



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

**Proyecto previo para la obtención del título de:
Ingeniera En Diseño Gráfico Publicitario**

TÍTULO: “Elaboración de un book fotográfico para fomentar el desarrollo turístico del balneario de la parroquia Súa ubicada en la provincia de Esmeraldas”.

Autora: Erika Lisette Mendoza Arroyo.

Director: Msc. Renato Barros.

Quito – Ecuador

2015

DECLARACIÓN

“Yo, Erika Lisette Mendoza Arroyo con cédula de identidad N° 080371492-2 declaro: que la investigación “Elaboración de un book fotográfico para fomentar el desarrollo turístico del balneario de la parroquia Súa ubicada en la provincia de Esmeraldas”; los resultados, análisis y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad”.

La presente Tesis constituye como requisito previo a la obtención del título de INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO, de la Universidad Tecnológica Equinoccial – UTE.

Quito 2015.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis queridos padres Cecilia y Luis, quiénes son los pilares más importantes en mi vida, gracias a su apoyo y amor he logrado culminar esta etapa tan importante de mis estudios profesionales. Gracias por todo lo que me dan y por todo lo que son, sus enseñanzas las llevo en mi mente y corazón siempre, los amo.

También va dedicado a mi querida provincia, Esmeraldas, la tierra que me vió nacer, crecer y que me inspiró para la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por haberme llenado de fuerza y sabiduría para culminar esta meta tan importante en mi vida.

Agradezco infinitamente a mis padres Cecilia y Luis, que siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional y sus buenos pensamientos para que yo logre terminar mi proyecto propuesto.

También agradezco a mi hermano Danny, familiares y amigos que con su colaboración y conocimientos permitieron de una u otra manera que yo pueda ser mejor cada día, al igual que sus buenos deseos y cariño.

ÍNDICE

RESUMEN	xi
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
PROTOCOLO DE TESIS	3
a. Tema.....	3
b. Línea de Investigación	3
c. Sublínea de Investigación	3
d. Justificación	3
e. Planteamiento del problema	4
f. Idea a defender.....	5
g. Objetivos:	5
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 Turismo	6
1.1.1 La actividad turística	8
1.1.2 Historia Del Turismo	9
1.1.3 Turista	11
1.1.4 Clases de Turistas	12
1.1.5 Segmentos de Turismo	13
1.1.6 Clasificación de Turismo	14
1.2 Espacio Turístico	16
1.2.1 El Atractivo Turístico	18
1.2.2 Importancia del Turismo.....	18
1.3 El Turismo Alternativa y Desarrollo	20
1.4 Turismo en Ecuador.....	21
1.5 Marketing Turístico	22
CAPÍTULO II	24
2.1 Fotografía.....	24
2.1.1 Definiciones de Fotografía	24
2.1.2 Origen e Historia de la Fotografía	25
2.1.3 Tipos de Fotografía	26
2.1.4 La Fotografía digital	27

2.2 La Fotografía Medio de Comunicación de Masas.....	28
2.3 Los Estilos en el Arte Fotográfico	29
2.3.1 Fotografía Directa	29
2.3.2 Fotografía Artística.....	29
2.3.3 Fotografía Pictórica.....	30
2.3.4 Fotografía Abstracta o Contemporánea.....	31
2.3.5 Fotografía con Luz Ambiente	32
2.3.6 Fotografía Publicitaria Comercial	32
2.4 Book Fotográfico o Fotolibro	34
CAPITULO III.....	36
MARCO CONTEXTUAL	36
3.1 Introducción	36
3.1.1 Esmeraldas.....	36
3.1.1.1 Datos Generales del Cantón.....	37
3.2 Súa	38
3.2.1 Antecedentes	38
3.2.2 Súa y su historia	39
3.2.3 Etimología del nombre Súa.....	40
3.2.4 Ubicación Geográfica.....	40
3.2.5 Ubicación de la parroquia a nivel nacional, provincial y cantonal	41
3.2.6 Datos de interés.....	42
3.2.7 Atractivos turísticos	43
3.2.8 Gastronomía	48
3.2.9 Fechas importantes y celebradas en la parroquia	50
3.2.10 Crecimiento y evolución parroquial	50
3.2.11 Clima.....	52
3.2.12 Hidrografía	53
3.2.13 Cobertura vegetal	54
3.2.15 Fauna.....	58
3.2.16 Bosques y áreas protegidas en la parroquia Súa	60
3.2.17 Sistema económico.....	62
3.2.19 Actividad pesquera	65
3.2.20 Hotelería	66
3.2.21 Actividad Comercial	66

3.2.22 Súa actual	66
CAPÍTULO IV.....	67
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
4.1 Objetivo General	67
4.2 Propósitos de la investigación:.....	67
4.3 Unidades de Análisis	67
4.4 Población y Muestra	67
4.4.1 Muestreo Probabilístico.....	67
4.4.2 Fórmula para calcular el tamaño de la muestra	68
4.5 Tipo de estudio descriptivo	69
4.6 Método de investigación	70
4.6.1 Método deductivo.....	70
4.6.2 Método analítico.....	70
4.6.3 Método de observación participante.	70
4.7 Fuentes	71
4.7.1 Primarias.....	71
4.7.2 Secundarias	71
4.8 Técnica e Instrumento	71
4.9 Tratamiento de la Información:	75
4.9.1 Análisis de Datos:	75
4.9.2 Representación Gráfica de la Información:.....	75
4.10 Técnicas de Análisis:	75
4.11 Resultados De La Investigación - Encuestas.....	76
4.11.1 Conclusiones - Encuestas.....	88
4.12 Resultados De La Investigación – Entrevistas	88
4.12.1 Conclusiones - Entrevistas.....	88
CAPITULO V.....	90
PROPUESTA.....	90
5.1 Introducción	90
5.2 Objetivos de la Propuesta	91
5.3 Desarrollo de la Identidad Visual “Súa”	91
5.3.1 Estructura del Logotipo	92
5.3.2 Manual de Identidad Visual Básico	93
5.4 Características del grupo Objetivo	93

5.5 Información adicional de la propuesta	94
5.6 El Book Fotográfico.....	95
5.6.1 Estructura de la propuesta	96
5.6.2 Book Fotográfico: “Súa – Paraíso Natural”	100
CAPÍTULO VI.....	101
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
6.1 Conclusiones	101
6.2 Recomendaciones	102
BIBLIOGRAFÍA:	103

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ilustración. Mapa de Ubicación de la Parroquia Súa.....	42
Gráfico 2. Imagen. Playa de Súa - Fuente: Autora	44
Gráfico 3. Imagen. Isla de los Pájaros de Súa de Sofía Bermúdez.	44
Gráfico 4. Imagen. Cueva del amor de Sofía Bermúdez.....	45
Gráfico 5. Imagen. Peñón de Súa.....	45
Gráfico 6. Imagen. Malecón Súa.....	46
Gráfico 7. Imagen. Malecón Súa.....	46
Gráfico 8. Imagen. Avistamiento de Ballenas. La Hora.....	47
Gráfico 9. Imagen. Arroz Marinero. Fuente: autora.....	48
Gráfico 10. Cangrejo.....	49
Gráfico 11. Camarones.....	49
Gráfico 12. Ceviche mixto.....	49
Gráfico 13. Ilustración. Mapa de Asentamientos Humanos.	52
Gráfico 14. Ilustración. Mapa Hidrológico.	54
Gráfico 15. Achiote	57
Gráfico 16. - Laurel	58
Gráfico 17. Pega Pega.....	58
Gráfico 18. Raposa	58
Gráfico 19. Guatusa.....	59
Gráfico 20. Ardilla	59
Gráfico 21. Azulejo.....	59
Gráfico 22. Perico	60
Gráfico 23. Gaviota	60
Gráfico 24. Ilustración. Mapa de Bosques y Áreas protegidas de la parroquia Súa.	61
Gráfico 25. Género de turistas encuestados.....	76
Gráfico 26. Frecuencia vacaciones.....	77
Gráfico 27. ¿Que busca cuando va de vacaciones?.....	78
Gráfico 28. ¿Por qué prefiere Súa?	79
Gráfico 29. ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?.....	80
Gráfico 30. ¿Cuáles atractivos turísticos conoce?	81
Gráfico 31. ¿Por qué no conoce los atractivos turísticos?	82

Gráfico 32 Medio de transporte elegido para llegar a Súa.....	83
Gráfico 33. Prefiere recibir información por:	84
Gráfico 34. ¿Le gustaría un libro fotográfico sobre Súa?.....	85
Gráfico 35. ¿Quiere adquirir el libro de forma?	86
Gráfico 36. ¿Quiere recibir el libro en formato?	87
Gráfico 37. Logotipo Súa	92
Gráfico 38. Imagotipo Súa	92
Gráfico 39. Tipografía Súa.....	93

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Asentamientos humanos de la parroquia Súa.	51
Tabla 2. Clima de la parroquia Súa.....	53
Tabla 3. Cobertura Vegetal.....	55
Tabla 4. Población en edad de trabajar.	63
Tabla 5. Población económicamente activa.....	64
Tabla 6. Principales cultivos perennes y transitorios	64
Tabla 7. Género de turistas encuestados	76
Tabla 8. Frecuencia vacaciones	77
Tabla 9. ¿Qué busca cuando va de vacaciones?	78
Tabla 10. ¿Por qué prefiere Súa?.....	79
Tabla 11. ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?	80
Tabla 12. ¿Cuáles atractivos turísticos conoce?.....	81
Tabla 13. ¿Por qué no conoce los atractivos turísticos?.....	82
Tabla 14. Medio de transporte elegido para llegar a Súa	83
Tabla 15. Prefiere recibir información por	84
Tabla 16. ¿Le gustaría un libro fotográfico sobre Súa?	85
Tabla 17. ¿Quiere adquirir el libro de forma?	86
Tabla 18. ¿Quiere recibir el libro en formato?.....	87

RESUMEN

El presente documento de investigación consta de un protocolo de tesis en el que se encuentra el tema, la justificación, el planteamiento del problema, la idea defender y los objetivos, luego de esto la tesis se divide en seis capítulos que se detallan a continuación:

En el primer capítulo, se expone todo lo relacionado con el Turismo, permitiendo comprender de mejor manera esta temática, analizando sus definiciones, qué es la actividad turística, su historia, definición de turista, clases de turistas, los segmentos de turismo, clasificación, qué es el espacio turístico, los atractivos turísticos, la importancia del turismo, el turismo como una alternativa y desarrollo, como es el turismo en Ecuador y la definición y demás aspectos del Marketing Turístico.

El segundo capítulo abarca todo lo referente a la Fotografía: definiciones, origen e historia, tipos de fotografía, la fotografía como un medio de comunicación de masas, los diferentes estilos del arte fotográfico, la fotografía digital, en qué consiste la fotografía publicitaria y qué es un book fotográfico o fotolibro, estos conceptos ayudarán a comprender el trabajo a realizar en la propuesta.

El tercer capítulo nos muestra el marco contextual donde encontramos como introducción datos básicos sobre nuestro país y la provincia de Esmeraldas para luego profundizar en el lugar principal qué es la parroquia de Súa, con temas referentes a su historia, etimología del nombre, geografía, datos de interés, atractivos turísticos, gastronomía, clima, flora, fauna y datos sobre la vida de los habitantes de la parroquia, esta información es fundamental, ya que permite analizar y comprender el sujeto a investigar.

El cuarto capítulo detalla la metodología de la investigación, donde se evidencia el objetivo general, los propósitos de la investigación, la población y la muestra, justo con la fórmula para calcular el tamaño de la muestra, el tipo de estudio descriptivo, y los métodos de investigación que se emplearon en

este proyecto, al igual que las técnicas e instrumentos que nos llevaron a realizar el respectivo análisis de los datos, arrojando este resultados de mucha importancia para lograr el planteamiento de las conclusiones.

El quinto capítulo es el desarrollo de la propuesta, aquí se expone el book fotográfico titulado: **“SÚA – Paraíso Natural”**. Es una selección de las mejores fotografías sobre el balneario de Súa, ubicado en la provincia verde de Esmeraldas, muy conocida por sus hermosas playas y su exquisita gastronomía. Este se divide en capítulos que nos muestran los atractivos turísticos del balneario, la gastronomía costeña, la gente local, los turistas y los lugares emblemáticos de este paraíso natural, con el fin de mostrarlo al mundo y llamar la atención de nuevos visitantes. También se muestra la propuesta de la moderna y fresca identidad visual del balneario de Súa, lo que la distinguirá de los demás balnearios de la provincia y del país dándole un aspecto único.

Al final del documento, como sexto y último capítulo, se revelan las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación y el trabajo desarrollado a lo largo de esta tesis.

Palabras claves:

Turismo, Fotografía, Balneario, Desarrollo, Naturaleza

ABSTRACT

This project consists of a thesis protocol in which we find the theme, justification, the problem statement, the defending idea and the objectives, then this thesis is divided into six chapters as follows:

In the first chapter, discussed everything related to tourism, allowing us to better understand this issue, analyzing their definitions, what is tourism, it's history, definition of tourist, tourists classes, tourism segments, classification, what is space tourism, tourist attractions, the importance of tourism, tourism and development as an alternative, tourism in Ecuador and other aspects of Tourism Marketing.

The second chapter covers everything related to Photography: definitions, origins and history, types of photography, photography as a mass media, the different styles of photographic art, digital photography, what is advertising photography and what is a photo book, these concepts help us understand the work to be done in the proposal.

The third chapter shows the contextual framework where we find an introduction, basic data about our country and the province of Esmeraldas and then delve into the main place which is the beach of Súa, with issues concerning it's history, etymology of the name, geography, data of interest, attractions, food, climate, flora, fauna and information on the life of the citizens from there, this information is critical because it allows us to analyze and understand the subject to investigate.

The fourth chapter details the research methodology, which contains the overall objective, research purposes, population and the sample, the formula to calculate the sample size, the type of descriptive study, evidence and methods research that went into this project, as well as techniques and instruments that led us to make the respective analysis of the data, yielding the results of great importance for attaining the approach of the conclusions.

The fifth chapter is the development of the proposal, here is exposed the proposal of the photo book entitled: "SÚA - Natural Paradise", which is a selection of the best photographs of the beach of Súa, located in the green province of Esmeraldas, well known for it's beautiful beaches and delicious cuisine. This is divided into chapters that show us the attractions of the beach, the coastal cuisine, local people, tourists and the landmarks of this natural paradise, in order to show the world and attract the attention of new visitors. The proposal also show a modern fresh visual identity for Súa, which will distinguish it from other beaches of the province and the country in general giving it a unique look.

At the end of the document, as the sixth and last chapter, we find the conclusions and recommendations on the research and work developed along this thesis.

KEYWORDS:

Tourism, Photography, Beach, Development, Nature

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país lleno de riquezas naturales y culturales. Está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad del mundo.

Posee una exquisita diversidad que se puede apreciar en cada una de sus cuatro regiones, dando lugar a incontables especies de flora y fauna, también ofrece atractivos históricos, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones que se han intentado mantener con el paso del tiempo.

En el Ecuador el turismo es considerado como una actividad fundamental para el desarrollo social y económico de los pueblos, por lo que se ha trabajado mucho para poder posicionar al país como una potencia turística a nivel internacional, ofreciendo a sus visitantes atractivos turísticos únicos que lo diferencian sin duda de otros destinos turísticos.

La provincia verde de Esmeraldas siempre se ha destacado por atesorar playas hermosas que todos los años llaman la atención de cientos de turistas tanto nacionales como extranjeros, gozando a su vez de una incomparable gastronomía que ha sido el plus de sus embrujadores paisajes y demás maravillas naturales que posee.

Súa sin duda se destaca como una de las playas principales de la provincia verde. En la antigüedad este era el balneario número uno de Esmeraldas, alabado por sus atractivos turísticos naturales que habitan en ella y que lo distingue de los demás balnearios, como lo son la Isla de los Pájaros y sus tranquilas aguas que simulan estar nadando en una gran piscina.

Con el paso del tiempo Súa fue perdiendo su fama poco a poco, ya que el crecimiento de la provincia y de la población como tal, la fue opacando, brindándole más importancia a las playas que se encontraban más cerca de la ciudad las cuales evolucionaron rápidamente con la ayuda de inversores

turísticos. Esto lleva al porqué de la creación de este documento, que no pretende más que impulsar y mejorar la imagen de una de las playas más emblemáticas en la historia de la provincia de Esmeraldas, enseñando sus atractivos turísticos y los beneficios que los turistas pueden encontrar en este paraíso natural como lo es Súa.

PROTOCOLO DE TESIS

a. Tema

Elaboración de un book fotográfico para fomentar el desarrollo turístico del balneario de la parroquia Súa ubicada en la provincia de Esmeraldas.

b. Línea de Investigación

La interrelación del diseño, arte, ciencia, tecnología, sociedad y medioambiente.

c. Sublínea de Investigación

Entorno y sociedad.

d. Justificación

El Ecuador es un país lleno de belleza natural lo que le permite posicionarse sin lugar a duda como una gran potencia turística a nivel mundial, siendo sus playas unas de las más aclamadas por turistas tanto nacionales como extranjeros. Entre las playas más hermosas del país siempre se han destacado las de la provincia de Esmeraldas, tanto por su calidez, gastronomía y la buena acogida que brindan sus habitantes quiénes viven del turismo en su mayoría.

Súa es un balneario bendecido con muchas cualidades que le permiten destacarse de entre las demás playas de la provincia. Sus aguas pacíficas nos trasladan a un paraíso sin igual, donde el sol, la arena y el mar son el complemento perfecto de familias enteras.

La importancia del presente proyecto radica en destacar los atractivos turísticos que incentivarán y apoyarán al desarrollo del turismo de este sector, logrando una mejora en su reconocimiento como balneario, por ende una mayor acogida turística y una mejor calidad de vida de los habitantes de la parroquia Súa.

Su justificación está dada en el bajo nivel de acogida turística con referencia a las demás playas principales de la provincia de Esmeraldas y sobre todo la escasa difusión que tiene el balneario Súa en comparación a estas, lo que ha impedido el desarrollo turístico y por ende el crecimiento económico y social adecuado de esta parroquia.

e. Planteamiento del problema

El Ecuador es un país que a pesar de ser pequeño cuenta con una gran riqueza natural y cultural, siendo uno de los 17 países donde se encuentra la mayor biodiversidad del planeta. Posee atractivos históricos, gastronómicos, una amplia variedad de culturas y tradiciones que le permiten ser considerado como una de las potencias turísticas más importantes de Latinoamérica.

Súa es una acogedora playa que recibe a muchos turistas del Ecuador y del mundo. La tranquilidad de sus aguas, su acogedor paisaje, un clima favorable durante casi todo el año, su exuberante flora y fauna, son algunas de sus características más sobresalientes, que permiten que Súa sea una de las playas más importantes de la provincia, por lo tanto el tomarla en cuenta y difundir su existencia es de gran importancia para el desarrollo del turismo en el país y más aun el desarrollo de esta sencilla parroquia.

Mediante este proyecto de investigación se pretende elaborar un book fotográfico que nos muestre por medio de la apreciación fotográfica las maravillas de este hermoso pero poco reconocido balneario de la provincia de Esmeraldas, para así contribuir al desarrollo del turismo de este sector y por ende del país.

f. Idea a defender

Con la elaboración de un book fotográfico del balneario Súa se pretende realzar y difundir la belleza que posee esta playa ubicada en la provincia de Esmeraldas, contribuyendo así al desarrollo turístico de este sector.

g. Objetivos:

- **Objetivo General**

- Elaborar un book fotográfico que permita destacar los atractivos turísticos del balneario Súa y fomentar la afluencia de turistas en esta parroquia de la provincia de Esmeraldas.

- **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual del turismo de la playa Súa en la provincia de Esmeraldas.
- Determinar los lugares más destacados en el sector para la realización de las fotografías.
- Diseñar un book fotográfico sobre lo más destacado del turismo del balneario Súa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo

Desde tiempos inmemoriales, el turismo constituye una parte importante de la sociedad, sobre todo para las personas de mayor poder adquisitivo. Sin embargo, hoy día esa visión se ha ido transformando, para dar paso a modalidades más inclusivas y al alcance de un número ascendente de viajantes.

La industria turística en la actualidad experimenta un crecimiento y diversificación incesantes, erigiéndose como uno de los sectores económicos emergentes, más importantes en el mundo, siendo generador de grandes inversiones.

Se define al Turismo como el cúmulo de actividades que llevan a cabo las personas durante su permanencia en lugares diferentes a su medio diario, por una etapa inferior a un año, y con fines de diversión, trabajo, u otros. Este sector se fundamenta en las relaciones entre el turista, y la localidad, empresa u organización turística. De manera que esta última facilita un conjunto de servicios a su destinatario. (Novás, 2006, pág. 1)

“El turismo es el conjunto de fenómenos originados por los viajes (...) Estos se originan en un mercado, forman y engrosan las corrientes turísticas, y se dirigen a los núcleos receptores.” Fernández citado en (Fúster, 1985, págs. 9,10)

Según los planteamientos de los investigadores mencionados, el turismo no es más el resultado de las diferentes gestiones que hacen los seres humanos durante un período definido en un ambiente diferente al que se desenvuelven normalmente. El lapso de tiempo puede durar más o menos en dependencia de los objetivos de viaje, ya sea negocios, placer, o visita a familiares. En cualquiera de los casos, se confirma la idea de que la actividad turística es el

producto de las prácticas sociales de las personas en un sitio diferente, por un espacio de tiempo limitado.

“El turismo comprende las actividades que las personas realizan durante sus viajes, en lugares que difieren de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo de menos de un año, con fines de ocio, negocios y otros”. (Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización de Naciones Unidas(ONU), 1993)

Es así que el turismo se ha conceptualizado de la siguiente forma:

Fenómeno de naturaleza compleja y concebida como conjunto de actividades diversas, ha constituido y constituye un factor de transformación y un componente estructural de nuestra sociedad. Su complejidad y diversidad se concretan en distintas manifestaciones (sociales, geográficas, económicas políticas...) y por ello ha sido y es objeto de estudio por parte de las disciplinas científicas que han abordado su problemática. (Gómez & Frances, 2002, pág. 9)

Pese a que las anteriores definiciones ven el concepto desde diferentes puntos de vista, resulta común para todos, ver al turismo como un suceso de tiempo espacio, y situación. Un evento durante el cual las personas por diferentes motivos se alejan temporalmente del contexto general en el que se desarrolla de forma frecuente. En este aspecto La OMT y la ONU en su informe, ofrece el criterio más completo y generalizado, en el asunto, pues además de incluir los elementos propios del turismo y sus modalidades, de alguna manera hace referencia también a las implicaciones sociales y económicas que tiene el asunto.

1.1.1 La actividad turística

Cuando se analiza el turismo como actividad se trata de verlo como la fusión de gestiones y relaciones que comienzan con el traslado de personas fuera de las demarcaciones de su residencia acostumbrada, con diferentes objetivos, que pueden ser personales o de otra índole.

Según un colectivo de autores las constantes principales en la definición de la actividad turística, son el viaje y la estadía. El viaje implica el movimiento de los individuos fuera de su entorno usual, visto como el lugar de vida y trabajo; mientras que la estadía precisa el sitio donde se desarrolla una serie de actividades propiciadas por la empresa privada o estatal, la cual promociona las ofertas de viaje, dirigidas a incrementar el confort y las opciones de divertimento de los viajeros. (Saavedra, Durán, & Durandal, 2004, pág. 8 y 9)

Asimismo este entramado de relaciones es conceptualizado como una actividad socioeconómica relativamente nueva, que influye en una amplia gama de renglones económicos y disciplinas académicas.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se puede deducir que la actividad turística desde su propia concepción, constituye un fenómeno que traspasa las fronteras de lo económico, para convertirse en una especie de imbricación entre las relaciones establecidas desde el momento mismo en que los turistas emprenden el viaje a su destino, hasta la culminación de este. Por consiguiente, los protagonistas del proceso son los turistas, aun cuando en el intervienen servicios, empresas y organizaciones.

Entre las actividades características del sector turismo consideradas para el análisis de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) se encuentran las de alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viaje, servicios culturales y de recreación. Elementos fundamentales para el análisis en cifras de la actividad turística de la Comunidad Andina de Naciones. (INEC, 2012)

Gran parte de las investigaciones sobre el tema hacen énfasis en el vínculo entre la actividad con el medio geográfico. Lo cual se manifiesta en el criterio expresado por Gómez y López (2002) citando a López (1985), según el cual:

El turismo es aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, bien para disfrutar de los recursos y atractivos geofísicos diferenciales que ofrece el territorio al cual se acude, bien para contemplar elementos genealógicos contenidos en él, es decir para admirar residuos y obras históricas que perviven en el territorio, y a las cuales se le atribuyen un valor monumental, artístico o cultura. (Gómez & Frances, 2002, pág. 10)

Quizá este punto de vista donde se destaca el ámbito geográfico demuestra la importancia del lugar en las relaciones que se generan entre las actividades turísticas y los puntos espaciales donde se desarrollan, puesto que resulta precisamente el lugar, dependiendo de su atractivo o no y el interés que puedan provocar en los visitantes, el elemento que origina la actividad turística en sí.

Se puede establecer entonces que el turismo como actividad, es multisectorial y multidisciplinario. En el proceso intervienen disímiles sectores como la agricultura, la construcción, y otros sectores públicos y privados, que contribuyen para lograr ofrecer los bienes y servicios destinados a los turistas. Cabe notar estos cambian según el país, pues cada uno tiene particularidades que los hacen atractivos al público.

1.1.2 Historia Del Turismo

La historia del turismo de la manera que se le conoce en la actualidad, es más reciente de lo que muchos imaginan. Pero a lo largo de la historia, existen sucesos que se pueden considerar precursores de la actividad hoy.

Aún los investigadores no precisan el momento exacto de las primeras manifestaciones turísticas en el tiempo, pero el desplazamiento para conocer las pirámides de Egipto en el año 1500 antes de Cristo, tanto por motivos religiosos, como por placer, resultó una de las primeras de su tipo.

Uno de los hechos que impulsó el movimiento masivo de personas, fue las Olimpiadas de la antigua Grecia. Este suceso también instigó las visitas a lugares de interés en la región como el Partenón, y aparecen las primeras posadas, aunque desprovistas del confort de estos tiempos. (Olmos & García, 2011, pág. 8)

Más tarde los romanos comenzarían a viajar por todo el imperio debido a una situación de paz relativa, y buenas comunicaciones. A partir de ahí, incluirían guías hacia las termas, templos, espectáculos de circo y teatro, así como los viajes a tierra Santa, un antecedente del turismo religioso. Con este auge las familias adineradas iniciaron la construcción de segundas residencias en otras ciudades para pasar períodos cortos de tiempo. (Castro, 2000, pág. 49)

Como reseñan ambos autores pese a las manifestaciones incipientes de la actividad turística, aún no se puede hablar de un turismo consolidado y hecho con fines específicos. Se trata de expresiones naturales y lógicas del desarrollo socioeconómico del hombre, y las nuevas exigencias que este genera.

Durante la Edad Media se dan menos los viajes de placer en Europa, pero ya para el siglo XV, renace el turismo de balneario, que había iniciado en la Roma Imperial, primero en ciudades británicas, para luego extenderse a otras en Bélgica y Alemania. Rodríguez citado en (López, 2013)

Ya en la era moderna, los avances en el transporte también dieron lugar a prácticas del turismo, “surgen entre las clases sociales altas los llamados Gran Tours, itinerarios educativos en el que los jóvenes trataban de instruirse en la cultura clásica. El recorrido solía incluir ciudades como Venecia Florencia París y Atenas.” (Olmos & García, 2011, pág. 8)

También proliferaron en esta época los avances en la navegación y el comercio, elementos que estimularon la exploración de nuevas rutas.

“De este modo Cristóbal Colón descubre América, (1492) hace cuatro viajes al Nuevo Mundo (...) Los viajes de Colón originan otras travesías que permiten nuevos descubrimientos, como son el Océano Pacífico, y el Estrecho de Magallanes. Los avances tecnológicos de la II Guerra Mundial se aplican a la aviación civil, que rápidamente tiene gran expansión y desplaza a otros medios de transporte como el tren y el barco”. (Castro, 2000, pág. 55)

Como reflejan los autores, grandes y complejos procesos económicos y sociales transformaron y dieron auge al ámbito del turismo. Pero aun así la historia continúa, y las actividades de este tipo experimentan un desarrollo vertiginoso a partir de la creación de la OMT en los años 70, organización que nació con la misión de otorgarle al turismo la importancia y promoción que merece, como uno de los renglones económicos más sólidos en la actualidad.

Ya en la actualidad la globalización y la progresiva integración política, constituyen elementos impulsores, que influyen de manera esencial en el desarrollo de la actividad turística. Desde el punto de vista social los cambios hacia un trabajo más flexible en tiempos, el aumento en los niveles de vida y la edad, las metamorfosis en los valores e intereses de las personas, han incidido en los causes que ha tomado el turismo en los días actuales. (Saavedra, Durán, & Durandal, 2004, pág. 20)

Sobre la actividad del Turismo aún queda mucho por escribir, los adelantos en materia de tecnologías, y en todos los ámbitos de la vida del ser humano llevan a pensar que la industria no tiene límites aun cuando la crisis económica a nivel mundial persista. Estudios de la OMT revelan que dentro de 5 años las perspectivas del área aumentan, con el flujo de millones y millones de visitante en las diferentes ciudades del orbe. Las posibilidades de crecimiento para este sector aumentan también sus credenciales como potencia industrial en la economía de muchas naciones.

1.1.3 Turista

Turista o visitante persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un tiempo mayor a las 24 horas, haciendo la diferenciación con el término visitante de día o excursionista, cuya estancia es menor a este lapso de tiempo. Sin embargo agrega también que generalmente este concepto se aplica a los individuos que viajan por vacaciones de ocio o recreación, pero en la actualidad la gama de motivaciones es mucho más amplia e incluye visitas familiares, tratamientos de salud, negocios, o asuntos profesionales y/o religiosos. (Novás, 2006, pág. 2)

Sobre este tema la sociedad de naciones aportó también su definición: “Toda persona que viaja por una duración de 24 horas o más, a un país distinto al de su residencia habitual”. (Sociedad de Naciones, 1937)

La anterior conceptualización se ve superada por la que hace Naciones Unidas en su conferencia sobre turismo; la cual sitúa al turista como el visitante temporal que permanece al menos 24 horas en la nación que visita, y las finalidades de su viaje pueden clasificarse del modo siguiente:

- Placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión y deportes.
- Negocios, familia, misiones, y reuniones. (Naciones Unidas, 1963)

Como se puede apreciar las investigaciones ya referidas en este acápite, coinciden en el período que determina si la persona es un turista (superior a 24 horas), aun cuando existen ligeras diferencias en el motivo de viaje, por lo general incluyen a la mayoría. Vale mencionar, que excepto Cabarcos (2006), quién hace la distinción entre los turistas que pernoctan y los que no, los demás no aluden a los turistas que solo pasan el día en el destino que ellos eligen.

1.1.4 Clases de Turistas

Como lo indica el desarrollo de la sociedad, existen casi tantas clases de turistas, como personas que practican la actividad turística, pues casi siempre, estas dependen del motivo de desplazamiento.

Según la Escuela universitaria de Turismo de Murcia las tres clases de turismo más utilizadas desde el ámbito territorial son:

- a) Según el **sentido del viaje** podemos hablar de:
 - **Turismo emisor:** es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound).
 - **Turismo receptor:** es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él (inbound, incoming).
 - **Turismo interno:** es el que realizan los residente de un país cuando viajan dentro de él (domestic)

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y nos dan tres tipos más: la suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el turismo internacional.

La suma del turismo emisor y el interno nos da el nacional. Y la suma de turismo receptor e interno nos da el turismo interior. (Murcia, 2012)

Según el mismo autor existen otras clasificaciones que se comprenden - por la actitud del viajero: turismo activo o pasivo, por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia: turismo de estancias o residencial y turismo itinerante, y por la renta del viajero: de élite; de masas, y social. Asimismo menciona, por el motivo: religioso, sol y playa, negocios, etc. (Murcia, 2012)

También refieren que las clases de turistas se pueden ver igualmente relacionadas con la demanda. En este aspecto señalan según las motivaciones 6 grupos, entre ellos

1. "Ocio, recreo y vacaciones.
2. Visitas a parientes y amigos
3. Negocios y motivos profesionales
4. Tratamientos de salud
5. Religión y peregrinaciones
6. Otros motivos." (Torres, Esteve, Fuentes, & Martín, 2006, pág. 74)

Estos investigadores hacen además una distinción entre los turistas, según la duración del viaje (turistas y excursionistas), según la nacionalidad, el transporte que utilizan, y según el tipo de alojamiento. (Torres, Esteve, Fuentes, & Martín, 2006)

Teniendo en cuenta los criterios anteriores se puede decir que las clases de turistas están determinadas por varios elementos. Entre ellos la motivación de viaje, el lugar de procedencia o de destino, el transporte y el alojamiento. Claro estos elementos son variables, y responden a la demanda específica de cada turista.

1.1.5 Segmentos de Turismo

Segmentación supone la división del mercado en grupos de consumidores, relativamente homogéneos respecto a algún criterio o características (edad, sexo, motivo de viaje, etc.) con el fin de desplegar para cada uno de esos grupos o segmentos, estrategias de marketing

diferenciadas que satisfagan sus deseos y necesidades además de cumplir con las directrices de la empresa turística. (Bigné, Font, Andreu, & Luisa, 2000, pág. 232)

Segmentación del turismo como el “reagrupamiento de los deseos y los beneficios procurados por los distintos subgrupos que integran el mercado total. Todo el proceso debe originarse en la realidad y las características de los deseos y las expectativas de mercado” (Soriano, 1990, pág. 85)

Ambos conceptos refieren la importancia de determinar las necesidades, gustos y expectativas del turista, para lograr la segmentación correcta de la actividad, elemento que produciría grandes beneficios tanto para los visitantes como para la empresa que provee la práctica turística. De ello depende el éxito de los destinos, sus ofertas, y las ganancias de los mismos.

De ahí que se pueda decir que un segmento de un mercado está constituido por consumidores que pretenden de forma continua u esporádica, las mismas ofertas. Por tal motivo se conceptualiza la segmentación como el proceso de dividir un mercado potencial en subconjuntos de consumidores con necesidades y gustos comunes, como una forma más lógica de satisfacer las necesidades de este consumidor. (Schiffman-Kanuk, S/F, pág. 79)

Después de analizar los criterios anteriores, es posible establecer que la segmentación de turismo, se basa básicamente en necesidades, expectativas y gustos comunes de los turistas o consumidores del producto turístico, visto como las ofertas que prepara cada empresa u organización de este tipo, teniendo en cuenta sus particularidades, para crear un paquete satisfactorio de beneficios para los visitantes.

1.1.6 Clasificación de Turismo

La clasificación o formas de turismo, son el resultado de dividir la actividad turística según las características de cada viaje en particular y de las personas que lo emprenden, por tanto son tan numerosos como las motivaciones que los originan en primer lugar, y cada autor tiene sus propias definiciones.

El autor señala una visión según el ámbito geográfico, donde sitúa el turismo doméstico o dentro del propio territorio de procedencia del viajante, el internacional (visitas a un país distinto), y el interregional, turismo que realizan en una región determinada sin salir de ese lugar. En segundo caso refiere las formas de turismo según la organización, referente al uso de los servicios de un organizador o agente, y en tercer caso por la duración del viaje, donde distingue la permanencia breve, permanencia corta, y permanencia mediana y larga. (Quesada, 2010)

Este investigador agrupa también otras clasificaciones por edad, y medio de transporte, por volumen de turistas y sus por ingresos.

Las clasificaciones de Turismo tradicional, de interés general y/o convencional, el cultural, ligado al deseo del hombre de conocer cómo viven otros, sus costumbres y su arte. Incluye también el turismo deportivo dado en la participación como competidor, espectador o adiestramiento en alguna actividad deportiva. Señala además el turismo de placer, negocios, conferencias y convenciones, naturalista, ecoturismo, y otros subtipos relacionados con los comentados anteriormente. (Saavedra, Durán, & Durandal, 2004, pág. 13)

Tal y como se aprecia las investigaciones expuestas, las clasificaciones de turismo son múltiples y cambiantes, pues dependen de los fines, lugares y las preferencias de los visitantes. Por tal razón cada autor tiene clasificación propia atendiendo a diferentes puntos de vista, lo cual no significa que sean erróneas. Pero una de las clasificaciones más generalizadas y completas, es la que hace la Organización Mundial del Turismo, que distingue entre los tipos el turismo:

- a) El **turismo de compras**: se caracteriza por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.
- b) El **turismo cultural**: se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita.
- c) El término **turismo rural**: se refiere a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. Es un tipo de turismo opuesto al masificado, el que se estila en las ciudades costeras, y exige un entorno endógeno soportado por un entorno

humano y ambiental. Es un turismo respetuoso con el medio ambiente, que intenta unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales.

- d) El **turismo formativo**: tiene como objetivo ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.
- e) El **turismo gastronómico**: tiene como objetivo que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.
- f) El **agroturismo**: consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y pueden participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos.
- g) El **ecoturismo**: es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza.
- h) El **turismo de aventura**: consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico. (Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización de Naciones Unidas(ONU), 1993)

El resumen anterior logra incluir gran parte de las variedades de turismo, aunque es oportuno aclarar, que no son las únicas, y que cada modalidad representa el deseo o la finalidad del viaje para el turista.

1.2 Espacio Turístico

Se puede afirmar que el espacio turístico se desprende de una visión geográfica del fenómeno, que hace referencia a la zona o área donde coexisten las prácticas turísticas. Reyes citado en (Ávila, 2002, pág. 17)

Se trata entonces de ver el uso del territorio como recurso, las competencias que se llevan a cabo por este bien entre ciudades, y países, y la necesidad de establecer mecanismos de cooperación para explotar una región, y aun así mantener los intereses de preservación, con el fin de garantizar un funcionamiento racional e integrado del espacio. (Antón, González, Donaire, Galacho, & García, 2005, pág. 15)

Al decir de estos autores el espacio turístico comprende el entramado de relaciones de tipo geográficas entre los usuarios del turismo y los destinos, áreas o regiones, en los cuales efectuarán la actividad turística. Un elemento de suma importancia a la hora de elegir un paquete de viaje determinado. Cada lugar por su atractivo, y las actividades que organice la empresa, tiene la función de llamar la atención de un tipo de público.

Se entienden por espacio turístico, el destino, lugar, país, región o ciudad, que posee los elementos necesarios, de recursos, infraestructura y equipamiento turístico, al que se dirigen las personas para el esparcimiento. Cada espacio turístico tendrá su propia identidad, y siempre que ofrezca atractivo a los visitantes, y otros servicios como transporte, alojamiento, y opciones de recreación, cualquier espacio será susceptible de ser un espacio turístico. (Martínez & Rojo, 2013, pág. 6 y 7)

El espacio turístico se define como “un concepto globalizador del destino turístico tradicional, y que engloba sector público y privado en la obtención de un producto para consumo del turista.” (Solé, Casanova, & Boch, 2002, pág. 44)

Después de analizar los planteamientos de las investigaciones anteriores se puede alegar, que el espacio turístico no es más que el destino geográfico al que se dirigen los visitantes, juntos a sus ofertas productos y servicios. “Las principales obras sobre la geografía del turismo, radican en la explicación del hecho turístico en un espacio determinado”. (Hiernaux & Lindón, 2006, pág. 410) Lo cual determina la importancia del territorio en el producto turístico para que este sea consumido.

1.2.1 El Atractivo Turístico

Según los cuadernos docentes de la Universidad de Cuenca, se define como atractivos turísticos, al “conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias de ubicación en un contexto suscitan el interés del visitante.” (Universidad de Cuenca, 2007, pág. 273)

Los atractivos turísticos, constituyen los elementos necesarios para disfrutar de un destino turístico, con la capacidad de atraer turistas, motivando y prefijando su elección. Según las autoras son todos los bienes y servicios que hacen, permiten la actividad turística y satisfacen la demanda. (Martínez & Rojo, 2013, pág. 4)

Teniendo en cuentas los criterios anteriores es posible decir que los atractivos turísticos dependen de la zona geográfica y de los servicios que presten las empresas u organizaciones turísticas, y puedan despertar interés en los viajantes. Ambos conceptos tiene una base parecida, y expresan la relación entre el destino turístico y los atractivos que este represente para el visitante.

Existen dos factores fundamentales en el concepto de atractivo turístico, y son su capacidad, por sus cualidades, de motivar el desplazamiento de un flujo de visitantes, y su adaptación al uso de la demanda. (Univertstat de Valencia, 2014, pág. 310)

En ambos casos se hace referencia al atractivo turístico como elemento del destino turístico que atrae con fuerza al viajero. Vale mencionar que Díaz, Crecente y Álvarez (2004), no hacen alusión a los diferentes productos y servicios de la zona turística que también son parte importante del atractivo de un destino, e influyen de manera decisiva en el éxito del destino.

1.2.2 Importancia del Turismo

La importancia del turismo para el desarrollo de las naciones resulta innegable en los tiempos que corren. En la actualidad constituye una de las industrias más prolíferas, y con amplias posibilidades de desarrollo y explotación.

“Por lo que se refiere al turismo por su gran potencial económico y social, por su contribución a la generación de empleos, el turismo es un sector fundamental para detonar el desarrollo.”. (Cárdenas, 2011, pág. 56)

Entre las misiones de la OMT, se hace referencia a la importancia del turismo, como esta organización se encarga de promocionar, el sector con la finalidad de generar empleos, ingresos y desarrollo para las naciones. Estos autores refieren que el turismo es una actividad humana fundamental y muy conveniente en el ámbito económico, por eso tantas naciones han dedicado tiempo y recursos a las investigaciones del sector. (Marlbell, Arcarons, González, Pallá, & Capellá, 2010, pág. 269)

La importancia de este sector es innegable, como también la gran oportunidad que representa para que incursionen en él.” El turismo es factor de desarrollo para las comunidades, además de ser un empleador por excelencia”. (Rubiera, 2002, pág. 11)

Todas las valoraciones anteriores tienen un elemento en común y son todos los resultados positivos que tiene el turismo para los países o regiones que lo practican. El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región.

Los beneficios de esta actividad residen en dos pilares esenciales. Uno de ellos tiene que ver con el movimiento y la reanimación económica que genera en la región donde se realiza. Y la otra se refiere a los empleos, obras de infraestructura, desarrollo de obras constructivas, establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, que genera.

Por otro lado, el turismo tiene una significación sociocultural, pues da la posibilidad al ser humano de conocer de cerca otras culturas, sociedades, formas de vida y ambientes territoriales. Aunque los datos mencionados pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, o internet, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades y de esa forma enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

Por esta razón resulta imprescindible que cada nación preste a esta actividad, la mayor atención, pues constituye una manera de crear más posibilidades para el disfrute y satisfacción de los visitantes, y mayores beneficios en diferentes aspectos a los residentes del destino turístico.

1.3 El Turismo Alternativa y Desarrollo

El turismo brinda a los hombres conocimiento e interacción social, además de toda una serie de herramientas que le sirven la vida como el desprendimiento de los prejuicios, por tal motivo los investigadores del tema ven en algunas formas de turismo la alternativa para el desarrollo.

El turismo alternativo sería un modelo fundamental en el desarrollo sostenible de las naciones pues guarda estrecha relación con el patrimonio cultural de cada país. (Cárdenas, 2011, pág. 7)

Se habla de turismo y se utiliza el término alternativo, suele hacerse considerando una forma de turismo apartada de lo convencional. Implica un matiz de sustitución del turismo masivo de sol y playa por el turismo hacia otros sectores. (Crosby, pág. 24)

Se menciona al turismo ecológico como una alternativa para el desarrollo y conservación de los recursos naturales, pues se realiza con un manejo estricto de los recursos y ofrece oportunidades de desarrollo para las comunidades que lo practican, y las cercanas a la actividad turística. (Gándara, 2011, pág. 284)

Como se puede apreciar en las consideraciones de los autores el turismo si constituye una alternativa de desarrollo, siempre y cuando se haga un uso o práctica cuidadosa de él. Con un manejo correcto de los entornos y recursos que estos brindan. Aunque algunos ven las distintas formas de turismo como una alternativa, en tiempos actuales, la visión es distinta cada forma de turismo no constituye alternativa sino diversidad. Este ofrece en los pueblos a la par del desarrollo económico, un desarrollo sociocultural innegable.

1.4 Turismo en Ecuador

Desde la década de los años 50 en Ecuador, se propone el turismo internacional como elementos beneficiosos para el desarrollo del país, para lo cual se instituye una oficina anexa a la Presidencia de la República, con el fin de realzar la cultura indígena. A partir de ahí se comienza a crear una infraestructura básica para la actividad en la capital Quito. (Prieto, 2011, pág. 9)

Según la autora luego fueron apareciendo publicaciones en el diario El Comercio sobre las potencialidades turísticas de la región. Esto llevó a un desarrollo turístico paulatino, que en la actualidad incentiva el flujo de turistas extranjeros casi tanto como el turismo interno, y el crecimiento sostenido de esta actividad en la nación. (Prieto, 2011, pág. 11)

De esta forma el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes expectativas del mundo actual. Por un lado es una alternativa a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico, por otro, cataliza la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental y aún supone una exploración consistente de condiciones más equilibradas para el encuentro cultural. (Ruiz Ballesteros & Solís Carrión, 2007, pág. 13)

Tal y como exponen ambos investigadores, el turismo ecuatoriano va en ascenso, dadas las condiciones naturales y los atractivos que estas representan en el mundo globalizado, donde cada vez quedan menos territorios verdes, y aumentar las grandes ciudades.

“Estimaciones del año 2000, el turismo en Ecuador, generó 72 000 empleos directos y 210 000 indirectos”. (Ordoñez Andrade & Marco Navarro, 2005, pág. 16)

Al decir de la investigadora es uno de los 17 países más diversos del orbe. Pues posee una riqueza étnica, cultural, paisajística y biológica ilimitada. Cuenta con un vasto ecosistema y culturas vivas en un espacio reducido, condiciones que lo avalan para proyectar un desarrollo sostenible del turismo, y como atractivo turístico en el área. (Solís, 2007, pág. 183)

Solís cita entre los atractivos turísticos más relevantes de Ecuador cuatro mundos distintos: Galápagos, Andes, Amazonia y Costa. Menciona además,

grandes zonas protegidas, patrimonios cultural y natural de la humanidad, así como reservas de las biosfera.

Todos estos elementos confirman las potencialidades que en el campo del Turismo tiene Ecuador. Actualmente es una actividad productiva, que abarca una gran cantidad de productos servicios y sectores. También resulta privilegiado, pues genera empleos en todas las áreas, y esto posibilita una redistribución de las oportunidades de ingreso en el país.

1.5 Marketing Turístico

El concepto de marketing está cimentado en 4 pilares: mercado meta, necesidades del cliente, marketing integrado, y rentabilidad. (Kotler, 2002, pág. 12) Su origen radica en la necesidad de las empresas de orientar sus productos hacia los destinatarios o consumidores.

Si se aplica esta definición a la rama turística, el marketing turístico sería una modalidad dentro del marketing de los servicios. En este caso la venta de un producto turístico como puede ser el destino Costa del Sol o cualquier otro como el balneario de la parroquia Súa, tendrá por resultado de la estrategia de marketing, un flujo mayor de visitantes, si los productos y servicios que ofertan resultan atractivos. (Publicaciones Vértice S. L, 2008, pág. 4)

(...) es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Permite conocer y comprender el mercado, para llegar a formar una oferta atractiva, competitiva, y variada (...) (Ojeda & Mármol Sinclair, 2012, pág. 8)

De estos planteamientos se puede deducir que el marketing turístico es la rama que estudia y caracteriza el mercado de turistas, y explota sus gustos y necesidades, para atraerlos hacia un destino específico.

El marketing de destinos no se debe identificar con la promoción del destino, sino con la satisfacción de las necesidades de los turistas y de la comunidad local.

CAPÍTULO II

2.1 Fotografía

2.1.1 Definiciones de Fotografía

La palabra fotografía de origen griego, significa escribir o grabar con la luz. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la define como el arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura.

Aunque los conceptos han ido cambiando a la par del desarrollo tecnológico, varios estudiosos han aportado sus criterios sobre tema, “una huella luminosa registrada en una superficie químicamente preparada para ello, o en sensores digitales dotados de células fotoeléctricas. Es la formalización de una huella lumínica” (Martínez, 2007, pág. 21).

También se define como lo único que puede congelar, detener, y hacer tangible el presente. Para ella la fotografía es el presente, todo lo demás es el tránsito entre pasado y futuro. (Corkovic, 2012, pág. 997).

Los anteriores criterios aunque diferentes, tienen un punto en común, que está precisamente ligado a la función de la fotografía de plasmar o captar un momento, en el cual están involucrados, gestos, imagen, sentimientos, momento, ambiente, etc.

Después de analizar las investigaciones se puede decir que la fotografía es el arte y la técnica de captar en una superficie preparada con ese objetivo, imágenes instantáneas de momentos, lugares, cosas o personas, con fin de dejar constancia gráfica de determinado suceso.

2.1.2 Origen e Historia de la Fotografía

La fotografía surge en una época en la que Francia transitaba de la sociedad pre-industrial a la sociedad industrial, beneficiada por las innovaciones técnicas de la etapa. La burguesía imperante utilizaba el retrato como instrumento de verificación y afirmación del ascenso social, y esto impulsa el desarrollo de la fotografía como ciencia.

Según las investigaciones las primeras manifestaciones de la fotografía datan del año 1839, con la difusión mundial del procedimiento del Daguerrotipo, desarrollado y perfeccionado por Louis Daguerre, y se dieron a conocer en París, en la Academia de Ciencias de Francia. Pero sus antecedentes parten del descubrimiento de la Cámara oscura, y las investigaciones sobre el ennegrecimiento de las sales de Plata. (Ecured, 2015)

El sistema consiste en la obtención de una imagen sobre una superficie de plata pulida. La imagen era revelada con vapores de Mercurio, apareciendo en la cara plateada de la placa, que previamente se había sensibilizado con vapores de Yodo. Su inconveniente estaba en lo caro del procedimiento, el equipo pesado, y las demoras en tiempo de exposición. Sin mencionar los daños provocados por los vapores de mercurio para la salud. (Cuarterolo, 2003, pág. 6)

Más tarde en 1840 William Henry Fox Talbot, trabaja en un sistema negativo-positivo, y en el Calotipo, el cual consistía en obtener un negativo de papel, que luego por se ponía en positivo sobre otra hoja de papel. El papel se humedecía en una solución ácida de nitrato de plata, antes y después de la exposición. Fue entonces cuando surgió la copia fotográfica, dado que de un único negativo, se podían obtener varios positivos. (Swingalia.com, 2015)

Para los años mil ochocientos comienza a emplearse el gelatino-bromuro, y el tiempo de exposición se reduce. Luego se patentó el nuevo sistema de color en la fotografía, a cargo de León Favre, y John Eastman lanzó en 1888 la cámara Kodak.

A partir de ahí los avances tecnológicos permiten el vertiginoso desarrollo de los mil 900, y aparece el flash electrónico, una fuente de luz intensa, que

permite tomar fotografías en lugares con iluminación insuficiente. (Monje Arenas, 2015)

Ya a finales de la década del 90, inicia el período de la digitalización de la fotografía, que constituye marcar un punto importante de avance, y deja campo abierto a la utilización de las nuevas tecnologías en la fotografía. Un hecho trascendente e impulsador de perspectivas y expectativas de lo que al mundo fotográfico queda por dar.

2.1.3 Tipos de Fotografía

Existen diferentes tipos de fotografía que atienden a las temáticas que reflejan. Sobre este particular el portal educativo *Tiposde.org*, señala que de acuerdo al tema de las fotografías se las puede clasificar en los siguientes tipos: Fotografía publicitaria o comercial, artística, periodística, aérea, submarina, y científica (tiposde.org, 2012-2015).

Se distinguen tres tipos generales de fotos: Fotos ventana, Fotos espejo, y fotos regla, y plantean que toda foto pertenece a algunas de estas categorías:

- La *ventana*, representa una foto abierta a la realidad. , el objetivo de la foto es mostrar el mundo visible a la luz, reproducirlo exactamente, mejor que en cuadro.
- La foto espejo supone una transferencia desde el fotógrafo/a, a la espectadora/or. Trata de comunicar visualmente un pensamiento íntimo, y mensaje es indirecto, subliminal, o simplemente sentimental.
- La foto regla, se producen desde el mundo de la irrealidad, muy parecidas a las publicitarias. Suponen un sistema o estrategia de control social. Nos solo tiene significado, producen un significado. Dice como una persona debe conducirse actuar, y señalan lo que es bueno o malo. (Buxó & de Miguel, 1999, pág. 29 y 30)

Los criterios anteriores generalizan los principales tipos de fotografía identificados, claro, el primero lo hace desde un punto de vista particular, y el segundo desde una visión general de la fotografía. Aun así logran englobar las principales tipologías, las cuales tienen subtipos, que van en dependencia del objeto o finalidad de la fotografía en sí. Tal y como sucede en muchos otros temas, en el ámbito fotográfico los criterios en cuanto a tipos son disímiles, pero responden a la visión que del tema tenga el investigador.

2.1.4 La Fotografía digital

La fotografía digital ha tomado auge en los últimos años irrumpiendo en muchas áreas profesionales como el periodismo, y otras aparentemente menos relacionadas como la medicina, y la biología.

El diccionario de Informática y tecnología, la define como “imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final.” (Diccionario de Informática y Tecnología, 2015)

Asimismo se dice que:

La Fotografía Digital corresponde a la técnica y a las imágenes que son captadas mediante cámaras digitales, las cuales poseen en su interior un sensor que interpreta la luz (intensidad y colores), transformando dicha información en señales digitales (ceros y unos), las cuales conformarán un archivo que podremos ver en un computador. Los archivos de fotografía digital de uso más extendido son los JPG. (Guioteca, 2015)

Entonces se puede afirmar que la fotografía digital no es más que una expresión digital de la fotografía convencional, que facilita el tratamiento de la imagen a través de procedimientos informáticos, y posee el plus tecnológico, el cual ofrece grandes beneficios a la imagen y al fotógrafo en su tarea profesional. Pero no está exenta de desventajas, que radican particularmente en la fácil manipulación de este tipo de fotografía.

Las tecnologías digitales aplicadas a la fotografía son útiles para crear universos imposibles, para la creación de falsos espacios reales, con el fin de provocar una reacción específica en el público. Con la fotografía digital es mucho más sencillo estudiar la dimensión narrativa de la fotografía. (Guadalajara Academia de Ingenieros, 2014, pág. 21)

La fotografía en la era digital no se puede separar de los usos e intenciones que las personas efectúan de las imágenes, a través de las diferentes plataformas de la web. (Caldevilla, 2013)

Con la llegada de la modernidad, la fotografía dejó de ser un asunto exclusivo de profesionales. En la actualidad, es una herramienta que cualquiera puede emplear para producir y reproducir información, lo cual constituye un reto para los profesionales del ramo.

2.2 La Fotografía Medio de Comunicación de Masas

Reza el refrán popular que una imagen vale mil palabras. Esta afirmación es aplicable a la fotografía, por su valor comunicativo e influencia en las masas.

La fotografía dentro de los diferentes tipos de imágenes, tiene mayor fuerza afectiva, puede expresar la relación del hombre con las cosas, con el paisaje y con otras personas. Pero para que comuniquen un mensaje de manera eficiente, resulta indispensable combinarlas con un texto adecuado para evitar la ambigüedad. (García, 1999, pág. 154)

“La fotografía aparece como el medio de comunicación que persuade, conmueve, y manipula generando una conciencia controlada en el espectador de la que es difícil escapar por ser un referente de lo verdadero. Prima el poder de autenticación, sobre el de representación” (García, 2000, pág. 245)

Tal y como exponen los autores la fotografía como instrumento de comunicación, tiene un poder ilimitado. Hoy más que antes, pues la información fluye rápidamente, en cantidades exorbitantes, y por todos los canales, ya sean tradicionales o digitales.

Se puede afirmar entonces que la fotografía utiliza sus propios recursos, relacionados con la intencionalidad de la comunicación y el mensaje que desea transmitir e implica una serie de elecciones que influyen claramente en el producto final y la actitud que instiga en las personas. La combinación de la imagen fotográfica con la información verbal en la prensa o en la publicidad, aumenta el poder de convencimiento y seducción de la fotografía. (López & Moreno, 2003, pág. 43)

El descubrimiento de la fotografía hizo de la imagen un medio de comunicación de masas, y la dualidad imagen escritura creó un medio de comunicación de gran eficacia, y determinó el gran desarrollo que ha alcanzado hoy. (Calvo, Luis, & Ruiz de la Cierva, 2011, pág. 31)

Queda establecido entonces la importancia de la fotografía como medio de comunicación de masas, pues por su fuerza expresiva, es capaz de transmitir valores, sentimientos costumbres e ideologías, asimismo influir en el comportamiento y visión del mundo que tienen las personas.

2.3 Los Estilos en el Arte Fotográfico

2.3.1 Fotografía Directa

La fotografía directa se define como una copia estricta e inalterable de realidad circundante. (Albarrán, 2012, pág. 19)

Por lo cual se puede establecer este tipo de fotografía como la representación exacta del contexto, ya sea ambiental, o de otro tipo. Constituye un producto comunicativo alejado de cualquier manipulación que pueda cambiar la interpretación que de él hacen los seres humanos.

(Heylen), otros de los estudiosos del tema, conceptualiza a este tipo de fotografía como una imagen sin artificios, lo cual es una muestra de la unificación de criterios en cuanto a la fotografía directa, dejando claro que es el resultado de un trabajo fotográfico desprovisto de elementos manipulatorios o tratamientos en programas informáticos.

2.3.2 Fotografía Artística

Muchos profesionales ven la fotografía como un arte, pero en la actualidad, con el desarrollo tecnológico, se ha convertido en un tema discutido entre los investigadores, quiénes debaten entre los practicantes profesionales y la

pericia de algunos aficionados. Pero a pesar de la modernidad, aun la fotografía constituye una expresión artística y comunicativa de vital importancia en el contexto diario.

Se dice que la artisticidad de una fotografía depende por un lado por el propio espectador, y por otro, de las condiciones económicas, sociológicas y políticas, que determinan su valoración como obra de arte. Resulta importante que posean al menos, un valor histórico o contextual. (Guadalajara Academia de Ingenieros, 2014, pág. 15)

La fotografía artística como “la que sin despreciar las reglas, lleva impreso algo del espíritu del artífice, y por lo tanto trasmite la emoción que siente el que la ejecuta.” (Comité Español Arte- Historia, 1998, pág. 260)

Las fotos artísticas no reflejan lo que los ojos de los otros verían, sino precisamente, lo que el ojo y el ingenio del fotógrafo, que la compuso e ideó por sí mismo. (Serrano, 2008, pág. 20)

Teniendo en cuenta las valoraciones de los autores anteriores, queda establecido entonces, que la fotografía artística, es el resultado de la visión personal del fotógrafo, de los sentimientos, momentos y ambientes que este desea reflejar, con el fin de dejar plasmada una historia, real o ficticia, y un contexto específico.

2.3.3 Fotografía Pictórica

El Pictorealismo es un movimiento fotográfico de pretensiones artísticas que se desarrolla a nivel mundial (aunque principalmente en Europa, Estados Unidos y Japón) entre finales de los años 1880 y el final de la Primera Guerra mundial.

En tal caso Las fotografías pictóricas, “son representaciones, en cuanto retratan cosas ubicadas a un nivel de abstracción más bajo que ellas mismas. Cumplen su función al captar y evidenciar alguna cualidad propia del objeto o actividad que describe.” (Diccionario enciclopédico de arte y lietratura, 2015)

Algunos autores ven la fotografía pictórica como:

La foto coloreada o realizada con colorantes pictóricos o gráficos (fotopintura), a pincel, aerógrafo etc. Por extensión se aplica también al colorido de una imagen fotográfica digital coloreada mediante el uso de las herramientas infográficas e infopictóricas de un programa informático de tratamiento icónico (Sanz & Gallego, 2001, pág. 396)

La fotografía pictórica tiene cierta plenitud meticulosa, un gusto por lo liso, lo neto, y se utiliza como documento y modelo estético perfecto, para tener un producto figurativo y narrativo. (Durozoi, 1993, pág. 24)

Resulta pertinente señalar entonces que este tipo de fotografía tiene características especiales, ligadas a lo artístico inequívocamente, cualifican las cosas que reflejan de una manera más abstracta.

2.3.4 Fotografía Abstracta o Contemporánea

La fotografía abstracta no niega el referente como punto de partida (como toda fotografía), en cambio lo utiliza para estructurar nuevas formas como demostración de la capacidad de ver del fotógrafo. (Peset, 2010, pág. 30)

Por otra en el campo de la fotografía se afirma que:

(...) la abstracción se caracteriza por la exageración de la textura y la forma de los objetos en el uso continuo de los primeros planos, la distorsión de la imagen, los efectos de luz y en transformar los sujetos hasta el punto de no poder ser identificados. (Castellanos, 1999, pág. 13)

La fotografía abstracta representa la irrealidad, al fotógrafo metido en sí mismo, sin importarle lo que sucede en el exterior más allá de su obra. (Corkovic, 2012, pág. 931)

Atendiendo a los anteriores planteamientos, los cuales de diferente manera tipifican la fotografía abstracta, se puede afirmar que esta es una manifestación de la introspección del fotógrafo, un reflejo de su visión única del mundo, no la

de la realidad que lo rodea. Representa las cosas o personas de una forma diferente a lo que se espera estéticamente de ellas.

2.3.5 Fotografía con Luz Ambiente

La iluminación es la técnica fundamental en la fotografía, tanto en las imágenes tomadas usando luz ambiental, como en las imágenes preparadas que utilizan iluminación artificial.

En el caso de la luz ambiente, el concepto “hace referencia a una iluminación no directa del entorno a fotografiar en la que el fotógrafo no ha tomado partido. Ejemplos claros de luz ambiente pueden ser la luz solar o una bombilla iluminando el espacio total de una habitación.” (Fotonostra, 2015)

La luz ambiente tiende a ser una iluminación débil que, a menudo, está alterada de una superficie a otra. Constituye el producto de una iluminación no directa, el brillo del sujeto es mucho menor que en otro tipo de iluminación. Este tipo de iluminación normalmente lo utilizan fotógrafos no profesionales, que no tienen en cuenta la luz para sus tomas. (Freeman, 1996, pág. 110)

De los conceptos anteriores se deduce que las fotografías de luz ambiente, tienen una intención específica, pero resulta necesario encontrar el horario en el que este tipo de luz es más beneficiosa para la fotografía, y la calidad del producto fotográfico final. Normalmente los aficionados no se ocupan de estas cosas, pero los profesionales, buscan casi siempre la iluminación apropiada para lograr una buena foto.

2.3.6 Fotografía Publicitaria Comercial

La fotografía comercial o publicitaria, tiene en la actualidad un desarrollo dinámico a causa del auge comercial, turístico, y de culto a la personalidad, que promueve la sociedad moderna.

La fotografía publicitaria se distingue del resto por varias razones. Primero porque su funcionalidad le exige que se adapte a los intereses comerciales que tienen como objetivo el aumento de las ventas o los servicios. Mientras mayores sean las ventas, significa que más eficaz ha sido la fotografía publicitaria como parte de la campaña en general. (Peset Ferrer, 2010, pág. 31)

Según investigaciones este tipo de fotografía consiste en:

(...) mostrar un producto tal y como es. Puede ser dividida en dos categorías: la primera es la del producto anunciado en la envoltura; y la segunda la del producto que visualmente no es atractivo, promocionando sus beneficios y no su atractivo como en la anterior. La meta de la fotografía publicitaria es enfatizar las características físicas del producto, servicio o persona que se promocioe, con la intención de ilustrar una idea y ser usado en publicidad. Deben mostrar, en la medida de lo posible, lo que el publicista ha visualizado en su mente. Es el recurso de diseño más utilizado en el siglo XX para campañas de cualquier tipo, desde su carácter más comercial para venta de productos, posicionando marcas, o intentando transmitir ideas y mensajes en propaganda. (PhotoVision, Issues 10-18, 1981, pág. 46)

Por tanto resulta natural decir, que la fotografía publicitaria o comercial, responde principalmente al deseo de una empresa, persona, o entidad, de atraer la atención de las personas hacia un producto o servicio específico, y del ingenio del fotógrafo y el diseño de la estrategia de publicidad depende el éxito o no del producto o servicio publicitado.

La aparición de la fotografía en la publicidad enlaza con el espíritu de la vanguardia, o sea con los artistas que pretendían retratar la vida moderna, las ciudades, las máquinas, las fábricas, los avances tecnológicos, en definitiva el presente; a través de la representación de intereses estéticos. (Eguizábal, 2001, pág. 26)

De ahí que la única labor de la fotografía publicitaria no es mostrar imágenes o informar, ésta también sirve y se utiliza a menudo para movilizar masas, y crear un impacto cultural. Por medio de esta se intenta crear en la mente de los consumidores o el público, opiniones tanto políticas como sociales y comerciales. Desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para dirigir e impulsar el consumo de la población, como un componente altamente eficaz de la publicidad. (Boni, 2006, págs. 71, 72 y 73)

2.4 Book Fotográfico o Fotolibro

El Book Fotográfico o Fotolibro, es un libro conformado a través de fotos o imágenes digitales, que pueden o no, ir acompañadas de texto. Su principal función reside en promocionar o destacar los atributos y cualidades de productos, personas, o servicios, con el objetivo de que estos sean comprados o contratados por los consumidores.

Lo novedoso de este concepto es que se puede imprimir a partir de un sólo libro ya que es impresión digital. "El Fotobook tiene un carácter específico, algo diferente a la fotografía impresa, ya que el resultado final es un fino trabajo de arte." (Fernández, 2011, pág. 9)

Según se explica en las páginas del periódico El País, a diferencia del álbum o del catálogo, el libro o book fotográfico, no se entiende como simple soporte de unas obras sino que resulta la obra en sí misma. Una obra en la que se combina el diseño, el grafismo, la tipografía, las imágenes secuenciales, la maqueta, y el texto. Todo un entramado de cualidades de sujeto y objeto. Se convierten entonces en materiales o producto diseñados como una obra compacta. (FONTCUBERTA, 2011) Todo, con el único fin de encandilar a los públicos y atraerlos al destino, persona u objeto deseado como abejas a la miel.

Para Todd Hido, jurado de la competición PhotoBook Awards,

(...) lo primero que debemos hacer es encontrar el formato que mejor se adecue a las fotografías que queremos exhibir en el libro. Aquí importan, sobre todo, el tamaño, la forma y la orientación. Pero, sin duda, como podemos intuir, lo más importante es seleccionar las instantáneas adecuadas, aquellas que nos permiten articular la obra con coherencia, como un todo. Y otra característica del fotolibro que no podemos obviar, es el orden de las fotografías, pues ayuda a entender su contenido con la lógica ideada por el autor. (López, 2014)

Vale destacar que gracias a esta novedosa corriente fotográfica, los receptores pueden disfrutar de ofertas atractivas a la vista, bien diseñadas, y con un gusto estético exquisito, que van desde las concepciones más tradicionales hasta las propuestas más empíricas y temerarias. Hoy los fotógrafos tienen a su

disposición mejores herramientas para desarrollar y difundir su trabajo. Además las empresas privadas, las personas y empresas turísticas, tienen también el beneficio que estos brindan en materia de publicidad. Sus características conceptuales lo erigen como un método de probada eficacia e influencia en las elecciones de las personas.

El auge de los recursos informáticos y la consolidación del Internet acentúan los beneficios. Para las nuevas generaciones de profesionales de la fotografía. Por tal razón usualmente cuando estudiantes y fotógrafos ya establecidos, muestran su trabajo a menudo presentan con naturalidad un fotolibro.

Válido cerrar entonces con un concepto preciso de photobook o fotolibro: es un libro impreso con calidad profesional, como un libro de arte, como los que se pueden comprar en una librería, pero impreso con tus propias fotos. (www.fabricadefotolibros.com, 2015)

CAPITULO III

MARCO CONTEXTUAL

3.1 Introducción

Ecuador, con una superficie de 256.370 Km², se sitúa en el noroccidente de América del Sur, en la costa del Océano Pacífico, al sur de Colombia y sobre la línea ecuatorial.

La Cordillera de los Andes que atraviesa su territorio continental longitudinalmente de sur a norte, lo divide en tres regiones naturales; la Región Litoral o Costa con llanuras que llegan hasta el Océano Pacífico; la región Interandina o Sierra, que se ubica a lo largo de la cordillera de los Andes; y, la Región Oriental o Amazónica, cuyas tierras bajan hacia la llanura amazónica. A estas tres regiones se suma el territorio insular del Archipiélago de Galápagos, distante 1.050 km. de la línea de costa. El territorio del país lo conforman 24 provincias y 226 cantones. Quito, capital del país, Guayaquil y Cuenca son su tres principales ciudades. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Esmeraldas, 2012)

3.1.1 Esmeraldas

La provincia de Esmeraldas, a la cual pertenece el cantón Atacames, se encuentra en el extremo noroccidental del país, en la frontera con Colombia y junto al Océano Pacífico. La provincia tiene una extensión de 15.900 km², que corresponden al 5.8% del total nacional; está conformada por siete cantones y su capital provincial es la ciudad de Esmeraldas, ubicada en la desembocadura del río Esmeraldas en el Océano Pacífico.

El cantón Esmeraldas se creó el 25 de Julio de 1824, según la Ley de División Territorial de la Gran Colombia como cantón de la provincia de Pichincha. En 1839, pasa a formar parte de la provincia de Imbabura, posteriormente en el año de 1843 se lo reintegra como cantón de la provincia de Pichincha. En la ley de División Territorial de la República del Ecuador del 29 de mayo de 1861 aparece como único cantón de la provincia de Esmeraldas y lo integraban las

parroquias Esmeraldas, Atacames, Ríoverde, La Tola, San Francisco y Concepción.

El cantón limita al norte con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Quinindé, al este con el cantón Ríoverde, y al oeste con los cantones de Atacames y Muisne; se ubica en las coordenadas geográficas 00° 59' de latitud norte y 79° 39' de longitud oeste.

3.1.1.1 Datos Generales del Cantón

Clima:

El clima del cantón Esmeraldas es tropical lluvioso; con dos estaciones bien marcadas, una seca que va desde junio hasta fines de diciembre y otra lluviosa que inicia a fines de diciembre para declinar en junio; la temperatura media anual fluctúa en los 26°C.

Playas:

Esmeraldas es conocido como la provincia verde y como uno de los principales puertos marítimos del Ecuador. Con sus playas paradisíacas, su estilo y su rica historia, Esmeraldas siempre está invitando a los turistas nacionales y extranjeros a conocer sus bellezas naturales.

Arena dorada o blanca, amplias infraestructuras, son algunas de las características de las playas de Esmeraldas, donde debemos destacar Muisne, aquí se puede observar aguas tranquilas y playas totalmente vírgenes.

A lo largo de la costa esmeraldeña se han identificado cerca de 21 playas en las que es posible disfrutar de paradisíacos lugares en contacto con el mar, arena, sol y naturaleza.

3.2 Súa

3.2.1 Antecedentes

Durante el periodo colonial el asentamiento de Atacames estuvo poblado por la etnia con el mismo nombre de “los atacames” que parecen haber compartido la misma lengua y cultura con los “esmeraldeños” de Esmeraldas.

Posee una superficie de 512 km², donde se asienta una población de 41.526 habitantes. Su cabecera es la ciudad de Atacames, y cuenta con 4 parroquias: Tonsupa, La Unión, Súa y Tonchigüe. El 62,76% de la población vive en áreas rurales, mientras 37,24% en áreas urbanas.

Atacames es un Cantón turístico, caracterizado por la concentración de actividades de comercio menor, servicios y administración, el 80% de la Población Económicamente Activa (PEA) se dedica a actividades generadas por el turismo, y el 20% restante trabaja en otros sectores como servicios públicos y actividades agropecuarias.

El cantón Atacames es el tercer destino turístico del Ecuador, por su infraestructura y por la capacidad instalada; tiene un extraordinario potencial turístico por sus hermosas y extensas playas con un mar de aguas cálidas y radiante sol, ya que posee el mayor promedio anual de días de sol de toda la costa ecuatoriana, lo que lo convierten en uno de los sitios preferidos por los turistas que gustan del clima cálido, su tranquilidad y belleza. En temporadas altas como vacaciones del régimen escolar Sierra, feriado de Carnaval, Semana Santa, entre otros, se estima una población flotante que sobrepasa las 60.000 personas por día, de donde el 70% de sus turistas proviene de la ciudad de Quito. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

Atacames ofrece actividades turísticas alrededor del mar, como la pesca, navegación deportiva como esquí acuático, bananas y botes, tablas velas, entre otros; también se realizan avistamientos de delfines y ballenas entre los meses de julio a septiembre. El cantón también ofrece actividades de turismo comunitario aprovechando los manglares existentes, las fincas y granjas agrícolas; además de la oferta de actividades socio-culturales como la artesanía y el folclore con el baile de marimba.

3.2.2 Súa y su historia

Súa es una parroquia rural que forma parte de la provincia de Esmeraldas en el noroeste de Ecuador. Esta región es una de las más famosas entre los turistas nacionales por ser un pueblo de pescadores, y por tener hermosas playas.

La población del cantón Atacames tenía como nombre NAZCABEZ y era un asentamiento indígena antes que los españoles iniciaran la conquista del Reino de Quito.

Poco tiempo después se llevó a cabo la fundación española durante la colonia, varias veces capital de la antigua provincia de Esmeraldas, alternando con San Mateo.

El pueblo de Atacames fue uno de los asentamientos indígenas más importantes de lo que es hoy la provincia de Esmeralda, sufrió muchas destrucciones, ocasionadas algunas veces por fenómenos naturales y otras por los españoles; pero cada vez los clérigos mercenarios y Pedro Vicente Maldonado en 1774 volvieron a reconstruirlo. Con fecha de 21 de Enero de 1832, se creó la parroquia con el nombre de Santa Rosa de Atacames, siendo el presidente de la República el general Juan José Flores, dependiendo siempre del cantón Esmeraldas, y el 6 de Noviembre de 1991 se firma el decreto de cantonización en la sala de sesiones del plenario de las Comisiones Legislativas, luego el 15 de Noviembre de 1991 se firma en el Palacio Legislativo por el Presidente Rodrigo Borja y por último el 21 de Noviembre es ley de la República mediante Registro Oficial No 917.

Luego de la creación del cantón Atacames, los pobladores de Súa mediante muchas gestiones logran el acuerdo de parroquialización el 24 de Noviembre de 1955. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

El progreso en la parroquia Súa ha sido lento a pesar que es destacado como un sector turístico y pesquero. Su desarrollo se debe principalmente a la empresa privada que se ha radicado en este paraíso los cuales han invertido su capital.

La parroquia Súa, se encuentra bañada por el Océano Pacífico y por el río que lleva su mismo nombre, posee una extensión pequeña de playa, con un mar tranquilo, apacible que invita a bañarse en la misma. Súa cuenta con distintos atractivos turísticos: como lo son la Isla de los Pájaros, la Cueva del Amor, la Playa Nudista, Las Pirámides Naturales, el Peñón del Suicida, el Apareamiento

de las Ballenas, entre otros, convirtiéndola en un “Paraíso Natural” que los visitantes puede disfrutar.

3.2.3 Etimología del nombre Súa

Su nombre proviene de una antigua leyenda en la que se relata que con la llegada de los españoles a América, y siguiendo su camino de conquistas llegaron a Atacames, en esta expedición venía un capitán llamado Fernando de León quien se enamora perdidamente de la hija del jefe de la tribu llamada princesa Súa la cual correspondió de la misma forma al guapo español. Como en todas las historias de amor que generalmente tienen un desenlace feliz, en esta ocasión no fue así, ya que el destino le jugó una mala pasada cuando fue llamado de urgencia el capitán León a San Mateo a fin de que fuera a poner orden a una revuelta de los indios.

Tonsupa joven indígena quien se encontraba enamorado de Súa al ver que la chica no podía ser de él, trama una mentira al decirle que el capitán había muerto en la revuelta y así de esta manera ella correspondiera a su amor.

Lo que nunca imaginó Súa ni el padre de la princesa que tampoco estaba de acuerdo con la relación, es que Súa ante esta noticia subió al peñón de la bahía y de su parte más alta se lanzó al mar muriendo instantáneamente.

Al poco tiempo llegó el capitán a ver a su amada, el cual al saber la triste noticia opta por el camino de la princesa y también se lanza del peñón. Cuenta la historia que en las noches de luna se veían dos siluetas que cogidas de la mano salían de las aguas, jugaban, se alzaban dándole un toque mágico a esta historia de amor que culminó con la muerte de aquellos que se amaron en vida y después de la muerte. (GAD Parroquial de Súa , 2004)

3.2.4 Ubicación Geográfica

Altitudinalmente se halla entre los 20 hasta los 240 m.s.n.m., está atravesada por varias estribaciones que son prolongaciones de la cordillera occidental de los Andes. Las estribaciones de Cayapas y Toisán se encuentran al Este y hacia el Oeste las montañas de Muisne, Atacames y Cojimíes, su extensión aproximada es de 71 Km² (71.01 Ha) que representa el 13.95% del territorio total del cantón Atacames.

Las coordenadas geográficas UTM georeferenciadas al Datum WGS 84 en las que se encuentra la parroquia son: E. 625246, N. 10095366 Zona 17S. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

La Parroquia Súa se encuentra ubicada en la parte central del cantón Atacames a 3 kilómetros de la ciudad de Atacames, con 0o 52' 0" de altitud y 79o 52' 30" de longitud.

3.2.5 Ubicación de la parroquia a nivel nacional, provincial y cantonal

La parroquia Súa se encuentra ubicada al este del cantón Atacames en la provincia de Esmeraldas.

La parroquia limita al:

- Norte: Con el Océano Pacífico.
- Sur: Con Muisne parroquia del cantón Esmeraldas.
- Este: Con La Unión y Atacames, parroquias del cantón Atacames.
- Oeste: Con la parroquia Tonchigüe del cantón Atacames.



Gráfico 1. Ilustración. Mapa de Ubicación de la Parroquia Súa.

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: IGM / Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

3.2.6 Datos de interés

La lengua que predomina en esta zona es el castellano.

Las aguas de Súa son muy tranquilas, como una gran piscina que permite a los turistas bañarse, nadar y disfrutar de la tranquilidad del mar. La Playa de Súa tiene aproximadamente 5 kilómetros de extensión

y aproximadamente 400 metros de ancho. Está dotada de adecuada infraestructura hotelera.

Es una hermosa Bahía, rodeada de espectaculares montañas donde viven comunidades de aves acuáticas como pelícanos, gaviotas, piqueros patas azules, fragatas entre otros. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

La temperatura de la parroquia oscila entre los 21° C a 32° C; su agua se encuentra dentro de los estándares permisibles; Súa pertenece a la zona de vida bosque seco tropical, a lo largo de la playa se encuentran cocoteros, asociados con matorrales en menor escala.

3.2.7 Atractivos turísticos

Súa, es una parroquia del cantón Atacames, y tiene distintos atractivos naturales donde se desarrolla el turismo, esto se debe a la ubicación junto al Océano Pacífico, en su línea costera se puede encontrar:

Playa de Súa:

Es considerada como una bahía maravillosa, que se encuentra rodeada de espectaculares montañas donde viven comunidades de animales, especialmente aves.

En esta playa se pueden practicar varias actividades ya que sus elementos como arena, sol y playa en un atardecer es la máxima atracción del turismo. La playa en sí es una larga franja de arena gris de aproximadamente 5 km. de extensión y aproximadamente 400 m. de ancho, bastante amplia. Lo que la ha convertido en el centro turístico de un tipo más familiar. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)



Gráfico 2. Imagen. Playa de Súa - Fuente: Autora

Isla de los Pájaros:

Otros de los principales atractivos de Súa es la Isla de los Pájaros, que se encuentra a ocho minutos en lancha desde la población.



Gráfico 3. Imagen. Isla de los Pájaros de Súa de Sofía Bermúdez.

Fuente: <http://ecuador.travel/blog/wp-content/uploads/2014/11/Sua-9-isla-pajaros.png>

Cueva del Amor:

La Cueva del Amor, formada por la acción de las olas en los costados de los peñascos.



Gráfico 4. Imagen. Cueva del amor de Sofía Bermúdez

Fuente: <http://ecuador.travel/blog/wp-content/uploads/2014/11/Sua-6-cueva-amor.png>

Peñón del Suicida:

Peñón del Suicida (un extraordinario mirador natural de formación calcárea de 80 metros de altura) separa las playas de Atacames de las de Súa, lo que le permite cruzar de una playa a otra caminando entre las rocas, cangrejos y pequeñas olas.



Gráfico 5. Imagen. Peñón de Súa.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa.

Malecón de Súa

También cuenta con un hermoso malecón que es el paseo obligado de los turistas para observar sus puestas de sol, atardeceres embrujadores y la tertulia de las vivencias del día.



Gráfico 6. Imagen. Malecón Súa

Fuente: Autora



Gráfico 7. Imagen. Malecón Súa

Fuente: Autora

Avistamiento de ballenas:

Se pueden realizar en un viaje de 40 minutos o más en lancha desde la playa, siendo este balneario el único puerto autorizado para partir en busca de ballenas jorobadas en la provincia de Esmeraldas.



Gráfico 8. Imagen. Avistamiento de Ballenas. La Hora.

Fuente: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101538723#.VU5vgVZSaMY>

La Playa Nudista:

Se encuentra a pocos metros de distancia de la playa de Súa, lo único que las separa es una montaña, se puede llegar ahí en lancha en tan solo 5 minutos. Esta playa toma su nombre gracias a turistas extranjeros que llegaron ahí y tomaban el sol desnudos, siendo esto algo de asombro para los lugareños. En la actualidad esta pequeña playa está siendo remodelada por nuevos propietarios del terreno que planean construir un resort en el sector.

Hay otros atractivos turísticos que aún no han sido explotados pero que se encuentran en los planes del gobierno parroquial para poderlos promover turísticamente en un futuro como lo son las cascadas del recinto Muchin y la represa en el recinto Guachal donde se puede practicar la natación para adultos mayores, practicar deportes y degustar de la comida de campo que ofrece este cantón, proporcionando un ambiente ameno para toda la familia.

Súa también ofrece a sus turistas alquiler de elementos para realizar deportes acuáticos como son: La banana, kayaking, tablas de surf, motos acuáticas, paseos en lancha, entre otros.

3.2.8 Gastronomía

La variedad gastronómica de la parroquia se caracteriza por que sus ingredientes principales son los productos del mar. Son muy conocidos los cebiches de pescado, concha o camarón; el encocado o encocao como lo conocen los esmeraldeños, es un estofado de pescado, mariscos, carne de res o chancho adobados con jugo de coco. Se sirve con arroz y patacón de plátano verde. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

Uno de los platos más cotizado por los visitantes es el arroz marinero, en el mismo que se puede apreciar de una variedad de mariscos mezclados con arroz y acompañado de maduro.

La cocada es característica de la zona preparándose con coco rallado cocido con leche, canela y otros ingredientes. Entre las bebidas típicas se toma la chucula, mezcla de guineo cocido con leche y batido.

En cuanto a Gastronomía se resume:

- **El arroz marinero:** Contiene mariscos como: conchas, camarones, calamares y cangrejo, con variaciones de pulpo y almeja. Acompañado de plátanos maduros fritos, aguacate, limón y ají.



Gráfico 9. Imagen. Arroz Marinero. Fuente: autora

- **Los Encocados:** El plato consta de una porción de la carne que se ha seleccionado (pollo, carne, pescado, mariscos) acompañada del arroz y patacones (plátano cortado en rodajas gruesas se coloca en un sartén hasta que estén doradas, luego se la aplasta y se las vuelve a freír.) Es

servido en diferentes platos uno hondo para la carne y su respectivo jugo y otro plato donde va el arroz y los patacones.



Gráfico 10. Cangrejo.

Fuente: **autora**



Gráfico 11. Camarones.

Fuente: **autora**

Un elemento clave en la preparación de alimentos afro esmeraldeños es el coco y la chiyangua (planta aromática); pueden mezclarse con una variedad de alimentos e ingredientes además de mariscos y pescado, arroz, plátano, yuca, camote, entre otros.

Las costumbres en la alimentación de los pobladores de la parroquia Súa vienen de los ancestros afrodescendientes, que vivían rodeados de plátano verde y palmeras de coco. Además, se dedicaban a la pesca como forma de vida, y a la caza de guanta, que es una actividad típica de la provincia de Esmeraldas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)



Gráfico 12. Ceviche de mixto

Fuente: **autora**

3.2.9 Fechas importantes celebradas en la parroquia

En las fiestas parroquiales, se realiza la elección de la reina parroquial. Las principales festividades de la parroquia son las Fiestas Patronales de Súa que se realizan el 16 de noviembre de cada año.

La parroquia realiza distintos actos sociales, culturales, deportivos y religiosos. Junto con las celebraciones, dentro de la parroquia se realizan un sin número de juegos tradicionales tanto para niños como para adultos.

3.2.10 Crecimiento y evolución parroquial

La parroquia Súa en los últimos años ha experimentado un crecimiento lento, tanto en su población como en el número de infraestructura. Sin embargo todo este poco crecimiento se ha concentrado únicamente en la cabecera parroquial, debido principalmente al gran potencial turístico de la zona. Además, lo cual le ha dado un mayor dinamismo a la economía de la parroquia. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

En cuanto a los recintos rurales estos no han crecido al mismo ritmo que la cabecera parroquial, por lo que presentan serias limitaciones en cuanto a servicios básicos.

En el censo del 2001 realizado por el INEC la población de la parroquia era de 3065 habitantes, mientras que en el 2010 la población es de 3449 habitantes de acuerdo al último censo de población y vivienda.

3.2.10.1 Asentamientos humanos dentro del área de estudio

La Parroquia Súa se encuentra constituida por 8 Barrios Urbanos y 5 Recintos Rurales, los barrios urbanos conforman el centro urbano que constituye la Cabecera Parroquial.

Tabla 1. Asentamientos humanos de la parroquia Súa.

ASENTAMIENTOS HUMANOS DE LA PARROQUIA SÚA	
BARRIOS URBANOS	RECINTOS RURALES
Buenos Aires	7 de Agosto
Nuevo Porvenir	Guachal
Nuevo Súa	Muchin
El Manglar	Angostura
8 de Diciembre	Cascajal
Luz de América	
Brisas del Mar	
Unión y Progreso	

Fuente: ARR (Aproximación Rápida Rural Súa 2011)

3.2.10.2 Principales asentamientos humanos

Los asentamientos poblacionales con mayor concentración y número de habitantes se encuentran en la cabecera parroquial; mientras que el resto de asentamientos rurales, presenta una población dispersa, con núcleos pequeños, viviendas más distantes entre sí y que albergan menor número de familias.

Los asentamientos urbanos presentan un número mayor a 200 habitantes son los barrios: Súa, Nuevo Súa y Brisas del Mar, ubicados en la cabecera parroquial. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

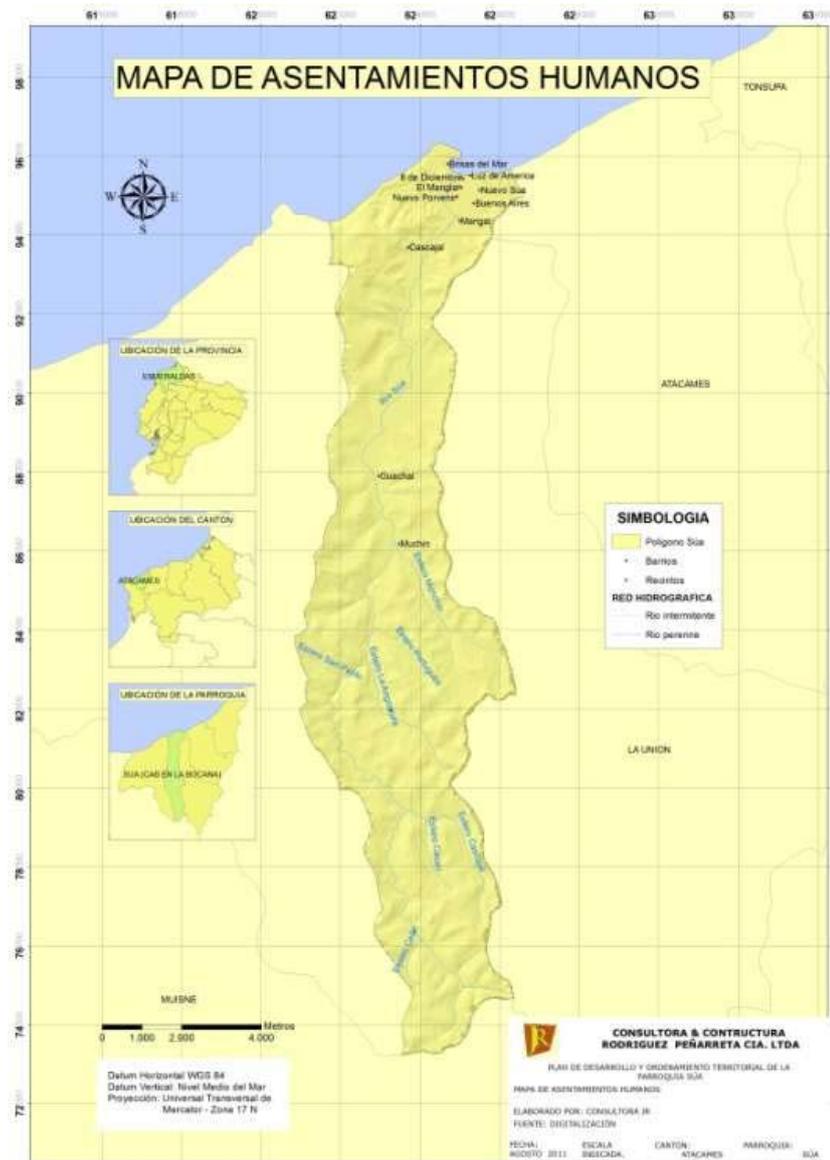


Gráfico 13. Ilustración. Mapa de Asentamientos Humanos.

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

3.2.11 Clima

El clima está clasificado como predominantemente Tropical Mega térmico Semi-Húmedo, el clima de esta parroquia se encuentra influenciado por la presencia del mar. Este tipo de clima comprende el 100% de la superficie de la parroquia.

Tabla 2. Clima de la parroquia Súa.

CLIMA	
TIPO	ÁREA (Ha)
Tropical Megatérmico Semi-Húmedo	7101,52
Total	7101,52

3.2.12 Hidrografía

La parroquia Súa se encuentra dentro del río Súa en un 97% de la superficie parroquial y con el 1 y 2% del territorio en las subcuencas del río Atacames, río Tonchigüe y el río Muisne.

El drenaje principal de la parroquias es el río Súa el cual tiene una dirección predominante S-N, sus aguas desembocan en el Océano Pacífico, el río Súa recibe aportes de agua de los esteros Cacao, Cascajal, La Angostura, Portugués, Muchin drenajes que tienen una dirección predominante E-O y los esteros Ceón, San Pablo, Chapil y algunos drenajes intermitentes sin nombre cuya dirección dominante es O-E. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

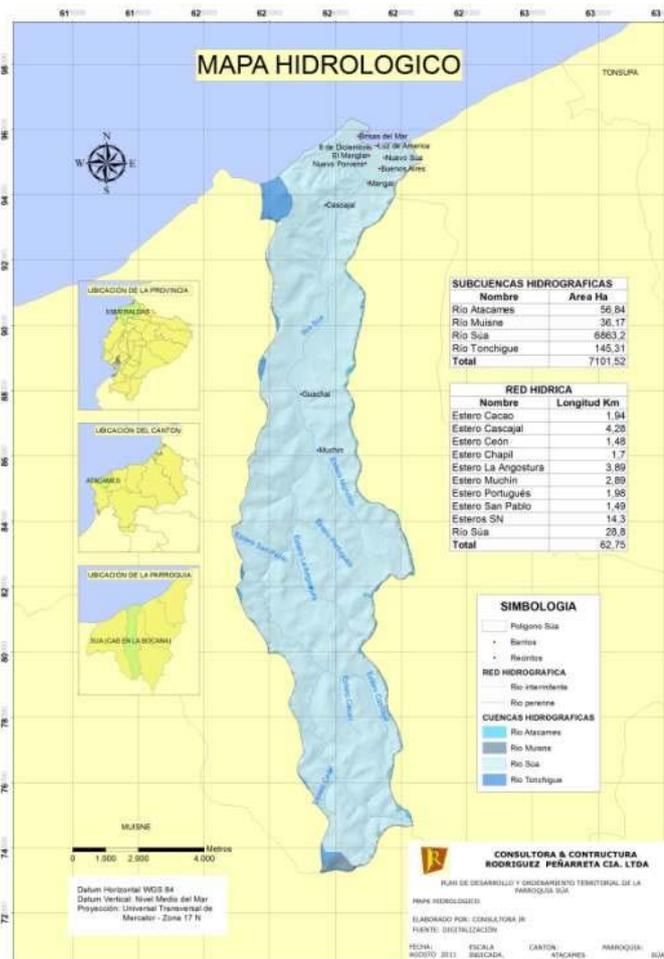


Gráfico 14. Ilustración. Mapa Hidrológico.

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

3.2.13 Cobertura vegetal

La cobertura vegetal de la Parroquia tiene diferentes usos, entre los cuales la mayor parte del área, la ocupan los Pastos que corresponden al 64,83% del territorio, seguido de los bosques intervenidos con el 13,24%, los bosques secundarios con el 12,42%, los bosques plantados un 5,00%, Sistemas agroforestales 0,79% y los cultivos perennes 1,03%. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

Tabla 3. Cobertura Vegetal

COBERTURA VEGETAL		
DESCRIPCIÓN	ÁREA HA	%
Bosques Intervenidos	939,93	13,24
Bosques Plantados	355,26	5,00
Bosques Secundarios	881,69	12,42
Cultivos Perennes	73,26	1,03
Sistemas Agroforestales	56,19	0,79
Pastos	4603,8	64,83
Cursos de Agua	191,39	2,70
TOTAL	7101,52	100,00

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

3.2.13.1 Bosques Intervenidos:

Los bosques intervenidos ocupan 939,93, cuya característica principal es la presencia de vegetación arbórea la cual fue deforestada debido al crecimiento poblacional y que se encuentra en la parte sur de la parroquia.

Ecosistema arbóreo natural primario o secundario que actualmente se halla iniciando la colonización, pero que aún no influye sensiblemente en el medio vegetal. El área de estudio se halla en las zonas altas del piedemonte. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

3.2.13.2 Bosques Plantados:

Masa boscosa formada entrópicamente, con una o diferentes especies madereras nativas o introducidas, con manejos silviculturales y dedicada a varios fines como: producción, protección y recuperación del suelo o

recreación. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

Los bosques plantados son de una extensión de 355,26 dentro de la parroquia Súa, cuya característica es la presencia de vegetación arbórea que ha sido reforestada a través de campañas por la intervención del ser humano.

3.2.12.3 Bosques Secundarios:

Los bosques secundarios se encuentra distribuidos en gran parte de la parroquia con una extensión de 881,69, ubicándose especialmente en los alrededores y los bosques secundarios aparecen también de forma esporádica en la cabecera parroquial; y se caracterizan principalmente por la presencia de vegetación producto de la regeneración natural de árboles y arbustos, luego del abandono de pastos.

3.2.13.3 Cultivos Perennes:

Se establecen como zonas agrícolas en los cuales encontramos algunas variedades, y que están distribuidas en pequeñas zonas de la parroquia, predominando cultivos entre los que se encuentran árboles frutales, café y cultivos como: yuca, maíz, tomate, plátano, entre otros.

3.2.13.4 Pastos:

Los pastizales de la zona se encuentran compuestos por el conjunto de pastos los cuales constituyen 4603,8 del territorio de la parroquia, siendo esta forma la que se ubica con mayor cantidad dentro de la misma, este tipo de vegetación es dominante en la zona ya que son especies herbáceas nativas con un crecimiento espontáneo, los pastos no reciben ningún tipo de cuidado especiales, utilizados con fines de pastoreo esporádico.

3.2.14 Flora

Entre la flora más común de la parroquia podemos encontrar las siguientes especies de plantas que habitan en el sector:

Achiote (<i>Bixa Orellana</i>)	Helecho arbóreo (<i>Cyathea</i> sp)
Amarillo (<i>Centrolobium petinensis</i>)	Laurel (<i>Cordia alliodora</i>)
Balsa (<i>Ochroma loqopus</i>)	Majagua (<i>Poulsenia armata</i>)
Bálsamo (<i>Myroxylon balsamum</i>)	Matapalos (<i>Ficus</i> sp)
Beldaco (<i>Bombas</i> sp)	Mocora (<i>Ynesa colenda</i>)
Cacao de monte (<i>Herrania</i> sp)	Moral bobo (<i>Clarisira racemosa</i>)
Caimitillo (<i>Pouteria</i> sp)	Paja toquilla (<i>Phytelephas aequatorialis</i>)
Caña guadua (<i>Guadua angustifolia</i>)	Palma (<i>Euterpe</i> sp)
Cauchillo (<i>Sapium</i> sp)	Palma, Pechiche (<i>Vitex gigantea</i>)
Cedro (<i>Cedrela</i> sp)	Pega pega (<i>Pisonia macranthocarpa</i>)
Cedro colorado (<i>Ocotea</i> sp.)	Peine de Mono (<i>Apeiba aspera</i>)
Chilco (<i>Vernonia baccharoides</i>)	Platanillo (<i>Heliconia</i> sp)
Guachapelí (<i>Pseudosamanea quachapale</i>)	Quitasol (<i>Phyllanthus grandifolius</i>)
Fernán Sánchez (<i>Triplaris guayaquilensis</i>)	Sangre (<i>Acalypha</i> sp)
Guasimo (<i>Guazuma ulmifolia</i>)	Tachuelo (<i>Zanthoxylum tachuelo</i>)
Guayacán (<i>Tabebuia guayacan</i>)	



Gráfico 15. Achiote

Fuente: <http://afrarodriguez.blogspot.com/2014/01/achiote-biza-orellana.html>



Gráfico 16. - Laurel

Fuente: <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/16358574/Laurel-Propiedades-y-Beneficios.html>



Gráfico 17. Pega Pega

Fuente: <http://www.ibiologia.unam.mx/ebchamela/www/dico.html>

3.2.15 Fauna

Mamíferos:

Armadillo	(Dasypus novencinetus)
Guatusa	(Dasypsecta sp)
Murciela	(Phyllotis sp)
Raposa	(Didelphis marsupiales)
Rata	(Odocoilestar fuliginosa)
Zahino	(Tayasu yajacu)
Zorro	(Calyxomus dervianus)



Gráfico 18. Raposa

Fuente: <http://www.uniprot.org/taxonomy/9268>



Gráfico 19. Guatusa

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Dasyprocta>



Gráfico 20. Ardilla

Fuente: <http://animalesraros.org/ardilla>

Aves:

Azulejo	(Tharampus palmarum);
Cacique chirico	(Caicus sp);
Carpintero	(Picumnus odorateri);
Cusumbo	(Photos flavus);
Garrapatero	(Crotophaani);
Gavilán	(Accipiter ventralis);
Perico	(Forpus costestis);
Tordo	(Tordus sp);
Garza	(Ardeidae),
Gallinazos	(Coragyps atratus),
Palomas	(Columbidae),
Gaviotas	(Laridae).



Gráfico 21. Azulejo

Fuente: <http://www.fotonatura.org/galerias/fotos/211383/>



Gráfico 22. Perico

Fuente: <http://cabezadeperico.wordpress.com/articulo/>



Gráfico 23. Gaviota

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Laridae>

3.2.16 Bosques y áreas protegidas en la parroquia Súa

3.2.16.1 Reserva ecológica MACHE CHINDUL

La Reserva Ecológica Mache Chindul (REMACH), es una de las áreas naturales que conforman el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, cubre una extensión de 121.376 Has entre los cantones Quinindé, Atacames, Esmeraldas y Muisne en la Provincia de Esmeraldas, y el cantón Pedernales, en la provincia de Manabí. Altitudinalmente se extiende desde los 200 m.s.n.m., hasta los 800 m.s.n.m., en las colinas orientales. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

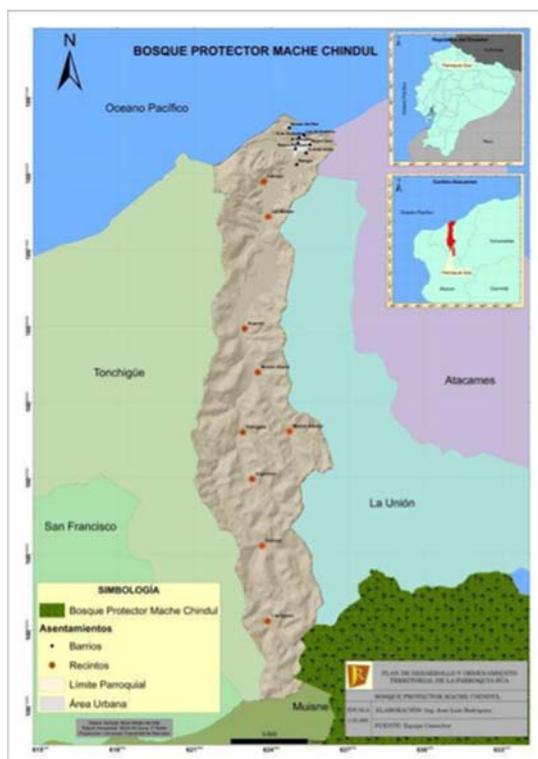


Gráfico 24. Ilustración. Mapa de Bosques y Áreas protegidas de la parroquia Súa.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

Reserva Ecológica Mache Chindul, se encuentra también ubicada dentro de la parroquia rural de Súa en la parte Sur, en dirección por el recinto Cascajal, en un área de 126,6 Has, protegiendo uno de los pocos remanentes de bosques secos tropicales del Ecuador, ubicados en esta parroquia, colindando con las parroquias de La Unión de Atacames, Tonchigüe y el cantón Muisne. Conformando esta zona la micro cuenca del río Súa.

En la zona de la Reserva la temperatura varía entre 18–36 °C, y tiene una precipitación entre 800–3000 mm/año. En la cordillera costanera nacen numerosas quebradas y esteros que alimentan importantes redes hidrográficas de la Reserva, las cuales sirven de sustento a las poblaciones en la zona de amortiguamiento.

En la REMACH, especialmente en la zona que abarca la parroquia rural de Súa, existe la presencia de bosques secos, que se caracterizan por la presencia de especies caducifolias, se encuentran presentes al noroccidente de Esmeraldas entre Tonchigüe y Esmeraldas. En esta formación vegetal se registran el bosque semidecuido subseco. La vegetación se desarrolla sobre suelos franco-arcillosos a arcillo-limosos y el contenido de materia orgánica es bajo. Extremadamente ricos en los estratos herbáceo, arbustivo y epifito, representados por las familias Araceae, Piperaceae y Gesneriaceae, se encuentran también epifitas y trepadoras, guarumos, balsa, manzano colorado, mamey, guayaba, coco

y aguacatillo. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

Dentro de la reserva ecológica MACHE CHINDUL habitan aves cuervos, tijeretas, tucanes, loros entre otros, así también se puede encontrar mamíferos como el, mono aullador, cabeza de mate, ardilla, tigrillos mico, entre otros los cuales componen la belleza de la zona.

La Reserva Ecológica MACHE CHINDU se encuentra formalmente protegida, pero con fuertes presiones antropogénicas, en particular por la expansión de la frontera agropecuaria, otro gran problema que se puede manifestar es la extracción de madera por parte de empresas madereras grandes. La cacería furtiva amenaza a las aves y mamíferos de la zona. La tenencia de la tierra en la Reserva es otro de los problemas que afecta de manera indirecta a la misma.

3.2.17 Sistema económico

Para el desarrollo del presente sistema toda la información fue recopilada del VI Censo Nacional de Vivienda y VII de Población 2010; y de la Aproximación Rápida Rural (ARR) 2011, que se la realizó mediante las encuestas hechas en las entrevistas con los presidentes barriales de cada sector.

Población en Edad de Trabajar (PET)

La PET es una medida demográfica que refleja indirectamente la oferta laboral y da cuenta del número de personas que tienen edad para trabajar (de 10 años en adelante y menores a 65 años), pues incluye tanto a las personas activas cuanto a las inactivas (por ejemplo, estudiantes, jubilados y pensionistas, quienes se dedican solo a quehaceres domésticos, etc.). Se diferencia por tanto, de la cantidad de gente dispuesta a trabajar o que esta efectivamente trabajando, es decir, de la población económicamente activa o PEA. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

En la Parroquia Súa perteneciente al cantón Atacames y la provincia de Esmeraldas, la población en edad de trabajar tiene un promedio de 71.99% de

la población total, permitiendo evidenciar que la parroquia cuenta con un recurso humano importante.

Tabla 4. Población en edad de trabajar.

Indicador	Habitantes	%
Población total	3449	100
Población en Edad de Trabajar	2483	71,99

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

Población Económicamente Activa (PEA)

La PEA se comprende como el principal indicador para ofertar la mano de obra en una sociedad. Se considera a las personas económicamente activas a todas aquellas que tienen edad para trabajar (Población mayor a 12 años y menor a 64), y que se encuentren en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento.

Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (desocupadas). Son inactivos en cambio, quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia.

Súa posee una Población Económicamente Activa aproximada de 52% del total de la población y 48% respecto de la población en edad de trabajar.

Tabla 5. Población económicamente activa.

Indicador	Habitantes	%
Población Económicamente Activa	1293	52
Población Económicamente Inactiva	1190	48
Población en edad de trabajar	2483	100

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

3.2.18 Actividad Agroproductiva

Dentro de la parroquia una de las principales actividades de desarrollo económico es la agricultura de subsistencia, así como la ganadería en los recintos rurales, y la silvicultura contribuyendo al bienestar de las familias de la zona, en cuanto que el ganado proporciona alimentos altos en proteínas como leche, carne y queso, otra actividad es la crianza de ganado porcino pero considerando que este es más para consumo familiar, y otros.

Entre los principales cultivos perennes, semiperennes y transitorios que se producen en la parroquia se tiene:

Tabla 6. Principales cultivos perennes y transitorios

CULTIVOS	HUERTO FRUTAL
Caña de azúcar, plátano, cacao, maíz, haba, entre otros.	Badea, mango, naranja, papaya, aguacate.

Elaboración: Consultora JR.

Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Súa

La producción de estos cultivos se la realiza principalmente en los recintos, en pequeñas áreas y la mayoría de la producción se la emplea para consumo doméstico, y un pequeño porcentaje se lo destina para su

comercialización y esta se la realiza en las ferias libres y mercados de Súa, para el desarrollo de este sector se vuelve necesario implementar sistemas de riego comunitarios, para poder desarrollar la actividad agrícola, y así lograr mejorar las condiciones de vida de la población. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

La actividad ganadera constituye en la zona una de las fuentes de ingresos más importantes en la parroquia, esta se puede encontrar a lo largo de la parroquia, gracias a la gran cantidad de pastizales con los que cuenta la misma, con réditos muy significativos para la economía familiar.

3.2.19 Actividad pesquera

La pesca artesanal es una actividad económica de gran importancia para los pobladores de la parroquia Súa, especialmente de las poblaciones asentadas en la línea de costa. Esta consiste en la captura y extracción de recursos marinos, fluviales o lacustres mediante técnicas simples y limitadas por su capacidad de manejo sea en forma individual o colectiva, con alto componente de trabajo manual en embarcaciones pequeñas. La pesca artesanal en sus tres formas:

- **Pesca de recolección** (conchas, cangrejos, almejas, ostras, mejillones, camarones, jaibas, entre otras);
- **Pesca artesanal** costera en la cual se emplean embarcaciones y artes de pesca para la captura de peces demersales y pelágicos; y
- **Pesca artesanal oceánica** que opera en mar abierto, utilizando los denominados barcos nodrizas para almacenar las capturas durante el periodo de la campaña de pesca. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

La actividad pesquera se realiza en la misma parroquia, donde se realiza la también su comercialización, la zona se caracteriza por la generación de plazas de trabajo indirectas tal como abastecedores, reparación y mantenimiento de

embarcaciones, provisión de suministros, comerciantes informales, y restaurantes.

3.2.20 Hotelería

En cuanto a su infraestructura hotelera la parroquia posee muy poca, comparada con otras parroquias del cantón Atacames, notándose la falta de este tipo de infraestructura. Posee una capacidad hotelera baja, con diferentes tipos de alojamiento en la parroquia que van desde Hoteles a Hosterías.

3.2.21 Actividad Comercial

La actividad comercial en la parroquia Súa, es una de las principales ramas económicas con el 9%, dedicándose al comercio al por mayor y menor sea formal e informal, esta actividad tiene gran importancia ya que se convierte en una entrada económica para los pobladores, y también al comercio que se deriva de la actividad turística. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa, 2012)

La actividad comercial dentro de la parroquia se realiza con mayor intensidad en la zona urbana donde se puede comprobar una serie de locales entre los que podemos encontrar, farmacias, ferreterías, cabinas telefónicas, licoreras, tiendas de abarrotes entre otros,

3.2.22 Súa actual

Es un apacible pueblo costero convertido en la actualidad en un centro turístico de tipo familiar. Redes, botes de pesca, tours al peñón, playa nudista, cuevas y punto oficial en Esmeraldas, de salida de los tours de avistamiento de ballenas son algunas de las actividades extra que brinda el sitio.

Súa es una playa muy tranquila que le permite al turista pasar relajado y disfrutar en familia gracias a sus pacíficas aguas y su malecón, que ofrece varios puestos de comidas y bebidas.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Objetivo General

Distinguir los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros con referencia al turismo de playa.

4.2 Propósitos de la investigación:

- Determinar los puntos turísticos más relevantes de la parroquia Súa.
- Identificar los valores y contravalores del balneario de Súa.
- Conocer los medios publicitarios de mayor interés para los turistas nacionales y extranjeros.

4.3 Unidades de Análisis

Mujeres y Hombres del Distrito Metropolitano de Quito.

Mujeres y Hombres de 35 a 44 años del Distrito Metropolitano de Quito de clase media y media alta que realizan turismo.

4.4 Población y Muestra

Población 211.043 Mujeres y Hombres de 35 a 44 años de edad.

4.4.1 Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico es aquel que se basa en el principio de aquí probabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño N tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos

nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. Dentro del método de muestreo probabilístico se establece una probabilidad conocida de integrar la muestra a cada elemento de la población, y dicha probabilidad no es nula para ningún elemento.

4.4.2 Fórmula para calcular el tamaño de la muestra

De acuerdo a las características de la información requerida y de la población que será objeto de estudio se utilizará el muestreo aleatorio simple. Una muestra aleatoria simple es formulada de tal manera que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

Prosiguiendo se determina la fórmula a utilizar para el cálculo de la muestra:

FÓRMULA:

$$n = \frac{(Z_{\infty/2})^2(P * Q)(N)}{(e)^2(N) + (Z_{\infty/2})^3(0,25)}$$

Datos:

N= Tamaño de la población: 211.043 (Mujeres y Hombres de 35 a 44 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito)

n= Tamaño de la muestra: 150 encuestados

Z= Nivel de confianza (96%): 1.96

P= Proporción real estimada de éxito: 50%

Q= Proporción real estimada de fracaso: 50%

e= Error: 0,8%

Desarrollo:

$$n = \frac{(Z_{\infty/2})^2(P * Q)(N)}{(e)^2(N) + (Z_{\infty/2})^3(0,25)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(211.043)}{(0,08)^2(211.043) + (7,52)(0,25)}$$

$$n = \frac{202.685,7}{1.352,55}$$

$$n = 150 \text{ Encuestados}$$

4.5 Tipo de estudio descriptivo

Frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así, valga la redundancia, describir lo que se investiga.

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y por qué del sujeto del estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización, consumidor, objetos, conceptos y cuentas. Se usa un diseño descriptivo para hacer una investigación, cuando el objetivo es: describir las características de ciertos grupos, calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características o pronosticar. (Namakforoosh, 2005)

En esta investigación se utilizó la investigación descriptiva la cual especifica de modo sistemático las características de la población, situación o área de interés. De esta forma, la investigación se orientó a describir las preferencias de los turistas que visitan el balneario de Súa.

4.6 Método de investigación

4.6.1 Método deductivo

Inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Es claro, que para la realización del book fotográfico sobre el balneario Súa, primero hay que determinar en el grupo objetivo, los fenómenos comunicacionales y las diversas tendencias que de manera general influyen en la particularización del fenómeno estudiado, como es fomentar el desarrollo turístico del balneario.

4.6.2 Método analítico

El análisis consiste en la desmembración de un todo, en sus elementos para observar su naturaleza, peculiaridades, relaciones, etc. Es la observación y examen minuciosos de un hecho en particular. Mediante este método se logró segmentar al público para ir tomando importante información de cada uno de ellos, tanto de los turistas nacionales en primer lugar como los turistas extranjeros en segundo lugar.

4.6.3 Método de observación participante.

La observación es participante cuando para obtener los datos, el investigador se incluye en el grupo, hecho o fenómeno para conseguir información “desde dentro”.

La observación participante es una técnica de observación utilizada en las ciencias sociales, en donde el investigador comparte con los investigados su contexto, experiencia y vida cotidiana, para conocer directamente toda la información que poseen los sujetos de estudio sobre su propia realidad, es decir, pretender conocer la vida cotidiana de un grupo desde el interior del mismo.

El realizar la investigación del grupo objetivo directamente en el balneario de Súa, permitió compartir puntos de vista y conocer directamente toda la información que pudieran brindar los investigados. Gracias a esto se logró compartir con ellos situaciones y anécdotas, palpando así la realidad que se vive en el balneario y cómo este es acogido por los turistas, logrando así que la información obtenida de esta investigación sea verídica.

4.7 Fuentes

4.7.1 Primarias

- Encuesta a los turistas que visitan Súa.
- Entrevistas a los turistas extranjeros.
- Entrevista a líderes de opinión.
- Documentos oficiales de instituciones.

4.7.2 Secundarias

- Páginas de internet
- Periódicos
- Libros
- Documentos en línea.

4.8 Técnica e Instrumento

Técnicas de investigación:

Entrevista

Encuestas

Observación Participante

Instrumentos:

- **CUESTIONARIO – ENTREVISTA**

Modelo de entrevista a turistas extranjeros:

- 1.- ¿Por qué viniste a Súa?
- 2.- ¿Qué te llamo la atención de este balneario?
- 3.- ¿Cuánto tiempo te quedas en Súa?
- 4.- ¿Conoces los atractivos turísticos que te ofrece Súa?
- 5.- ¿Te resulto fácil llegar hasta aquí?

• **CUESTIONARIO – ENCUESTA**



Saludos estimado turista, mi nombre es Erika Mendoza y necesito de su generosa ayuda respondiendo esta encuesta referente al balneario de Súa. Sus respuestas contribuirán a la realización de mi proyecto de fin de carrera.

Edad: _____

Género:

- Femenino
- Masculino

1.- ¿Con qué frecuencia sale usted de vacaciones?

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 o más veces al año

2.- ¿Cuándo usted va de vacaciones qué es lo que busca?

- Atractivos turísticos
- Ambiente familiar
- Vida nocturna

- Actividades de aventura

3.- ¿Por qué usted prefiere las playas de Súa?

- Descanso Familiar
- Atractivos turísticos
- Deportes acuáticos

4.- ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?

- Si (Siga a la pregunta 5)
- No (Siga a la pregunta 6)

5.- ¿De los siguientes atractivos turísticos cuales conoce? (continúe con la pregunta 7)

- Avistamiento de Ballenas
- Cascadas
- Playa nudista
- Isla de los pájaros
- Otros (especifique) _____

6.- ¿Cuál considera usted es la razón por la que se desconoce los atractivos turísticos de Súa?

- Falta de información
- Falta de acceso vial
- Falta de infraestructura
- Poca seguridad

7.- ¿Cuál es el medio de transporte que eligió para llegar a esta playa?

- Transporte privado
- Transporte público

Avión

8.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre los atractivos turísticos de Súa?

Radio

Prensa

Televisión

Página web – Redes Sociales

9.- ¿Le gustaría que exista un libro fotográfico sobre los atractivos turísticos que ofrece Súa?

Si

No

10.- ¿Cómo quisiera adquirir este libro?

Gratuito

Pagado

11.- ¿De qué manera le gustaría recibir este libro?

Libro digital

Libro impreso

¡Muchas gracias por su colaboración!

• **FICHAS DE OBSERVACIÓN – OBSERVACIÓN PARTICIPANTE**

4.9 Tratamiento de la Información:

4.9.1 Análisis de Datos:

El análisis de los datos se llevará a cabo en base a un diagnóstico sostenido por medio de los resultados que den las herramientas de investigación utilizadas como son las entrevistas y encuestas, uniendo ideas adecuadas que sirvan de pauta para la solución del o los problemas y estrategias comunicacionales necesarias, todo esto gracias a una previa lluvia de ideas, proceso lógico secuencial y manejo de distintos escenarios.

4.9.2 Representación Gráfica de la Información:

Una vez que se haya seleccionado la encuesta como instrumento de medición confiable y válido, se procederá a obtener información de los sujetos de estudio; conociendo de esta manera, sus opiniones, actitudes y sugerencias respecto al tema, además de las observaciones de interés que conlleven a esclarecer un debate sobre el tema expuesto desde una óptica diferente. En las encuestas se empleará los formatos establecidos, se tabulará las respuestas para su posterior análisis, aplicando técnicas informáticas adecuadas para este tipo de trabajo.

4.10 Técnicas de Análisis:

Los resultados de las encuestas realizadas han sido analizados a través del programa Microsoft Excel, donde además se elaboró cuadros de frecuencia y gráficos porcentuales sobre cada una de las preguntas.

Los sujetos a analizar fueron las mujeres y los hombres de 35 a 44 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito de clase media y media alta que realizan turismo.

4.11 Resultados De La Investigación - Encuestas

Tabla 7. Género de turistas encuestados

GÉNERO	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Femenino	86	57%
Masculino	64	43%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: autora

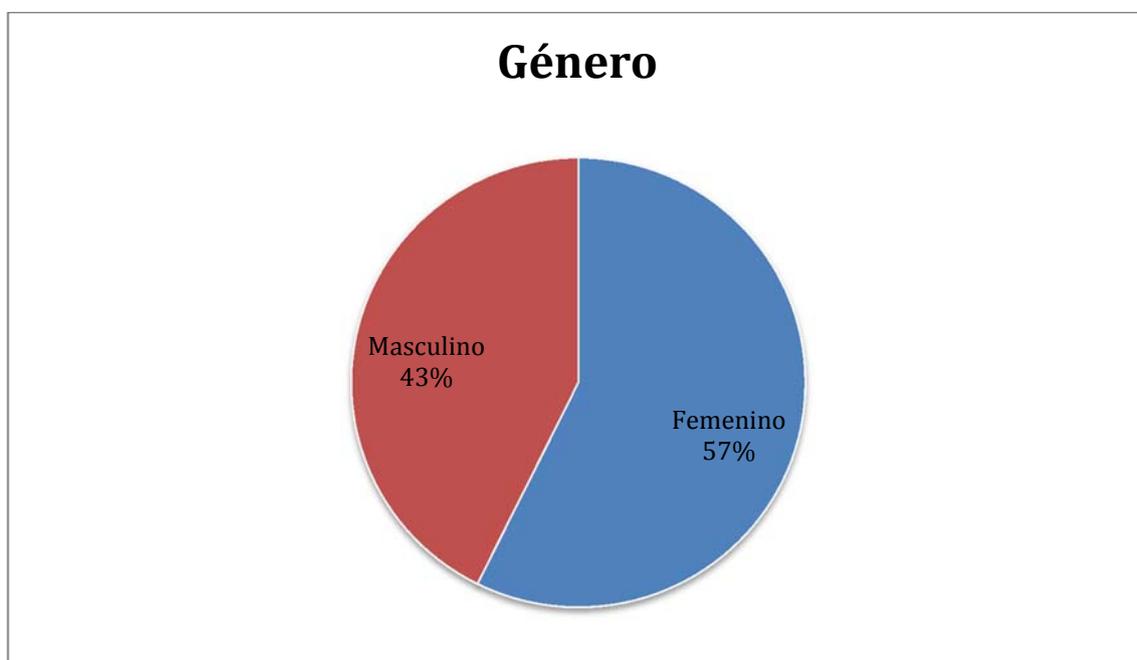


Gráfico 25. Género de turistas encuestados

Elaborado por: autora

El 57% de la población encuestada pertenece al género femenino, mientras que el 43% restante son masculinos.

Pregunta 01.- ¿Con qué frecuencia sale usted de vacaciones?

Tabla 8. Frecuencia vacaciones

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
1 vez al año	40	27%
2 veces al año	46	31%
3 o más veces al año	64	42%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: autora



Gráfico 26. Frecuencia vacaciones

Elaborado por: autora

Los resultados obtenidos señalan que nuestro grupo objetivo sale 3 o más veces al año de vacaciones, representando esta opción el 42%, seguido por un 31% que sale 2 veces al año y por último un 27% que sale 1 vez al año de vacaciones.

Con este resultado se puede asumir que los turistas que visitan Súa son personas que salen a vacacionar varias veces al año, siempre que se les presente la oportunidad.

**Pregunta 02.- ¿Cuándo usted va de vacaciones qué es lo que busca?
(Opción múltiple)**

Tabla 9. Que busca cuando va de vacaciones

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Atractivos turísticos	76	36%
Ambiente familiar	106	51%
Vida nocturna	16	8%
Actividades de aventura	10	5%
TOTAL	208	100%

Elaborado por: autora

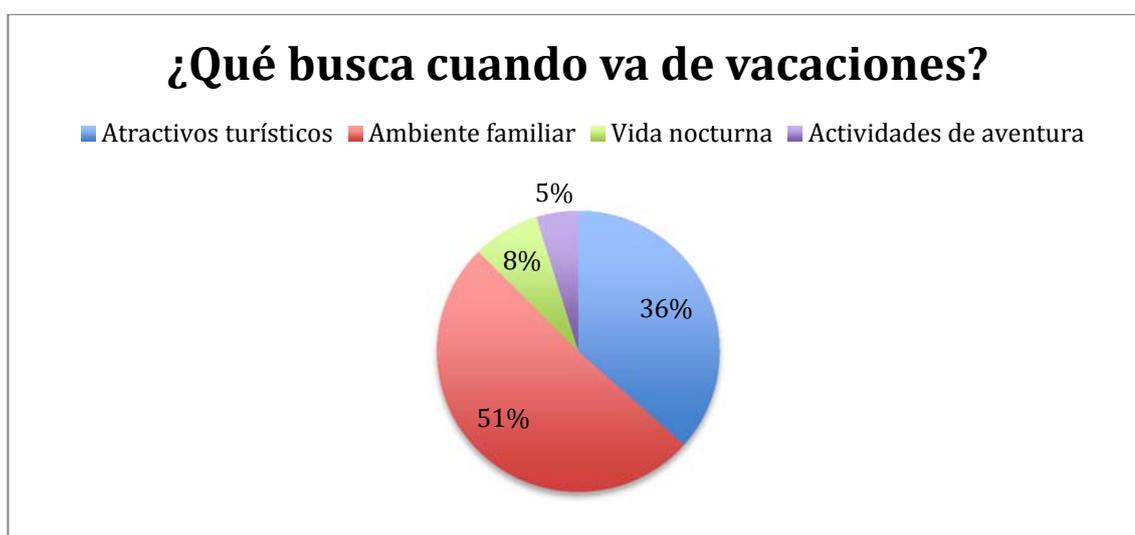


Gráfico 27. ¿Qué busca cuando va de vacaciones?

Elaborado por: autora

En los resultados se logra observar que el 51% de los encuestados prefieren un ambiente familiar al escoger su destino, un 36% busca atractivos turísticos, un 8% se inclina por la vida nocturna y finalmente un 5% prefiere destinos que ofrezcan actividades de aventura.

En conclusión los turistas que visitan la playa de Súa siempre escogen un Ambiente Familiar al momento de salir de vacaciones, donde todos sus integrantes puedan compartir y tener momentos agradables en familia.

Pregunta 03.- ¿Por qué usted prefiere las playas de Súa? (Opción múltiple)

Tabla 10. Por qué prefiere Súa

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Descanso familiar	116	71%
Atractivos turísticos	46	28%
Deportes acuáticos	2	1%
TOTAL	164	100%

Elaborado por: autora



Gráfico 28. ¿Por qué prefiere Súa?

Elaborado por: autora

Los encuestados respondieron que un 71% prefieren la playa de Súa por el Descanso Familiar que esta les ofrece, un 28% dijo que prefiere sus atractivos turísticos y un 1% se inclinó por los deportes acuáticos que se pueden realizar allí.

Con los resultados obtenidos se interpreta que los turistas que van a Súa prefieren su tranquilidad y las opciones que la playa le brinda para poder relajarse junto a sus familiares.

Pregunta 04.- ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?

Tabla 11. ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	28	19%
NO	122	81%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: autora



Gráfico 29. ¿Conoce los atractivos turísticos que le ofrece Súa?

Elaborado por: autora

Al realizar la encuesta se tuvo como resultado que en su mayoría un 81% de los encuestados NO conocen los atractivos turísticos que Súa les ofrece y solo un 19% respondió que SI conoce algunos de los atractivos turísticos.

Estos resultados dicen que hay gran desconocimiento por parte de los turistas sobre los atractivos turísticos que pueden encontrar en Súa. La mayoría desconoce lugares y actividades que se pueden realizar dentro del balneario.

**Pregunta 05 - ¿De los siguientes atractivos turísticos cuáles conoce?
(Opción múltiple)**

Tabla 12. ¿Cuáles atractivos turísticos conoce?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Avistamiento de ballenas	20	28,57
Cascadas	10	14,28
Playa nudista	12	17,14
Isla de los pájaros	28	40%
TOTAL	70	100%

Elaborado por: autora

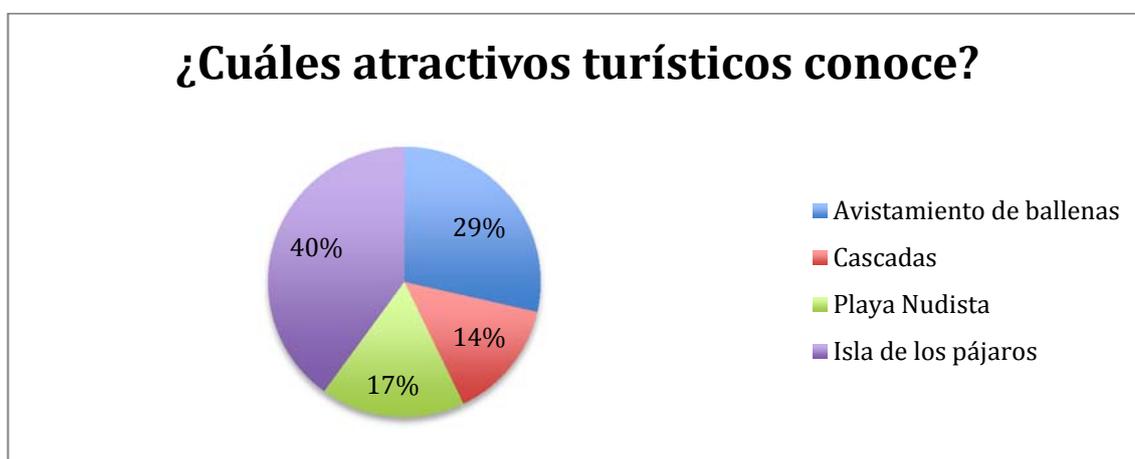


Gráfico 30. ¿Cuáles atractivos turísticos conoce?

Elaborado por: autora

Del 19% que SI conocen los atractivos que Súa les ofrece un 40% respondió que conoce la Isla de los pájaros, un 29% tiene conocimiento o ha contratado el servicio del Avistamiento de ballenas, el 17% tiene conocimiento sobre la Playa Nudista y solo un 14% sabe sobre la existencia de las Cascadas.

Los resultados muestran que de los pocos turistas que tienen un conocimiento sobre los atractivos turísticos de Súa la mayoría indica la Isla de los Pájaros como su atractivo principal, seguido por el Avistamiento de ballenas y una escasa parte conoce la Playa Nudista y las Cascadas del recinto Muchin.

Pregunta 06 - ¿Cuál considera usted es la razón por la que se desconoce los atractivos turísticos de Súa? (Opción múltiple)

Tabla 13. ¿Por qué no conoce los atractivos turísticos?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Falta de información	144	84%
Falta de acceso vial	2	1%
Falta de infraestructura	26	15%
Poca seguridad	0	0%
	172	100%

Elaborado por: autora

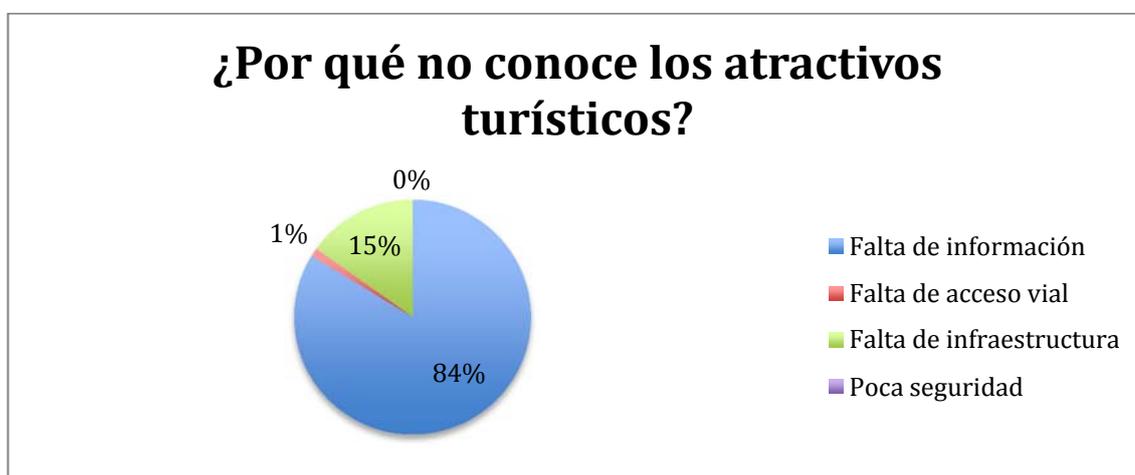


Gráfico 31. ¿Por qué no conoce los atractivos turísticos?

Elaborado por: autora

La mayoría de encuestados, un 81% desconoce los atractivos turísticos de Súa y basan su respuesta en los siguientes resultados. En su mayoría, un 84% contestaron que es por Falta de información, un 15% dice que es por Falta de infraestructura, un 1% por falta de acceso vial, dejándonos con un 0% en Poca seguridad.

Se puede decir que la mayoría de los turistas creen que el desconocimiento de los atractivos turísticos de Súa se da por la falta de información en los medios de comunicación, al no haber una buena promoción del balneario, los atractivos turísticos que ofrece Súa son desconocidos para el grupo objetivo.

Pregunta 07 - ¿Cuál es el medio de transporte que eligió para llegar a esta playa?

Tabla 14. Medio de transporte elegido para llegar a Súa

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Transporte privado	118	79%
Transporte público	32	21%
Avión	0	0%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: autora

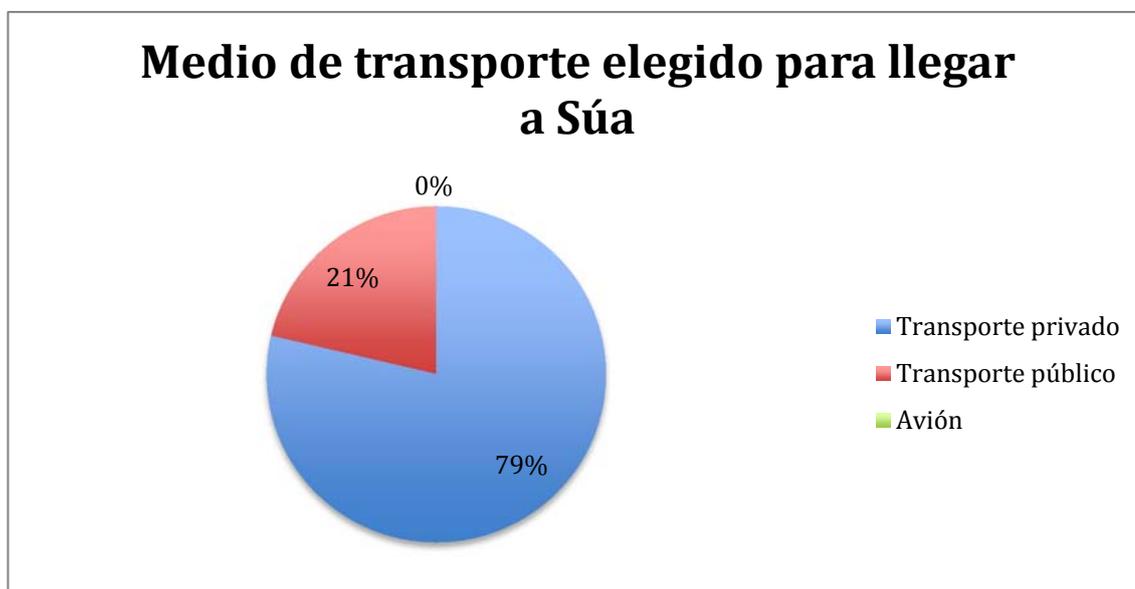


Gráfico 32 Medio de transporte elegido para llegar a Súa.

Elaborado por: autora

La mayoría de las personas encuestadas eligió el Transporte privado para llegar al balneario, representado por un 79%, un 21% viaja en Transporte Público, dejándonos la opción de viajar en Avión con un 0%.

Mediante los resultados obtenidos se asume que la mayoría de turistas que visitan el balneario de Súa prefieren viajar en transporte privado.

Pregunta 08 - ¿Por qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre los atractivos turísticos de Súa? (Opción Múltiple)

Tabla 15. Prefiere recibir información por

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Radio	16	7%
Prensa	22	10%
Televisión	84	37%
Página web / Redes Sociales	102	46%
TOTAL	224	100%

Elaborado por: autora

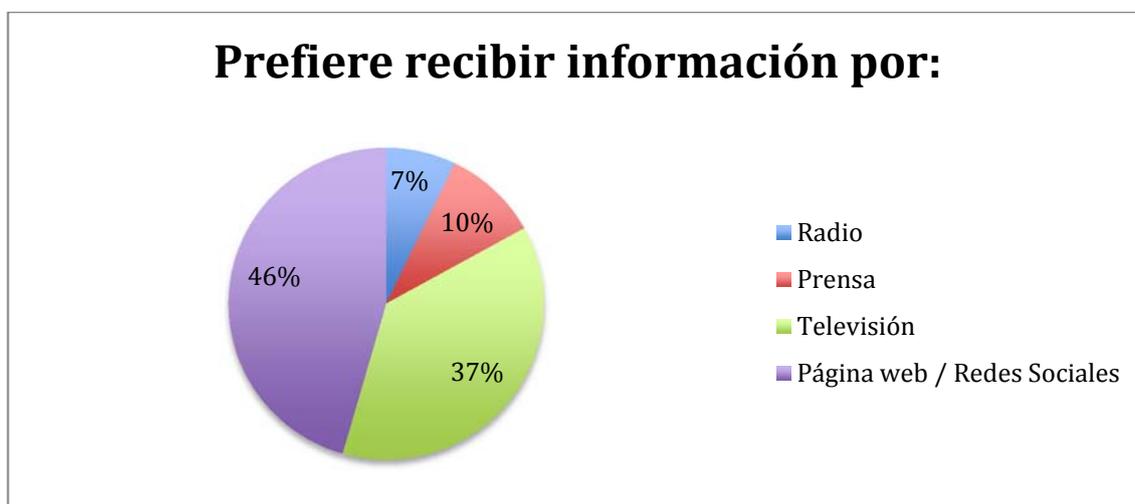


Gráfico 33. Prefiere recibir información por:

Elaborado por: autora

Se obtuvieron los siguientes resultados al preguntarle a los encuestados por qué medios de comunicación les gustaría recibir información sobre Súa: el 46% respondió que prefiere la Página web o las Redes sociales, el 37% dijo que prefiere la televisión, un 10% prefiere la Prensa y solo un 7% prefiere la Radio.

Por los resultados alcanzados podemos notar que la mayoría de los turistas están interesados en recibir información sobre los atractivos turísticos de Súa por medio de una Página Web o Redes Sociales y por Televisión.

Pregunta 09 - ¿Le gustaría que exista un libro fotográfico sobre los atractivos turísticos que ofrece Súa?

Tabla 16. ¿Le gustaría un libro fotográfico sobre Súa?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	150	100%
NO	0	0%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: autora



Gráfico 34. ¿Le gustaría un libro fotográfico sobre Súa?

Elaborado por: autora

Los encuestados en su totalidad están interesados en la propuesta de que se elabore un libro fotográfico sobre los atractivos turísticos que ofrece Súa. Esto nos permite concluir que la idea del trabajo a realizar es bien recibida por los turistas y necesario para el balneario.

Pregunta 10 - ¿Cómo quisiera adquirir este libro? (Opción múltiple)

Tabla 17. ¿Quiere adquirir el libro de forma?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Gratis	120	74%
Pagado	42	26%
TOTAL	162	100%

Elaborado por: autora

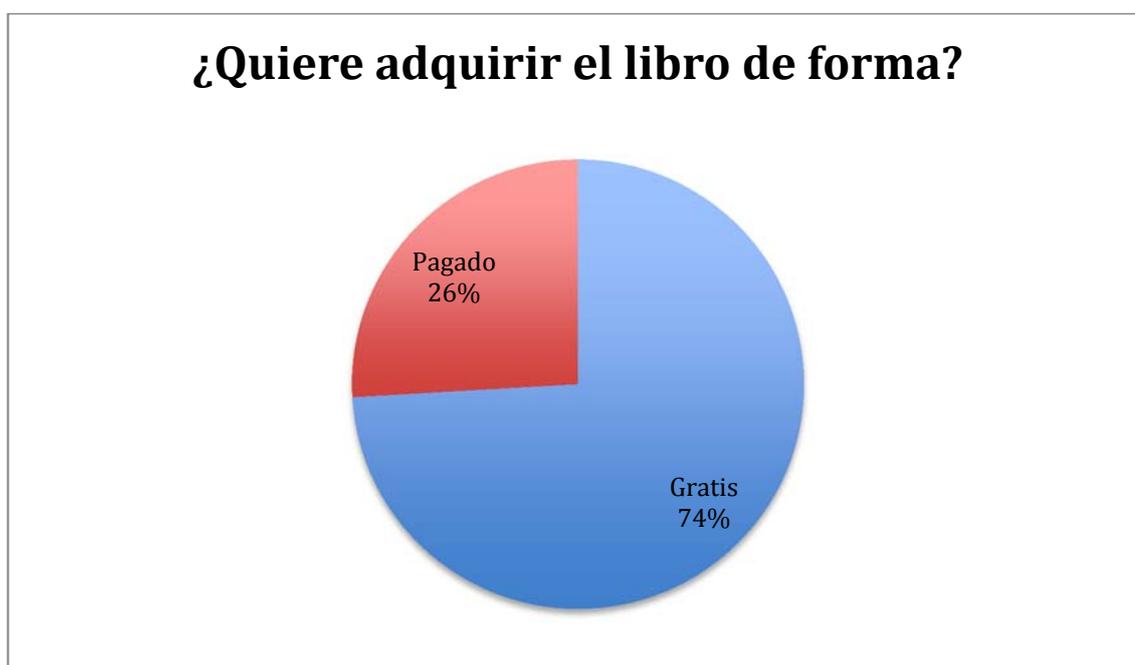


Gráfico 35. ¿Quiere adquirir el libro de forma?

Elaborado por: autora

La mayoría de los encuestados prefirió la opción de recibir el libro fotográfico de forma gratuita, siendo representados por un 74% mientras que un 26% estaría dispuesto a pagar por el libro un precio módico.

Los resultados obtenidos en esta pregunta nos llevan a interpretar que la mayoría de los turistas prefieren obtener el libro de forma gratuita.

Pregunta 11 - ¿De qué manera le gustaría recibir este libro? (Opción múltiple)

Tabla 18. ¿Quiere recibir el libro en formato?

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Digital	72	43%
Impreso	94	57%
	166	100%

Elaborado por: autora



Gráfico 36. ¿Quiere recibir el libro en formato?

Elaborado por: autora

En esta última pregunta se obtuvo que un 57% preferiría el libro fotográfico en un formato impreso mientras que no tan alejado de este porcentaje un 43% preferiría obtenerlo en formato digital. Gracias a esto se puede decir que los turistas se inclinan más por un formato impreso pero a su vez las personas que prefieren un formato digital no son pocas a comparación del resultado principal.

4.11.1 Conclusiones - Encuestas

Gracias a la investigación realizada a los sujetos de estudio, se logró identificar que los turistas nacionales que visitan la playa de Súa prefieren lugares de descanso que les permitan disfrutar acompañados de sus familiares.

Súa es una playa que sí es del agrado de los turistas que la visitan, pero lastimosamente presenta dificultad al momento de difundir los atractivos turísticos a sus visitantes, causando esto una total falta de información en el grupo objetivo. Pocos fueron los turistas que realmente conocen uno que otro atractivo turístico de la parroquia. Problemas como la falta de información y falta de infraestructura son los que no permiten que el turista pueda disfrutar plenamente del balneario de Súa.

4.12 Resultados De La Investigación – Entrevistas

Las entrevistas se realizaron a turistas extranjeros que se encontraban visitando el balneario de Súa. Las opiniones de estos turistas es de mucha importancia ya que nos ayudan a tener una idea clara de cómo visitantes de otros países perciben al balneario de Súa, si lo catalogan como un buen destino turístico, y lograr conocer cómo fueron sus experiencias al llegar a esta región de la provincia de Esmeraldas.

4.12.1 Conclusiones - Entrevistas

Una vez analizados los datos que los turistas extranjeros nos brindaron por medio de las entrevistas podemos concluir que la mayoría llegó al balneario de Súa por casualidad, curiosidad o por recomendaciones de lugareños de las playas vecinas, pero teniendo un total desconocimiento de los atractivos turísticos del lugar y de todo lo que Súa tiene para ofrecerles.

Ellos consideran que Súa a comparación de otras playas más alejadas de la provincia como Mompiche, cuenta con una mejor infraestructura hotelera y ofrece una mejor estadía para los visitantes. La playa tranquila, de olas

pacíficas es lo que más les ha llamado la atención y consideran a Súa un balneario lleno de mucha belleza natural.

CAPITULO V

PROPUESTA

5. Desarrollo de la Propuesta

5.1 Introducción

Por la necesidad que tiene Súa como parroquia, para promocionarse tanto a nivel nacional e internacional, logrando así recuperar su posición como una de las playas más representativas de la provincia de Esmeraldas, mostrando a sus turistas las maravillas que ésta tiene para ofrecerles, al igual que su exquisita gastronomía y la hospitalidad de sus lugareños, se requiere la elaboración de un book fotográfico que logre plasmar lo más destacado de esta parroquia y del calor de su gente, sirviendo a su vez de material publicitario e informativo.

La publicidad es una temática que nunca se ha tomado en cuenta en esta parroquia, por lo que la falta de esta ha dejado muchos vacíos en el grupo objetivo y una pérdida de potencial turístico para el sector. La propuesta de book fotográfico permitirá que más turistas logren conocer sobre Súa y seleccionarla como su próximo destino vacacional.

La investigación se realizó directamente en el balneario de Súa aprovechando el feriado de carnaval en el mes de Febrero, tomando en cuenta que nuestro grupo objetivo estaría presente en estas fechas. Gracias a la investigación realizada se hicieron visibles varios problemas que ayudaron a comprender con datos ciertos, como palpa el turista la situación del balneario de Súa y cuál es su opinión sobre este lugar turístico.

Como principales problemas que se encontraron en el balneario de Súa tenemos:

- Falta de información en los turistas sobre las actividades que se pueden realizar y los atractivos turísticos del balneario.

- Carencia de elementos publicitarios con respecto a Súa que la identifiquen como lugar turístico.
- Falta de infraestructura del balneario.

Para estos problemas que se lograron determinar gracias a la investigación (Encuestas – Entrevistas), se propone la solución de estos mediante los siguientes elementos comunicacionales:

- Elaboración de un Book Fotográfico para la promover el balneario de Súa.
- Diseño de una identidad visual para el balneario de Súa.

5.2 Objetivos de la Propuesta

5.2.1 Objetivo General:

Elaborar un book fotográfico que permita difundir los atractivos turísticos del balneario de Súa.

5.2.1.1 Objetivos Específicos:

- 1.- Informar sobre los atractivos turísticos de Súa.
- 2.- Desarrollar una identidad visual para balneario de Súa.

5.3 Desarrollo de la Identidad Visual “Súa”

Uno de los principales problemas que se encontraron en la investigación es que Súa en la actualidad no cuenta con una identidad visual que la distinga de los demás balnearios y que la represente como la potencia turística que es. Por lo que se vio necesario y de suma importancia, la realización de un logotipo que satisfaga estas necesidades y que ayude a Súa a obtener el reconocimiento que merece.

5.3.1 Estructura del Logotipo



Gráfico 37. Logotipo Súa

Elaborado por: autora

El Logotipo creado para la identidad visual del balneario de Súa irradia tranquilidad, sol y la naturaleza representada por el peñón, siendo estos los principales aspectos que representan a este destino turístico. Es un logotipo con mucha simetría y modernidad, que permite conectarse con lo que busca el grupo objetivo.



Gráfico 38. Imagotipo Súa

Elaborado por: autora

El peñón de Súa al ser el elemento más representativo del balneario se encuentra ubicado en la parte superior acompañado de un sol radiante que impulsa la idea de la importancia que tiene el peñón y de que el destino que se promociona es una playa. La línea horizontal azul, ubicada en la parte inferior del peñón, es una forma minimalista (sutil) de representar el mar y a su vez darle estabilidad a la composición. El Sol, El Peñón y el Mar representan la naturaleza de Súa.

Este imago tipo es de mucha importancia ya que es la representación del diferenciador del balneario. Cuando se ve a lo lejos el peñón inmediatamente se sabe que se está llegando a Súa.



Gráfico 39. Tipografía Súa

Elaborado por: autora

Para la palabra Súa se utilizó una tipografía Sans Serif de trazos gruesos y una de trazos delgados para “Paraíso Natural”, es una tipografía comercial, legible y moderna. La línea horizontal azul se encuentra acentuando la sílaba “U” de una forma sutil para que no afecte de forma negativa a la composición del logotipo.

5.3.2 Manual de Identidad Visual Básico

En los anexos se encuentra adjunto el Manual de Identidad Visual Básico para la marca “Súa – Paraíso Natural”.

5.4 Características del grupo Objetivo

Se detallan a continuación las características del grupo objetivo a la que va dirigida esta propuesta.

Características demográficas:

- Género: Hombres, mujeres y tercer género.
- Localidad: Ciudad de Quito.
- Edad: de 25 a 50 años.
- Ciclo de vida: Solteros, Casados con hijos, casados sin hijos.

Características Sociológicas:

- Clase social: media, media-alta.

- Nivel de Ingresos: personas que ganen desde un salario básico en adelante (\$350)
- Formación académica: Bachilleres en adelante.

Características psicológicas:

- Estilo de Vida: Personas interesadas en realizar actividades familiares, salir de vacaciones, que gustan de ir a la playa, interesados en conocer atractivos turísticos.
- Actitudes: Aventureros, Interés, Descanso, Proactivos, Familiar.
- Motivaciones: Conocer los atractivos turísticos que ofrece el balneario de Súa.

5.5 Información adicional de la propuesta

Los soportes en los que se materializará esta publicación editorial son los siguientes:

- Tamaño: 30cmx30cm
- Cubierta del libro en pasta dura plastificada
- Hojas internas de papel fotográfico
- Número de páginas: 127

Todas las fotografías expuestas en ese libro y los textos plasmados en él se obtuvieron gracias a las constantes visitas que se hicieron a la parroquia y a la convivencia con los habitantes del sector, por lo que recolectar el material necesario para su realización llevó varios meses de trabajo e investigación, con la total auditoria de Erika Lisette Mendoza Arroyo sobre su contenido.

No olvidemos que el principal propósito de este material editorial es difundir e informar a los turistas sobre los principales atractivos turísticos del balneario Súa y todo lo que este tiene para ofrecerles, logrando mostrarse como una potencia turística importante en provincia de Esmeraldas.

5.6 El Book Fotográfico

Por medio de esta publicación editorial se pretende informar a los turistas sobre los atractivos turísticos que posee el balneario de Súa, ubicado en la provincia de Esmeraldas, en el cantón Atacames específicamente.

El resultado de la investigación realizada previamente se ve plasmado en este book fotográfico. Para la elaboración del libro fue necesario y fundamental mantener un acercamiento constante con el lugar y su población, lo que permitió conocer más a fondo la realidad de la parroquia.

“Súa – Paraíso Natural” – Es el nombre del libro, el cual fue pensado después de investigar y comprobar los atractivos turísticos que este destino tiene para ofrecer a sus visitantes. Se nota a simple vista que es una parroquia pequeña pero acogedora, que no tiene la mejor infraestructura hotelera pero sí embrujadores paisajes rodeados de naturaleza, una inmensa variedad de aves y un mar cálido y tranquilo que simula una inmensa piscina apta para pequeños y grandes, sus grandes montañas rocosas que la distinguen de los demás balnearios y un sentimiento de tranquilidad casi terapéutico que solo sus aguas pueden ofrecer, todo eso y más hacen de Súa un paraíso natural.

Gracias al análisis realizado se pudo seleccionar los principales puntos de interés del balneario de Súa, los cuales se verán plasmados en los capítulos del libro que se estructuran de la siguiente manera:

- Capítulo I.- Introducción al libro.
- Capítulo II.- Paraíso Natural: El peñón de Súa, Las cuevas de Súa, La playa y El malecón.
- Capítulo III.- Aves que rayan el mar.
- Capítulo IV.- Pueblo Pesquero
- Capítulo V.- En busca de las Ballenas.
- Capítulo VI.- Una piscina para todos.
- Capítulo VII.- Gastronomía.

- Capítulo VIII.- Más de Súa.

5.6.1 Estructura de la propuesta

Protocolo

- Índice
- Agradecimiento
- Dedicatoria
- Prólogo

5.6.1.1 PRIMER CAPÍTULO – Introducción

- Introducción al libro.

Se explica un poco el porqué del nombre del libro y lo que motivó a la realización del proyecto, invitando al lector a trasladarse a este hermoso balneario por medio de las fotografías presentadas.

- Breve historia de la etimología de la palabra Súa.

Se da a conocer la historia de la princesa Súa, que según los lugareños es de donde se originó el nombre de este balneario.

“Súa, quimera escondida, sirena dormida de hermosa vestal. Súa, del jardín la rosa, la flor primorosa de un verde palmar.” – Tomás García

En este primer capítulo introducimos al balneario con una frase de la canción “Súa” que escribió el poeta y músico esmeraldeño Tomás García en honor al balneario hace muchos años atrás.

5.6.1.2 SEGUNDO CAPÍTULO – Paraíso Natural

La belleza de Súa radica en la riqueza natural que esta posee. Sus montañas, las aves, las rocas moldeadas por el mar, sus aguas tranquilas y cálidas, su

gastronomía fresca proveniente de sus costas y la acogida que brinda sus habitantes a todos los que la visitan, es lo que hace de Súa un paraíso natural.

Este capítulo cuenta con imágenes de los principales atractivos turísticos del balneario, con una breve descripción de los mismos.

- **El peñón de Súa.-** Principal atractivo turístico de la parroquia, forma parte de la historia de Súa y es el icono emblemático de la misma.

- **Las cuevas de Súa.-** Forman parte del recorrido en lancha que ofrecen los lugareños a los turistas, cada una con nombres divertidos e historias inventadas para entretener a las personas que las visitan.

- **La Playa.-** Las aguas pacíficas de Súa es lo que hace a esta playa diferente de las demás de la provincia, permitiendo así el desarrollo de deporte acuáticos como el kayaking y que los niños jueguen en ella sin preocuparse de inmensas olas.

- **El Malecón.-** Es el punto de comercio de la parroquia, aquí se puede encontrar todo tipo de suvenires para la playa, restaurantes, puestos de comida ambulantes y cabañas con música y todo tipo de bebidas.

5.6.1.3 TERCER CAPÍTULO – Aves que rayan el mar

Capítulo dedicado a la Isla de los pájaros (que es el mismo Peñón de Súa) obtiene este nombre por el sin número de aves que habitan en esta formación rocosa, lo cual llama la atención de turistas nacionales como extranjeros que viene de todos lados a apreciar este mágico lugar que cautiva a todos por su belleza natural. Se encuentra a 8 minutos en lancha desde la población.

Aquí se observarán imágenes de la Isla de los pájaros y diversas especies de aves que habitan ahí.

5.6.1.4 CUARTO CAPÍTULO – Pueblo Pesquero

Súa desde sus inicios ha sido un pueblo dedicado a la pesca artesanal, a pesar de que el turismo es su sustento principal, la pesca es algo que tienen muy arraigado los lugareños de la parroquia y varias familias aún se dedican a ello, sobre todo las que se encuentran asentadas en la línea costera, siendo esta una actividad ancestral que se ha mantenido con el paso de los años. Se aprecian imágenes de embarcaciones pesqueras artesanales que realizan sus faenas en la playa de Súa.

5.6.1.5 QUINTO CAPÍTULO – En busca de las Ballenas.

Súa cuenta con el privilegio de ser el único puerto principal de partida para realizar el avistamiento de las ballenas jorobadas en toda la provincia de Esmeraldas, lo que le permite captar la atención de varios turistas tanto nacionales como extranjeros. Esto se realiza solo una vez al año, comprendiendo los meses entre Junio – Agosto, siendo este último mes cuando hay más afluencia de los especímenes.

El avistamiento de ballenas es una actividad que favorece mucho a los habitantes de la parroquia, por lo que todos los años trabajan mucho en la organización de este evento y para ofrecerle al turista una mejor experiencia.

Las embarcaciones (lanchas) que llevan a los turistas al avistamiento tienen una capacidad para 10 personas, cada uno con su chaleco salva-vidas y tiene un costo de \$15 el recorrido, con una duración de 40 min o a veces un poco más. El horario establecido para esta actividad es de las 06:00 – 12:00 am, debido a que a estas horas la tranquilidad de las olas permite una mejor apreciación de las ballenas y comodidad para el turista al ir a alta mar.

5.6.1.6 SEXTO CAPÍTULO – Una piscina para todos

La tranquilidad de las aguas de Súa es lo que atrae a las familias a este balneario, ya que les permite relajarse y disfrutar del sol y el mar plácidamente.

Súa ofrece a sus turistas varias actividades que se pueden realizar en la playa, estas se pueden encontrar todos los fines de semana desde las 8h00 hasta las 18h00, que es cuando más concurrido se encuentra el balneario.

Las personas que proporcionan estas actividades se encuentran muy organizadas y siempre buscan lograr complacer al turista que los visita, al igual que su comodidad gracias al alquiler de sillas playeras con parasoles y platos típicos o jugos frutales que varias personas con cartas del día se encuentran a la disposición de todos con sus ofertas.

Esta sección contiene los diferentes deportes o actividades que se pueden realizar en el balneario, siendo estas:

- La Banana / La Bestia
- Kayaking
- Tablas de Surf
- Motos acuáticas
- Recorridos en lancha a la Isla de los Pájaros y las cuevas.
- Sillas de playa con parasoles

Al igual que varias imágenes de los turistas disfrutando del sol, la arena y el mar.

Los valores de las actividades pueden variar dependiendo de la temporada en que se visite la playa, el más económico son las sillas con parasoles que se las puede encontrar a \$1 la hora, las demás actividades se encuentran desde \$5 dólares en adelante.

5.6.1.7 SÉPTIMO CAPÍTULO – Gastronomía

La gastronomía de las costas de Esmeraldas es una de las más aclamadas por los turistas, ya que tiene una sazón y variedad inmensa de platos que solo aquí se las puede disfrutar con su sabor original. Súa ofrece a sus turistas platos típicos de la región, siendo una de las playas de la provincia más visitadas por su gastronomía. Los ceviches y los encocados de todo tipo son su

especialidad al igual que el pescado frito, siendo sus productos muy frescos y exquisitos.

Aquí se apreciarán imágenes de los principales platos típicos de la gastronomía esmeraldeña que ofrece el balneario de Súa a sus visitantes. También los que están ubicados en las veredas del malecón que ofrecen aperitivos como los famosos corviches, los maduros asados, entre otros.

5.6.1.8 OCTAVO CAPÍTULO - Más de Súa

Y porque Súa tiene más que ofrecer, aquí se aprecian los servicios como hoteles, restaurantes, su iglesia, los parques, las famosas y divertidas “moto-taxis” y los pequeños puestos de comida que se pueden encontrar alrededor de la cabecera parroquial, al igual que las pequeñas bares (chocitas) que se encuentran a lo largo del malecón donde se encuentra una gran variedad de jugos y bebidas con alcohol si así lo desean.

5.6.2 Book Fotográfico: “Súa – Paraíso Natural”

En los anexos se encuentra adjunto la versión digital de esta publicación editorial.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- La difusión de los atractivos turísticos de las diferentes playas de Esmeraldas (en este caso el balneario de Súa) es algo a lo que se le debería dar importancia, ya que la mayoría de estas comunidades subsisten gracias al turismo, y si este no es impulsado no se podrá ver un desarrollo del sector y de la provincia en general.
- En la investigación se alcanzó a comprender sobre la gravedad del problema, que es la falta de información que sufre el balneario de Súa hacia sus visitantes y la escasa promoción del mismo.
- Súa cuenta también con nuevos atractivos turísticos que en un futuro quieren ser promocionados por el gobierno parroquial, pero aún se encuentran en un proceso de adecuación para recibir a los turistas, por lo que en este proyecto no se los tomo en cuenta.
- El desconocimiento que tienen los turistas sobre los atractivos turísticos de Súa, incentivó la elaboración del libro fotográfico, este es un producto que fue creado con el fin de impulsar el turismo en la parroquia, mostrando los atractivos turísticos que posee y las diferentes actividades recreacionales que allí se pueden realizar.
- La propuesta del logotipo para Súa se creó con el fin de darle una identidad visual que distinga al balneario de los demás destinos turísticos y tenga una mejor recordación.

6.2 Recomendaciones

- Las autoridades respectivas deberían darle la importancia debida al balneario de Súa, el cual se encuentra con varias falencias que no permiten su desarrollo como parroquia. A pesar de que se está trabajando en ello aún queda mucho por hacer y muchas necesidades de los turistas que cubrir.
- Motivar a los turistas para que visiten el balneario de Súa es una labor constante en la cual no se puede descansar, si las personas no ven el producto que se ofrece, este no se vende.
- Incentivar a los inversores para que contribuyan al desarrollo del sector turístico y que logren ver el potencial de los atractivos turísticos que tiene Súa para ofrecer, al igual que agencia publicitarias para la difusión de los mismos.
- El book fotográfico y el logotipo de Súa debería someterse a una futura evaluación por parte de las autoridades para comprobar su efectividad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Albarrán Diego, J. (2012). *Del fotoconceptualismo al fototableau. Fotografía Performance, y esenificación en España(1970-2000)*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Alonso Martínez, F. (2007). *Documentalidad y artisticidad en el medio fotográfico*. Barcelona: UOC.
- Arauz Beita, I. I. (2010). *Aumed.net*. Recuperado el 30 de Mayo de 2014, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/index.htm>
- Asamblea Nacional República del Ecuador*. (2013). Obtenido de [asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec): <http://www.asambleanacional.gov.ec>
- Ávila, R. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid: IEPALA EDITORIAL.
- Beatriz Martínez Leal, y. R. (2013). *Destinos turísticos. Guía , infoemación y asitentes turísticas, Agencias de viajes y Gestión de eventos*. Madrid: Paraninfo.
- Belén Gómez Martín, F. L. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Bermúdez Acuña, F. (Mayo de 2002). *Instituto Nacional de Aprendizaje*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de [ina.ac.cr](http://www.ina.ac.cr): http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., & y Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Boni, F. (2006). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona.
- Buxó, M. J., & de Miguel, J. M. (1999). *De la investigación audiovisual. Fotografía, cine, video, televisión*. Barcelona: Proyecto A Ediciones.
- Caldevilla Domínguez, D. (2013). *Tendencias innovadoras en modelos comunicativos* . Madrid: Visión Libros.
- Calvo Revilla, A., Luis, h. M., & Ruiz de la Cierva, m. d. (2011). *Estudios de la narrativa contemporánea española . Homenaje a Hidalgo Bayal*. Madrid: CEU Ediciones.

- Caraballo, K. L. (2002). *Monografías*. Recuperado el 2014, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos17/trabajo-de-turismo/trabajo-de-turismo.shtml>
- Cárdenas, R. M. (2011). *El turismo espiritual, una alternativa de desarrollo para las poblaciones*. Tepatitlán: COESIZ.
- Castellanos Mira, P. (1999). *Diccionario Histórico de la fotografía*. Madrid: Ediciones Itsmo S.A.
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del turismo*. San José: Universidad Estatal de San José.
- Comité Español Arte- Historia. (1998). *XII Congreso CEHA*. Oviedo: Universidad de Oviedo , departamento de historia del arte y musicología.
- Concepto Portal Educativo. (s.f.). *Concepto Portal Educativo*. Obtenido de concepto.de: <http://concepto.de/concepto-de-turismo/>
- Corkovic, L. M. (2012). *La cultura indígena en la fotografía mexicana de los 90s*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Crosby, A. (s.f.). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas naturales*. Arturo Crosby editorial.
- Cuarterolo, A. (2003). *80 Congreso de Historia de la Fotografía en la Argentina: 30 Congreso Latinoamericano de Historia de la Fotografía "Miguel Angel Cuarterolo"*. Buenos Aires: Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2006.
- Daniel Hiernaux, y. A. (2006). *Tratado de geografía humana*. Iztapalapa: Anthropos Editorial.
- Diccionario de Informática y Tecnología. (19 de agosto de 2015). *ALEGSA.com.ar*. Obtenido de Definición de Fotografía digital: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/fotografia%20digital.php>
- Diccionario enciclopédico de arte y literatura. (19 de agosto de 2015). *Arts4x.com, Diccionario enciclopédico de arte y literatura*. Obtenido de Imagen pictórica: <http://www.arts4x.com/spa/d/imagen-pict%C3%B3rica/imagen-pict%C3%B3rica.htm>
- Durozoi, G. (1993). *Diccionario Akal del arte del siglo XX*. Madrid: Editions Hazan.
- Ecos Travel*. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2014, de ecostravel.com: <http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/hoteles-playas-ecuador.php>

- Ecured. (18 de agosto de 2015). *Fotografía*. Obtenido de Ecured. Conocimientos con todos y para todos: <http://www.ecured.cu/index.php/Fotograf%C3%ADa>
- Eguizábal, R. (2001). *Fotografía publicitaria*. ISBN.
- Elizabeth Saavedra Cárdenas., E. D. (2004). *Promoción turística. Una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz: Fundación PIEB.
- Emilio Rafael Díaz Varela, R. C. (2004). *Turismo y ordenación del territorio en el municipio de Ribadeo*. Santiago de Compostela: Servizo de Publicaciónse Intercambio Científico.
- Enrique Torres Bernier, R. E. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barceloa: UOC.
- Erretres: The Strategic Design Company*. (2014). Obtenido de erretres.com: <http://erretres.com/drivenbydesign/fotolibros-fotografia-diseno/>
- Fernández, H. (2011). *El fotolibro latinoamericano*. RM.
- FONTCUBERTA, J. (17 de diciembre de 2011). El hechizo del fotolibro. *El País*, pág. publicación digital.
- Fotonostra. (19 de agosto de 2015). *Fotonostra.com*. Obtenido de Luz ambiente: <http://www.fotonostra.com/fotografia/luzambiental.htm>
- Freeman, M. (1996). *Guía completa de fotografía técnicas y materiales*. Tursen Herman Blume.
- Fúster, L. F. (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Alianza.
- GAD Parroquial de Súa . (11 de Marzo de 2004). *Historia de la Parroquia* . Obtenido de <http://gadpsua.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-15>
- Gándara, A. S. (2011). *Conceptos básicos de gestión ambiental y desarrollo sustentable*. México: Asociación para el desarrollo ambiental de Misantla, S y G editores.
- García Blaco, Á. (1999). *La exposición un medio de comunicación*. Madrid: AKAL.
- García García, F. (2000). *La imagen del niño en los medios de comunicación*. Madrid: Huerga y Fierro Editores.
- Glynn, G. L., Rodrigo Enríquez, C., & Rosales Ramírez, A. (2007). *Manual básico de Blanco y negro*. México: ENAP.

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Esmeraldas. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2012 - 2022*. Esmeraldas: Alcaldía .
- Guadalajara Academia de Ingenieros. (2014). *Fotografía y arte. IV Encuentro en Castilla-La Mancha*. Castilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Guioteca. (19 de agosto de 2015). *www.guioteca.com ¿Qué quieres saber? Obtenido de Fotografía conceptos básicos (1ra parte):* <http://www.guioteca.com/fotografia/fotografia-conceptos-tecnicos-basicos-1%C2%AA-parte/>
- Heylen, D. (s.f.). *Aperture Guía básica+*. Creative Commons.
- INEC. (2012).
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing, conceptos esenciales*. México: PEARSON EDUCATION.
- López Fenoy, V., & Moreno Ruiz, A. (2003). *Lengua castellana y Literatura, ellenguaje verbal y no verbal*. Madrid : Mad. S. L.
- López, C. R. (2013). *Introducción a la historia del turismo*. Alianza Editorial.
- López, J. C. (28 de septiembre de 2014). *Xataka foto*. Obtenido de Estas son las claves para crear el fotolibro perfecto, según el fotógrafo Todd Hido: <http://www.xatakafoto.com/concursos/estas-son-las-claves-para-crear-el-fotolibro-perfecto-segun-el-fotografo-todd-hido>
- Lourdes Olmos Juárez, R. G. (2011). *Estructura del mercado Turístico*. Paraninfo.
- Luis de Boja Solé, J. A. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Millet, O. (2011). *La Imagen De Un Destino Turístico Como Herramienta De Marketing*. Málaga, España: Grupo EUMEDNET.
- Miranda Tapia, E. (2008). *Memoria cer: Una mirada fotográfica*. Distrito federal: Universidad nacional autónoma de México.
- Monje Arenas, L. (18 de agosto de 2015). *Historia de la fotografía*. Obtenido de Introducción a la fotografía científica: http://foto.difo.uah.es/curso/historia_de_la_fotografia.html
- Murcia, E. U. (17 de agosto de 2012). <http://www.um.es>. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.

- Naciones Unidas. (1963). *Conferencia sobre Turismo y Viajes Internacionales*. Roma.
- Nieto, N. (2013). *Blogger*. Recuperado el 2014, de blogspot.com: http://lesson11.blogspot.com/2013_10_01_archive.html
- Novás, N. C. (2006). *Promoción y ventas de servicios turísticos*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Ojeda García, C. D., & Mármol Sinclair, P. (2012). *Marketing turístico. Guía, información y asistenciasas turísticas. Agencias de viajes y gestión de eventos. gestión de alojamientos turísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Ordoñez Andrade, M., & Marco Navarro, F. (2005). *Políticas de empleo en la planificación local de Ecuador. Herramientas para su formulación*. Quito: Naciones Unidas, CEPAL.
- Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización de Naciones Unidas(ONU). (1993). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*.
- Oriol Marbell Izard, R. A. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona: UOC.
- Peset Ferrer, J. P. (2010). *tendencias en la práctica profesional de la fotografía comercial-industrial, y publicitaria- Cambios y mutaciones en el nuevo esenario digital*. GRIN Verlag.
- PhotoVision, Issues 10-18*. (1981). Michigan: López de Hoyos.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Súa. (2012). *GAD parroquial SUA 2012- 2022*. Esmeraldas, Ecuador: Gobierno parroquial.
- Pradera, A. (1992). *El libro de la fotografía* (2ª edición ed.). Madrid, España: Alianza Editorial S.A.
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. Quito: FLACSO sede Ecuador.
- Publicaciones Vértice S. L. (2008). *Marketing turístico*. España: Publicaciones vértice.
- Quesada, R. c. (2010). *Elementos del turismo. Teoría Clasificación y actividad*. San José: Universidad estatal a Distancia.
- Reimers Design. (01 de Diciembre de 2011). *Pequeño Diccionario del Diseñador*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2014, de Scribd.: <https://es.scribd.com/doc/74354015/Pequeno-Diccionario-del-Disenador>
- Rubiera, S. E. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

- Ruiz Ballesteros, E., & Solís Carrión, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Cuenca: ABYA-YALA.
- Salvador AntónClavé, F. G. (2005). *Planificación Territorial del Turismo*. Barcelona: UOC.
- Sanz, J. C., & Gallego, R. (2001). *Diccionario Akal del color*. Madrid: Ediciones Akal.
- Schiffman-Kanuk. (s.f.). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Prentice Hall.
- Schöttle, H. (1982). *Diccionario de la fotografía: Técnica-Arte-Diseño* (1ª edición ed.). Barcelona, España: Editorial Blume.
- Serrano Fernández, M. (2008). *Colección de propiedad intelectual. Fotografía y derecho de autor*. Madrid: Editorial Reus.
- Shore, S. (2009). *Lección de fotografía: La naturaleza de las fotografías* (1ª edición ed.). Barcelona, España: Phaidon Press Limited.
- Sociedad de Naciones. (1937). *Congreso de Expertos en estadísticas*.
- Solís, D. (2007). Visión general sobre el turismo en el Ecuador. En U. d. Cuenca, *Cuadernos docentes. Culturas , Identidades y gestión turística* (pág. 183). Cuenca: Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Soriano, C. L. (1990). *La estrategia básica de marketing*. Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Sua, G. P. (2012-2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Sua* . Esmeraldas: Gobierno Parroquial .
- Swingalia.com. (18 de agosto de 2015). *Historia de la fotografía*. Obtenido de Swingalia.com: <http://www.swingalia.com/fotografia/historia-de-la-fotografia.php>
- tiposde.org. (18 de agosto de 2012-2015). Obtenido de Tipos de fotografía: <http://www.tiposde.org/general/482-tipos-de-fotografia/>
- Universidad de Cuenca, Ecuador. (2007). *Cuadernos Docentes. Culturas, identidades y gestión turística No. 1*. Cuenca: Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Univertsitat de Valencia. (2014). *El desarrollo territorial Valenciano, Reflexión entorno a sus claves*. Valencia: Vicerektorat de Participació y Proyecció Territorial.

Wikipedia: La enciclopedia libre. (2014). Recuperado el 2014, de wikipedia.org:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Fotolibro>

Wikipedia: La enciclopedia libre. (2014). Recuperado el Marzo de 2014, de
wikipedia.org: <http://es.wikipedia.org/wiki/Atacames>

www.fabricadefotolibros.com. (19 de agosto de 2015).

www.fabricadefotolibros.com. Obtenido de ¿QUÉ ES UN PHOTOBOOK

O FOTOLIBRO?:

[http://www.fabricadefotolibros.com/contenidos/fotolibros/que-es-un-](http://www.fabricadefotolibros.com/contenidos/fotolibros/que-es-un-photobook-o-fotolibro.html)

[photobook-o-fotolibro.html](http://www.fabricadefotolibros.com/contenidos/fotolibros/que-es-un-photobook-o-fotolibro.html)

ANEXO 1

ENTREVISTAS

ENTREVISTA A LÍDERES DE OPINIÓN DE LA PARROQUIA SÚA

Proyecto: “Elaboración de un book fotográfico para fomentar el desarrollo turístico del balneario de la parroquia Súa ubicada en la provincia de Esmeraldas”.

Fecha: 29-12-2014

Personas entrevistadas:

Manuel Lucas Angulo (Pescador, propietario de lanchas turísticas)

Manuela Angulo Castillo (Comerciante)

Ángel Fernando Arcos Velazco (Presidente del Gobierno Parroquial de Súa)

De las entrevistas grabadas a 3 líderes de opinión que conocen la situación actual del balneario Súa ubicado en la parroquia Súa de la provincia de Esmeraldas, Ecuador, se obtuvieron los siguientes resultados que nos ayudaran a tener una noción actual de la situación del sector y su importancia en el sector turístico.

1.- Lugares turísticos característicos dentro del balneario Súa.

2.- Súa maneja una marca personal o colores que lo identifiquen?

3.- Lugares turísticos aun no explotados dentro de la parroquia? Hay planes de promocionarlos?

4.- Fechas idóneas para visitar el balneario?

5.- Propuestas o planes para incentivar el turismo del balneario?

6.- Cual es el público objetivo de Súa? Que publico visita más el balneario?

7.- El balneario presenta más actividad en el día o en la noche?

8.- Comidas típicas de Súa? Algo que se diferencie de los demás balnearios?

9.- Fiestas típicas de la parroquia?

10.- Como se organizan para la realización de estos eventos?

Sra. Manuela Angulo Castillo:

Tiene 106 años y ha vivido en Súa 40 años aproximadamente, es vendedora de frutas y antigua dueña de un restaurante en la parroquia. Cuenta que Súa se ha venido transformando al pasar de los años, Súa ha cambiado mucho, cuando ella llegó no había el malecón.

Cuenta que las personas que más visitan el balneario son turistas de Quito y de Esmeraldas, también lo visitan extranjeros pero solo una minoría.

Los platos típicos de Súa son los mismos que a lo largo de la provincia de Esmeraldas. Lo que más consumen los turistas son los platos con pescado y camarón. Los turistas visitan más la playa en las horas del día, no es una playa nocturna, dice que es una playa más para la familia, es tranquila. Si se celebran las festividades en Súa y los jóvenes organizan bailes y hacen eventos en los cuales participan niños también.

Sr. Manuel Lucas Angulo:

El señor Manuel tiene viviendo en Súa ya 60 años, cuenta que antes la playa era más abajo y que a medida que han pasado los años esta ha ido subiendo y que el estero que se encuentra en la parte de atrás abarcaba mucho más espacio que ahora en la actualidad.

Antes Súa era solo un puerto pesquero artesanal más que un destino turístico, eso ha ido cambiando con los años, pero aún se conservan algunas lanchas pesqueras en la zona y otras que se dedican al turismo.

Dice que Súa cuenta con unas 100 lanchas aproximadamente en el momento y que sus hijos ahora también se dedican a la pesca. Antes se pescaban más cantidad de mariscos, ahora la pesca está más lejos.

Las lanchas están divididas por lanchas de pesca y lanchas de paseo, cada una se dedica solo a eso.

Las lanchas de paseo hacen recorridos hacia el peñón de Súa, a mostrar las aves, la playa nudista (la que se llama así porque una vez extranjeros tomaban el sol y bañaban desnudos en esta playa).

Dice que Súa atrae a los turistas por su playa y porque las aguas son mansas, así que los niños pueden bañar.

Vienen turistas todo el año, más de la Sierra y de Esmeraldas, pero también vienen extranjeros, asegura que hay más afluencia de turistas los fines de semana y feriados, el feriado de Carnaval es cuando más se llena la playa.

También cuenta que siempre están las personas que alquilan botes de pedal, kayaks, tablas y flotadores.

Súa celebra sus fiestas el 16 de Noviembre, se realizan eventos que organiza la junta parroquial. También a veces se organizan entre los habitantes de la parroquia para realizar algún proyecto.

Los turistas visitan a Súa en el día. No es una playa de vida nocturna.

La comida que más se consume es la basada en camarones, pescado y langosta.

Sr. Ángel Fernando Arcos Velazco

Es el presidente del Gobierno parroquial de Súa y contestando a las preguntas nos dice que:

1El principal atractivo turístico de Súa es la playa que se caracteriza por ser pasiva, prácticamente no hay olas, se la conoce como una piscina natural, otro atractivo natural es la isla de los pájaros, cuando baja la marea se pueden apreciar las cuevas y rocas, a la gente le gusta caminar a lo largo de la playa y observar la vida marina que se puede encontrar ahí.

Súa en sí, no maneja una marca comercial, pero como gobierno parroquial si están trabajando en eso porque se quiere diferenciar a Súa de las otras playas, ya que históricamente en la antigüedad a Súa y a la isla de los pájaros específicamente se la conocía como la marca de la provincia de Esmeraldas.

Hay lugares en Súa que no se han explotado aun turísticamente como el campo, en el recinto Muchin específicamente hay unas cascadas que aún no han sido explotadas, espera en un futuro poder mostrarlas como otro destino alternativo dentro de Súa, para el turista que le gusta la aventura, los espacios naturales, también se tiene el recinto Wachal donde hay una represa, donde se puede practicar la natación para los adultos mayores, un ambiente familiar, donde se pueden practicar deportes y degustar de la comida de campo, es un lugar que ya cuenta con visitantes pero que no se ha difundido de manera amplia.

Súa es una playa de la cual se puede disfrutar todo el año, pero las fechas en que más afluencias de turista se espera es en Agosto, fin de año y carnaval.

No ha habido proyectos que estén orientados específicamente a promover el turismo pero si se han realizado acuerdos como el que se hizo con el ministerio de turismo de que Súa sea el único puerto autorizado para el avistamiento de ballenas en la provincia de Esmeraldas. También se han hecho proyectos de recuperación del manglar. Pero si se encuentran interesados en potenciar el turismo de la parroquia ya que ese es el principal sustento de sus habitantes.

En su tiempo Súa fue el primer destino turístico de la provincia de Esmeraldas, y se quiere volver a recuperar ese calificativo mostrando la playa a nivel nacional e Internacional.

El principal cliente que tiene la parroquia son personas de la Sierra : Pichincha, Imbabura, Carchi, Tungurahua y Chimborazo. También está el turista Colombiano que visita Súa en las fechas de semana santa, agosto y fin de año. Se quiere encaminar una alternativa para atraer a turistas de la tercera edad al ser esta una playa tranquila y segura.

En la actualidad no se maneja publicidad para promocionar el balneario, por ahora se está creando una página web que aún está en proceso de montaje.

La playa funciona más de día que de noche pero se pretende potenciar la vida nocturna en la playa de Súa ya que anteriormente esta contaba con bares que ofrecían cocteles.

Súa ofrece platos típicos de la provincia pero algo que se puede conseguir más ahí es el ceviche de ostión que se ofrece por temporadas.

Las fiestas de la parroquia son el 16 de noviembre, actualmente ya tiene 59 años de parroquialización. La fecha real debería ser el 20 de diciembre pero por costumbre se celebra en noviembre. Se realizan eventos festivos con grupos artístico de la cultura esmeraldeña, marimba, chigualos, arrullos, los saberes ancestrales. La elección de la reina, todos estos eventos se dan gracias a la ayuda del gobierno parroquial que es el principal organizador.

Entrevistas sobre balneario Súa

Entrevista realiza a turistas extranjeros que se encontraban en Súa en el feriado de Carnaval – Febrero 2015.

Total: 5 personas

Número de preguntas: 5

¿Por qué viniste a Súa?

¿Qué te llamo la atención de este balneario?

¿Cuánto tiempo te quedas en Súa?

¿Conoces los atractivos turísticos que te ofrece Súa?

¿Te resulto fácil llegar hasta aquí?

Entrevista 1:

Víctor Manuel García - 26 años

Neither Venegas – 24 años

Nacionalidad: Colombianos

Visitaron Súa por realizar turismo, estaban disfrutando de sus vacaciones.

Lo que más les llamo la atención fue la playa, que es muy bonita. Se enteraron de la existencia de Súa por casualidad.

El tiempo que planean quedarse en Súa es lo que dure el feriado de carnaval.

No conocen los atractivos turísticos que les ofrece Súa, solo la playa, es la primera vez que están en el balneario y no encontraron ningún problema para llegar ahí.

Entrevista 2:

Carla y su amiga – Buenos Aires (Argentina)

Llegaron a Súa porque el chofer se olvidó de avisarles el lugar donde se tenían que bajar del bus, así que llegaron por casualidad, igual les parece muy hermoso el lugar, no conocían la playa en persona pero si habían escuchado hablar de ella en un foro en internet que recomendaron por Facebook, un muchacho hablo de una playa muy bonita, así que la habían escuchado también.

Lo que les ha gustado por ahora de Súa es su infraestructura, los hoteles, ya que acaban de venir de Mompiche y encontraron la infraestructura de allá es más precaria que la de Súa, lo ven a Súa preparado para recibir a los turistas, encontraron que hay varios hoteles acá.

Acaban de llegar a la playa y no conocen nada aún de los atractivos turísticos que ofrece el balneario de Súa.

Su estadía en Súa está planificada para dos noches mínimo y tuvieron facilidad para entrar a la playa, ya que la playa se encuentra cerca de la entrada, no tuvieron que tomar taxi ni nada, solo caminaron desde la plaza directo a la playa.

Hasta ahora les ha gustado mucho la playa.

Entrevista 3:

Lucia Elias y Amiga – Córdoba (Argentina)

Llegaron a Súa por recomendación de lugareños ya que ellas se están quedando en Atacames. A pesar de haber llegado hace poco les parece muy bonita la playa y tranquila. Lo que más les ha llamado la atención de la playa es el mar, la tranquilidad de las aguas, ya que notan que hay menos olas.

Solo pretendían pasar el día en Súa porque tenían que volver a Atacames.

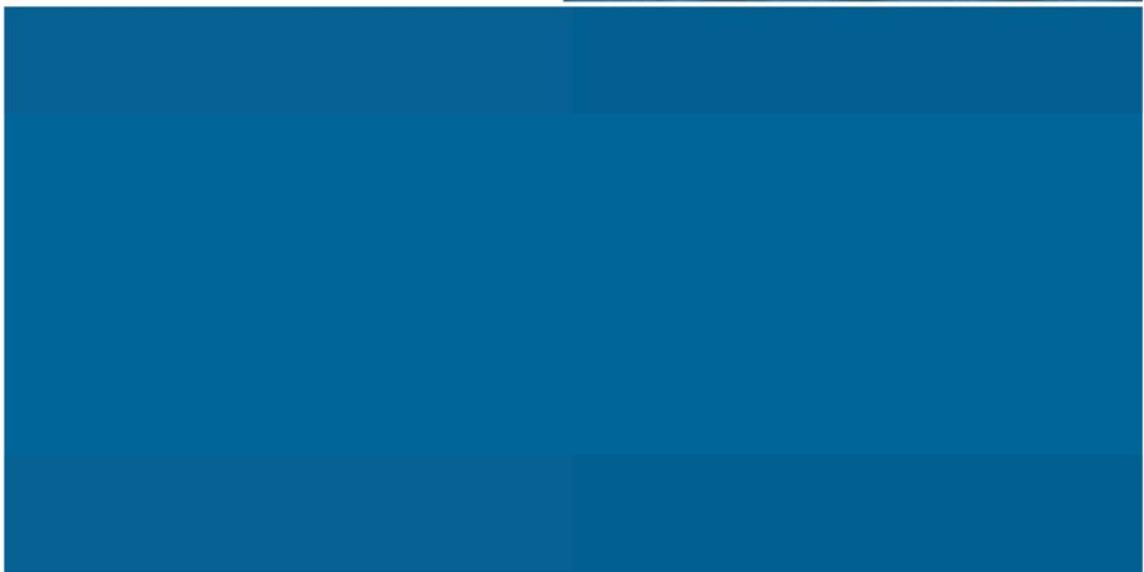
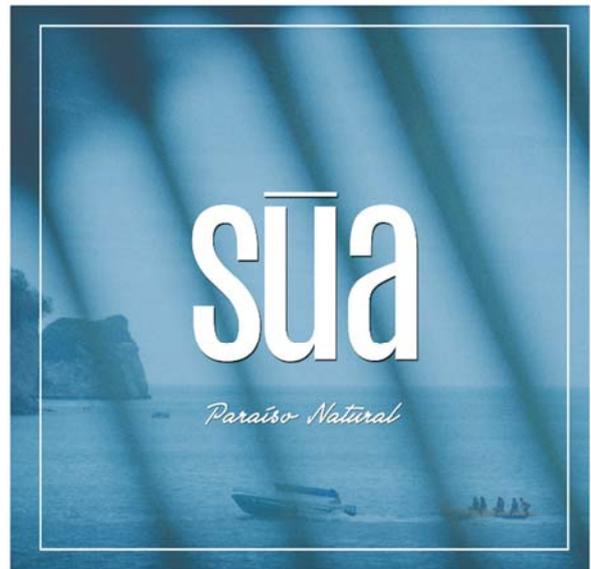
Acaban de llegar por lo que desconocen los atractivos turísticos que les ofrece Súa, solo la playa. Se mostraron interesadas en conocer las actividades que podrían realizar.

No tuvieron problemas para llegar a Súa, solo que el chofer del colectivo venía muy rápido.

ANEXO 2

BOOK

FOTOGRAFICO



ERIKA MENDOZA.

SÚA

Paraíso Natural

CHILLOW

SÚA - PARAÍSO NATURAL
Fotografía, diagramación y diseño del libro por
Erika Mendoza A.

Coordinador:
Msc. Renato Barros.

Prólogo:
Msc. Álvaro Pazmiño.

Dirección de Arte:
Erika Mendoza A.

© Erika Mendoza, 2015.

Impresión: Imprenta Mariscal.

Hecho en Ecuador, Septiembre del 2015.

Proyecto Final de Grado
Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE).

Contactos:

ERIKA MENDOZA A.
E-mail: erikadesign@gmail.com
Tel: (02) 2240-410 / 0992227098
www.chillow.com.ec
Quito - Ecuador

SÚA - Paraíso Natural

ÍNDICE

- ⊗ Agradecimiento y Dedicatoria
- ⊗ Prólogo
- ⊗ Introducción
- ⊗ Etimología de la palabra SÚA
- ⊗ PARAÍSO NATURAL
- ⊗ AVES QUE RAJAN EL MAR
- ⊗ PUEBLO PESQUERO
- ⊗ EN BUSCA DE LAS BALLENAS
- ⊗ UNA PISCINA PARA TODOS
- ⊗ GATRONOMÍA
- ⊗ MÁS DE SÚA

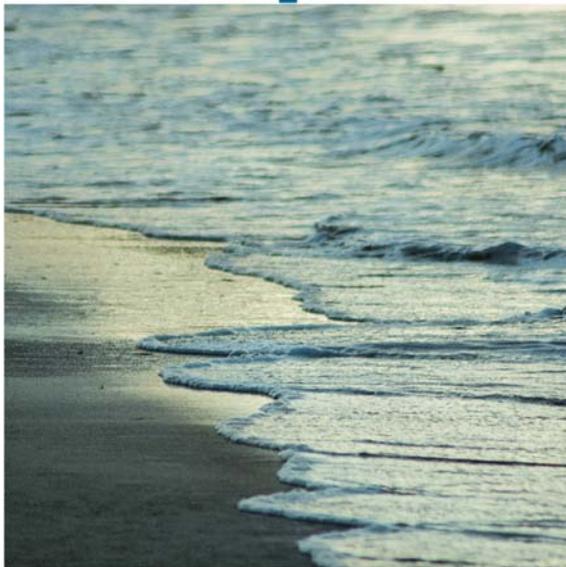
ii

AGRADECIMIENTO

Un especial agradecimiento al Gobierno Parroquial de Sua y a todos sus habitantes; a los vendedores de ceviches, a los del raspado, al que vendió helados, al que alquila kayaks y tablas, a todos los que de buen corazón me ayudaron a realizar este libro directa como indirectamente y sobre todo a Dios por haber creado un Paraiso Natural del cual todos podemos disfrutar.

DEDICATORIA

Dedicado a mi querida provincia de Esmeraldas, la tierra que me vio nacer, crecer y que me inspiró para la realización de esta obra.



PRÓLOGO

En pocas ocasiones se tiene el agrado de ver un producto fotográfico tan completo que nos lleva no solo por un recorrido visual de las bellezas naturales de la provincia verde de Esmeraldas, sino que nos hace un acercamiento etnográfico cultural a su pueblo.

La meticulosidad de la propuesta es presentada desde el mismo origen del vocablo Sua que se remonta al sincretismo cultural, con elementos de amor prohibido y el aprovechamiento de elementos naturales de la zona. W este es uno de los atractivos visuales más fuertes que tiene el libro, el aprovechamiento en composición, luz, texturas que solo el lugar puede brindar, hacen que el amante o aficionado de la fotografía se deleite de los fotogramas presentados en la obra.

Las personas que visitan los playas y áreas de la zona son retratadas de manera acertada y reflejan ese momento de diversión, disfrute y relax que busca un foráneo. La fotógrafa nos deja un apartado especial en el capítulo de la gente del lugar, pueblo de pescadores que con su trabajo artesanal logra recoger fauna de manglares, ríos y mar que luego se convertirán en deliciosos platos que gracias a la sazón, preparación y presentación harán que a más de un lector se le haga agua la boca.

En conclusión, el libro Sua: Paraiso Natural de la joven fotógrafa Erika Lisette Mendoza recopila momentos captados con ese ojo que solo los profesionales te pueden dar ya que nos sumerge en el contexto comunitario rodeado de belleza natural con personas amables y trabajadores.

Msc. Álvaro Pazmiño
Productor audiovisual-fotógrafo
Quito, Septiembre 2018

INTRODUCCIÓN

"Todos los lugares tienen una historia, una cultura y unos valores naturales: los turistas deberíamos informarnos sobre estos temas, de manera que nuestra conducta y nuestra actitud no les provoque ningún perjuicio."

- Decálogo del Turista

Cuando hablamos de Sua, nos encontramos con una parroquia pequeña pero acogedora, que no tiene la mejor infraestructura hotelera pero sí embudojados paisajes rodeados de naturaleza, una inmensa variedad de aves y un mar cálido y tranquilo que simula una inmensa piscina apta para pequeños y grandes, sus grandes montañas rocosas que la distinguen de los demás balnearios y un sentimiento de tranquilidad casi terapéutico que solo sus aguas pueden ofrecer, todo eso y más hacen de Sua un paraiso natural.

El objetivo de esta obra, es una presentación de los atractivos turísticos más representativos y destacados del balneario de Sua, ubicado en la provincia verde de Esmeraldas en Ecuador. La escasa difusión de este playa ha provocado un bajo nivel de acogida por parte de los turistas en comparación a otras playas de la provincia, lo que motivó a la realización de este libro, que no pretende más que informar y promover el turismo en esta parroquia de Esmeraldas.

Las fotografías apreciadas en este libro, muestran las maravillas naturales que posee Sua, al igual que las actividades recreativas que este balneario tiene para ofrecer a sus visitantes. Para una mejor comprensión y orden, la obra se encuentra dividida en capítulos que guiarán al lector por un recorrido visual sobre este hermoso destino.

ETIMOLOGÍA DEL NOMBRE SUA:

"Su nombre proviene de una antigua leyenda en la que se relata que con la llegada de los españoles a América, y siguiendo su camino de conquistas llegaron a Atacamas, en esta expedición venía un capitán llamado Ferrnando de León quien se enamoró perdidamente de la hija del jefe de la tribu llamada princesa Sua, la cual correspondió de la misma forma al guapo español. Como en todas las historias de amor que generalmente tienen un desenlace feliz, en esta ocasión no fue así, ya que el destino le jugó una mala pasada cuando fue llamado de urgencia el capitán León a San Mateo a fin de que fuera a poner orden a una revuelta de los indios.

Tonsupa, joven indígena quién se encontraba enamorado de Sua al ver que la chica no pedía ser de él, trama una mentira al decirle que el capitán había muerto en la revuelta y así de esta manera ella correspondería a su amor.

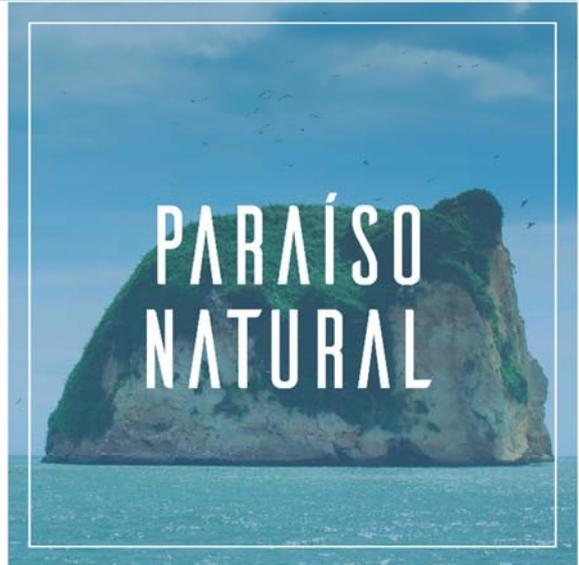
Lo que nunca Imaginó Sua ni el padre de la princesa, que tampoco estaba de acuerdo con la relación, es que Sua ante esta noticia subió al peñón de la bahía y de la parte más alta se lanzó al mar muriendo instantáneamente.

Al poco tiempo llegó el capitán a ver a su amada, quién al saber la triste noticia apta por el camino de la princesa y también se lanza del peñón. Cuenta la historia que en las noches de luna se veían dos siluetas que cogidas de la mano salían de las aguas, jugaban, se abrazaban, dándole un toque mágico a esta historia de amor que culminó con la muerte de aquellos que se amaron en vida y después de la muerte."

- PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SUA

"Súa, quimera escondida, sirena dormida de hermosa vestal. Súa, del Jardín la rosa, la flor primorosa de un verde palmar."

- Tomás García



EL PEÑÓN DE SÚA

Y SUS ALREDEDORES

SÚA - Paraíso Natural

El peñón de Súa o Peñón del Salicida, como es conocido por los lugareños y los que conocen su historia, es el principal atractivo turístico de la parroquia, forma parte de la historia de Súa y es el ícono emblemático de la misma. Es un extraordinario mirador natural de formación calcárea de 80 metros de altura.

Cerca de él se pueden apreciar varias formaciones rocosas como:

ROCAS EN PUNTA TALLADAS POR LA FUERZA DE LAS OLAS:

Se encuentran ubicadas al lado del peñón de Súa, aquí (al igual que en el peñón) varias especies de aves se posan y revolotean.

EL SUBMARRINO:

Roca con forma de submarino en donde también habitan varias especies de aves.

SÚA - Paraíso Natural



26



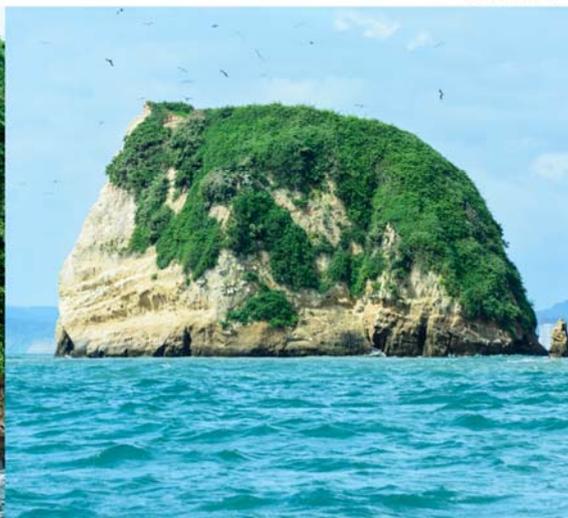
27

SÚA - Paraíso Natural



28

SÚA - Paraíso Natural



29



LAS CUEVAS DE SÚA

Y SUS ARRECIFES

SÚA - Paraíso Natural

SÚA - Paraíso Natural

Las cuevas de Súa forman parte del recorrido en lancha que ofrecen los lugareños a los turistas, cada una con nombres divertidos e historias inventadas para entretener a las personas que las visitan.

Entre las nombradas están: La famosa Cueva del amor, la Cueva del arrepentimiento, entre otras.



34



35



36



37



Los arrecifes y diferentes formaciones rocosas de la playa se pueden apreciar cuando la marea esta baja, que es cuando se puede caminar a lo largo de ella.

38



39

LA PLAYA



SÚA - Paraíso Natural

SÚA - Paraíso Natural

La playa es una larga franja de arena gris de aproximadamente 5 kilómetros de extensión y aproximadamente 400 metros de ancho, bastante amplia. Lo que la ha convertido en un centro turístico familiar.

Las aguas pacíficas de Súa es lo que hace a esta playa diferente de las demás de la provincia, permitiendo así el desarrollo de deportes acuáticos como el kayak, la banana, motos acuáticas. Donde los niños y adultos juegan y disfrutan sin preocuparse de tempestades olas.



44

45

SÚA - Paraíso Natural

SÚA - Paraíso Natural



Vista de las playas "Atocames" y "Tonsupo" desde la playa de Súa.

46



La "Playa Nublita" ubicada a pocos metros de Súa (5 minutos en lancha). En la actualidad esta pequeña playa esta siendo remodelada por nuevos propietarios del terreno que planean construir un resort en el sector.

47



EL MALECÓN

SÚA - Paraíso Natural

SÚA - Paraíso Natural



Es el paseo obligado de los turistas para observar los puestos de sal, artesanías empujadoras y la tertulia de las vivencias del día.

Este es el punto de comercio de la parroquia, aquí se puede encontrar todo tipo de souvenirs para la playa, restaurantes, puestos de comida ambulantes y caballos con música y todo tipo de bebidas.



52



53



54



55



56



57





SUA - Paraíso Natural

SUA - Paraíso Natural

La isla de los pájaros (que es el peñón de Sica) destaca este nombre por el sin número de aves que habitan en esta formación rocosa, lo cual llama la atención de turistas nacionales y extranjeros que vienen de todos lados a apreciar este mágico lugar que cautiva a todos por su belleza natural.

Se encuentra a 6 minutos en lancha desde la población.



42

SUA - Paraíso Natural



La especie de aves más famosa en el balneario es la de los "Piqueros de patas azules".

43

SUA - Paraíso Natural



44



45



ACTIVIDAD PESQUERA:

Sin desde sus inicios ha sido un pueblo dedicado a la pesca artesanal, a pesar de que el turismo es su sustento principal, la pesca es algo que tienen muy arraigado los lugareños de la parroquia y varias familias aún se dedican a ella, sobre todo las que se encuentran asentadas en la línea costera, siendo esta una actividad ancestral que se ha mantenido con el paso de los años.



72



73

LA PESCA ARTESANAL OCEÁNICA:

Este tipo de pesca es la que se realiza en mar abierto, donde las embarcaciones conocidas como "barcos nodrizas" son las que se encargan de mantener las capturas realizadas durante todo el período que dura la campaña de pesca.



74



75



76



Embarcaciones de Pesca Artesanal Costera volviendo de su faena.

77

LA PESCA DE RECOLECCIÓN:

Actividad ancestral que aún es realizada por varios habitantes de Sua.

Este tipo de pesca consiste en recoger especies del mar, río o manglares como los camarones, ostras, mejillones, conchas, cangrejos, cemejón, entre otros.



76



77



Sua cuenta con el privilegio de ser el único puerto principal de partida para realizar el avistamiento de las ballenas jorobadas en toda la provincia de Esmeraldas, lo que le permite captar la atención de una gran cantidad de turistas.

Esto se realiza solo una vez al año, comprendiendo los meses entre Junio - Agosto, siendo este último mes cuando hay más afluencia de los especímenes.



84



Las embarcaciones (lanchas) que llevan a los turistas al avistamiento tienen una capacidad para 10 personas, cada una con su chaleco salva-vidas y tiene un costo de \$15 el recorrido, con una duración de 40 min o a veces un poco más. El horario establecido para esta actividad es de las 06:00 - 12:00, debido a la tranquilidad del mar a estas horas.

85



86



87



UNA PISCINA PARA TODOS

SUA - Paraíso Natural

La tranquilidad de las aguas de Sua es lo que atrae a las familias a este balneario, ya que les permite relajarse y disfrutar del sol y el mar plácidamente. Sua ofrece a sus turistas varias actividades que se pueden realizar en la playa, estas se pueden encontrar todos los fines de semana desde las 08:00 hasta las 19:00, que es cuando más concurrencia se encuentra el balneario.

Las personas que proporcionan estas actividades se encuentran bien organizadas y siempre buscan lograr complacer al turista que los visita, al igual que su comodidad gracias al alquiler de sillas plegables con parasoles y platos típicos o jugos fríos que varias personas con cartas del día se encuentran a la disposición de todos con sus ofertas.



12

SUA - Paraíso Natural



13



SUA - Paraíso Natural



15



SUA - Paraíso Natural

SUA - Paraíso Natural



98



99

Hay varios deportes o actividades que se pueden realizar en el balneario, como: La Banana / La Bestia, Kayaking, Taxis de Surf, Motos acuáticas, recorridos en lancha a la Isla de los Pájaros y las cuevas, sillas de playa con parasoles o solo disfrutar del sol, la arena y el mar.

Los valores de las actividades pueden variar dependiendo de la temporada en que se visite la playa, el más económico son las sillas con parasoles que se las puede encontrar a \$1 por hora, las demás actividades se encuentran desde \$5 en adelante.

SUA - Paraíso Natural

SUA - Paraíso Natural



100



101



102



103



104

La gastronomía de las costas de Esmeraldas es una de las más reconocidas por los turistas, ya que tiene una sazón y variedad inmensa de platos que solo aquí se los puede disfrutar con su sabor original. Si se ofrece a sus turistas platos típicos de la región, siendo uno de las playas de Esmeraldas más visitadas por su gastronomía. Los ceviches y los empedrados de todo tipo son su especialidad al igual que el pescado frito, siendo sus productos más frescos y exquisitos.



107



También están los pequeños puestos ubicados en las varandas del malecón que ofrecen aperitivos como los famosos corviches, maizunos asados, entre otros.

108



109



110

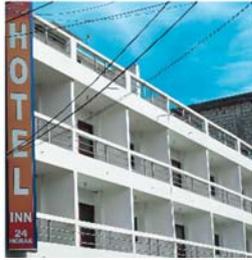


Los ceviches se pueden encontrar de todo tipo en el balneario, tanto en los restaurantes como en los pequeños puestos ubicados en las calles del malecón de Súa. Ceviches de camarón, de pescado, de calamar, de conchas, ceviches mixtos y ceviches creativos elaborados por los vendedores.

111



¿Porque Sua tiene más que ofrecer, aquí se aprecian los servicios como hoteles, restaurantes, su iglesia, los parques, las famosas y divertidas "moto-taxis" y los pequeños puestos de comida que se pueden encontrar alrededor de la capicera parroquia, al igual que los pequeños bares (chocitas) que se encuentran a lo largo del maldón los que ofrecen una gran variedad de jugos y bebidas con alcohol si así lo desean.



104



105



Parque en la entrada de Sua.
Paraiso de varios transportes públicos que llegan hasta el balneario.

106



Parque principal de Sua.
Lugar de entretenimiento para los niños con juegos infantiles, donde se realizan diferentes eventos y festividades de la parroquia.



107



Los MotoTaxis:
Sua o adopto este medio de transporte como parte de su cultura, siendo este el principal de la parroquia.
La necesidad y la creatividad van de la mano en la creación de nuevas formas de transportarse por parte de los habitantes, lo que permitió la creación de estos peculiares medios de movilidad llamados MotoTaxis.



108



Bares a lo largo del maldón de Sua donde se puede degustar jugos fríos, cocteles piqeros y diferente tipo de bebidas alcohólicas.



109



Vendedores en la playa de Súa.
Se pueden encontrar en el balneario vendedores ambulantes de cerveza, jugos, raspados, pipas (cocos), helados, entre otros.



120



121



122

La iglesia de Súa esta ubicada en la cabecera de la parroquia. En ella se realizan todos los actos de carácter religioso y tradicionales de los habitantes del sector.



123





Erika Lisette Mondoza Arroyo.

Ecuatoriana, nacida en la provincia de Esmeraldas, 1991.

Estudió Diseño Gráfico Publicitario en la Universidad Tecnológica Equinoccia. El diseño gráfico y la fotografía son los mayores de sus pasiones. Lo que la motivó a la elaboración de este libro es donde comenzó a aplicar sus conocimientos en ambas especialidades.

Esto es su primera obra de su autoría y tampoco pretende ser la última.

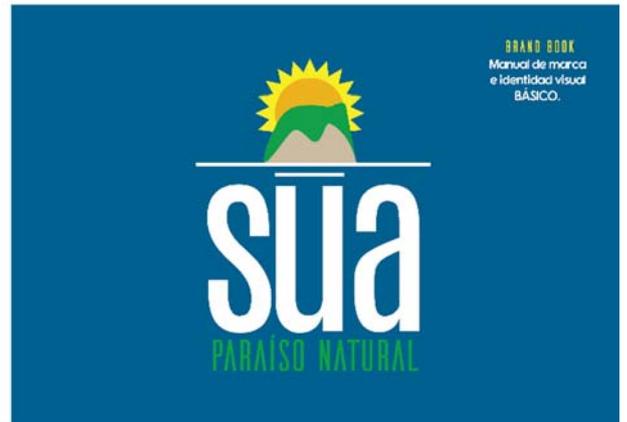


ANEXO 3

MANUAL BÁSICO

DE IDENTIDAD

VISUAL




Manual de Marca e Identidad Visual SÚA

El presente manual contiene las herramientas básicas para el correcto uso de la marca Súa - Paraíso Natural en todas sus posibles expresiones y formas. El eficiente desarrollo de la marca depende del buen manejo que se le da a su Identidad visual, una marca no solo es un diferenciador entre empresas, productos o servicios, sino que muestra la identidad de dicho elemento permitiendo que el grupo objetivo se identifique con él.

Antes de emprender cualquier proceso comunicacional es fundamental que se analice detenidamente este manual para tener claro todos los pasos que se deben seguir.

Elementos que no se encuentren en este manual, no podrán acompañar a la marca, ya que se los consideraría de uso incorrecto y perjudicial para el desarrollo de esta Identidad.


Manual de Marca e Identidad Visual SÚA

ÍNDICE

1. SIMBOLOGÍA BÁSICA.	2. NORMAS PARA EL BUEN USO.	3. APLICACIONES DE LA MARCA
<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Marca a color 1.2 Marca B/N y N/B 1.3 Versiones monocromáticas 1.4 Variaciones de Tonos 1.5 Áreas de seguridad 1.6 Reducción permitida 1.7 Colores corporativos 1.8 Colores armónicos 1.9 Tipografía corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Versiones permitidas 1.2 Aplicaciones correctas 1.3 Aplicaciones incorrectas 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Papelería básica 1.2 Aplicaciones móvil 1.3 Souvenirs



MARCA A COLOR



El Logotipo creado para la Identidad visual del balneario de Súa brinda tranquilidad, así y la naturaleza representada por el peñón, siendo estas las principales aspectos que escapan a este destino turístico. Es un logotipo con mucha simetría y modernidad, que nos permite mantenernos conectados con lo que busca el grupo objetivo.

Esta imagen fue creada con el fin de darle al balneario de Súa la Identidad visual que este merece y necesita, lo que lo llevará a distinguirse de los demás balnearios de la provincia y del Ecuador en general.

MARCA A COLOR

MARCA A COLOR



El peñón de Súa es el elemento más representativo del balneario se encuentra ubicado en la parte superior acompañado de un sol radiante que impulsa la línea de la importancia que tiene el peñón y de que el destino que se promociona es una playa. La línea horizontal azul, ubicada en la parte inferior del peñón, es una forma minimalista (sufrí) de representar el mar y a su vez darle estabilidad a la composición. El Sol, El Peñón y el Mar representan la naturaleza de Súa.

Este logotipo es de mucha importancia ya que es la representación del diferenciador del balneario. Cuando vemos el peñón sabemos que estamos llegando a Súa.



La barra horizontal ubicada sobre la letra "U" en Súa, representa el acento de la palabra con un diseño moderno y minimalista, que a su vez le brinda estabilidad al logotipo y se adapta a la composición y estructura recta de la marca. Fue ubicado así para que no afecte de forma negativa al resto de la composición del logotipo, evitando el uso de una tildé normal.

La belleza de Súa radica en la riqueza natural que esta posee. Sus montañas, las aves, las rocas moldeadas por el mar, sus aguas tranquilas y cálidas, su gastronomía fresca proveniente de sus campos y la acogida que brinda sus habitantes a todos los que lo visitan es lo que hace de Súa un paraíso natural.

MARCA B/N Y N/B

VERSIONES MONOCROMÁTICAS



El logotipo nos permite trabajar en fondos blanco y negro, requisito que es de mucha importancia en la construcción de una marca ya que nos permite percatarnos de que el logotipo funciona correctamente. Se debe trabajar con cuidado el vaciado del logotipo, el cual cuenta con un stroke blanco y negro respectivamente para poder diferenciar los dos elementos que lo conforman (sol y el peñón).



El logotipo nos permite trabajar con versiones monocromáticas, las cuales se presentan en esta sección. Los colores establecidos son tonos de los colores más representativos que conforman el logotipo, siendo estos el azul, verde y amarillo. No se permite emplear variaciones de tonos u otros colores que no correspondan a estas versiones.

VARIACIONES DE TONS

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



Las posibles variaciones de tons permitidas para este logotipo se muestran en la parte superior, tanto en su versión a color, con un valor mínimo del 20%, como en su versión B.N. con un valor mínimo del 10%. Cualquier valor menor a estos puede ocasionar problemas de legibilidad y reconocimiento de la marca, por lo que se aconseja respetar estos valores, los cuales se utilizarán para soportes que requieran de una transparencia o marca de agua específicamente.

12

AREA DE SEGURIDAD

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



Se establece una área de seguridad en este logotipo con el fin de proporcionar una correcta aplicación y percepción del mismo en todos los soportes y formatos. La distancia mínima establecida para el área de seguridad con respecto a los textos y elementos gráficos, se tomó del ancho de la letra U en la palabra SÚA.

13

REDUCCIÓN PERMITIDA

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



Este logotipo puede alcanzar una reproducción mínima de 1.5 cm de longitud, medida que se establece con la finalidad de evitar problemas de legibilidad de la marca en soportes que requieran de este uso.

14

COLORES CORPORATIVOS

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



USO ADECUADO DEL COLOR



El uso correcto de estos colores evitará alteraciones en la reproducción del logotipo, por lo tanto estos valores deberán obligatoriamente coincidir en todas sus reproducciones impresas y digitales.

15

COLORES CORPORATIVOS

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



Se toma a este color azul como el color corporativo principal de la marca, por lo tanto es el que debe predominar.

Representa frescura y tranquilidad, este tono de azul marino nos hace sentir relajados, sensación asociada con el mar de SÚA y su playa de aguas calmas. También es un color que inspira confianza y lealtad, valores que se quieren transmitir al grupo objetivo.

Pantone 7691C

#046091
 R: 4 G: 96 B: 145
 C: 94% M: 42% Y: 21% K: 4%
 L: 38 A: -10 B: 35

COLORES CORPORATIVOS

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



El color verde es el color corporativo secundario de la marca.

Este color representa la fuerte afinidad que tiene el balneario de SÚA con la naturaleza. Al igual que el color azul, el verde también nos crea un sentimiento de confort y relajación, es la paz interior que buscamos.

Con este color se pretende enviar al grupo objetivo un mensaje de armonía con la naturaleza y de crecimiento.

También debemos olvidar que el color verde es representativo de la provincia de Esmeraldas.

Pantone 7482C

#32a049
 R: 18 G: 160 B: 73
 C: 83% M: 10% Y: 100% K: 1%
 L: 38 A: -10 B: 35



Estos son posibles combinaciones de fondos y colores que funcionan con la marca.

La marca debe aplicarse con fondos que nos garanticen un buen contraste visual, permitiendo la legibilidad de la marca, asegurando un correcto manejo de la misma.



sua

PARAISO NATURAL

Antonio Regular
 ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñopqrstuvwxyz
 1234567890

Allegra
 ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñopqrstuvwxyz
 1234567890

Para la palabra SÚA se utilizó una tipografía Sans Serif de trazos gruesos (ANTONIO REGULAR) y una de trazos delgados (ALLEGRA REGULAR) para "Paraiso Natural". Las dos son tipografías comerciales, legibles y modernas.

No que este tipo de fuentes son recomendados para textos cortos, cumple perfectamente su función en esta logotipo, optas para propósitos comerciales tanto digitales como impresos.



Fonarto
 ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñopqrstuvwxyz
 1234567890

FONARTO REGULAR es la tipografía corporativa seleccionada para utilizarse en todos los cuerpos de texto de los reportes y documentos, tanto internos como externos, con el fin de mantener un estilo tipográfico único que nos diferencie del resto.

Fonarto es una tipografía Sans Serif pero con terminaciones clásicas en ciertas partes, las cuales se las podría asociar con las curvas de una ola de mar, conectando así a la tipografía con el balneario de Súa.

Se encuentra disponible en la web para su descarga de forma gratuita.

<https://www.fonts.com/gallery/20085723/Fonarto-Free-Font>



VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN PRINCIPAL NEGATIVO



VERSIÓN GRISES



Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal, pero si por algún motivo esto no puede ser posible, se podrán aplicar los demás versiones de la marca, al igual que sus versiones blanco y negro y las monocromáticas.



Fondo corporativo oscuro



Fondo corporativo claro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro



Siempre es importante mantener la máxima visibilidad, contraste y legibilidad del logotipo en todas sus aplicaciones, por lo que si al momento de utilizarlo sobre fondos no corporativos o fotografías se utilizará en blanco o negro dependiendo de la luminosidad de los fondos.



Distorsión



Color incorrecto



Tipografía incorrecta



Porcentajes de color



Espacio incorrecto



Ocultación



Estos son algunos de los usos incorrectos de la marca. Cualquier cambio que se haga de las normativas se considera perjudicial para la marca, ya que afecta a su imagen y dificulta su reconocimiento.

APLICACIONES DE LA MARCA

PAPELERÍA BÁSICA

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



26

PAPELERÍA BÁSICA

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



27

APLICACIONES MÓVIL

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



28



SOUVENIRS

Manual de Marca e Identidad Visual SÚA



29

