ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

"Plan Estratégico de Marketing para incentivar el turismo hacia los senderos interpretativos ubicados en la Ruta del Spondylus pertenecientes a la Provincia de Santa Elena"

E. Ramírez, V. Rojas, D. Naranjo
Facultad de Economía y Negocios, FEN.
Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL.
Campus Gustavo Galindo V. Km. 30.5 Vía Perimetral, P.O. Box 09 04 471
Guayaquil, Ecuador
eramire@espol.edu.ec, lvrojas@espol.edu.ec, dnaranj@espol.edu.ec.

Resumen

El presente trabajo propone un plan de marketing estratégico para incentivar el turismo hacia los senderos interpretativos ubicados en las comunas de la provincia de Santa Elena, comuna Dos Mangas: sendero "Las Cascadas" y "Las Pozas", comuna Loma Alta: sendero "El Chorrillo" y "La Bramona", comuna Salanguillo: sendero "Salto Chico" y "Las Campanas", comuna Sinchal: sendero "Sinchal", comuna La Entrada: sendero "La Entrada", comuna Sacachun: sendero "Circulo de Piedras". El proyecto base para determinar si estos senderos son turisticamente operables no cuenta con un plan de promoción donde se establezca el target del producto, y que permita incentivar a los turistas en visitar los senderos, además de proponer la estrategia de promoción adecuada, que constituye un sistema en el cual se enfatizara el lograr objetivos específicos del proyecto los cuales son promover la imagen de los senderos como destino turístico, realizar estrategias de posicionamiento que coloquen en el mercado nacional e internacional al Ecuador como turismo alternativo y de naturaleza, por medio de la promoción de los senderos eco turísticos , implementando matrices para formular el marketing mix hacia los niveles Top of Mind del consumidor (PIMTE 2003) siendo el turismo una actividad multiplicadora de otras.

Palabras Claves: *senderos Interpretativos, Ruta del Spondylus*

Abstract

This paper proposes a strategic marketing plan to encourage tourism to the trails located in the communes of the province of Santa Elena, commune Dos Mangas: path "Las Cascadas" y "Las Pozas", commune Loma Alta: path "El Chorrillo" y "La Bramona", commune Salanguillo: path "Salto Chico" y "Las Campanas", commune Sinchal: path "Sinchal", commune La Entrada: path "La Entrada", commune Sacachun: path "Circulo de Piedras".. " The project basis to determine whether these pathways are tourists not operable with a promotion plan which set the target of the product, which provides incentives to tourists to visit the trails, in addition to proposing the appropriate promotion strategy, which is a system in which he emphasized the achievement of specific objectives which are to promote the image trails as a tourist destination, making positioning strategies that place in the national and international markets to Ecuador as alternative tourism and nature, by promoting trails of eco tourism, implementing matrices to formulate the marketing mix to the Top of Mind levels of consumers (PIMTE 2003) tourism is an activity multiplier of others.

Keywords: *Interpretative path, Spondylus Route*

1. Introducción

Los Senderos nacen Como un subproducto turísticos del producto Ruta del Spondylus, el cual esta siendo ejecutado por el Ministerio de Turismo y ha permitido identificar inicialmente 18 comunidades costeras para ser intervenidas con obras de desarrollo turístico que consientan la puesta en valor de los atractivos y recursos turísticos que poseen, brindando a su vez la oportunidad de generar la creación de microempresas turísticas en cada destino de la ruta.

En el 2009, la Subsecretaria de Turismo del Litoral tiene planificada la ejecución de los resultados obtenidos en los estudios para el desarrollo de las obras relacionadas al fomento del turismo cultural de la Ruta del Spondylus, y en relación al truismo alternativo, entre las obras que se han planificado ejecutar para el fortalecimiento de la Ruta del Spondylus se encuentran los 9 senderos interpretativos en 6 comunidades de la Provincia de Santa Elena: Comuna Sacachun: Sendero Círculos de Piedra, Comuna Sinchal: Sender Sinchal, Comuna Loma Alta: Sender La Bramona y Sender El Chorrillo, Comuna La Entrada: Sender La Entrada, Comuna Dos Mangas: Sender Las Cascadas y Sender Las Pozas, Comuna Salanguillo: Sender Las Campanas y Sender Salto Chico

Actualmente estas comunas no han sido explotadas turisticamente de una manera apropiada, y sus senderos poseen grandes atributos y potenciales turísticos tanto en flora y fauna y en diversa actividades Como ciclismo, cabalgatas, camping, observación de aves y demás.

2. Análisis Situacional

2.1. Microambiente

Sector primario (caza, pesca y minería) ocupa la mano de obra con un 24.15 % de la P.E.A.; mientras que en el sector secundario (Industrialización tanto agrícola como de la construcción, producción de alimentos enlatados y la actividad petrolera) ocupa un 23.21% de la P.E.A y el tercer sector (es el área de servicios como hoteles, restaurantes, bares, discotecas tiendas supermercados y sector financiero) es un 52.64% de la P.E.A. vemos que este sector es que más se ha desarrollado en la última década.

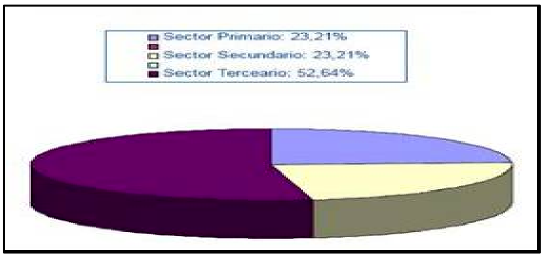

Figura 1: Actividades Económica de la Provincia

2.1.1. Clientes

Dada la ubicación de los senderos dentro de la Provincia de Santa Elena, se ha identificado a los turistas nacionales y extranjeras que nuestros posibles clientes, tomando como referencia los datos publicados por La Dirección de Áreas Naturales y el Ministerio de Ambiente en el año 2004, en el cual se observa que para el 2004 existió 392.612 visitas. En la Provincia de Santa Elena no existen datos sobre volúmenes, procedencias estancias y gastos de turismo en la Provincia, ni encuestas realizadas, ya que no se ha estructurado un sistema estadístico permanente, tanto en temporada alta como en temporada baja, que puedan complementar el conocimiento cuantitativo y cualitativo del mercado turístico. Los datos de referencia citados son del el Plan de Marketing de la Provincia de Santa Elena.

2.1.2. Proveedores

Fuentes de financiamiento ciertos evaluados en el Plan de Marketing de la Prov. De Santa Elena, como:

-Sector Público: El Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador, PMRC (Programa de Manejos de Recursos Costeros), Ministerio de Ambiente
- ONG´S: World Wide Fund for Nature WWF (Fondo Mundial de la Naturaleza), Fundación Natura.
Entidades Privadas: CORPEI, Cámaras de Turismo.

2.1.3. Intermediarios

Como se puede observar en el cuadro de Establecimientos turísticos registrados hasta el 2004, de las 12129 empresas registradas en el Ministerio de Turismo el 58% corresponde a la actividad de comidas y bebidas, el 22% a la actividad hotelera, el 12% corresponde a agencias de viajes

3. Análisis de Mercado

3.1. Demanda Turística de la Provincia

- Durante un feriado de Carnaval se estima que 1'500.000 turistas se movilizan a nivel nacional. De esta cantidad, de un 12 al 15 % del movimiento turístico interno, se dirige a La Península (Ministerio de Turismo).
- 300.000 personas se desplazan de Guayaquil a la Provincia en Carnaval y en Semana Santa "respectivamente.
- Se estima que a la Provincia la población flotante llega a: 2'000.000 dos millones de visitantes al año, 800.000 en temporada de costa 3 meses Enero a Abril. El resto repartido en el resto del año. (Datos 2006)
- Salinas recibe visitantes que en su mayoría precedían de Quito, Ibarra Portoviejo y Guayaquil
- Listo para recibir a un promedio de 80.000 visitantes durante el feriado de Difuntos e
- Independencia de Cuenca

3.2. Oferta Turística de la Prov. de Santa Elena

Sol y playa: playas, la ruta del sol ("ya existente, pero poco promocionada", Pimte, 2003) producto compartido con la provincia de Manabí.
Gran aventura: ciclismo (club eco ciclismo ecuador aventura) a lo largo de la ruta del sol, parapente.
Deportivo: velerismo: salinas, natación: salinas, tabla vela: salinas, punta centinela., esquí acuático: salinas, jet-ski, ski, hidrolife, slalom, wafeboard: salinas, pesca deportiva por estaciones: salinas y punta carnero, surf: montañita, chocolatera y chulluipe, buceo: islote el pelado, salando, rappel: Olón, volleyball: salinas.
Cultural: celebraciones cristianas con costumbres: san pedro, san pablo, virgen de la merced, fiesta de san jacinto y fiesta del mar, fiesta de la virgen del mar y cristo del pescador; orígenes del ecuador: excavaciones arqueológicas en la libertad y Santa Elena (amantes de Sumpa); red de santuarios: Santa Elena, Olón, Colonche; artesanías y su proceso de elaboración: paja toquilla en comuna de Barcelona y Manglaralto; calcáreos; bronce y plata en Chanduy y tejidos de piola de algodón en Chanduy.

Rural: baños termales de san Vicente, turismo comunitario y vivencial: comunidad dos mangas, descanso, reposo y tranquilidad: casas de retiro en ballenita.

Observación de aves: aves migratorias: piscinas de Ecuasal, mar bravo, y represa Velasco Ibarra de salinas, reserva de bosque de "loma alta", a lo largo de la ruta del sol, por la presencia de la cordillera Condón-Colonche y la cercanía al mar.
Observación de mamíferos marinos: ballenas jorobadas: salinas, lobos marinos: salinas (playa de la FAE).
Convenciones y eventos:
Competencias nacionales e internacionales: pesca deportiva, tenis, automovilismo, belleza, surf, optimist.

3.3. Investigación de Mercado
Problema:

Incentivar el turismo hacia los senderos interpretativos, ya que contienen el potencial turístico que necesita ser reconocido y promovido nacional e internacionalmente, no poseen un Plan de Marketing que permita conocer el interés del turista por visitar los senderos, y proponer estrategias de promoción.

Cuadro 1: Resumen de datos para calculo de tamaño muestral

Poblacion Ecuador (según datos del INEC proyectados al 2008)	13805095
Extranjeros que ingresaron a Ecuador (proyectados al 2008)	980611
Total de personas que pisaron el Ecuador (a)	14785706
Nacionales que visitaron Areas Naturales (proyectados al 2008)	319714
Extranjeros que visitaron Areas Naturales (proyectados al 2008)	175101
Total de personas que visitaron Areas Naturales del Ecuador (b)	494815
Probabilidad de éxito (b/a)	0,0334658
Probablididad de éxito en porcentaje (P)	**3,35**
Probabilidad de fracaso (1-P)	0,9665342
Probabilidad de fracaso en porcentaje	**96,65**

Cuadro 2: Calculo del tamaño muestral

z	1,96
n=(z(cuadrado)*probexito*probfracaso)/5%	
n	1242,5966
n final	249

4. Plantación Estratégica

4.1. Objetivos Generales

Realizar un Plan de Marketing estratégico de Marketing para incentivar el turismo hacia los senderos pertenecientes en la ruta Spondylus, ubicados en la Prov. de Santa Elena

4.2. Objetivos Específicos

- Promover la imagen de los senderos como destino turístico.
- Diseñar estrategias de promoción del atractivo turístico de los senderos interpretativos que son turísticamente operables.
- Lograr un posicionamiento estratégico de los senderos como destino turístico.
- Incentivar procesos de capacitación técnica y profesional para el sector turístico.

4.3. Matrices

4.3.1. Matriz BCG del Ecoturismo en el Ecuador

4.3.2. Modelo de Implicación FCB

IMPLICACION	Modo intelectual	modo emocional
FUERTE	**APRENDIZAJE (1)**	**AFECTIVIDAD (2)**
DEBIL	**RUTINA (3)**	**HEDONISMO (4)**

4.3.3. Matriz Importancia- Desempeño actual del producto

Cuadro 3: Atributos y Orden Importancia

ATRIBUTOS	UBICACIÓN
GUIA	1
SEGURIDAD	2
SITIOS DESCANSO	3
COMEDORES	4
SEÑALETICA	5
LETREROS INTERPRETATIV	6
CENTRO INTERPRETACION	7
HOSPEDAJE EN COMUNA	8

Figura 2: Matriz Importancia Resultado

4.3.4. Análisis de la Competencia – Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

Análisis de la Competencia Directa

Parque Nacional Machalilla

Tiene Área Marina-Hábitat, Área Terrestre-Flora, formaciones vegetales, aves mamíferos, reptiles, playa Los Frailes, El tiempo estimado del recorrido es de 2 – 5 horas, con un grado de dificultad: fácil y su costo por persona de $5. Sendero San Sebastián El tiempo estimado de recorrido es de 10-12 horas (2 días), por lo cual se recomienda camping, con un grado de dificultad alto, y con un costo por persona de $35 el día por realizar camping. Sendero Bola de Oro El tiempo estimado del recorrido es de de 5 – 6 horas, con un costo de $30 por persona, por realizar camping. Sendero El Sombrerito El tiempo estimado del recorrido es de de 3 – 4 horas, con un costo de $5 por persona. Isla de la Plata El tiempo estimado de

Recorrido es 2-3 horas de caminatas por los senderos, 2 horas por botes y 30 min snorkelling, con un grado de dificultad facil, y con un costo por persona de $30 mas $15 de entrada al parque. Sendero Ecológico El Rocío El tiempo estimado de recorrido del sendero es de 4 horas, con un grado de dificulta fácil y con un costo por persona de $5.

Entrada potencial de nuevo producto turístico.
Con la actual situación turística del Ecuador, la cual se encuentra en crecimiento, en especial, el ecoturismo, existirán áreas naturales las cuales serán explotadas turisticamente y para poder lidiar con la amenaza de algún nuevo producto turístico parecido al nuestro es necesario protegerse con alguna estrategia como en este caso seria la diferenciación del producto haciéndolo único y atractivo para el turista.

Potencialidad de Productos Sustitutos
Al encontrarse ubicado los senderos en una zona donde predomina el turismo de "Sol y Playa", y principalmente la "Ruta del Sol", la hemos tomado a esta como el principal competidor sustituto, ya que el turista puede decidir sustituir el Ecoturismo por el Turismo de Sol y Playa, dado que esta ruta es muy conocida y de gran demanda.

Poder de negociación de los Proveedores
Dado que es un servicio turístico, impulsado por el Ministerio de Turismo tendría como sus proveedores:
- Sector Público: El Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, Fondo Mixto de promoción Turística del Ecuador, Ministerio de Agricultura, PMRC.
- ONG´S: World Wide Fund for Nature WWF, Fundacion Natura.
- Entidades Privadas: Operadoras de Turismo, Cámaras de Turismo, Propietarios de Restaurantes, Escuelas de Turismo, Líneas Aéreas, Cias. De Transporte turístico-Locales, Cias de Telecomunicación, Bancos Privados, Tarjetas de Crédito, Museos

Poder de Negociación de Clientes
No se puede establecer un precio sin conocer cuanto es la disponibilidad a pagar del consumidor por nuestro producto turístico determinado en el análisis de mercado y de sus competidores. El cliente es quien tiene el poder de negociación, ya que son los que eligen entre las diferentes alternativas tienen la ventaja de poder comparar los precios y servicios en otras zonas.

5. Plan Operativo del Marketing Mix

5.1. Producto

Tabla 1.- **Resumen de los Senderos de la *Ruta del Spondylus***

nuna	Sendero	Zona de Vida[1]	Rasgos Representativos	Temática	Longitud (metros)	Duración (horas aprox.)	Dificultad (1-5)[2]	Color	Ícono/ sello
achún	Círculos de Piedra	Matorral Seco Tropical	Círculos de piedra	Arqueología-matorral seco	3.400	2,5	1	Café	Círculo de Piedra
anguillo	Salto Chico	Bosque Seco Tropical	Pozas de agua	Ríos de verano	7.920	6,5	3	Verde Claro	Camarón de Río
	Las Campanas	Bosque Seco Tropical, Bosque Húmedo Tropical	Cuevas	Uso de los RRNN (a pie/ a caballo)	10.800	8,5	4	Amarillo	Murciélago
chal	"Sinchal"[3]	Matorral Seco Tropical	Miradores	Cicloturismo	2.580	2,5	2	Morado	Cucube
na Alta	La Bramona	Bosque Húmedo Tropical o Monzón, Bosque SubHúmedo Tropical	Salto de agua	El bosque capta agua	6.965	6	2	Azul Claro	Mariposa
	El Chorrillo	Bosque Húmedo Tropical o Monzón, Bosque SubHúmedo Tropical	Garúa	Garúa, dificultad 5	11.520	10	5	Rojo	Guayacán
Mangas	Las Cascadas	Bosque Húmedo Tropical	Toquillales, pequeños saltos de agua	Cascadas	4.352	5,5	3	Azul Oscuro	Salto de Agua
	Las Pozas	Bosque Húmedo Tropical	Toquillales, pozas naturales de agua	Paja Toquilla	3.800	4,5	4	Verde Oscuro	Paja Toquilla
Entrada	"La Entrada"[4]	Bosque Húmedo Tropical	Cercanía del Mar, tagua, frutas orgánicas	Producción artesanal (tagua)	2.462	2	1	Naranja	Palma de Tagua

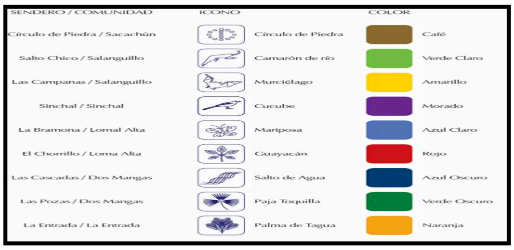

Tabla 2: Iconos de cada sendero a promocionar

5.2. Precio

Cuadro 3: Precio Unitario por sendero

Paquetes turísticos por realizar senderismo

Cuadro 4: Paquete Turístico de 1-3 días

XTREM 1, Naturalmente Historico				XTREM 2, Naturalmente deportivo			
Paquete 1	Comuna	PVP	Tiempo de Recorrido	Paquete 2	Comuna	PVP	Tiempo de Recorrido
Circulo de Piedras	Sacachun	$ 3	2,5	Salto Chico	Salanguillo	$ 26,00	6,5
Las Campanas	Salanguillo	$ 27,00	8,5	Sinchal	Sinchal	$ 4,00	2,5
PRECIO DE PAQUETE		$ 30				$ 30,00	9

XTREM 3, Naturalmente Acuatico				XTREM 4, Naturalmente Eterno			
Paquete 3	Comuna	PVP	Tiempo de Recorrido	Paquete 4	Comuna	PVP	Tiempo de Recorrido
La Bramona	Loma Alta	$ 5,00	6	El Chorrillo	Loma Alta	$ 26,00	10
Las Pozas	Dos Mangas	$ 25,00	4,5	La Entrada	La Entrada	$ 4	2
		$ 30,00	10,5			$ 30	

XTREM 5, Naturalmente Vivo			
Paquete 4	Comuna	PVP	Tiempo de Recorrido
Las Cascadas	Dos Mangas	$ 5,00	5,5
Las Pozas	Dos Mangas	$ 25	4,5
		$ 30	

Cuadro 5: Paquete de venta de 1-7 días

PAQUETES TURISTICOS						
Comunas	# de Horas	XTREM 6	P.V.P	XTREM 7	P.V.P	# de horas
Sacachun	2,5	Circulo de Piedras	$ 3,00	Circulo de Piedras	$ 3,00	2,5
Sinchal	2,5	Sinchal	$ 4,00	Sinchal	$ 4,00	2,5
Salanguillo	8,5	Las Campanas	$ 27,00	Salto Chico	$ 26,00	6,5
Loma Alta	6	La Bramona	$ 5,00	EL chorrillo	$ 26,00	10
Dos Mangas	5,5,	Las Pozas	$ 25,00	Las Cascadas	$ 5,00	4,5
La Entrada	2	La Entrada	$ 4,00	La Entrada	$ 4,00	2
PRECIO PAQUETE	21,5		$ 68,00		$ 68,00	28

5.3. Plaza

-Prensa Escrita: La revista del domingo del diario El Universo, la revista Vistazo.
- Lugares turísticos estratégicos, como Hoteles mas concurridos, aeropuerto Gye y Quio, Bus Gye Vision, Stand en el Malecón 2000, Stand en el Ministerio de Turismo y demás departamentos de turismo de la provincia, minicentros de interpretación, feria Mundial Ecoturistica., agencias de viajes.
- Website: www.senderosturisticos.com
- Vallas Publicitarias en carretera.

5.4. Promoción

Logo de los senderos interpretativos-Ruta del Spondylus

Slogan **"Disfrutando a la naturaleza en su estado más puro y autentico"**

Posicionamiento

Medios

Se deberá comenzar con una campaña fuerte ya que se necesita posicionar los senderos en la mente de las personas como la nueva alternativa de turismo y única en su clase dentro la provincia de Santa Elena. La campaña esta basada en los cuadros de épocas propicias de visitas a los senderos y las mejores épocas de visitas a los senderos.

Diario El Universo: Para el lanzamiento promocional de los "Senderos Turísticos" se publicara en la sección de Viajemos en La Revista del Diario El Universo un articulo acerca del nuevo producto turístico en la Provincia de Santa Elena "Los Senderos Turísticos", así como información detallada de cada sendero, la publicación de este articulo se lo lograría en base a un acuerdo entre el Ministerio de Turismo y el diario, basándose en las épocas propicias de visitas en cada uno de los senderos así como de las mejores épocas de visitas.

Revista Vistazo: De la misma manera por lanzamiento de los "Senderos Turísticos" como nuevo producto turístico de la Provincia de Santa Elena, se realizaría un convenio con los Directivos de la revista para publicar un artículo sin costo y se les pagaría por realizar insertos del flyers de cada sendero y trípticos en los meses estipulados de promoción. Los insertos solo se los realizaría en Guayaquil, Quito y Cuenca ya que son las ciudades de donde proviene el mayor flujo de turista a la provincia.

6. Presupuesto de Costos de promoción y Publicidad

7.2 Costos Preoperativos

COSTO PREOPERATIVOS								
Senderos	La Entrada	Dos Mangas	Loma Alta	Sinchal	Salanguillo	Sacachun	Inversion Total	TOTAL AÑO 0
Costo del Sendero	$ 12.759,71	$ 23.112,12	$ 28.732,75	$ 11.586,85	$ 26.758,01	$ 19.614,82	$ 122.564,26	$ 245.128,52
Costo del Centro de Interpretacion	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 27.654,91	$ 165.929,46	$ 331.858,92
INVERSION TOTAL	$ 40.414,62	$ 50.767,03	$ 56.387,66	$ 39.241,76	$ 54.412,92	$ 47.269,73	$ 288.493,72	$ 576.987,44

6.1. Ventas Proyectadas hasta 2014

	DEMANDA REAL DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS AREAS NATURALES DEL ECUADOR				
	2010	2011	2012	2013	2014
Numero de extranjeros	42937,96815	44692,92423	46519,60869	48420,9532	50400,00926
numero de nacionales	23946,92384	25635,62266	27443,40582	29378,67096	31450,40792
Total de Turistas	66884,89198	70328,54688	73963,01451	77799,62416	81850,41718
Tasa de Crecimiento Anual del Turista Nacional que visitan las Areas Naturales del Ecuador	0,070518403	7,052%			
Tasa de Crecimiento Anual del Turista Extranjero que visitan las Areas Naturales del Ecuador	0,040871894	4,087%			
Tasa Pomedio del Turismo en Areas Naturales del Ecudor	0,055695148	5,570%			
Precio del Paquete 1 - 2 dias	30	30	30	30	30
Precio del Paquete 1-7 dias	$ 68	$ 68	$ 68	$ 68	$ 68
TOTAL DE VENTAS POR TURISMO	$ 3.638.189,55	$ 3.808.187,53	$ 3.986.635,57	$ 4.173.984,95	$ 4.370.712,87

6.2. Presupuesto de Costos promoción y Publicidad

TIPO DE PROMOCION Y PUBLICIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Afiches a Full Color	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00	$ 21.000,00
Botones	$ 83.750,00	$ 88.414,47	$ 93.338,73	$ 98.537,24	$ 104.025,29
Plumas	$ 53.600,00	$ 56.585,26	$ 59.736,78	$ 63.063,83	$ 66.576,18
impresión papel couche del triptico full color c/u	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50	$ 7.699,50
impresión papel bond de 65 gramos flyers inen full color c/u	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00	$ 42.282,00
Diseños de flyers, afiches, website, tripticos , logo	$ 585,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Mantenimiento de pag web	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00	$ 180,00
Promocion de video	$ 900,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) AÑO 1	$ 15.000,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Insertos de flyers de los 9 senderos en revista Vistazo en temporada de Sierra (Quio, Cuenca) y costa (Gye) SGTES. AÑOS	$ 0,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00
1 pagina de publicidad en la Revista Vistazo, en temporada de Sierra (Cuenca Quio), mes de Junio, AÑO 1	$ 3.260,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1 articulo en la Revista Vistazo, en Enero en Gye, Quio, Cuenca AÑO 1	$ 3.260,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00

TIPO DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	COSTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD PROYECTADOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo AÑO 1	$ 6.755,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1/4 de pagina en la revista el domingo en el Universo SGTES. AÑOS					
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo AÑO 1	$ 3.860,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
1/2 vertica en la revista del domingo en el Universo , SGTES. AÑOS	$ 0,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00	$ 1.930,00
Lanzamiento oficial de la promocion de Los senderos en la la seccion de VIAJEMOS en la Revista del Domingo del Diario El Universo	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
3 Vallas en carretera por temporada de Costa	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00	$ 12.000,00
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Gye Convenio con Mintur	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Puesto de informacion en el Centro Comercial El Malecon Simon Bolivar, pago de Sueldo y no se paga alquiler por convenio de Mintur	$ 4.200,00	$ 4.281,06	$ 4.363,68	$ 4.447,90	$ 4.533,75
Puesto de informacion en luagares turisticamente estrategicos en Quio Convenio con Mintur	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Stand en Feria Mundial del Ecoturismo de 18 mts.2, con 6 mts. De frente y 3 mt. de fondo, y el derecho unico de registro de $40	$ 760,00	$ 760,00	$ 760,00	$ 760,00	$ 760,00
TOTAL DE COSTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	$ 259.091,50	$ 247.132,29	$ 255.290,69	$ 263.900,48	$ 272.986,72

7. Conclusiones

Enfocarse al perfil del consumidor que tiene el Pimte: turista excursionista, que guste de la naturaleza, y que no contamine el medio ambiente para las futuras generaciones, como grupo objetivo a los Turistas Nacionales y Extranjeros, con una edad comprendida entre los 26 – 45 años, con un nivel socioeconómico medio, medio – alto y alto y niveles de ingreso superiores a los 600 dólares. El 76% no conocen la existencia de bosques tropicales húmedos en la zona. Pero sin embargo el 75% lo elige como destino turístico por vacaciones en realizar solo el turismo clásico de sol y playa. El 82% no han visitado ni conocen las comunas que forman parte del subproducto de la ruta del Spondylus, y el 86% no tiene conocimiento de la existencia de esta ruta. Las zonas como los senderos interpretativos tiene gran potencial turístico, sobretodo por su ubicación geográfica, el 84% esta dispuesto a realizar excursiones ecoturisticas en los senderos de la Prov. de Santa Elena, lo que permite potencializar a los senderos de la prov. como destino turístico, y que debido a la falta de inversión y promoción no conocen, ni realizar este tipo de turismo alternativo en estas zonas. Se establecieron paquetes de los senderos de dos días y siete días, con la finalidad de recorrer como mínimo dos senderos en un fin de semana y 6 senderos en 1 semana, tanto para turista nacionales como internacionales.

Se estableció los paquetes con un precio estándar para que el consumidor no opte por marginar un paquete del otro por ser más económico, sino por los atractivos que en ellos se disfrute, y se tenga un nivel alto de ventas por turismo. Las ventas y los costos proyectados de marketing serán en un horizonte de cinco años de recuperación de la inversión inicial. Los habitantes de las comunas están incentivados por ser parte de la oferta, que benefician drásticamente a las zonas marginales. No existen levantamientos de información estadística turística actualizada y detallada de las zonas del Ecuador. Se generaran contaminaciones ambientales que se produzcan por la afluencia turística de las zonas objetivos, la cual su prevención y mitigacion dependerán del plan de monitoreo ambiental que el Mintur implemente, y que podrán ser oportunidades para proteger como reservas ecológicas. La Ruta del Spondylus forma parte de la cartera de Estado, en su desarrollo, ejecución y promoción turística entre las tres Rutas que son Ruta del Capacñam y Ruta tradicional del tren que tienen un enorme potencial. Se tendrán al turismo como estrategia de desarrollo propio y como factor diferenciador de producto.

8. Agradecimientos

Se agradece al Ministerio de Turismo y a la operadora de turismo Turidee Cia. Ltda., por permitir el acceso a información y por el respaldo de aquellos profesores, padres y amigos que contribuyeron al proyecto.

9. Bibliografía

[1] Proyecto de adecuación y señalización turística de los senderos interpretativos de la comuna La Entrada, Sinchal, Loma Alta, Salanguillo, Dos Mangas, Sacachún del producto de la Ruta del Spondylus, Septiembre del 2008, Ministerio de Turismo-Turidee Cía. Ltda.

[2] Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2003, pdf

[3] Informe Final del Plandetur 2020.

[4] Plandetur 2020, documento completo.

[5]Plan de Marketing de la Prov. De Santa Elena.

[6] Guía del Patrimonio de Aéreas Naturales Protegidas del Ecuador.

[6] "Análisis y Plan de Marketing para redefinir el manejo del complejo terma turístico teleforo Villacrés.- Baños termales San Vicente", por Viviana Carrera y Ana Lainez, 2002
.
[7] Estudio de mercado y Plan de Marketing para el sector turístico comprende el sector de la costa norte de la provincia de Manabí por Erika Mora y Hyo Yin Kwon Shin, 2002.

[8] Plan de Marketing para desarrollo turístico de Mompiche de la Prov. de Esmeraldas, por Maria Arrollo y Vanesa Godoy, en 2007.

[9] Proyecto de estudio de mercado y Plan de Marketing para el desarrollo turístico de la Ruta Tena-Banoa Ecuador, por Ana Chica y Fabricio Frugone, en 2005.