b>	
Demanda	Cantidad de personas que viajan lejos de su lugar de residencia para realizar consumos, utilizar y adquirir productos en el destino turístico.
Oferta	Parte del sistema que se encuentra establecido por bienes y servicios destinados en el mercado.
Infraestructura	Es la parte del sistema turístico que abarca las obras servicios del destino y brindan apoyo a las actividades económicas
Superestructura	Compuesta por organizaciones públicas o privadas relacionadas a la actividad turística, donde se representa a los prestadores de servicio de este sector con el objetivo de ajustar a las necesidades, la función de cada una de estas organizaciones que forman parte del sistema.
Comunidad receptora	Sistema integrado por los habitantes del destino turístico que no tienen una conexión directa con esta actividad.
Dimensión económica	Permite analizar el contexto económico del destino turístico.
Dimensión cultural	Sistema encargado de analizar la relación entre el turismo y cultura.
Dimensión social	Factor que permite el análisis de la relación entre los actores del turismo con diferentes grupos de interés.
Dimensión ambiental	Permite la evaluación relacionada con el desarrollo del turismo y los impactos que este genera en los destinos turísticos.
Dimensión política	Determinante fundamental para el desarrollo de estrategias que permiten analizar las políticas implementadas en el sistema turístico.

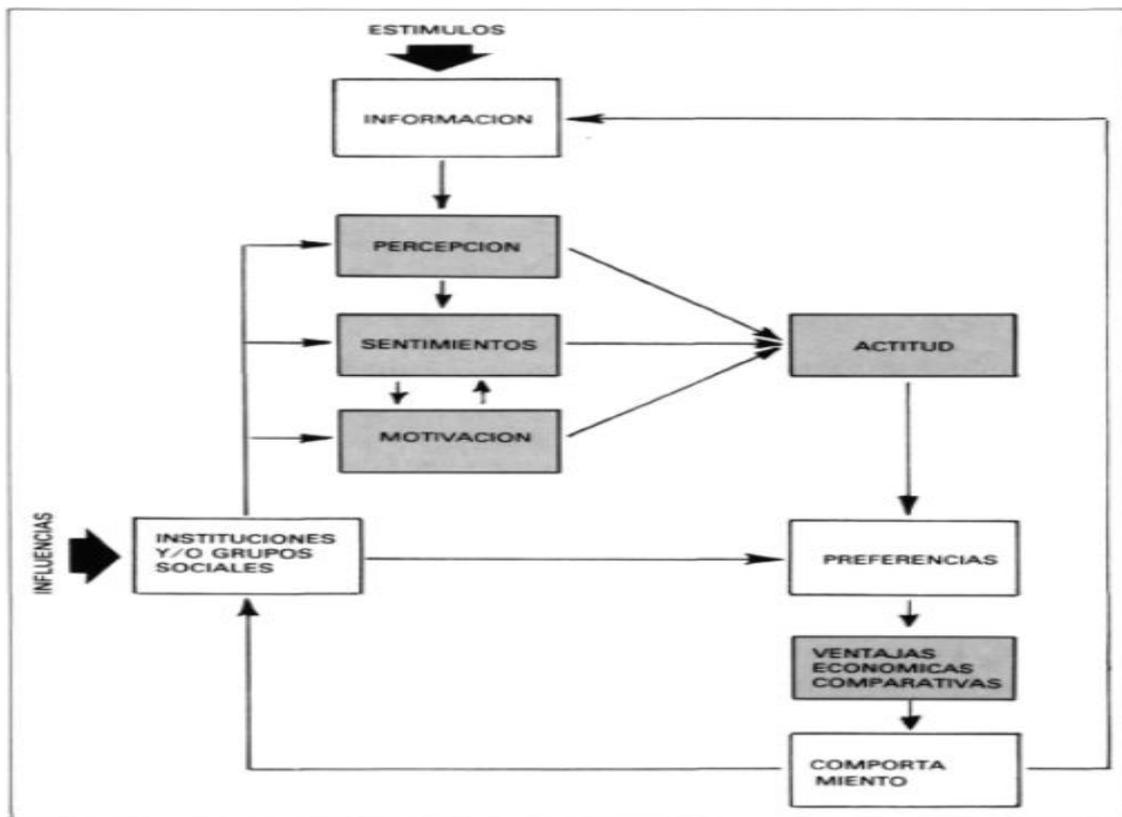
Elaborado por el autor

### 1.1.2 Modelo de toma de decisiones para viajes

En el trabajo desarrollado por (Acerenza, 1987) se realiza un análisis acerca del proceso de tomas de decisiones para realizar un viaje, entre estas influyen diferentes aspectos como: aspectos económicos, políticos y sociales en la decisión de viajes.

Para poder observar de una manera más sencilla el proceso de toma de decisiones para viajes vacacionales, en la siguiente figura 2 se detallará de manera clara, como el turista en un momento dado puede ser persuadido para tomar una decisión favorable o desfavorable y los factores que debe tener en cuenta para la selección de un destino turístico.

**Figura 2.-** Esquema del proceso de tomas de decisiones para viajes



Fuente: (Acerenza, 1987)

### 1.1.3 Marketing y promociones

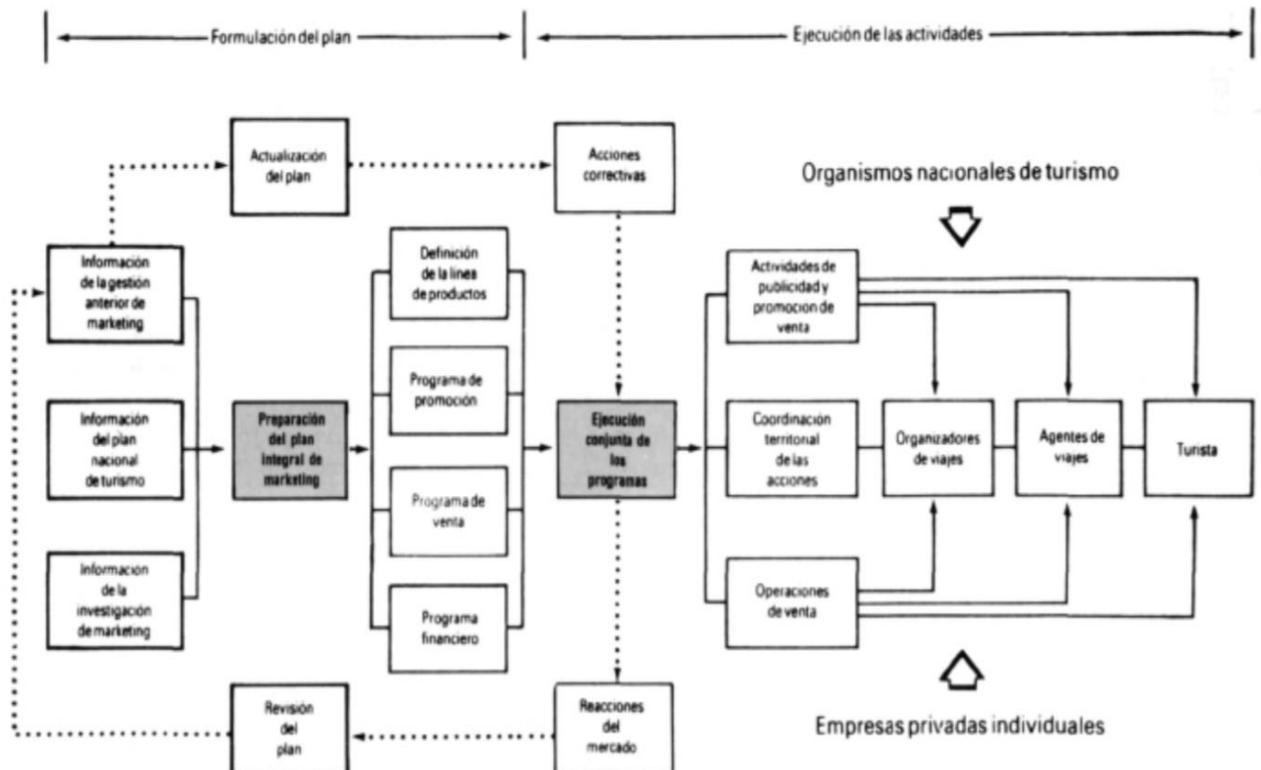
Acerenza (1987) en su trabajo realizado acerca del análisis y perspectivas del marketing turístico en Latinoamérica, se refiere a que las acciones de marketing que se han llevado a cabo en Latinoamérica hacia los mercados internacionales han producido avances considerables, sin embargo, se debe reconocer que en algunas casos no responden a un verdadero plan integral de marketing y que se tratan de casos apartados que contribuyen muy poco al incremento de turistas en el mercado.

Por tal motivo se puede afirmar que necesario una metodología de marketing turístico en donde los países de la región y empresas que se dedican a la venta de productos turísticos en los mercados internacionales se vean beneficiados.

Por eso se presenta una metodología para la captación de turistas que permita el desarrollo del turismo interno en donde se presenta un esquema metodológico en donde se puede ejecutar la coordinación y conducción de operaciones en los mercados como se presenta en el esquema a continuación

#### 1.1.3.1 Esquema metodológico para la preparación y ejecución de los planes integrales de marketing turístico

Figura 3.- Esquema metodológico



Fuente: (Acerenza, 1987)

### **1.1.3.2 La comunicación de un destino turístico**

Un estudio fue realizado por los autores (Latiesa & Paniza, 2006) con el propósito de analizar conceptos y las clasificaciones de turismo deportivo, en donde se pudo determinar que el turismo deportivo dedicado directa o indirectamente se encuentra en aumento por cual se debe proponer un modelo competitivo donde se pueda dar a conocer un destino en donde se cuente con los elementos de esta actividad y así identificar el perfil de los turistas visitantes para poder ofrecer nuevas predisposiciones a futuro.

Para poder proponer un modelo competitivo mediante una promoción turística se obtuvo información del trabajo de investigación de (Millet, 2011) basado en la imagen de un destino turístico como herramienta de marketing, en donde se analizan los instrumentos más convenientes que permitan promocionar los destinos turísticos haciendo énfasis en herramientas de comunicación.

Basándose en la investigación desarrollada por el mismo autor anteriormente mencionado una de las características con las que cuenta el mercado turístico es que en esta actividad se debe desplazar desde el lugar de residencia hasta el punto donde se encuentra el destino turístico para aprovechar sus servicios, lo que implicaría un diferente planteamiento de comercialización al que se encuentra puesto en el mercado.

Antiguamente el sector privado gestionaba únicamente la distribución del producto turístico mientras el sector público estaba a cargo de la promoción turística. Con el tiempo se consideró que es necesaria una colaboración entre los sectores públicos y privado que permita un colocar un destino turístico en la posición adecuada en el mercado. (Gallarza, 2000).

De acuerdo con (Ejarque, 2005), los organismos encargados de gestión turística deben llevar a un plan de calidad integral en diferentes ámbitos que influyan en el destino turístico, a continuación en la tabla 3 se detallará cada uno de los ámbitos que permitirán que el destino turístico se establezca como destino de calidad

**Tabla 4.-** Acciones que los organismos de gestión turística deben llevar a cabo

<b>Acciones</b>	<b>Objetivos</b>
Iniciativas públicas	<p>Incitar a las administraciones públicas a implantar una política de desarrollo y de crecimiento sostenible en el medio ambiente.</p> <p>Procurar mejorar la accesibilidad y la movilidad interna dentro del destino turístico.</p> <p>Incrementar la seguridad por el bien del destino turístico y que los turistas tengan una mejor percepción del mismo.</p>
Seguridad ciudadana	<p>Que los turistas tengan la facilidad de denunciar problemas de seguridad y que a su vez sean atendidos en puestos policiales de manera apropiada cuando sea necesario.</p> <p>Desarrollar las condiciones adecuadas para que el destino obtenga una percepción como un lugar seguro.</p>
Relaciones entre el sector público y sector privado	<p>Desarrollar un proceso de comunicación entre los sectores</p> <p>Proponer actividades de desarrollo entre ambos sectores.</p> <p>Implementación de tecnología que rinde información y gire en torno al sector turístico.</p> <p>Realizar capacitaciones para los profesionales y empleados que se dedican al sector turístico.</p>
Servicios de información para los turistas	<p>Establecer un servicio donde se proporcione información turística de calidad.</p>
Control y monitorización del nivel de calidad	<p>Implementar sistemas que permitan controlar el nivel de satisfacción de turistas.</p> <p>Instaurar sistemas de control y de información sobre el nivel de satisfacción de los profesionales del sector.</p>

Una vez que ha sido elaborado el plan para crear las condiciones convenientes para que un destino sea reconocido como destino de calidad, se deberá emprender un proceso de comunicación acerca del destino dirigido a los turistas (Bigné, Andreu, & Font, 2000).

### 1.1.3.3 Objetivo de comunicación de un destino turístico

El objetivo de la comunicación de un destino turístico es lograr una posición idónea hacia la mente del consumidor, por lo tanto, la base de la comunicación tiene objetivos planteados que se mostraran a detalle en la siguiente tabla:

**Tabla 5.-** Objetivos de comunicación

<b>Objetivo</b>	<b>Descripción</b>
Atracción	Notoriedad: Dar a conocer el destino o la marca con la finalidad de posicionarlo en la mente del turista. Posicionamiento: Situar al destino en un entorno competitivo al marcar la diferencia entre sus competidores. Desmitificación: Eliminar barreras psicológicas que afectan al consumo de un producto turístico (Por ejemplo la inseguridad del destino turístico)
Fidelidad	Estabilizar la cuota de mercado de los turistas para que consuman nuevamente en el destino y evitar que vayan con la competencia.
Facilitación	Lograr que el turista tenga una experiencia más satisfactoria logrando que conozca mejor las opciones que ofrece el destino.

**Fuente:** (Millet, 2011)

### 1.1.3.4 Instrumentos de promoción

En el trabajo de investigación realizado por (Millet, 2011) se destacan los principales instrumentos de promoción que son utilizadas por las empresas del sector turístico para promocionar un destino y por tanto crear distintivas imágenes de los destinos que puedan conservarse con el tiempo.

**Tabla 6.-** Instrumentos de promoción

<b>Instrumentos de promoción</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Relaciones públicas</b>	Proyectar una imagen positiva y favorable del destino a largo plazo hacia los turistas, intermediarios y población local. (Bigné, Andreu, & Font, 2000)
<b>Los workshops</b>	Actividad consolidada dentro de grandes ferias internacionales relacionadas al turismo donde se crean espacios de encuentros paralelos que donde se facilita un contacto más directo entre representantes y consumidores.
<b>La participación en ferias y eventos</b>	Forma de presentación fundamental de corta duración, importante para crear la imagen de un destino turístico. Se debe llegar a un acuerdo de decisión para la cantidad de recursos económicos que se deberán destinar para que la relación costo-beneficio sea la adecuada (Bigné, Andreu, & Font, 2000).
<b>La promoción de ventas</b>	Un instrumento de comunicación que se utiliza para fomentar la compra a corto plazo, como ejemplo las ofertas de último minuto en donde se compra o se vende el producto a un precio especial.

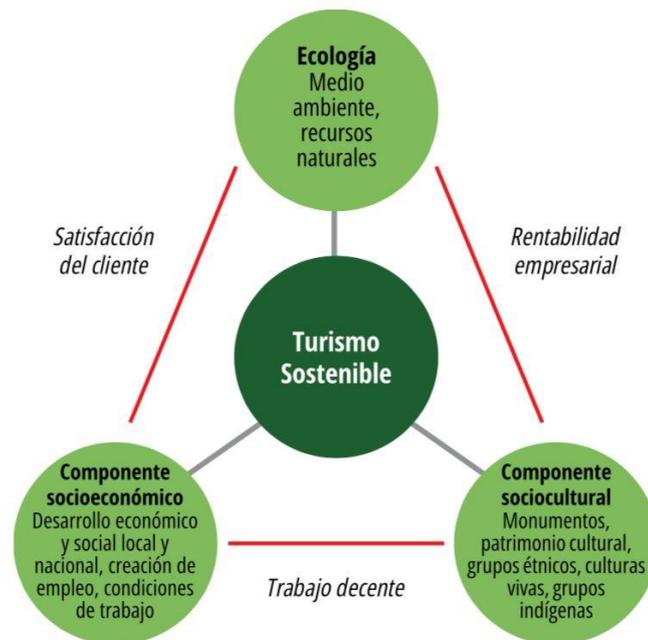
### 1.1.4 Turismo Sostenible

La definición de turismo sostenible según la Organización Mundial del Turismo (OMT, s.f.) es aquel que tiene en cuenta las necesidades del turista y fomenta las oportunidades a futuro. Se proyecta como una vía en donde se pueden satisfacer necesidad de índole económica, social y estético, respetando el entorno y diversidad biológica.

El plan para el desarrollo de la práctica de turismo sostenible en el Ecuador se encuentra plasmado en el plan nacional de turismo elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2019), en donde se llevará a cabo una planificación estratégica y desarrollo turístico a nivel nacional, con la finalidad evitar sobrecarga en los destinos turísticos y así ser responsable con el medio ambiente y recursos naturales.

De acuerdo a la Oficina Internacional del Trabajo (OIT, 2017) el turismo sostenible cuenta con diversos mecanismos que permitirán un buen desarrollo de esta actividad, que permitirá la comprensión de problemas ambientales, donde se deberán proteger el entorno natural y los ecosistemas. A su vez permitirá contribuir a la economía y desarrollo de las comunidades locales.

**Figura 4.-** Componentes del turismo sostenible



#### 1.1.4.1 Beneficios del turismo sostenible para la economía

De acuerdo a la investigación desarrollada por (Nogueras, 2010) la implementación de turismo sostenible genera una importante cantidad de beneficios sociales y económicos ya que genera plazas de empleo, aporta a la economía y le brinda un valor estético al destino, esto se debe a que las actividades de turismo activo, generan un gran impacto económico, ya que el gasto realizado por este tipo de turista genera mayor efecto en empleos locales.

## 1.2 Marco referencial

### 1.2.1 Marketing deportivo

En su trabajo de investigación (Galofre, 2014) define al marketing como aquella actividad que tiene como objetivo satisfacer deseos y necesidades del consumidor.

Refiriéndose al marketing deportivo, Galofre lo define como aquel que satisface las necesidades de los consumidores, en este caso al turista deportivo. El consumidor de turismo deportivo tiene un comportamiento distinto debido a que no solamente existe un modelo de consumidor, pues estos se clasifican en diversas categorías que posteriormente serán analizadas.

Asimismo, se distinguen diferentes tipos de marketing deportivo según su naturaleza que se podrán diferenciar en la siguiente tabla.

**Tabla 7.-** Tipos de marketing deportivo

<b>Tipos de marketing deportivo</b>	<b>Objetivo</b>
Marketing del deporte en general	Basado en la transmisión de mensajes genéricos, de parte de empresas públicas o privadas con el objetivo de difundir los beneficios relacionadas con la práctica deportiva.
Marketing de eventos deportivos	Cuenta con dos objetivos donde uno de ellos es promocionar una cita o evento deportivo y por otro lado dar a conocer marcas las cuales han invertido para el desarrollo del evento y así poder aumentar sus beneficios y mejorar su imagen.
Marketing de productos o servicios deportivos	Su idea es promocionar otros productos por medio del deporte ya que las marcas podrían beneficiarse a través de la imagen que emite esta actividad y así atraer al público objetivo.

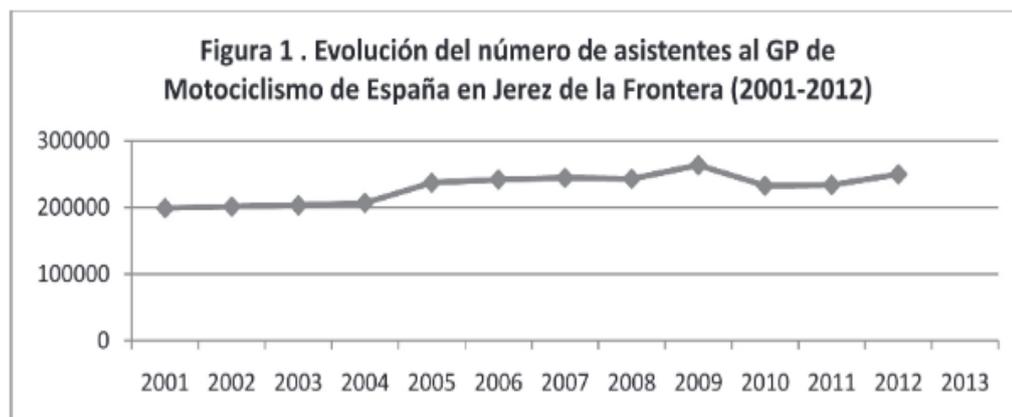
**Fuente:** (Galofre, 2014)

### **1.2.2 El impacto de los eventos deportivos**

Según (Fernández, 2014) en su caso de estudio sobre el impacto turístico de los eventos deportivos menciona que el impacto turístico generado por la celebración de grandes eventos deportivos ha llevado a la creación de una materia de investigación denominada turismo de eventos centrada en el estudio de repercusión turística derivada de sus organizaciones, particularmente el objetivo principal de su investigación se basó en el análisis de uno de los eventos más conocidos en el mundo que es el Gran Premio de Motociclismo de España donde se realizó un estudio en la ciudad sede de este evento, tratándose de Jerez, frontera con Andalucía.

Como mencionaba Fernández anteriormente, se considera al Gran Premio de Motociclismo de España como uno de los eventos deportivos con mayor repercusión en el mundo, supera los 3 millones de personas en España lo que a audiencias televisivas se refiere, y en resto de países europeos como España, Italia, Reino Unido, Francia y Alemania gira alrededor de 15 millones de espectadores. Tiene una influencia importante en el sector turístico en donde cada año asisten más de 250.000 espectadores al que se le suman espectadores que no asisten al circuito, sin embargo, acuden a la zona debido a las ofertas complementarias que ofrece esta celebración deportiva como conciertos, fiestas, etc. De acuerdo al Consejo de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía un número de 219.020 visitantes acudió al evento celebrado en el año 2013, lo que equivale a un crecimiento del 19,9% en comparación al año 2012. En la siguiente figura se podrá visualizar con mayor detalle el aumento del número de visitantes en la zona sede de este evento.

**Figura 5.-** Evolución del número de asistentes al GP de Motociclismo de España en Jerez de la frontera (2001-2012)



**Fuente:** (Fernández, 2014)

### 1.2.3 Turismo de eventos deportivos

(Latiesa y Paniza, 2006) definen al turismo deportivo como aquel que se refiere a actividades relacionadas al deporte que se practican en el lugar ordinario de residencia, estos pueden ser en instalaciones creadas por el hombre o medios naturales.

Se define a los turistas deportivos como aquellos que durante sus vacaciones deciden participar en actividades deportivas, se puede definir a este tipo de turistas en tres categorías que serán mostradas en la siguiente tabla.

**Tabla 8.-** Categorías de turistas deportivos

<b>Categoría</b>	<b>Definición</b>
Participantes del evento	Turistas que asisten a un evento relacionado al deporte con el fin de participar en él.
Espectadores del evento	Turistas que asisten a un evento deportivo que se encuentra organizado.
Amantes del deporte	Aquellos que realizan el viaje con el objetivo de participar en deporte de manera auto-organizada.

**Fuente:** (Fernández, 2014)

Asimismo (Fernández, 2014) distingue cinco tipos de turismo deportivo mostrados en la siguiente tabla.

**Tabla 9.-** Clasificación tipos de turismo

<b>Clasificación</b>	<b>Concepto</b>
Resort	Se refiere a complejos turísticos donde la actividad deportiva es su principal atracción además de ofrecer otra variedad de servicios.
Cruises	Se trata de cruceros donde el objetivo principal del viaje es ofrecer actividades deportivas y compartir con estrellas del mundo deportivo.
Attractions	Haciendo referencia a atracciones de condición natural o creadas por el hombre donde se puede realizar la práctica de turismo deportivo.
Tours	Viajes relacionados al deporte donde se pueden realizar distintas actividades como visitar instalaciones deportivas o practicar turismo de aventura.
Events	Tipo de turismo donde los turistas asisten a un evento deportivo como espectadores.

**Fuente:** (Fernández, 2014)

Algunos eventos tienen la capacidad para atraer un importante número de turistas, además del gasto que estos realizan, por tal motivo se genera el interés por parte de las entidades públicas en atraer a los visitantes debido a su contribución que permite potenciar el desarrollo del turismo.

Los eventos de índole cultural, artístico o deportivo generan una gran oportunidad que permiten generar el desarrollo de un destino turístico, por el motivo de incentivar el desarrollo económico y permite generar mayor plazas de empleo, asimismo a la creación y mejora de su infraestructura.

## **1.3 Marco Legal**

### **1.3.1 Constitución de la República del Ecuador**

La república del Ecuador cuenta con textos jurídicos que le permiten ser un estado democrático, los mismos que ayudan a controlar y regular el orden dentro de la nación. La constitución es el texto jurídico de mayor importancia en el Ecuador el mismo que cuenta con nueve títulos generales y en su título número siete se refiere acerca del régimen del buen vivir, en el cual podemos identificar el capítulo primero que trata sobre inclusión y equidad y en su acápite sexto hace referencia a la cultura física y tiempo libre, el mismo que menciona en su artículo 383 que:

Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 173).

Además es necesario tener en cuenta que para ofrecer un producto turístico en el cantón Salinas es de carácter obligatorio y necesario cumplir y seguir los lineamientos expuestos por las leyes establecidas por el mismo gobierno ecuatoriano a través de: el plan de desarrollo nacional 2017-2021 llamado "Todo una vida"; Ley del deporte, educación física y recreación; Ley de turismo y Plan de Gad municipal.

### **1.3.2 Plan toda una vida**

Promueve la implementación del régimen del buen vivir tipificado en la constitución de Montecristi aprobada en el 2008, en la que otorga derechos inalterables a todas las personas sin discriminación alguna. Es así que para procurar la inclusión de machismo, racismo, xenofobia, etc. Se necesitan políticas públicas que aseguren una apertura para todos.

Relacionado al área de turismo, uno de los puntos principales es el empleo, para lo cual se proponen topologías de contratos para los diferentes sectores y demandas, así como créditos para promover el desarrollo de pequeños emprendedores en sectores turísticos y gastronómicos principalmente a fin de que logren expandirse nacional e internacionalmente.

Considerando que el turismo es una de las bases de la economía, se genera una buena oportunidad de posicionar el país, en el mundo, para lo cual debe haber una perfecta coordinación y cooperación entre los entes estatales, la empresa pública y privada.

### **1.3.3 Ley del deporte, educación física y recreación**

**Art. 3.-** Trata sobre el respaldo institucional del estado acerca proteger la libre y voluntaria práctica del deporte y educación física como derecho fundamental y formación de todas las personas.

**Art. 24.-** Establece que las personas poseen el privilegio legal al tiempo de distracción y entretenimiento así como la práctica del deporte.

### **1.3.4 Ley de turismo**

**Art. 1.-** Esta ley dispone el marco jurídico en el cual se ampara la difusión, progreso y ordenamiento de la parte turística, facultades del estado así como las responsabilidades y atribuciones de los prestadores y usuarios.

**Art. 3.-** Se refiere a la intervención de las entidades seccionales y cantonales para el correspondiente estímulo y soporte para progreso del sector turístico.

**Art. 4.-** La política de estado debe promover las actividades por medio del fomento y promoción de un producto turístico, asimismo trabajar en conjunto con organismo, sean del sector público y/o privado para promocionar internacionalmente los atractivos turísticos que posee el país.

**Art. 15.-** Señala que el Ministerio de Turismo tiene como deber elaborar políticas, para promocionar el turismo a nivel nacional e internacional y a su vez promover y fomentar todo tipo de turismo, que conlleven a la prestación de servicios complementarios.

**Art. 16** Señala que competencia del Ministerio De Turismo junto a organismos seccionales, la regulación, promoción internacional, llevar a cabo datos estadísticos y control del turismo, así como sus actividades.

### **1.3.5 Gad Salinas**

El Art. 54 del COOTAD estipula: Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;
- Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;
- Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad.

## **2 CAPITULO 2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **2.1 Tipo de investigación**

Este trabajo de investigación es de tipo descriptiva y exploratoria, debido a que es necesario comprender las características acerca del turismo deportivo en el cantón Salinas además de las necesidades de la demanda para este destino. De acuerdo a (Dankhe, 1989) se refiere a las investigaciones exploratorias como estudios que se realizan cuando un tema de investigación no se ha estudiado con profundidad y ayuda a familiarizarse con el mismo. Asimismo (Hernández et al, 2010) definen las investigaciones descriptivas como aquellas que describen, analizan e interpretan los datos e información obtenida con el fin de clasificar, agrupar y resumir tal información.

### **2.2 Enfoque de la investigación**

El enfoque dado a este proyecto de investigación es mixto en donde la parte cuantitativa se basa en recopilar y analizar la información obtenida con el objetivo de responder la pregunta que fue formulada para el proyecto de investigación. (Gómez, 2006) describe este enfoque como aquel que se utiliza para verificar hipótesis a través de, medición numérica conteo y estadísticas que se utilizan para puntualizar patrones en la población estudiada. El enfoque cualitativo se basa en estudiar o analizar la realidad, donde a partir de información recopilada se interpreta el caso de estudio dependiendo de los implicados (Blasco & Pérez, 2007).

### **2.3 Población y Muestra**

Para poder llevar a cabo la recolección de datos donde se desea obtener información, se debe establecer un número de individuos de quienes se obtendrá información la cual se procederá a analizar y procesar.

Según datos recopilados por el MINTUR en el año 2018, el número de pernoctación por cantón de destino es de 1.242.502 donde el mayor número de visitantes provienen de la provincia del Guayas, específicamente de la ciudad de Guayaquil. El número de turistas se encuentra dividido en tres niveles socioeconómicos que se podrán ver a detalle en la siguiente tabla.

**Tabla 10.-** Nivel socioeconómico de turistas

<b>Nivel Socioeconómico</b>	<b>Número de visitantes</b>
Bajo	695,833
Medio	492,042
Alto	75,889

Nota: Datos obtenidos del Mintur

Asimismo, en la siguiente tabla se dará a conocer el número de turistas que visitaron el cantón en días festivos y feriados a nivel nacional.

**Tabla 11.-** Número de visitantes en feriados

<b>Ferriados</b>	<b>Número de visitantes</b>
Año nuevo	88,760
Carnaval	88,400
Semana santa	50,883
Primer Grito de la Independencia	40,054
Batalla de Pichincha	39,146
Día los Difuntos	44,293
Día del trabajo	17,053
Independencia de Guayaquil	15,925
Navidad	4,568
<b>Total población</b>	<b>389,082</b>

Nota: Datos obtenidos del Mintur

Para el cálculo de la muestra se presenta la siguiente formula que será utilizada exclusivamente para la encuesta.

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

En donde:

n = total de la población

Z $\alpha$  = 1,96 al cuadrado (95%)

p = proporción esperada (0,05)

q= 1 – p (1 - 0,05 = 0,95)

E = precisión (5%)

Se obtiene como resultado 384 encuestas a realizarse

## 2.4 Herramientas de investigación

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se han utilizado herramientas que permiten recolectar datos e información. Cada herramienta posee su finalidad, por lo que para este proyecto se utilizó: observación, entrevistas y encuestas.

### 2.4.1 Observación

(Heinemann, 2003) define la observación como un método eficaz que consiste en seleccionar correctamente las variables que se desea observar y el registro de datos que se obtengan de analizar el comportamiento de las variables.

El método utilizado para analizar las variables se detallará en la siguiente tabla basada en las fichas de observación de atractivos turísticos.

**Tabla 12.-** Dimensiones de fichas de atractivos turísticos

<b>Dimensión</b>	<b>Ítem</b>
Datos generales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre del atractivo</li><li>• Categoría</li><li>• Tipo</li><li>• Subtipo</li></ul>
Ubicación del atractivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Provincia</li><li>• Cantón</li><li>• Parroquia</li><li>• Barrio, sector o comuna</li><li>• Calle principal</li><li>• Número</li><li>• Transversal</li><li>• Latitud</li><li>• Longitud (grados decimales)</li><li>• Altura (msnm)</li></ul>
Características del atractivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Características climatológicas</li><li>• Línea de producto al que pertenece el atractivo</li><li>• Escenario donde se localiza el atractivo</li><li>• Ingreso al atractivo</li></ul>
Accesibilidad y conectividad al atractivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre del poblado más cercano</li><li>• Distancia desde el poblado más cercano</li><li>• Tiempo estimado de desplazamiento en auto</li><li>• Coordenadas</li><li>• Vías de Acceso</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de transporte</li> <li>• Detalle de transporte hacia el atractivo</li> <li>• Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad</li> <li>• Señalización</li> </ul>
Planta turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de alojamiento en el atractivo o poblado más cercano</li> <li>• Alimentos y bebidas</li> <li>• Agencias de viajes</li> <li>• Facilidades en el entorno del atractivo</li> </ul>
Estado de conservación e integración del atractivo/entorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivo</li> <li>• Entorno</li> <li>• Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</li> </ul>
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos en el atractivo o poblado más cercano</li> <li>• Señalética en el atractivo</li> <li>• Dispensarios de salud en el atractivo o poblado</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Servicio de comunicación de uso público</li> <li>• Multiamenazas</li> </ul>
Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El GAD cuenta con plan de desarrollo turístico territorial</li> <li>• El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)</li> <li>• Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo</li> <li>• Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo</li> </ul>
Actividades que se practican	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos naturales</li> <li>• Atractivos culturales</li> </ul>
Promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de promoción del atractivo</li> <li>• El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</li> </ul>
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de visitas según datos estadísticos</li> <li>• Frecuencia de visita según informantes clave</li> <li>• Demanda según días de visita</li> </ul>

Recurso humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda según frecuencia de visita</li> <li>• Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo</li> <li>• Número de personas especializadas en turismo</li> <li>• Número de personas con nivel de instrucción</li> <li>• Número de personas capacitadas por temática</li> <li>• Número de personas que manejan algún de Idiomas</li> </ul>
----------------	--

### 2.4.2 Entrevista

De acuerdo con (Kvale, 2011) la entrevista permite generar y obtener cierto conocimiento a través de la interacción que se realiza a modo de conversación con el entrevistado. La entrevista de este proyecto fue diseñada para ser aplicada hacia las autoridades, en este caso del cantón Salinas, donde sus puntos de vista acerca de este trabajo de investigación se emitían mediante un cuestionario elaborado con preguntas abiertas, son de suma importancia estas opiniones por el motivo que las personas entrevistadas poseen experiencia relacionada con el turismo. En la siguiente tabla se encuentran las dimensiones de la entrevista que se puede visualizar en el Anexo.

**Tabla 13.- Dimensiones de la entrevista**

<b>Dimensiones</b>	<b>Variables</b>	<b>Preguntas</b>
Marketing	Promoción	1. ¿Se ha realizado algún tipo de campaña para promocionar el turismo en el cantón?  2. ¿Qué tipo de promoción se realiza para el desarrollo de la actividad turística?
	Comunicación	3. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado para promocionar del destino turístico?
Turismo	Desarrollo	4. ¿Existen propuestas para el desarrollo de turismo de turismo deportivo en el cantón?
	Impacto económico	¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo se generara un impacto económico positivo en el cantón y en emprendimientos relacionados al turismo?  5. ¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo, aumentara el número de plazas de empleo en el cantón?
	Seguridad	6. ¿Existe un plan para mejorar la seguridad en el cantón?

Elaborado por el autor

### **2.4.3 Encuesta**

Para la encuesta de este proyecto de investigación se elaboró un cuestionario diseñado con preguntas de selección que fue aplicado a un grupo de personas que suelen visitar el cantón Salinas.

(Baker, 1997) se refirió a la investigación por medio de encuesta como aquella que su método consiste en recopilar datos e información mediante un grupo de individuos que responden preguntas específicas y permiten general al investigador información cuantificable. En el presente estudio se diseñó una encuesta para medir la satisfacción de los turistas a través de la siguiente tabla de variables, las mismas que se verán representadas en el cuestionario que se encuentra en el Anexo.

**Tabla 14.- Dimensiones y variables de la encuesta**

<b>Dimensiones</b>	<b>Variables</b>
Demografía	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Cuál es su género?</li><li>• Indique el rango de edad al que pertenece</li><li>• ¿Cuál es su nivel de estudio?</li><li>• ¿Cuánto dura su estadía en el Cantón Salinas?</li><li>• ¿Que lo motiva a visitar el cantón Salinas?</li><li>• ¿Ha visitado el cantón Salinas para participar en algún evento deportivo?</li><li>• ¿Considera que el cantón Salinas es apto para la organización de eventos deportivos?</li></ul>
Información	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Considera usted que el destino es promocionado por medios de comunicación?</li></ul>
Percepción	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué atractivo turístico visita más en el cantón Salinas?</li></ul>
Motivación	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Considera usted que el turista acude al cantón para disfrutar del sol y la playa?</li><li>• ¿Considera usted que el turista acude al cantón para practicar algún deporte?</li></ul>
Sentimiento	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Mejora su estado de ánimo cuando visita el cantón Salinas?</li></ul>
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Considera usted que las vías de acceso al cantón se encuentran en buen estado?</li><li>• ¿Considera usted que el cantón ofrece suficiente espacios de parqueo para turistas?</li></ul>
Servicios	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Considera usted El destino ofrece puntos de información al turista?</li><li>• ¿Considera usted que el destino tiene buena percepción sobre seguridad?</li><li>• ¿Considera usted que el destino posee altos niveles de seguridad para la práctica de turismo deportivo y actividades de sol y playa?</li><li>• ¿Considera usted que el destino cuenta con información sobre seguridad turística?</li></ul>

Elaborado por el autor

### 3 Capítulo 3 Análisis y discusión

La recolección de datos de primer orden para este trabajo de investigación se logró por medio de tres herramientas ya expuestas en detalle en el capítulo anterior. La observación fue realizada durante el mes de agosto en los días 8, 9 y 10 de 13H:00 a 15H:00. Las encuestas de este proyecto fueron realizadas en el cantón Salinas en el mes de agosto, específicamente los días 12, 13 Y 14 Debido a la concurrencia de turistas por motivos de feriado nacional. Los horarios de recolección de datos se realizaron entre 12H:00- 16H:00, donde se pudo obtener muestras de turistas y residentes. Así también se realizó una entrevista con un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Salinas el día 24 de agosto.

#### 3.1 Análisis de datos

Para generar los resultados que permitirán llegar a una conclusión se procedió a desarrollar y analizar diversas herramientas como los son fichas de observación, Entrevista y encuestas.

##### 3.1.1 Análisis de la herramienta observación

A continuación, se presentarán los datos recolectados mediante las fichas técnicas de los atractivos turísticos más concurridos en el cantón Salinas

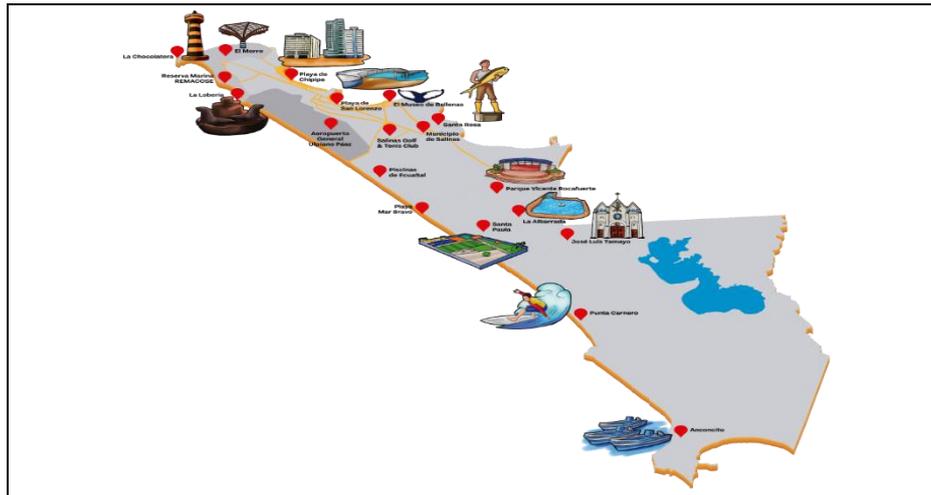
##### 3.1.1.1 Análisis geográfico del cantón Salinas

El cantón Salinas pertenece a la Provincia de Santa Elena fue declarado como cantón el 22 de diciembre de 1937, es uno de los balnearios más visitados por los turistas nacionales de la costa y de la sierra y es considerado uno de los destinos más visitados para la práctica de turismo de sol y playa.

**Tabla 15.-** Análisis geográfico del cantón Salinas

<b>Extensión</b>		<b>Limites</b>		<b>Rango Altitudinal</b>
<b>Total:</b> 7356,7 Has		<b>Norte:</b> Océano Pacífico Al		<b>Altitud:</b> 1 msnm
<b>Cabecera Cantonal:</b> 2706.84 Has		<b>Sur:</b> Océano Pacífico		<b>Latitud:</b> 02° 13' S
<b>Parroquias Rurales:</b> José Luis Tamayo: 3676.02 Has		<b>Este:</b> La Libertad y Santa Elena		<b>Longitud:</b> 080° 58' O
<b>Anconcito:</b> 973.84 Has		<b>Oeste:</b> Océano Pacífico		

**Figura 6.-** Gráfico del cantón Salinas



### 3.1.1.2 Análisis de los atractivos más demandados del cantón Salinas

Mediante un análisis a las fichas de observación de atractivos turístico se ha podido recopilar diversos datos que permiten conocer los atractivos turísticos mayormente por turistas nacionales y extranjeros para la práctica de turismo de sol y playa y actividades deportivas. Se dará a conocer de la administración del sitio turístico y cuáles son sus estrategias de promoción. Esta información será presentada en las siguientes tablas.

**Tabla 16.-** Análisis de la playa San Lorenzo

Atractivo turístico: Playa San Lorenzo



- **Temporada con mayor frecuencia de visita:** Enero a Mayo.
- **Señalética:** El atractivo turístico cuenta con buena señalética y es accesible para todos los turistas.
- **Deportes que se practican en el atractivo:** Kayak, esquí acuático, caminata y snorkel.
- **Seguridad:** El atractivo cuenta con brigadas de la policía nacional y municipal que están encargadas de mantener la seguridad en el sitio.
- **Promoción del destino:** El destino cuenta con un plan de promoción que se realiza mediante páginas webs, redes sociales, revistas oficinas de información, ferias turísticas y medios de comunicación

Elaborado por el autor

**Tabla 17.-** Análisis de la playa Chipipe

Atractivo turístico: Playa Chipipe



- **Temporada con mayor frecuencia de visita:** Enero a Mayo.
- **Señalética:** El atractivo turístico cuenta con buena señalética y es accesible para todos los turistas.
- **Deportes que se practican en el atractivo:** Kayak, esquí acuático, caminata.
- **Seguridad:** El atractivo cuenta con brigadas de la policía nacional y municipal que están encargadas de mantener la seguridad en el sitio.
- **Promoción del destino:** El destino cuenta con un plan de promoción que se realiza mediante páginas webs, redes sociales, revistas oficinas de información, ferias turísticas y medios de comunicación

Elaborado por el autor

**Tabla 18.-** Análisis del atractivo turístico La Choclatera

Atractivo turístico: La chocolatera



- **Temporada con mayor frecuencia de visita:** Enero a Mayo.
- **Señalética:** El atractivo turístico cuenta con buena señalética y es accesible para todos los turistas.
- **Deportes que se practican en el atractivo:** Surf
- **Seguridad:** El atractivo se encuentra dentro del territorio de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE).
- **Promoción del destino:** El destino cuenta con un plan de promoción que se realiza mediante páginas webs, redes sociales y medios de comunicación a nivel internacional.

Elaborado por el autor

### **3.1.2 Análisis de las Entrevista**

#### **¿Se ha realizado algún tipo de campaña para promocionar el turismo en el cantón?**

El cantón es un sitio muy concurrido, sin embargo, se ha optado por trabajar en la forma de atraer a turistas cuando es temporada baja.

#### **¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado para promocionar del destino turístico?**

El destino cuenta con un plan de promoción a través de medios de comunicación, páginas webs y revistas con alcance internacional, a día de hoy el recurso más utilizado es a través de las redes sociales.

#### **¿Existen propuestas para el desarrollo de turismo de turismo deportivo en el cantón?**

Durante los últimos años se han ido desarrollando un número de eventos deportivos en el cantón y se considera importante una nueva oferta turística que se pueda desarrollar también en temporadas bajas para atraer más turistas.

#### **¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo se generara un impacto económico positivo en el cantón y en emprendimientos relacionados al turismo?**

El turismo deportivo aportaría de manera positiva no solamente a la actividad turística, también lo haría actividades comerciales ya que al implementarse esta oferta turística se recibiría una importante afluencia de turistas al cantón.

#### **¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo, aumentara el número de plazas de empleo en el cantón?**

Al generarse una nueva oferta turística se verá beneficiado todo tipo de comercio lo cual requerirá un mayor número de trabajadores, asimismo con personas especializadas en el tema deportivo para la implementación de esta oferta.

**¿Existe un plan para mejorar la seguridad en el cantón?**

Junto con la policía nacional se han coordinado turnos de patrullaje que se realizan en el cantón y las playas, se completan veinticuatro horas de patrullaje durante los siete días de la semana para brindar mayor seguridad a los turistas y a la población.

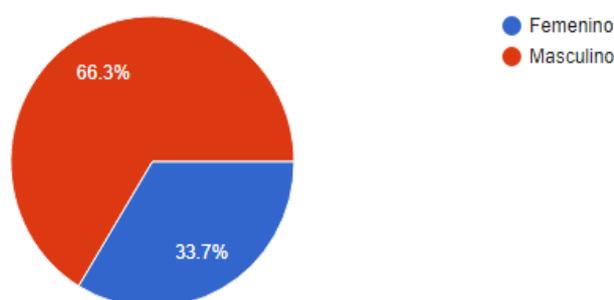
### 3.1.3 Análisis de las Encuestas

La recolección de datos de primer orden para este trabajo de investigación se logró por medio de tres herramientas ya expuestas en detalle en el capítulo anterior. La recolección de datos fue realizada durante el mes de agosto en los días 12, 13 y 14 de 13H:00 a 15H:00.

Las encuestas de este proyecto fueron realizadas en el cantón Salinas en el mes de agosto, específicamente los días 12, 13 Y 14 Debido a la concurrencia de turistas por motivos de feriado nacional. Los horarios de recolección de datos se realizaron entre 12H:00- 16H:00, donde se pudo obtener muestras de turistas y residentes.

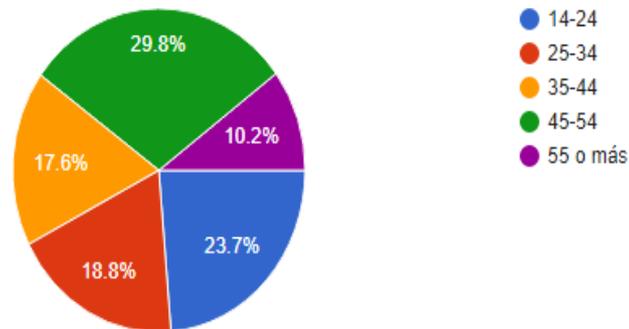
#### Preguntas demográficas

##### Genero de los encuestados



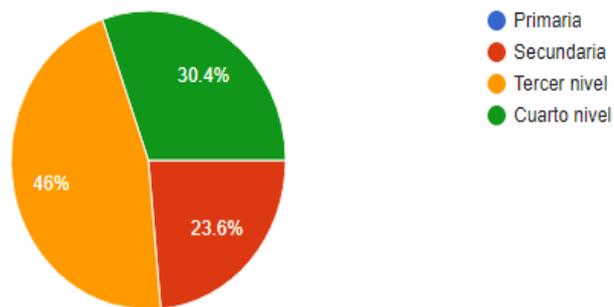
De los 384 encuestados, un total de 254 personas pertenecen al género masculino, mientras que el restante, es decir, 129 pertenece al sexo femenino.

## Rango de edad



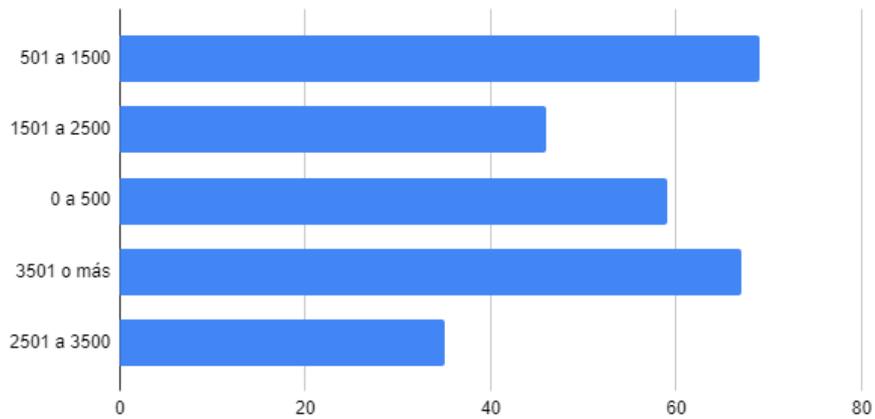
De acuerdo a las encuesta realizadas se determinó que el 23,7% de encuestados pertenece a un rango de edad de entre 14-24 años, el 18,8% entre 25-34 años, el 17,6% entre 35-44 años, el mayor porcentaje perteneciente a las edades de entre 45-54 años y finalmente con el menor porcentaje del 10,2% con el rango de edad de 55 o más.

## Nivel de estudio



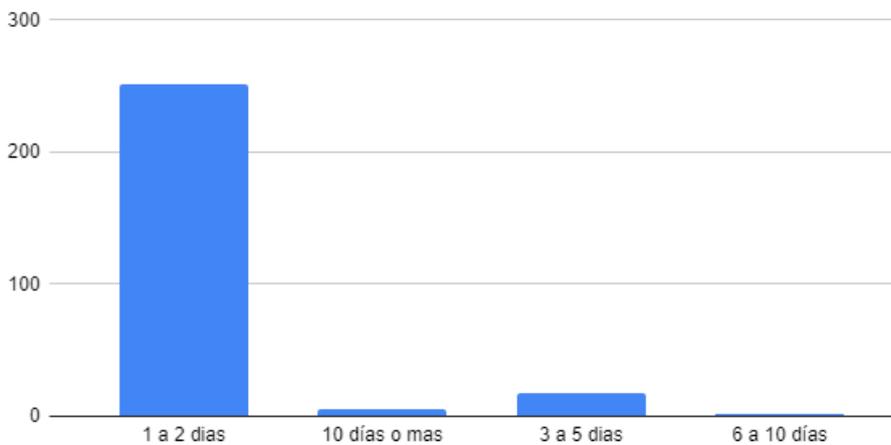
De acuerdo a los datos recolectados el 46% de encuestados posee un título de tercer nivel, seguido por el 30,4% con título de cuarto nivel y finalmente el 23,6% cursando la secundaria.

### Rango de ingresos



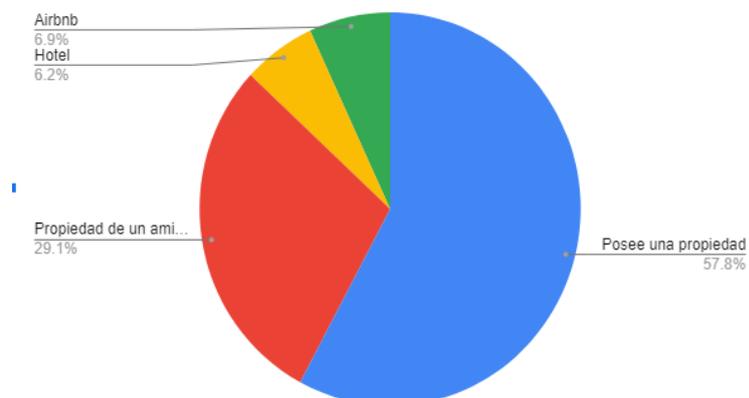
De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo determinar que 21,4% del número de turistas tiene un ingreso de 0 a 500 donde en mayor cantidad son estudiantes de secundaria y universitarios, seguido por el 25% con un ingreso de 501 a 1500 en gran cantidad con título de tercer nivel, con el 16,7% personas con un ingreso de 1501 a 2500.

### Duración de estadía



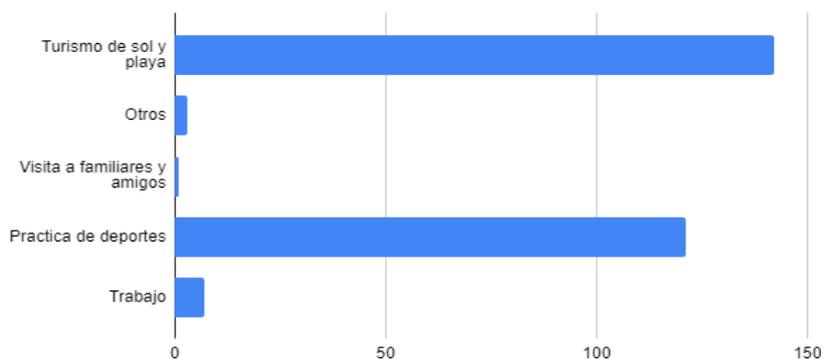
Según datos recolectados el 91,3% de encuestados realiza una estadía de uno a dos días, el 6,2% permanece de 3 a 5 días, el 0,7% realiza una estadía de 6 a 10 días y finalmente el 1,8% de encuestados permanece en el cantón durante 10 días o más.

## Lugar de hospedaje



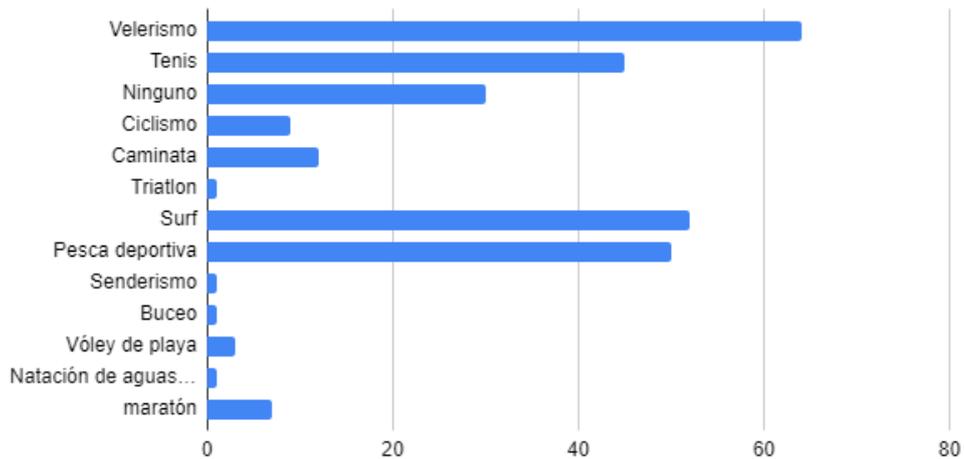
De acuerdo a datos recolectados el 57,8% de turistas encuestados posee una propiedad en el cantón, el 29,1% llega a la propiedad de un amigo o familiar, el 6,9% encuestado se hospeda en un Airbnb y finalmente el 6,2% se hospeda en un hotel.

## Motivo para visitar el cantón



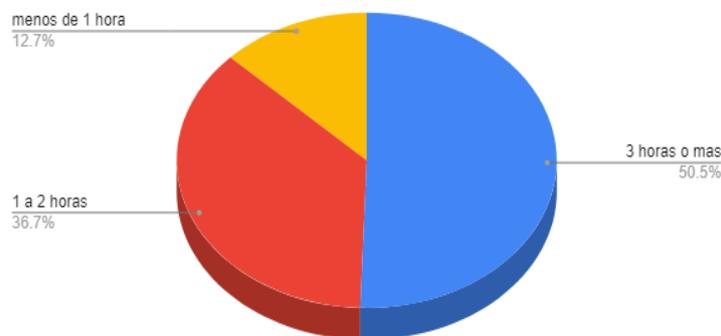
Los visitantes del cantón Salinas respondieron en esta encuesta sus principales motivos para visitar el destino, con mayor porcentaje se encuentra el turismo de sol y playa con 51,8%, con 44,2% se encuentra la práctica de deportes, por motivos de trabajo hay un porcentaje del 2,6%, por motivo de visitas a familiares y amigos se contabiliza el 0,4% de encuestados y finalmente por otros motivos de viaje se encuentra un porcentaje de 1,1% de encuestados.

### Deportes que se practican con regularidad



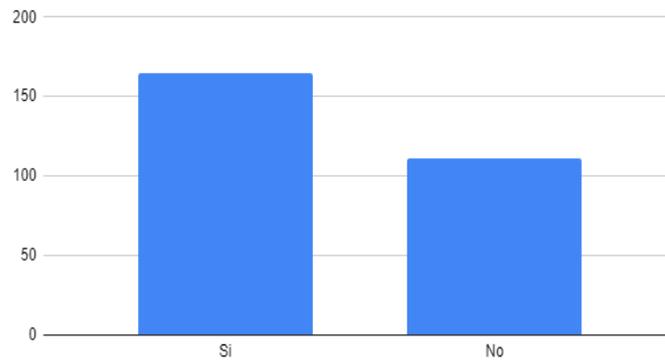
Se encuestó a los turistas que acudieron al cantón Salinas acerca de los deportes que practican con más frecuencia, los datos que se pudieron fueron: Velerismo 23,2%, surf 18,8%, pesca deportiva 18,1%, tenis 16,3%, ningún deporte 10,9%, caminata 4,3%, maratón 2,5%, ciclismo 3,3%, vóley de playa 1,1%, triatlón 0,4%, buceo 0,4% y natación de aguas abiertas.

### Tiempo que se dedica a la actividad deportiva



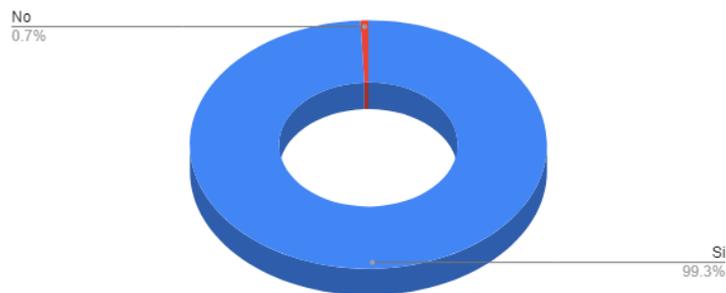
Según los datos recolectados a los visitantes quienes realizan la práctica de deporte en el cantón, se determinó que el 50,5% de encuestados dedica tres horas a o más a la práctica de la actividad deportiva, mientras que el 36,7% dedica de una a dos horas y finalmente el 12,7% dedica menos de una hora.

### **Turistas visitan el cantón para participar en algún evento deportivo**



El 59,8% de encuestados ha visitado el cantón para participar en algún evento deportivo y el 40,2% solo para practicar deporte.

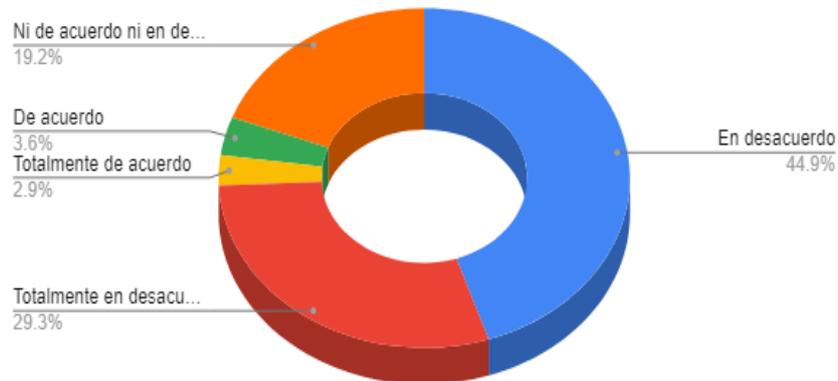
### **El cantón es apto para el desarrollo de eventos deportivos**



De acuerdo con los datos recolectados se le pregunto a los encuestados si consideran que el cantón es apto para la organización de eventos deportivos y el 99,3% está de acuerdo y el 0,7% considerado que no es apto.

## Preguntas de información

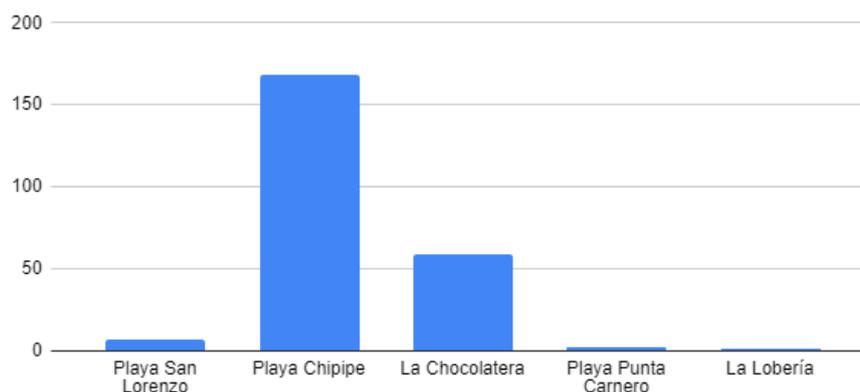
### Promoción del destino por medios de comunicación



Se consultó a los turistas visitantes del cantón si consideran que el destino es promocionado por medios de comunicación, el 44,9% está en desacuerdo, el 29,3% está totalmente en desacuerdo, el 19,2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 3,6% de visitantes está de acuerdo y el 2,9% totalmente en desacuerdo.

## Percepción

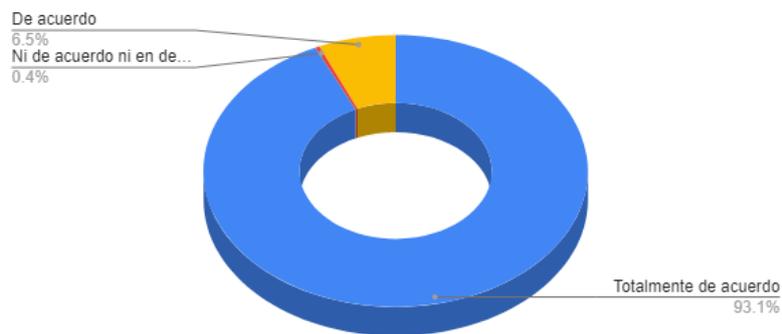
### Atractivo más visitado



Se preguntó a los turistas cuales son los sitios turísticos que más visitan cuando acuden al cantón Salinas, las respuestas fueron las siguientes: El atractivo más visitado es la playa Chipipe con el 70,9% de respuestas, el segundo atractivo más visitado es la Chocolatera con 24,9%, la playa San Lorenzo con 3%, seguido por la playa Punta Carnero con 0,8% y para concluir, la lobería con 0,4%.

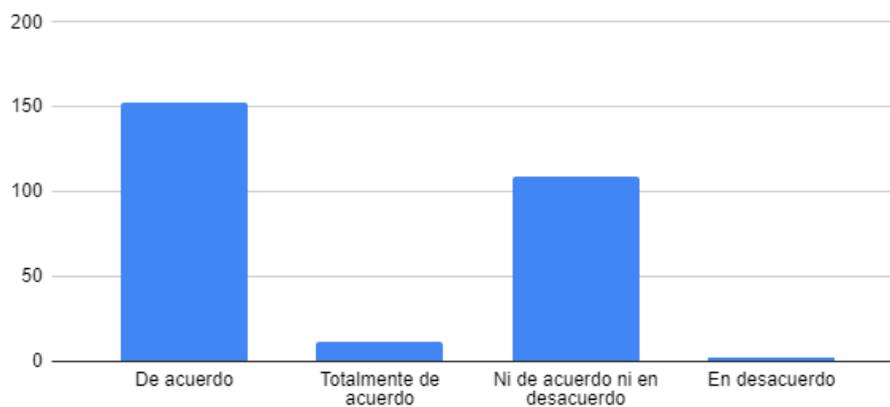
## Motivación

### Se considera que el turista acude al cantón para disfrutar del sol y la playa



De acuerdo a los datos que se pudieron recolectar, el 93,1% de turistas considera totalmente de acuerdo que los visitantes acuden al destino para disfrutar del sol y la playa, el 6,5% está de acuerdo mientras el 0,4% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

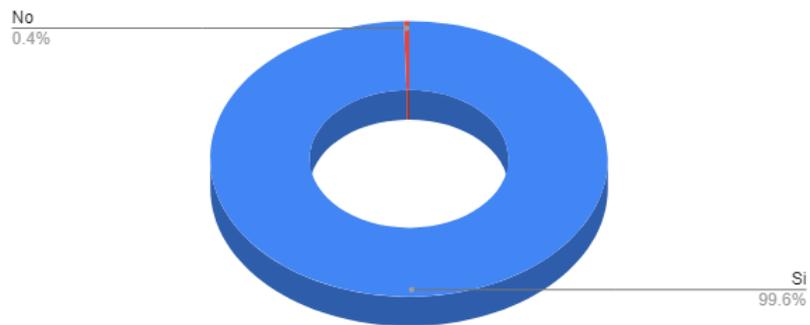
### El turista acude al cantón para la práctica de deporte



El 55,4% de visitantes encuestados está de acuerdo con que el turista visita el cantón para practicar algún deporte, el 39,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4,3% está totalmente de acuerdo y únicamente el 0,7% se encuentra en desacuerdo.

## Sentimiento

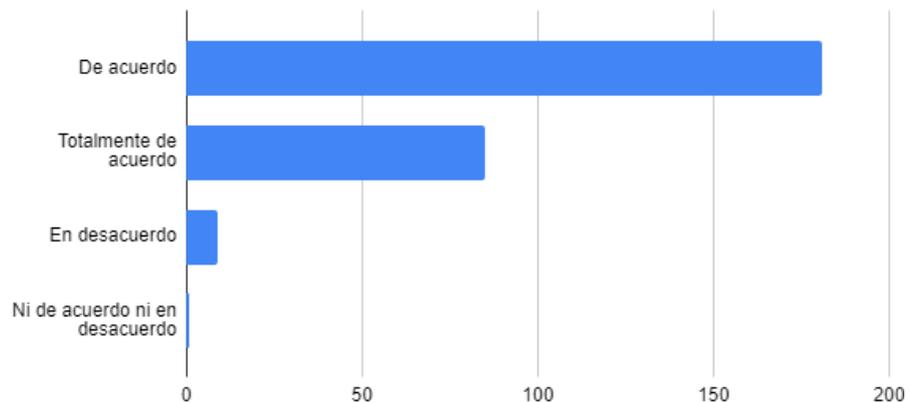
### Mejora el estado de ánimo cuando visita el cantón Salinas



Esta pregunta fue realizada a los turistas que visitan el cantón en donde se puede observar que en el 99,6% de encuestados si mejora su estado de ánimo cuando acuden al destino turístico mientras que en el 0,4% no mejora su estado anímico.

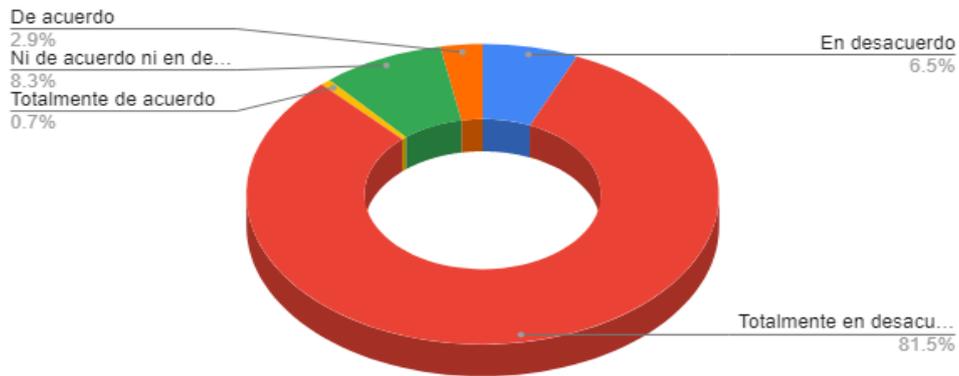
## Infraestructura

### Vías de acceso al cantón se encuentran en buen estado



El 65,6% de visitantes del cantón que respondieron a la encuesta están de acuerdo con que las vías de acceso se encuentran en buen estado, el 30,8% está totalmente de acuerdo, el 0,4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente el 3,3% de encuestados se encuentra en desacuerdo.

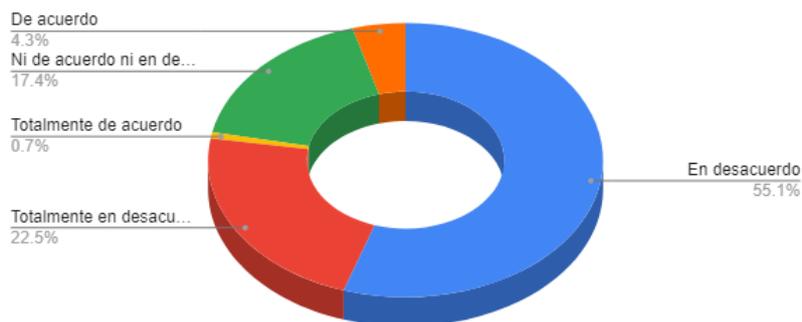
## Espacios de parqueo



Se consultó a los visitantes del cantón si consideran que el destino ofrece suficiente espacios de parqueo, el 81,5% de encuestados está totalmente en desacuerdo, el 6,5% en desacuerdo, el 8,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2,9% está de acuerdo con el que el destino so ofrece suficiente espacios de parqueo y finalmente el 0,7% está totalmente de acuerdo.

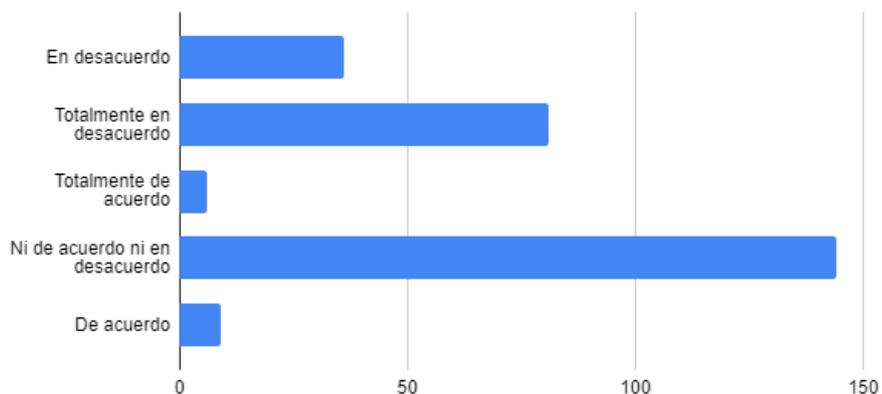
## Servicios

### Puntos de información al turista



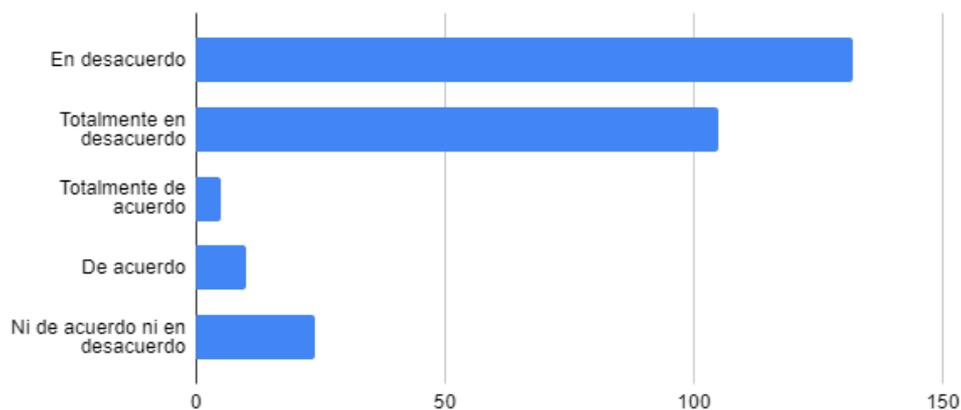
De la cantidad de turistas que respondieron a esta pregunta el 55,1% está en desacuerdo, el 22,5% se encuentra totalmente en desacuerdo, una cantidad del 17,4% de encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 4,3% está de acuerdo y para concluir con esta pregunta contamos con un 0,7% que se encuentra totalmente de acuerdo.

## Nivel de seguridad para la práctica de turismo deportivo y actividades de sol y playa



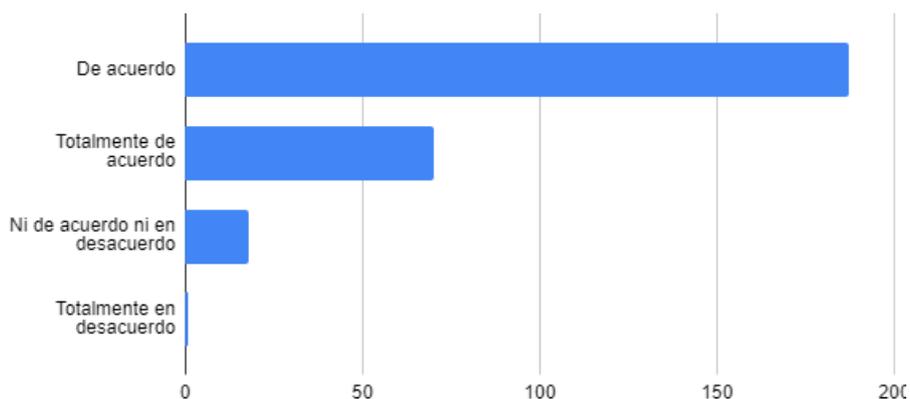
Los turistas en gran mayoría no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la seguridad para la práctica de turismo deportivo y actividades de sol y playa, arrojando un resultado del 52,2% de encuestados, el 29,3% de turistas se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 13% está en desacuerdo, el 3,3% de visitantes está de acuerdo y finalmente el 2,2% se encuentra totalmente de acuerdo.

## Información sobre seguridad turística en el cantón



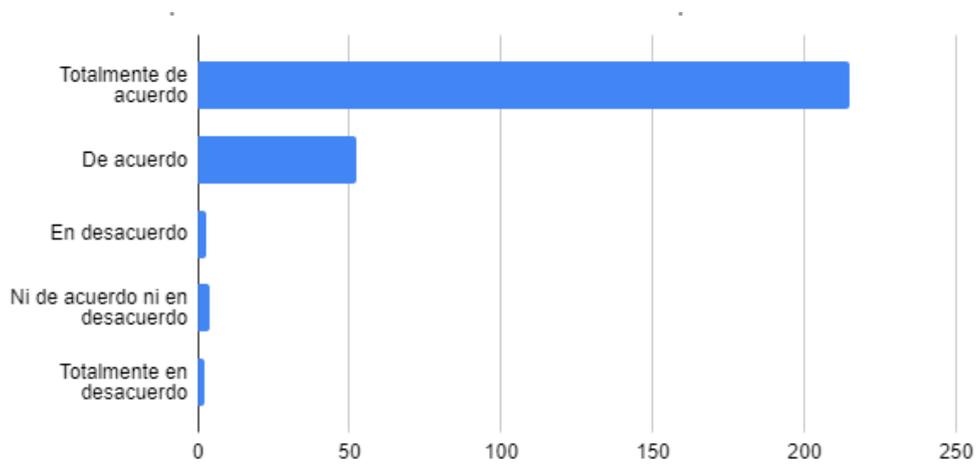
De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas basándose en la pregunta si el turista considera que destino cuenta con información sobre seguridad turística el 47,8% en desacuerdo, el 38% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 8,7% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 3,6 de encuestados está de acuerdo y finalmente el 1,8 está totalmente de acuerdo.

### Importancia del turismo deportivo para el desarrollo del cantón



El 67% de encuestados está de acuerdo con que el turismo deportivo es importante para el desarrollo turístico del cantón Salinas, seguido por el 25,4% que está totalmente de acuerdo, el 6,5% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente solo con el 0,4% se encuentra totalmente en desacuerdo.

### Cualidades del destino para el desarrollo de turismo deportivo



Esta última pregunta se basa en consultar si el cantón posee las cualidades para ser un destino de turismo deportivo donde el 77,9% está totalmente de acuerdo, el 18,8% está de acuerdo, el 1,4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,1% está en desacuerdo y para culminar, únicamente el 0,7% está totalmente en desacuerdo.

### 3.1.4 Análisis FODA

Se puede observar que la implementación de turismo deportivo en un destino turístico es ideal para cualquier destino ya que el turista no solamente consume en torno al evento, sino que también puede realizar otro tipo de turismo en el sitio lo cual es un factor clave que permite generar una buena experiencia en el turista y que esto permita que el turista obtenga una buena imagen del destino y desee regresar. Sin embargo, también existen factores que pueden generar una mala imagen al destino por lo que se realizó un análisis FODA que será presentado en la siguiente tabla y permitirá observar detalladamente cada uno de ellos.

**Tabla 19.- Análisis FODA**

Cantón Salinas

#### **Fortalezas**

- Buena ubicación geográfica
- Incremento de actividad económica en el cantón.
- Inversión para mejorar la infraestructura.
- Fidelidad de los turistas.

#### **Oportunidades**

- Apoyo gubernamental
- Turistas que promocionen al cantón como destino deportivo en otros sitios.
- Campañas de promoción turística que se realicen a nivel nacional e internacional.
- Generación de plazas de empleo.
- Promoción de una nueva oferta turística en el cantón.

#### **Debilidades**

- Comunicación débil en cuanto a las actividades
- Falta de una planificación estratégica de marketing.
- Falta de publicidad y promoción del destino como destino de turismo deportivo.
- Choque cultural

#### **Amenazas**

- Desastres naturales
- Inseguridad en el destino turístico.
- Crisis económicas o políticas que atraviese el país.
- Superar el nivel de capacidad de carga del destino.

### 3.1.5 Análisis PEST

Para el estudio general, se debe realizar un análisis PEST, el cual consiste en introducir y analizar diversos campos que pueden ser; político, económico, social y tecnológico. Esta herramienta se convierte en una asistencia que permitirá el estudio y análisis de un mercado y decidir si es viable o no lanzar o no un producto o servicio.

**Tabla 20.- Análisis PEST**

Cantón Salinas

#### **Político**

- Nuevas políticas para el fortalecimiento del turismo en el cantón Salinas

#### **Económico**

- El turismo es su principal fuente de ingreso
- Obligaciones tributarias para que la recaudación en obras de infraestructura para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos

#### **Social**

- Lugar atractivo por sus múltiples encantos por lo que tiene gran concurrencia y existe un choque de culturas

#### **Tecnológico**

- Implementación de tecnología para innovar y mejorar las actividades dentro del cantón

## 4 Capítulo 4

Las diferentes sub estrategias presentadas a continuación involucran de manera directa al turismo activo de naturaleza y el turismo de sol y playa. Estas estrategias están divididas por el perfil del turista con rangos de edades.

### 4.1 Conocer el perfil del turista

Se ha podido observar que el cantón Salinas es muy concurrido por turistas para poder disfrutar de sus espacios naturales y servicios que ofrece como destino turístico. En la mayoría de turistas que acudieron al cantón se podía notar un buen estado de ánimo. En su mayor parte los turistas visitaron el destino para la práctica de deportes o simplemente disfrutar de los espacios naturales del destino como lo es la práctica del turismo de sol y playa.

**Tabla 21.-** Perfil del turista (Género femenino)

	Rango de edades	Características
	14-24	Visitantes de este rango de edad acuden al cantón en donde practican deportes, principalmente velerismo, surf y tenis.
	25-34	Acude al cantón principalmente para la práctica de turismo de sol y playa la cual más visitada es la playa Chipipe, sin embargo, disfrutan de la práctica de deportes como caminata, tenis y ciclismo.
	35-44	Los deportes más practicados por turistas de este rango de edad son tenis y caminata. También acuden al destino para disfrutar del sol y la playa.
	45-54	Acude al cantón para disfrutar del sol y la playa, sus actividades deportivas realizadas con mayor frecuencia son la caminata y el ciclismo.
	55 o mas	Acude al cantón principalmente para disfrutar del sol y playa, sin embargo, la actividad deportiva más practicada por este rango de edad es la caminata.

Elaborado por el autor

**Tabla 22.-** Perfil del turista (Género masculino)

---

	Rango de edades	
	14-24	Los deportes más practicados por turistas de este rango de edad son el velerismo, surf y tenis a quienes les dedican varias horas de práctica y participan eventos deportivos.
	25-34	Acude al cantón en donde practica principalmente deportes como el tenis en mayor cantidad, además de velerismo y surf.
	35-44	Gran cantidad de turistas de este rango de edad acuden al cantón para disfrutar del sol y la playa, en su tiempo libre practican actividades como el tenis en mayor cantidad.
	45-54	Gran parte de turistas de este rango que visitan el cantón dedican su tiempo a deportes como la pesca deportiva.
	55 o mas	Mayor porcentaje de turistas de este rango de edad acude al cantón para para participar en eventos o práctica de pesca de pesca deportiva.

---

Elaborado por el autor

## 4.2 Estrategia

Para poder desarrollar estrategias, de acuerdo con ( Prada et al., 2016) se deberá analizar el comportamiento de los turistas dentro de un espacio, el vínculo que existe entre ellos, y aspectos que determinen el perfil turístico de acuerdo al destino, asimismo considerando variables socioeconómicas y demográficas las cuales permiten conocer gustos, preferencias, motivaciones y necesidades del turista (Pat & Calderón, 2012).

**Tabla 23.-** Estrategias de promoción de acuerdo al rango de edad (género femenino)

<b>Estrategias de acuerdo al rango de edad</b>	
<b>Rango de edades</b>	<b>Estrategias a proponer</b>
Mujeres de 14-24 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> TikTok, Instagram</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> velerismo, surf y tenis.</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Torneos de surf, velerismo y tenis femenino a nivel nacional e internacional.</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa Chipipe, Chocolatera, Punta Carnero</p>
Mujeres de 25-34 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Pinterest, Twitter</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> ciclismo, tenis, caminata</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> validas de ciclismo, challengers de tenis nacional e internacional y eventos de caminata/senderismo</p> <p><b>Atractivos:</b> Cantón Salinas</p>
Mujeres de 35-44	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook, Instagram</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> Tenis, Caminata</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Campeonato femenino de tenis amateur</p> <p><b>Atractivos:</b></p>
Mujeres de 45-54 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook, Instagram.</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> ciclismo, caminata</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> eventos de ciclismo o caminata por el malecón.</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa San Lorenzo, Paya Chipipe</p>
Mujeres 55 o mas	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> caminata</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Caminata por el malecón de Salinas</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa Chipipe, Playa San Lorenzo</p>

Elaborado por el autor

**Tabla 24.-** Estrategias de promoción de acuerdo al rango de edad (género masculino)

<b>Estrategias de acuerdo al rango de edad</b>	
<b>Rango de edades</b>	<b>Estrategias a proponer</b>
Hombres de 14-24 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Instagram, TikTok</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> Surf, Velerismo</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Torneo nacional de surf</p> <p><b>Atractivos:</b> Chocolatera</p>
Hombres de 25-34 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook, Instagram</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> velerismo, surf</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> regatas de velerismo y torneo de surf</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa chipipe, Playa San Lorenzo</p>
Hombres de 35-44	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook, Instagram, Twitter</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> Tenis,</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Challenger de tenis nacional e internacional</p> <p><b>Atractivos:</b> Cantón Salinas</p>
Hombres de 45-54 años	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> pesca deportiva</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Torneo de pesca deportiva</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa Chipipe</p>
Hombres de 55 o mas	<p><b>Promoción en redes sociales:</b> Facebook</p> <p><b>Tipo de deportes a promover:</b> pesca deportiva</p> <p><b>Actividades deportivas:</b> Torneos de pesca deportiva a nivel nacional e internacional.</p> <p><b>Atractivos:</b> Playa San Lorenzo, Playa Chipipe.</p>

Elaborado por el autor

El cantón Salinas es conocido por ser uno de los balnearios más importantes y más visitados del Ecuador para la práctica de turismo de sol y playa, sin embargo, a lo largo del año se desarrollan diversas actividades deportivas que se mostraran en la siguiente figura donde los meses que están en amarillo representan los meses con mayor afluencia de turistas y los textos en azul representan las propuestas de eventos que se podrían desarrollar.

**Figura 7.-** Actividades durante el año

PRIMER SEMESTRE



SEGUNDO SEMESTRE



**Tabla 25.-** Actividades deportivas por temporadas

<b>Meses</b>	<b>Hoy</b>	<b>Propuesta</b>
Enero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campeonato de tenis CNT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3k-5K año nuevo</li> </ul>
Febrero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobería 5k</li> <li>• Regata de la amistad</li> <li>• Sport Fest volley y beach tennis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata minga de limpieza</li> </ul>
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo internacional de pesca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campeonato nacional de surf</li> <li>• Torneo de volley playero</li> </ul>
Abril	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Americas-Triathlon Salinas</li> <li>• Campeonato provincial se Surf</li> <li>• Challenger de tenis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo de beach tennis</li> </ul>
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay evento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata por malecón Chipipe y San Lorenzo</li> <li>• Evento de ciclismo Punta Carnero</li> </ul>
Junio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media Maratón Salinas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo nacional de pesca</li> </ul>
Julio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo tenis Gogo Week</li> <li>• Torneo de pesca Wahoo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maratón por atractivos turísticos</li> </ul>
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo Tenis Gogo Week</li> <li>• Torneo Aguas Abiertas</li> <li>• Regatas just media group</li> <li>• Regata Copa Galapagos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin propuesta</li> </ul>
Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo de Tenis copa Davis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campeonato mundial de triatlón</li> </ul>
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay evento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maratón 5K por el malecón</li> <li>• Campeonato de volley playero</li> </ul>
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo triatlón Topman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torneo interprovincial de aguas abiertas</li> </ul>
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclismo de montaña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunset 5k fin de año</li> </ul>

Elaborado por el autor

## **5 Capítulo 5**

### **5.1 Conclusión**

- En conclusión podemos observar que este trabajo de investigación ha recolectado datos de segundo y primer orden para determinar como el cantón ser verá beneficiado con la implementación de una estrategia efectiva de turismo deportivo para que el mismo sea promocionado como destino de turismo deportivo. Se han planteado el número de cinco sub estrategias por rangos de edades por géneros para que el cantón salinas por medio de sus autoridades gubernamentales y ministerio puedan hacer uso de esta información y desarrollar las actividades que son practicadas y percibidas por cada rango de edades como actividades deportivas y que motivan a visitar el cantón salinas como destino de turismo deportivo.

Recomendaciones:

Para que el turista disfrute su estadía en el destino turístico es necesario que organismos gubernamentales e involucrados con la actividad turística tomen acciones que permitan mejorar la imagen del cantón y la experiencia de los visitantes, estas serían:

- Invertir en espacios de recreación que beneficien a la población local y a los turistas.
- Mejorar la infraestructura básica en el cantón para evitar inconvenientes en épocas de temporada alta.
- Mejorar la señalética y vías en el cantón.
- Aprovechar el deseo de capacitarse de los servidores turísticos para que este recurso humano genere una buena experiencia en los visitantes.
- Mediante la cooperación de la Policía Nacional, fortalecer el plan de seguridad para precautelar la seguridad de los turistas en todo el cantón.

## 6 Bibliografía

- Acerenza, M. A. (14 de junio de 1987). *Dialnet*. Obtenido de [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/Revistas\\_estudios\\_turisticos/43253.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/Revistas_estudios_turisticos/43253.pdf)
- Bigné, J., Andreu, L., & Font, X. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Madrid:ESIC
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito*. Ediciones Piramide.
- Fernández, M. (2014). *El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso*. Universidad de Murcia, Murcia. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195651/160101>
- Galofre, C. (2014). *Estrategia de marketing deportivo: el impacto de los eventos deportivos*. Palma.
- Latiesa, M., & Paniza, J. (2006). *Revista internacional de sociología* , 133-149.
- Martín, J. (15 de mayo de 2017). Estudia tu entorno con un Pestel. CEREM. Recuperado el 2 de enero de 2021, de <https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-unpest-el>
- Millet, O. F. (2011). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=482050>
- Ministerio de Turismo. (19 de diciembre de 2019). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendicion-de-cuentas-2019-vf9.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador-MINTUR. (2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- MINTUR. (2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- Nogueras, M. (2010). *El deporte y el turismo una relacion de ahora y para el futuro*.
- OIT. (16 de noviembre de 2017). *Oficina Internacinal del Trabajo*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/sector/documents/publication/wcms\\_601266.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/sector/documents/publication/wcms_601266.pdf)
- OMT. (s.f.). Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>
- OMT. (s.f.). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Salinas, E. O. (29 de febrero de 2020). Los siete ‘pecados’ de Salinas en el turismo. *Diario Expreso*.
- Varisco, C. (2013). *Nulan*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

**Anexo 1.- Entrevista**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**



**Facultad de Especialidades Empresariales**

**¿Se ha realizado algún tipo de campaña para promocionar el turismo en el cantón?**

---

---

---

**¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado para promocionar del destino turístico?**

---

---

**¿Existen propuestas para el desarrollo de turismo de turismo deportivo en el cantón?**

---

---

---

**¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo se generara un impacto económico positivo en el cantón y en emprendimientos relacionados al turismo?**

---

---

---

**¿Considera usted que al fomentar el turismo deportivo, aumentara el número de plazas de empleo en el cantón?**

---

---

**¿Existe un plan para mejorar la seguridad en el cantón?**

---

---

---

## Anexo 2.- Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



### Facultad de Especialidades Empresariales

**Instrucciones:** Seleccione una opción en cada una de las siguientes preguntas

¿Cuál es su género?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Femenino</li><li>• Masculino</li></ul>
Indique el rango de edad al que pertenece	<ul style="list-style-type: none"><li>• 14-24</li><li>• 25-34</li><li>• 35-44</li><li>• 45-54</li><li>• 55 o más</li></ul>
¿Cuál es su nivel de estudio?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Primaria</li><li>• Secundaria</li><li>• Tercer nivel</li><li>• Cuarto nivel</li></ul>
¿Cuánto dura su estadía en el Cantón Salinas?	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 a 2 días</li><li>• 3 a 5 días</li><li>• 6 a 10 días</li><li>• 10 días o mas</li></ul>
¿Que lo motiva a visitar el cantón Salinas?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turismo de sol y playa</li><li>• Práctica de deportes</li><li>• Trabajo</li><li>• Visita a familiares y amigos</li><li>• Otro</li></ul>
¿Ha visitado el cantón Salinas para participar en algún evento deportivo?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si</li><li>• No</li></ul>
¿Considera que el cantón Salinas es apto para la organización de eventos deportivos?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si</li><li>• No</li></ul>

**Instrucciones:** Ponga una X en donde crea conveniente según la escala de Likert: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; 4= De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo.

	1	2	3	4	5
¿Considera usted que destino cuenta con una campaña para atraer a los turistas?					
¿Considera usted que el destino es promocionado por medios de comunicación?					
¿Considera usted que el turista visita el cantón para disfrutar de su gastronomía?					
¿Considera usted que el turista acude al cantón para disfrutar del sol y la playa?					
¿Considera usted que el turista acude al cantón para practicar algún deporte?					
¿Considera usted que las vías de acceso al cantón se encuentran en buen estado?					
¿Considera usted que los atractivos turísticos del cantón se encuentran limpios y en buen estado?					
¿Considera usted que el cantón ofrece suficiente espacios de parqueo para turistas?					
¿Considera usted que el destino ofrece puntos de información al turista?					
¿Considera usted que el destino posee altos niveles de seguridad para la práctica de turismo deportivo y actividades de sol y playa?					
¿Considera usted que el destino cuenta con información sobre seguridad turística?					



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Lerqué Portés Jean-Claude con C.C: # 0930732672 autor del trabajo de titulación: Estrategias de promoción del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2022**

---

Lerqué Portés Jean-Claude  
C.C: 0930732672



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

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

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

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estrategias de promoción del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena como destino turístico deportivo.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Lerqué Portés Jean-Claude		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ. Albán Alaña, Luis Fernando Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>21 de septiembre del 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	63
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Estrategias, Promoción, Destino Turístico		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Estrategias, Promoción, Marketing, Turismo Deportivo		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El siguiente proyecto de titulación embarca temas referentes al desarrollo del cantón Salinas como destino turístico deportivo. En el cantón Salinas existen recursos turísticos naturales en donde se reciben visitas tanto de turistas nacionales como extranjeros donde gran porcentaje de estos realizan actividades deportivas, por lo que el propósito de este trabajo de investigación es realizar estrategias de promoción para dar a conocer al cantón Salinas como un destino de turismo deportivo. Para lograr este objetivo se debió utilizar un proceso metodológico descriptivo y exploratorio, donde mediante encuestas realizadas a turistas se pudo obtener datos suficientes para analizar los perfiles de los visitantes del cantón. Finalmente se proponen estrategias que podrían llevarse a cabo para promocionar al cantón y lograr atraer mayor cantidad de turistas que puedan realizar la práctica de deporte.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI		<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593 968344252	<b>E-Mail:</b> Jeanclerque@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			