



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
PRESENCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
HOTELERÍA Y TURISMO

PROBLEMA:

PLAN DE MARKETING COMUNICACIONAL PARA FOMENTO DEL TURISMO
DEL CANTON QUEVEDO PERIODO 2020-2021

AUTOR:

JEAN PIERRE MEJIA VERGARA

TUTOR:

Dr. GONZALO ARTURO PEÑAFIEL NIVELA

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

DEDICATORIA

Después de cada meta y propósito logrado; dedico el presente trabajo en primer lugar a mi madre Amarilis Vergara por estar presente día a día apoyándome en cada decisión que tomo, dedicándome todo su amor y cariño, seguido a Dios por todas las bendiciones que ha derrochado sobre mí.

Jean Pierre Mejía



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a mi familia, compañeros y amigos por haberme acompañado en mi etapa universitaria; a su vez agradezco enormemente a la Universidad

Técnica de Babahoyo por ser protagonistas de mi formación y desarrollo profesional, haciendo de mí un profesional apto para ejercer en la rama potencial y competentemente.

Jean Pierre Mejía

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de marketing comunicacional de turismo del cantón Quevedo; y de esta manera contribuir a la mejora de la visión turística que se tiene del mismo, y a su vez fomentar el desarrollo socio-económico de sus habitantes y del cantón en general. Se detectó que Quevedo cuenta con una alta gama de atractivos y actividades turísticas por desarrollar como también sitios que aún no son potenciados como tal pero que aportarían significativamente al turismo del mismo.

Para llevar a cabo dicho plan se ha visto la necesidad de realizar un análisis de la situación turística actual del cantón para el cual se realizó una investigación teórica de sus atractivos y datos más importantes. La investigación se desarrolló a partir de una modalidad descriptiva-explicativa con técnicas de observación, teniendo como hipótesis general que el plan de marketing comunicacional incide en el fomento y desarrollo del turismo del cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos.

Palabras claves: turismo, turísticos, atractivos, marketing.

ABSTRACT

The objective of this research was to develop a tourism communication marketing plan for the Quevedo canton; and in this way contribute to the improvement of the tourist vision that is had of it, and in turn promote the socio-economic development of its inhabitants and the canton in general. It was detected that Quevedo has a high range of tourist attractions and activities to be developed as well as sites that have not yet been promoted as such but that would contribute significantly to tourism.

In order to carry out this plan, it has been seen the need to carry out an analysis of the current tourist situation of the canton for which a theoretical investigation of its attractions and most important data was carried out. The research was developed from a descriptive-explanatory modality with observation techniques, taking as a general hypothesis that the communication marketing plan affects the promotion and development of tourism in the Quevedo canton of the Los Ríos province.

Keywords: tourism, tourist attractions, marketing.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	¡Error! Marcador no definido.
TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1. INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO	2
1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.4 OBJETIVO.....	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
1.5.1 Plan de marketing comunicacional	4
1.5.1.1 Objetivos del plan de marketing comunicacional	5
1.5.1.2 Plan de marketing comunicacional de turismo	5
1.5.2 Aspectos conceptuales del turismo	6
1.5.2.1 Turismo	6
1.5.2.2 Turista	6
1.5.2.3 Visitante	7
1.5.2.4 Guía turística	7
1.5.2.5 Funciones del guía turístico	8
1.5.3 Turismo en el cantón Quevedo	8
1.5.3.1 Recursos turísticos del Cantón Quevedo	9
1.5.3.2 Sitios turísticos del cantón Quevedo	9

1.5.3.3. Comidas Típicas en Quevedo según	16
1.6 HIPÓTESIS.....	18
1.6.1 Hipótesis General	18
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	18
1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.7.1 MODALIDAD Y MÉTODOS	18
1.7.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.7.2.1 Investigación Explicativa	19
1.7.2.2 Investigación Descriptiva	19
1.7.3 TÉCNICAS, TÁCTICAS E INSTRUMENTOS	20
1.7.3.1 Técnica	20
1.7.3.2 Táctica.....	20
1.7.3.3 Instrumentos	20
1.7.3.3.1 Observación.....	20
1.7.3.3.1.1 Ficha de observación	21
1.7.3.3.2 Archivos de Datos	23
1.7.3.3.3 Fichas o Tablas	23
CAPÍTULO II: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.1.1 PLAN DE MARKETING COMUNICACIONAL DE TURISMO	25
2.2. SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGO).....	26
2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS	26
2.4 CONCLUSIONES	27
2.5 RECOMENDACIONES	28
BIBLIOGRAFÍA	29
ANEXOS	30
FOTOS QUEVEDO.....	31
Ilustración 1: Parque Central	10
Ilustración 2: Puente Humberto Alvarado	10
Ilustración 3: Palacio de Cristal.....	11
Ilustración 4: Malecón de Quevedo.....	11
Ilustración 5: El rodeo montubio	12
Ilustración 6: Actividades de rodeo montubio	13
Ilustración 7: Zoológico de Quevedo	13
Ilustración 8: Balnearios de Quevedo.....	15
Ilustración 9: Bistec de Hígado	16

Ilustración 10: Bollo de Pescado	16
Ilustración 11: Estofado de Bocachico	17

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades que mayor participación tiene puesto a que es una gran cantidad de personas las que siempre están viajando, ya sea por trabajo, ocupaciones o disfrute. Nuestro país consta de una atractiva flora y fauna que han sido motivo de su potencial turístico haciendo posible que muchos extranjeros elijan nuestro país para vacacionar o visitar. El turismo es considerado como una de los mayores contribuyentes de la economía del país, siendo Ecuador uno de los 17 países más megadiversos del mundo.

La provincia de los Ríos por su parte es una provincia con diversas actividades acuáticas, atrayente por sus diferentes cascadas, ríos y la gran variedad gastronómica que ofrece; por su parte el cantón Quevedo es una de las ciudades con más actividad turística de esta provincia contando con hoteles y hostales de alta gama; piscinas, resto-bares, parques, actividades acuáticas, centro comerciales, entre otros. Sin embargo ha sido muy evidente la afectación turística que ha tenido a causa de la situación vivenciada por el covid-19.

A partir de ello se ha previsto importante el elaborar un plan de marketing comunicacional de turismo con el fin de mejorar la visión turística del cantón a la vez que se aporte al desarrollo al crecimiento socio económico del cantón y sus habitantes. La ejecución de dicho plan también es importante ya que permitirá el desarrollo de las diferentes habilidades del personal capacitado turísticamente como es el caso de los estudiantes. Dicha investigación se desarrolló de la siguiente manera:

Capítulo 1: en el primer capítulo se desarrollaron todos los componentes teóricos que sustentan la información brindada acerca de la situación turística del cantón Quevedo. También se presenta la metodología empleada, es decir; los objetivos planteados, la problemática y la justificación de porque es importante llevarlo a cabo.

Capítulo2: en el segundo capítulo se llevó a cabo el desarrollo del caso, se planteó el plan de marketing comunicacional de turismo con sus respectivas actividades; las situaciones detectadas, las situaciones planteadas y finalmente el contenido de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO

1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Plan de marketing comunicacional para fomento del turismo del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, 2020-2021.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo de una estrategia o herramienta de comunicación va a generar un vínculo o conexión entre clientes y marca, lo mismo pasa cuando nos referimos al turismo y cómo éste aporta al crecimiento y desarrollo de un lugar en cuanto a producción se refiere.

Ecuador atraviesa una fuerte crisis política y social, que es de público conocimiento. Como consecuencia, el sector turístico nacional vive “los peores días de su historia”, según lo expresó el presidente de la Federación de Camaras de Turismo del Ecuador y del Guayas (Fenacaptur), Holbach Muñetón. La ocupación hotelera nacional no supera el 5% y el tráfico aéreo está paralizado en numerosas ciudades, con miles de turistas varados, así lo manifiesta (Klempert, 2019).

Según (CEUPE, 2021), si algo caracteriza la situación que se enfrenta el sector turístico en la actualidad es la incertidumbre. Vivimos tiempos de cambios estructurales y nuevos protagonistas en la economía internacional que sin duda están destronando, poco a poco, a países que hasta ahora eran líderes en emisión y recepción de turistas. Por la cual Ecuador como en su mayoría de países han sido afectados en cuanto a su producción y visión turística a causa de la pandemia vivenciada por el covid-19.

Situación de la que no se aleja el cantón Quevedo, ya que a pesar de que en estos últimos meses se han inaugurado varias zonas turísticas en la ciudad, ha sido evidente el impacto negativo causado al turismo de la ciudad por lo que se ha visto la necesidad de incrementar y fomentar el desarrollo turístico de éste con el fin de responder a las

necesidades de sus habitantes y a su vez aportar al crecimiento socio-económico de los mismos y del cantón.

Debido a ello se plantea: ¿Cuán importante es establecer y ejecutar un plan de marketing comunicacional para el fomento del turismo del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Las actividades principales de la provincia de los Ríos son comercio, ganadería, industria y agricultura, características que la convierten en una provincia con gran potencial turístico debido a su diversidad de fiestas, lugares, actividades de invierno y verano, etc. Sin embargo el desarrollo de las mismas aún siguen siendo o muy extensivas o muy limitadas, debido a que se ha observado una disminuida preocupación y participación por parte de las organizaciones públicas y especializadas en manejo y regulación turística. Razón por la cual aún se observan zonas turísticas no reconocidas y aprovechadas como tal; cabe recalcar que en los últimos meses se han propuesto diversos proyectos turísticos en la ciudad.

El elaborar un Plan de Marketing Comunicacional contribuirá promover las zonas consideradas potenciales culturales del cantón, tanto folclóricos, gastronómicos, acuáticos, entre toda la biodiversidad que puede ofrecer la misma desde sus atractivos y sitios aledaños. De tal manera que sean beneficiados socio-económicamente los habitantes del sector, tanto en ofertas de trabajos formales e informales, generación de microempresas, crecimiento de emprendimientos pequeños, diversidad de ofertas y oportunidades, como también la imagen turística del cantón.

Finalmente, hay que tener en cuenta que la elaboración de dicho plan permitirá tener una mayor visión de las necesidades y situación turística por la que actualmente está pasando el cantón Quevedo de la Ciudad de Quevedo.

1.4 OBJETIVO

1.4.1 Objetivo General

Establecer un plan de marketing comunicacional para fomento del turismo del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, periodo 2021.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación turística del cantón Quevedo.
- Determinar las principales actividades turísticas del cantón Quevedo.
- Elaborar una planificación de promoción de los establecimientos turísticos del cantón.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1 Plan de marketing comunicacional

El plan de marketing comunicacional es un valioso documento escrito que incluye una estructura de seis puntos básicos; los cuales, son adaptados a las necesidades de cada empresa u organización. es un valioso instrumento que sirve de guía a todas las personas que están vinculadas con las actividades de mercadotecnia de una empresa u organización porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de mercadotecnia que se pretenden lograr, el cómo se los va a alcanzar, los recursos que se van a emplear, el cronograma de las actividades de mercadotecnia que se van a implementar y los métodos de control y monitoreo que se van a utilizar para realizar los ajustes que sean necesarios, (Thompson, 2006).

Thompson, (2006) Manifiesta que su alcance puede ser para 3 o 5 años, pero con revisiones anuales. En cuanto al contenido del plan de marketing suele incluir una estructura de 6 puntos (adaptables a las particularidades de cada empresa, organización o contexto en el que se lo vaya a aplicar):

- ✓ Análisis de la situación o diagnóstico.
- ✓ Objetivos de marketing.
- ✓ Posicionamiento y ventaja diferencial.
- ✓ Mercados meta y demanda del mercado.
- ✓ Mezcla de marketing.
- ✓ Evaluación de resultados o control.

1.5.1.1 Objetivos del plan de marketing comunicacional

Según Thompson, (2006-2007) El plan de marketing cumple al menos tres propósitos muy importantes:

- ✓ Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de mercadotecnia que deben implementarse para alcanzar objetivos concretos en periodos de tiempo definidos.
- ✓ Esboza quién es el responsable de qué actividades, cuándo hay que realizarlas y cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.
- ✓ Sirve como un mecanismo de control. Es decir, establece estándares de desempeño contra los cuales se puede evaluar el progreso de cada división o producto.

1.5.1.2 Plan de marketing comunicacional de turismo

Un plan de marketing comunicacional de turismo está encaminado a contribuir al logro de los elementos esenciales de tu negocio o a su vez; a fomentar el desarrollo económico del mismo. También puede ayudar a cumplir objetivos satisfacción en relación a lo que busca y desea experimentar el visitante o turista, generar más ingresos al cantón y sus habitantes, a la vez que aumenta el reconocimiento de los diferentes sitios que existen.

Además de esto provee claridad, guía y documentación de los procesos, para una mejor organización de las diferentes actividades mediante un óptimo flujo de trabajo y mejores prácticas del turismo del cantón. Un plan de Marketing comunicacional de turismo

proporcionará claridad, visión de lo que se quiere alcanzar, por qué se quiere alcanzar, y cómo se puede lograr.

1.5.2 Aspectos conceptuales del turismo

1.5.2.1 Turismo

Existen diversos autores y organizaciones que han tratado de explicar el concepto y que podrían diferir según el enfoque que le dan o el tiempo desde el que se define, pero todos van a coincidir en que es una práctica que consiste en viajar; y a partir de esta acción, se podrá complementar con más teoría, (Entorno Turístico Staff, 2015).

Conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones, Congreso Internacional de Sociología en México (1965) en (Entorno Turístico Staff, 2015).

Turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales, Unión internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) en 1967, en (Entorno Turístico Staff, 2015).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico, Organización Mundial del Turismo (2005-2007), en (Entorno Turístico Staff, 2015).

1.5.2.2 Turista

Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo.

La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino, (Ucha, 2010).

Ucha, (2010) Manifiesta que tradicionalmente, a la persona que se traslada de su país a otro y que lo hace con la finalidad de aumentar su conocimiento cultural, de aprender otras culturas, entre otras cuestiones, se la llamará turista, sin embargo, si lo que motiva el viaje o la visita a otro país es una cuestión de salud, por ejemplo, al individuo de todas maneras por cumplir con las mencionadas características de dejar su país más de 24 horas y de pernoctar en otro, también se lo llamará turista, aunque claro, su finalidad no sea la de aumentar su saber cultural.

Y el ocio y la recreación son otros de los objetivos fundamentales de los turistas. Viajar hacia algún destino con la misión de descansar, de no hacer nada, dejar la rutina de lado y hacer todas actividades que impliquen entretenimiento, (Ucha, 2010).

1.5.2.3 Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional (Naciones Unidas, 1994) citado en (Alicante.com, 2012).

1.5.2.4 Guía turística

Entorno Turístico Staff (2017), Un guía de turismo es la “cara” de un país, un embajador de la cultura que se visita, es el “portavoz” y “juglar contemporáneo” del eco histórico que resuena a través de la realidad presente: edificios, construcciones, tradiciones, canciones y cualquier otra manifestación actual que forma parte de los bienes tangibles e intangibles de una nación en un espacio determinado; en otras palabras, es el embajador cultural de un país reconocido formalmente para desempeñar dicha labor.

El guía de turismo es un entusiasta anfitrión que siempre está dispuesto para brindar hospitalidad a clientes especiales (turistas nacionales y/o internacionales); generalmente es un viajero empedernido que disfruta la compañía de otras personas, conocer diferentes culturas, aprender otras formas de vida y de interpretar el mundo; es una persona

autodidacta y disciplinada que está en constante búsqueda de lugares nuevos, exóticos y fascinantes, que enriquezcan su vasto repertorio de memorias de la experiencia, (Entorno Turístico Staff, 2017).

1.5.2.5 Funciones del guía turístico

Función general: es el responsable de la recepción, coordinación, orientación, información, asistencia y animación de los visitantes nacionales e internacionales en el idioma de su elección, (Entorno Turístico Staff, 2017).

Funciones específicas: según (Entorno Turístico Staff, 2017).

- Recepción de los visitantes nacionales y extranjeros.
- Acompañamiento de turistas.
- Manejo de presupuesto de gastos de tour.
- Supervisión de la unidad de transporte.
- Elaboración de informes o reportes de tour.
- Información veraz, objetiva y clara al público receptor.
- Coordinación de los servicios y productos dentro del itinerario del tour.
- Asistencia al turista, primeros auxilios y, en caso necesario, coordinación de ingreso del turista a servicios hospitalarios.
- Ejecución puntual del programa de actividades establecido por la agencia de viajes o tour operador.
- Control del grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades dentro del recorrido.
- Entretenimiento del grupo durante la demostración o explicación de la zona.
- Gestión de la logística del recorrido entre el tour operador y los turistas considerando el tiempo destinado a cada atractivo y/o actividad.

1.5.3 Turismo en el cantón Quevedo

Quevedo una ciudad turística de Ecuador, ubicada en la costa ecuatoriana, de la Provincia de Los Ríos. Se constituye como uno de los puertos fluviales más importantes del país. Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural. En las calles se puede

observar distintas manifestaciones públicas; al recordar anécdotas del vivir pasado y leyendas con costumbres que están presentes hasta en las actuales generaciones (Ecuador Turístico, 2015).

Además en los alrededores de la ciudad de Quevedo se puede encontrar varios sitios turísticos, como el Parque Central, el Malecón y el terminal terrestre que es construido con una infraestructura moderna. También Quevedo invita a los turistas nacionales y extranjeros a disfrutar de la exquisita cocina quevedeña, en donde podrán encontrar la inmensa variedad de platos típicos de la zona y de las delicias internacionales, (Ecuador Turístico, 2015).

1.5.3.1 Recursos turísticos del Cantón Quevedo: según (Ecuador Turístico, 2015).

- **Recreación, ocio y tiempo libre:** Cines, café net, bares, discotecas, exposiciones, fiestas locales, balnearios, etc.
- **Turismo:** Parqués y atractivos naturales, Alojamiento, Transporte, Spa, flora y fauna etc.
- **Gastronomía:** Típica, especializada, restaurantes, recetas, coctelería, etc.
- **Economía:** Recursos naturales, agricultura, manufactura, elaborados, industria, comercio, etc.
- **Conservación del Medio ambiente:** Organizaciones, esfuerzos, proyectos, agrupaciones, Fundaciones, etc.
- **Arte Y Cultura:** Música, poesía, pintura, escultura, teatro, cine, agrupaciones, conjuntos, bandas, profesionales, amateurs, danza, títeres, etc. (Lema, 2012).
- **Eventos Y Festividades:** La fiesta de culturización comparsas, las fiestas de cantonización son el 7 de octubre de cada año, las fiestas de la virgen de las Mercedes son el mes de septiembre de cada año, la fiesta del día de la Raza es al 12 de octubre, y la fiesta de fin de año es el 31 de diciembre.

1.5.3.2 Sitios turísticos del cantón Quevedo: según (Ecuador Turístico, 2015).

El moderno Parque Central, tiene detalles arquitectónicos que realzan el paisaje urbano armonizado con las áreas verdes y una fuente de agua. Allí se conjuga la obra de hormigón con la naturaleza que es otra característica del cantón.

Ilustración 1: Parque Central



Ilustración 2: Puente Humberto Alvarado



Ilustración 3: Palacio de Cristal



Ilustración 4: Malecón de Quevedo



¿Cuándo son las fiestas de Quevedo?

Las festividades de Septiembre y Octubre, se presentan como una magnífica oportunidad para mostrar los mejores valores y elementos culturales, históricos, tradicionales del cantón. Se sugiere trabajar en un evento significativo, de connotación internacional, como podría ser la Reina Nacional y Mundial del Cacao, incorporado e institucionalizado a los eventos programados en cada año, (Ecuador Turístico, 2015).

Actividades

En estas fiestas se puede realizar varias actividades como Eventos cívicos, religiosos, tradicionales, culturales, populares, arte, comercio, ferias, reinados locales; programados durante los meses de Septiembre y Octubre, (Ecuador Turístico, 2015).

Ilustración 5: El rodeo montubio



El rodeo montubio, es una fiesta que tiene lugar el 12 de octubre, fecha del descubrimiento de América. En el Día de la Raza el campesino exhibe su destreza, y sus costumbres en una fiesta que ya es tradicional.

¿En qué consiste el Rodeo Montubio? Según (Ecuador Turístico, 2015).

El espectáculo del rodeo consiste en una fiesta de mucho colorido en la que desfilan y compiten jinetes de las haciendas vecinas que concurren ataviados con trajes que los distinguen y el imprescindible sombrero de paja.

En las competencias concursan hombres y mujeres y el espectáculo comienza con el desfile de los jinetes y la elección de la "criolla bonita" entre las damas que representan a las diversas haciendas.

Luego viene la exhibición de destrezas con los caballos, la monta de caballos chúcaros que corcovean sin descanso mientras el jinete trata de no ser arrojado al suelo. La suerte del lazo es una demostración de pericia y hay personas que realizan la suerte de varias formas, inclusive con los ojos vendados.

Ilustración 6: Actividades de rodeo montubio



Dentro del folclore costeño el rodeo montubio es una de las fiestas principales que no ha perdido vigencia.

Ilustración 7: Zoológico de Quevedo



El Zoológico cuenta con una gran infraestructura, posee un área de recreación natural, cultural y educativa. Se puede observar árboles frutales típicos de la zona. Comprende varias hectáreas cuya explotación está centrada en los campos de la madera complementada con la gran diversidad de recursos faunísticos que existen los cuales están en vías de extinción en sus instalaciones. Se encuentra ubicado en la parte oeste de la ciudad de Quevedo (Parroquia Venus Río Quevedo- Sector Grito de Libertad), tiene 8 hectáreas, cuya explotación está centrada en los campo de la madera complementada con

la gran diversidad de recursos faunísticos que existen, los cuales están en vías de extinción, (Ecuador Turístico, 2015).

Extensión: El Zoológico comprende un total de 8 hectáreas.

Clima: La región se caracteriza por un clima tropical monzón caluroso, con una estación seca entre Junio y Noviembre. La temperatura promedio oscila entre los 22° C y 33° C.

Flora

En cuanto a flora existente en la zona se puede observar la presencia de especies madereras como el Pachaco.

Fauna

En este lugar habitan monos, aves de corral, zorros, iguanas, cusumbe, guanta, guatusa, chorongo llamado Pancho, ovejas, chivos cruzados, aves acuáticas como el pato cuervo, papagayos, ardillas, comadrejas, entre otros.

Actividades Turísticas según (Ecuador Turístico, 2015).

Los empleados del Zoológico están especializados en el manejo, exhibición y educación ambiental con la fauna en cautiverio, y en la elaboración y ejecución de proyectos de investigación sobre manejo y conservación de recursos naturales como también en proyectos de desarrollo social. En este lugar podrán realizar diversas actividades en familia, actividades infantiles y educación preescolar relacionada a los animales.

Ilustración 8: Balnearios de Quevedo



Paisajes naturales que combinan con la naturaleza y su geografía, nos brinda varios esquemas turísticos naturales como los balnearios de agua dulce, que nos fascinan al mirar sus cristalinas aguas hasta nos conquistan al deleitarnos de estas refrescantes aguas. Los fines de semana o en temporada de carnaval cientos de personas acuden al río a divertirse, ya que les resulta mejor y más cómodo porque pueden preparar alimentos a su gusto y están en contacto con la naturaleza, (Ecuador Turístico, 2015).

Flora

Existen especies arbóreas de hasta 15 metros de alto como tangeré, cedro o guaba y especies representativas de la subfamilia de Mimosoideas, en un medio de zonas disturbadas compuestas en la mayoría de Poaceas y Heliconias El balneario conserva algunas especies de árboles frutales como la mandarina, limón, la pomarosa, la toronja, el pomelo y la fruta de pan.

Fauna

Se observa garzas, patos cuervos con su plumaje de color café oscuro, palomas tierreras, gallaretas, colibríes, pájaros carpinteros, azulejos, valdivias, pericos, pajarracos y disotedes, entre otros. Especies bioacuáticas como bocachicos, dicas, damas, barbudos, róbalos, raspa balsas y tilapias. Además lagartijas, ardillas, sahinos, perros de agua, armadillos, serpientes, lagartos.

Atractivos

Playas: Las maravillosas playas que rodean al atractivo son: San Pablo, Playa Grande, Puente Sur, Pichilingue, La Playita, Puerto Rosas, entre otras.

1.5.3.3. Comidas Típicas en Quevedo según (Ecuador Turístico, 2015).

- **Bistec de Hígado:** Una alternativa única y exquisita a los platos corrientes nace con el bistec de hígado. Acompañado por patacones y arroz.

Ilustración 9: Bistec de Hígado



- **Bollos de Pescado:** La dama, chame, bagre y el bocachico, forman parte del succulento relleno de los bollos, verde rallado, refritos y pescado se envuelven en hojas de plátano en ollas para coserse y degustar el paladar.

Ilustración 10: Bollo de Pescado



- **Estofado de bocachico:** El pescado de agua dulce le da el sabor al estofado. Los condimentos rallados, el verde acompañado de arroz y una salsa picante en ají.

Ilustración 11: Estofado de Bocachico



Fecha de Cantonización: 7 de Octubre de 1.943

Fiestas más Importantes: Cantonización: 7 de Octubre; Nuestra Señora de la Merced: 04 de Septiembre; Noche de Confraternidad Quevedeña: 06 de Octubre; Fiestas patronales San Camilo: del 01 al 03 de Agosto; Fiesta de Loreto: 10 de Diciembre.

Actividades de las Fiestas: Durante la Noche de Confraternidad Quevedeña se lleva a cabo desfiles folklóricos, delegaciones de otras provincias y fuegos artificiales. Para celebrar la Cantonización de Quevedo, el 7 de Octubre se realizan los desfiles cívicos.

1.6 HIPÓTESIS

1.6.1 Hipótesis General

El plan de marketing comunicacional incide en el fomento y desarrollo del turismo del cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos.

1.6.2 Hipótesis Específicas

- La situación turística del cantón Quevedo ha sido afectada por la pandemia suscitada a causa del covid-19.
- Las actividades del plan de marketing comunicacional de turismo aportaran al desarrollo socio-económico de la ciudad.
- Los habitantes de la ciudad de Quevedo tendrán ideas de trabajo o actividades para desarrollar en las diferentes nuevas zonas turísticas.

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 MODALIDAD Y MÉTODOS

La metodología es aquella herramienta que nos va a facilitar el proceso de investigación en cuanto a que tan factible será, y de que manera lo vamos a desarrollar. Es preciso tener en cuanto el tipo de investigación a realizar ya que existen muchas estrategias para su procedimiento metodológico. Esto se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación. Por tal razón, la actual investigación, se enfocó dentro de la modalidad de proyecto factible (Tesis De Investigación, 2013).

La presente investigación se llevó a cabo mediante un proceso explicativo-descriptivo; en el cual se tomó como referencia de estudio diversas investigaciones llevadas a cabo en el cantón Quevedo con el propósito de reflejar la situación actual del mismo y proporcionar una herramienta fuente para futuros proyectos de ejecución que aporten al desarrollo óptimo de la ciudad.

Para el desarrollo del caso se tomó información ya encontrada, y datos recogidos mediante la técnica de observación; dichos datos recogidos será base del plan de marketing comunicacional planteado.

1.7.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.2.1 Investigación Explicativa

La investigación explicativa es un tipo de investigación cuya finalidad es hallar las razones o motivos por los cuales ocurren los hechos del fenómeno estudiado, observando las causas y los efectos que existen, e identificando las circunstancias. Con la investigación explicativa se intenta clarificar cómo es exactamente el problema del que se quiere obtener información. Como dice la palabra “explicativa”, se trata de explicar, no solo de describir, como ocurre en otros tipos de investigación. (Mejía, Investigación Explicativa, 2020)

Según (Arias, 2020) La investigación explicativa, como su nombre indica, tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno. En resumen, lo que hace el investigador es partir de una idea general y entrar a analizar aspectos concretos en profundidad.

1.7.2.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica, (Mejía, 2020)

(Mejía, 2020) Manifiesta que las investigaciones descriptivas, a diferencia de otro tipo de investigaciones, realizan su estudio sin alterar o manipular ninguna de las variables del fenómeno, limitándose únicamente a la medición y descripción de las mismas. Adicionalmente, es posible realizar pronósticos futuros, aunque son considerados prematuros o básicos.

1.7.3 TÉCNICAS, TÁCTICAS E INSTRUMENTOS

1.7.3.1 Técnica

Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad, (Oxford Lexico, 2015).

Para la investigación presente se utilizó como técnica la exploración de información y el desarrollo de actividades concretas que formaron parte del plan de marketing comunicacional planteado.

1.7.3.2 Táctica

Cuando hablamos de táctica, nos referimos a un método específico con el que podemos alcanzar un objetivo. También designa al arte o la disciplina práctica que enseña, en un área determinada de la vida o del saber, a elegir el método adecuado para un fin determinado, (ConceptoDe.com, 2016)

1.7.3.3 Instrumentos

Se abordará lo referente a la descripción y justificación del tipo de instrumentos a ser empleados en la investigación particular a ser conducida por el autor. Inicialmente se explicarán los conceptos teóricos de los instrumentos que se pueden emplear, para luego describir y justificar la selección de instrumentos llevada a cabo.

1.7.3.3.1 Observación

Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. En el presente trabajo se utilizó dicha técnica como principal herramienta de investigación, y de esta manera poder reflejar los datos obtenidos, ya que debido a la situación y las normas de bioseguridad se consideró óptima para alcanzar los resultados esperados tales como identificar la situación del turismo en el cantón.

1.7.3.3.1.1 Ficha de observación

ZONA	OBSERVACIÓN	DETALLES
CENTRO	<ul style="list-style-type: none"> ○ En la zona del centro de Quevedo se pudo observar que debido al cambio de locales que antes se podían encontrar en la Av. 7 de Octubre la ciudad se encuentra más tranquila y menos concurrida. Dicho caso para algunos resulta negativo puesto que disminuyó la actividad comercial; sin embargo hay quienes consideran que la ciudad se ve más organizada de esta manera. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ El comercio ha disminuido a causa del cambio de la estructura antes conocida en el cantón, por lo que se puede estimar que han sido afectados también los lugares turísticos de la zona como la Iglesia y Parque Central.
	<ul style="list-style-type: none"> ○ En esta zona se encuentran tres de los atractivos turísticos más reconocidos de la ciudad; el parque central, la iglesia del cantón y el malecón de la ciudad. Los cuales se encuentran habilitados a través de las diferentes nuevas formas de bioseguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sin embargo, las actividades en el malecón de la ciudad no han parado, se mantienen los locales abiertos, los juegos para niños, a excepción del Palacio de Cristal ubicado en el mismo ya que por ahora las actividades del cantón han sido pausadas.
LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> ○ Los locales en Quevedo que mayor mente son concurridos son: el paseo shopping, los restaurantes de la ciudad ubicados en la zona central, boutiques, el shopping center, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Entre estos el más concurrido es el Paseo shopping, tomado como opción para la mayoría de turistas por la diversidad de locales que pueden encontrar en él.
	<ul style="list-style-type: none"> ○ La actividad comercial y turística en estos esta en 	

ATRATIVOS TURISTICOS

- normal funcionamiento, existen diversos lugares distintivos como restaurantes inaugurados cerca de la zona del río Quevedo como FOGO, RoofTop, Lux en la ruta del río, café y tinto, restaurantes dedicados a la venta de mariscos, entre otros. Que han llamado mucho la atención por todos los servicios que ofrecen.
 - Por otra parte se resalta la actividad comercial y turística en la Ruta del Río. Sin duda ha sido uno de los avances cantonales de mayor proporción, sin embargo aún no es reconocida como atractivo turístico de la ciudad.
 - En este apartado podemos considerar a los diversos parques que tiene la ciudad; sin embargo vamos a resaltar dos obras recién inauguradas en la ciudad de Quevedo que han abierto paso a los turistas. Nos referimos al parque de la familia el cual se pudo notar reactivo la economía del sector a más que ofrece una diversidad de actividades que se pueden desarrollar en él, cuenta con diversas canchas, pistas de box, estatuas de animales, arboles exóticos, bares con diversa gastronomía, etc. La segunda obra es la vía habilitada para los ciclistas en la parroquia San Camilo, la cual ha permitido que se desarrollen diversas actividades locales como cicladas y eventos de competencia que sin duda son de gran interés tanto de los habitantes del cantón como de los visitantes y turistas.
 - Las actividades llevadas a cabo en cada uno de los atractivos turísticos son reconocidas como tal por los turistas, sin embargo algunas han sido modificadas por las diferentes normas de bioseguridad.
 - También cabe resaltar el notable potencial turístico y
-

económico que ha logrado la zona de la ruta del río de Quevedo, ya que ha sido tomado como establecimiento de una diversa gama de restaurantes y resto bares por abrir que con su particular estilo hacen que esta luzca muy agradable y turística. De la misma manera encontramos juegos deportivos como actividades acuáticas, juegos de grupo como paintball, crossfit, canoping, alquiler de bicicletas y más.

COMERCIO

- El comercio a pesar de que en sus inicios se vio bastante afectado por la situación del covid-19, se considera establemente recuperado; podemos notar que en su totalidad los puestos de venta, locales de comida, mini markets, despensas y más; cuentan con protocolos de bioseguridad que permiten el desarrollo óptimo de sus actividades.

- Sigue siendo una de las actividades que más llama la atención de los turistas por la variedad presentada dirigida a todo público, cabe resaltar que los días más comerciales de la ciudad son los fines de semana.
-

Elaborado por: el autor

Fuente: Observación

1.7.3.3.2 Archivos de Datos

Puede acudir a archivos que contengan los datos ya recolectados, pueden ser investigaciones similares de tiempo pasado, conceptos relacionados, estudios, etc.

1.7.3.3.3 Fichas o Tablas

Sistematizar o presentar la información de manera organizada, de manera que los resultados o el plan de acción que se desee manifestar tenga concordancia y sentido.

CAPÍTULO II: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DESARROLLO DEL CASO

Mediante la investigación llevada a cabo se pudo analizar la situación actual del turismo del cantón Quevedo, y de esta manera constatar que efectivamente el cantón ha sido afectado de manera significativa socio-económicamente por ende, las actividades turísticas también debido a la vivencia suscitada por la pandemia a causa del covid-19.

De manera que se determina factible la elaboración de un plan de marketing comunicacional de turismo, el cual permitirá el desarrollo de diversas actividades que favorecerán el crecimiento e imagen turística del cantón; y de la misma manera servirá como apoyo a futuros proyectos de las organizaciones municipales encaminadas a mejorar la calidad de vida de los habitantes y por ende visitantes.

Quevedo es una cantón con gran potencial turístico, por lo que fomentar su imagen es indispensable, para ello la implementación de un plan de marketing comunicacional de turismo es importante ya que se identificará lugares y actividades estratégicas necesarias que aportarían al desarrollo socio-económico de los habitantes al tomar en cuenta nuevos emprendimientos sobre todo en aquellos lugares que últimamente han sido inaugurados como parques, resto bares en la ruta del río, reubicación de la zona comercial de la Av. 7 de octubre, nueva bahía, etc.

Hay que tener en cuenta que a las actividades a desarrollar se debe implementar las nuevas formas de bioseguridad que se requieren en la actualidad, ya que estas son pieza clave al momento de que los futuros turistas o visitantes elijan el cantón como sitio de disfrute y sobre todo Quevedo sea un lugar grato de asistir.

2.1.1 PLAN DE MARKETING COMUNICACIONAL DE TURISMO

PROPÓSITO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Promover el desarrollo turístico del cantón Quevedo.	Estudio de la situación turística actual del cantón y sus sitios turísticos.	Desarrollo de FODA del plan de acción y de la situación turística cantón.	Se contará con un plan de marketing comunicacional de turismo que aportará una visión actual y mejorada de a situación actual de turismo del cantón.
Promover el desarrollo socio-económico del cantón y sus habitantes.	Análisis de las actividades turísticas del cantón.		Se contará con un plan de contingencia de riesgos.
COMPONENTES			
Elaboración de un plan de marketing comunicacional de turismo – plan de acción.	Promoción y difusión de la imagen turística del cantón.		Personal debidamente capacitado para el desarrollo de cada una de las actividades.
ACTIVIDADES			
Capacitación	Representantes de turismo y miembros del GAD municipal del área turística.	Informes de aplicación de plan de marketing comunicacional de turismo.	Brindar información veraz y acorde a la situación y objetivos planteados.
Medios publicitarios	Medios masivos: radio, prensa, Tv.	Identificación de lugares estratégicos turísticos del cantón. Plan de medios publicitarios.	Se dará a conocer los atractivos turísticos más visitados del Cantón y se impulsará aquellos competentes.
Actividades de promoción	Comerciantes, representantes de turismo y GAD municipal.	Folletos, Talleres, guías y participación ciudadana (Opiniones, y mensaje porque visitar a Quevedo).	Se tendrá una guía de actividades estrictamente estructurada. Se elaborará una guía turística llamada “A Quevedo Voy”.

Fuente: Investigación

Elaborado por: El autor

2.2. SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGO)

- ✓ Mediante la investigación realizada se identificó que a pesar de que Quevedo cuenta diversidad de sitios y actividades turísticas no es nacionalmente muy reconocida, ya que muchas personas y agencias turísticas no tienen conocimiento de los atractivos del cantón.
- ✓ Se identificó que muchos visitantes del cantón no se han llevado una buena imagen del mismo debido al trato en diversos establecimientos, el tema de seguridad ciudadana y una disminuida participación de agencias turísticas que se dediquen al desarrollo de actividades en la misma ciudad.
- ✓ Finalmente, mediante la técnica de observación se identificó que Quevedo cuenta con una variedad de hoteles y hostales de toda gama con gran visión turística de la ciudad; como también actividades de gran interés dedicadas al comercio y disfrute como nuevos resto-bares, centros deportivos, juegos acuáticos y parques promotores de actividades deportivas de gran participación ciudadana.

2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS

- ✓ Mejorar la imagen turística del cantón mediante el desarrollo de diversas campañas nacionales publicitarias que promocionen los atractivos con los que cuenta Quevedo.
- ✓ Fomentar la participación de diversas agencias turísticas locales que promuevan el desarrollo de las diversas actividades de turismo, y a su vez; desarrollar propuestas de cómo mejorar la seguridad dirigidas a los diferentes sitios turísticos con la ayuda de entidades pertinentes.
- ✓ Mediante las actividades de promoción propuestas, desarrollar diferentes talleres de participación ciudadana que promuevan la imagen turística median una campaña llamada “A Quevedo Yo Voy” la cual contara con la razón e invitación de los habitantes y visitantes del cantón.

2.4 CONCLUSIONES

- Mediante la investigación se determinó que efectivamente el turismo de Quevedo ha sido afectado, sin embargo se considera que a pesar de la situación los habitantes han logrado manejar las diferentes actividades turísticas y comerciales de manera óptima y acorde a las nuevas normativas establecidas para su desarrollo. Permitiendo que los promotores de dichas actividades como guías turísticos puedan desarrollar las diferentes habilidades adquiridas.
- Se logró establecer cuán importante era la elaboración de un plan de marketing comunicacional de turismo, la cual radicaba en que dicho plan iba a propiciar el desarrollo de actividades de manera organizada y acordes a las necesidades de los habitantes, visitantes, turistas y agencias turísticas del cantón. A su vez que facilitaría la gestión del GAD municipal ya que se tendría una visión mejorada de la situación actual y de los propósitos planteados en su ejecución.
- A pesar de que Quevedo cuenta con una gran variedad de actividades turísticas, sitios como parques, hoteles, hostales, locales de comida atractivos a la vista, diversidad de gastronómica, entre otros. Se identificó que aún existen zonas que no son consideradas como atractivos turísticos del cantón y otros que han sido temporalmente cerrados que podrían potenciar significativamente el estado turístico del cantón como es el caso del zoológico ubicado en la parroquia Venus del Río Quevedo; el cual sus actividades han sido pausadas por falta de personal capacitado y documentación en regla.
- Finalmente, se consideró indispensable que dentro del plan de marketing comunicacional de turismo se desarrolle una guía de actividades turísticas actual que le permita al visitante o turista tener mayor información tanto del cantón como de los atractivos turísticos, y que a su vez; este se radique mediante las campañas publicitarias recomendadas y así mejorar la visión turística que se tiene de Quevedo no solo de manera local, sino nacionalmente también.

2.5 RECOMENDACIONES

- A entidades que se dediquen a la práctica investigativa como universidades y diferentes grupos de trabajo se recomienda indagar más en la situación y percepción turística del cantón desde la vivencia de los habitantes ya que ellos son quienes podrían proporcionar mejor información acerca de las necesidades para mejorar el turismo de la ciudad.
- Se recomienda incrementar la publicidad turística del cantón mediante la difusión del desarrollo de las diferentes actividades como fiestas, juegos, comidas y lugares del cantón con el fin de atraer la participación de las diferentes agencias turísticas locales y nacionales.
- También, se recomienda elaborar diferentes planes de acción que tengan como objetivo capacitar a los diferentes propietarios, guías turísticos, y diferentes habitantes que lo requieran en temas de turismo local y nacional; así se cuenta con un personal capacitado que mejoren la percepción de visitantes y turistas que lleguen al cantón.
- Finalmente; se recomienda llevar a cabo el plan de marketing comunicacional de turismo para que de esta manera Quevedo sea reconocido a nivel nacional por sus atractivos, actividades turísticas, gastronomía y más; aportando a su vez al desarrollo socio económico del cantón y sus habitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alicante.com. (2012). *Definición*. Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/visitante>
- Arias, E. R. (2020). *Investigación Explicativa*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- CEUPE. (2021). *Situación actual del turismo*. Obtenido de CEUPE-MAGAZINE: <https://www.ceupe.com/blog/situacion-actual-del-turismo.html>
- ConceptoDe.com. (2016). Obtenido de <https://concepto.de/tactica/>
- Ecuador Turístico. (2015). Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com/2015/02/turismo-en-quevedo.html>
- Entorno Turístico Staff. (2015). *definiciones de turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>
- Entorno Turístico Staff. (2017). *Qué es un guía*. Obtenido de Hablemos de Turismo: <https://www.entornoturistico.com/guia-turismo-cuales-funciones/>
- Klempert, R. (2019). *Hotelsur Latam*. Obtenido de “El turismo ecuatoriano está herido mortalmente”: https://www.hosteltur.com/lat/131966_el-turismo-ecuadoriano-esta-herido-mortalmente.html
- Mejía, T. (Agosto de 2020). *Investigación descriptiva*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Mejía, T. (2020). *Investigación Explicativa*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>
- Oxford Lexico. (2015). *Oxford Lexico.com*. Obtenido de <https://www.lexico.com/es/definicion/tecnica>
- Tesis De Investigación. (Junio de 2013). *Tesis de Investigación*. Obtenido de Tipos y Modalidades: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/tipo-y-modalidad-de-la-investigacion.html>
- Thompson, I. (2006). *El Plan estratégico de Marketing*. Obtenido de Marketing-Free.com: <https://www.marketing-free.com/marketing/plan-estrategico-marketing.html>
- Thompson, I. (2006-2007). *El plan de Marketing - Objetivos*. Obtenido de Marketing-Free.com: <https://www.marketing-free.com/marketing/plan-marketing.html>
- Ucha, F. (2010). *Turista*. Obtenido de Definición.ABC.: <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>

ANEXOS

FOTOS QUEVEDO





