



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 LICENCIADA EN HOTELERÍA Y
TURISMO

PROBLEMA:

ANÁLISIS DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL
ORNATO DE LA PARROQUIA EL GUAYACÁN, AÑO 2021

AUTOR:

BRAVO MOLINA DENNY JASMINA

TUTOR:

ING. HELEN MARIA CARRANZA PATIÑO

QUEVEDO - SEPTIEMBRE/2021

RESÚMEN

Las actividades turísticas presentes en el cantón Quevedo se desarrollan con miras al crecimiento local, la parroquia El Guayacán se une a los sectores que cuentan con atractivos turísticos permitiendo así la promoción de los mismo.

La planificación por parte del departamento de turismo del cantón Quevedo no se ha enfocado a realizar una adecuada organización por lo que no se puede establecer la actividad turística de forma correcta atrasando el desarrollo turístico de la parroquia y el cantón. Actualmente la inseguridad que afronta el cantón debido al crecimiento delictivo expone a la población y disminuye la afluencia de turistas de tipo local a los diferentes atractivos turístico.

Es por eso que se vuelve importante el aporte en el ámbito del turismo con proyectos que desarrollen planes para vitalizar con la finalidad de mejorar las condiciones socioeconómicas e impulsar al correcto manejo de los atractivos turísticos y los emprendimientos presentes

La actividad turística representa estar en constante innovación por tanto el desarrollo de alternativas para sitio turísticos actuales como la parroquia El Guayacán es de vital importancia. Las alternativas para la organización turística de la parroquia traerían grandes beneficios para el cantón aportando a su desarrollo socioeconómico.

Palabras clave: plan turístico, ornato, marketing, desarrollo turístico.

ABSTRACT

The tourist activities present in the Quevedo canton are developed with a view to local growth, the El Guayacan parish joins the sectors that have tourist attractions, thus allowing their promotion.

The planning by the department of tourism of the Quevedo canton has not focused on carrying out an adequate organization, which is why the tourist activity cannot be established correctly, delaying the tourist development of the parish and the canton. Currently, the insecurity that the canton faces due to criminal growth exposes the population and decreases the influx of local tourists to the different tourist attractions.

That is why the contribution in the field of tourism becomes important with projects that develop plans to revitalize in order to improve socioeconomic conditions and promote the correct management of tourist attractions and current ventures.

The tourist activity represents being in constant innovation, therefore the development of alternatives for current tourist sites such as the El Guayacan parish is of vital importance. The alternatives for the tourism organization of the parish would bring great benefits for the canton, contributing to its socioeconomic development.

Keywords: tourism plan, decoration, marketing, tourism development.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL ¡Error! Marcador no definido.	
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR ¡Error! Marcador no definido.	
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD ¡Error! Marcador no definido.	
RESÚMEN	ii
ABSTRACT	iii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO	8
1.1 Definición del tema caso de estudio	8
1.2. Planteamiento del problema	8
1.2.1. Formulación del planteamiento	8
1.3. Justificación	9
1.4. Objetivo	9
1.4.1. Objetivo General	9

1.4.2. Objetivo Especifico	10
1.5. Fundamentación teórica	10
1.5.1. Turismo	10
1.5.2. Tipos de turismo.....	10
1.5.2.1. El turismo de compras	10
1.5.2.2. El turismo cultural	10
1.5.2.3. El término turismo rural	10
1.5.2.4. El turismo formativo	11
1.5.2.5. El turismo gastronómico.....	11
1.5.2.6. El agroturismo	11
1.5.2.7. El ecoturismo	11
1.5.2.8. El turismo de aventura	11
1.5.3. Planes turisticos	11
1.5.4. Tipos de planes turisticos	12
1.5.5. Analisis de estrategias	12
1.5.6. Desarrollo turístico	13
1.5.7. Ornato.....	13
1.5.8. Estética turística	14
1.5.9. Marketing.....	14
1.5.10. Marketing turístico.....	15
1.5.11. Tipos de marketing.....	15
1.5.11.1. Marketing Offline o tradicional	15
1.5.11.2. Marketing Digital	15
1.5.11.3. Outbound Marketing.....	16
1.5.11.4. Inbound Marketing	16

1.5.11.5. Marketing de contenidos	16
1.5.11.6. Email marketing	16
1.5.11.7. Social Media Marketing	16
1.5.11.8. SEO Y SEM	17
1.5.11.9. Neuromarketing	17
1.5.12. Promoción turística	17
1.6. Hipótesis	18
1.6.1. Hipótesis Especifica	18
1.8. Metodología de la investigación.	18
1.8.1. Método analítico	18
1.8.2. Método deductivo	19
1.8.3. Método diagnóstico	19
1.8.4. Método descriptivo	19
1.9. Técnicas de investigación	19
1.9.1. Observación directa	19
1.9.2. Encuesta	19
CAPÍTULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1. Desarrollo del caso	21
2.2. Situaciones detectadas	27
2.3. Soluciones planteadas	28
2.4. Conclusiones	29
2.5. Recomendaciones	30
Bibliografía	31
Anexos	33
.....	33

INTRODUCCIÓN

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Considerado como un sector estratégico, capaz de llevar a un país por el camino del crecimiento y posterior desarrollo económico. El turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico. (Agüera, 2016)

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la amazonia, presentan una gran riqueza

El desarrollo económico que presenta Quevedo lo constituyen como uno de los cantones líderes a nivel provincial debido a las diversas actividades comerciales situándola como una ciudad generadora de ingresos y fuentes de empleo, pues dentro de la urbe se encuentran localizadas empresas con diversas actividades productivas, que atraen a más inversionistas y promueven el turismo local.

La actividad turística en la parroquia el guayacán va en aumento después de la para de actividades turísticas debido a la pandemia, la organización y el análisis de un plan turístico para esta parroquia pretende colaborar con la mejora del ornato después se promocionaría para el aumento de visitas turísticas sustentables

CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO

1.1 Definición del tema caso de estudio

Análisis de un plan de desarrollo turístico y su incidencia en el ornato de la parroquia El Guayacán, año 2021

1.2. Planteamiento del problema

La gestión del turismo no ha tenido un funcionamiento coordinado entre los sectores públicos, privados y comunitarios sustentados en el ministerio de turismo fortalecido con una gestión descentralizada, desconcentrada eficientemente.

Se ha identificado en la parroquia El Guayacán del cantón Quevedo la existencia de negocios creados por familias que habitan en la parroquia, que han tenido que crear un oficio independiente debido a la ausencia de empleo sin embargo existen familias que no tienen fuente de trabajo y terminan migrando a otras ciudades o otra zona de la provincia por un sustento.

La planificación por parte del departamento de turismo del cantón Quevedo no se ha enfocado a realizar una adecuada organización por lo que no se puede establecer la actividad turística de forma correcta atrasando el desarrollo turístico de la parroquia y el cantón. Actualmente la inseguridad que afronta el cantón debido al crecimiento delictivo expone a la población y disminuye la afluencia de turistas de tipo local a los diferentes atractivos turísticos. Se espera que la actividad turística sea considerada dentro de la parroquia como una alternativa sustentable con miras al aporte turístico a nivel provincial.

1.2.1. Formulación del planteamiento

¿De qué manera un análisis de un plan de desarrollo turístico incidirá en el ornato de la parroquia El Guayacán del cantón Quevedo año 2021?

¿Cuál es la importancia de un análisis de un plan de Desarrollo turístico para el ornato de la parroquia El Guayacán del cantón Quevedo año 2021?

1.3. Justificación

En las diferentes regiones del país se encuentra un importante número de atractivos y sitios turísticos además de una serie de celebraciones cívicas y religiosas que sirven de enlace para que la gente concurra en estos sitios sean en el ámbito provincial nacional e internacional. De esta manera se desarrolló el turismo así mismo el sistema del turismo brinda servicios y oportunidades lo que es fundamental para el crecimiento turístico

La actividad turística ligada a la preservación de los recursos turísticos y la regulación de servicios para la comunidad supone la mejoría de la calidad de vida de la población. El ornato de la parroquia El Guayacán se ve afectado debido a la implementación de negocios con fines gastronómicos sin ser previamente distribuidos provocando que la estética del lugar, estante la actividad turística llevándose de forma incorrecta

Es por eso que se vuelve importante el aporte en el ámbito del turismo con proyectos que desarrollen planes para vitalizar con la finalidad de mejorar las condiciones socioeconómicas e impulsar al correcto manejo de los atractivos turísticos y los emprendimientos presentes. De esta manera se justifica a realización del presente proyecto de investigación.

1.4. Objetivo

1.4.1. Objetivo General

Analizar un plan de desarrollo turístico y su incidencia en el desarrollo las socioeconómico de la parroquia El Guayacán.

1.4.2. Objetivo Especifico

- Evaluar la situación actual de la actividad turística en la parroquia El Guayacán.
- Determinar alternativas para la distribución turística de la parroquia El Guayacán
- Desarrollar un plan de marketing turístico en la parroquia El Guayacán

1.5. Fundamentación teórica

1.5.1. Turismo

Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de personas o grupos de personas que, principalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar habitual de residencia a otro, en esos lugares realizan actividades lucrativas y/o en ocasiones son remuneradas, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Adrián, Rossana., 2021)

1.5.2. Tipos de turismo

1.5.2.1. 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.

1.5.2.2. 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.

1.5.2.3. 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.

1.5.2.4. El turismo formativo

Tiene como objetivo ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.

1.5.2.5. El turismo gastronómico

Tiene como objetivo que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.

1.5.2.6. El agroturismo

Consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y puede participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos.

1.5.2.7. 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.

1.5.2.8. 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.

(Julián Pérez Porto, 2012)

1.5.3. Planes turísticos

El plan de desarrollo turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. Por esto, dicha herramienta, elaborada de manera participativa en el territorio y que considera la

multisectorialidad, ayuda a definir objetivos y metas comunes de todos los actores, con base en las características específicas del lugar.

De esta forma no solamente se asegura que participen la mayoría de los actores del territorio, sino también se establece una planificación de corto, mediano y largo plazo, que puede facilitar la búsqueda de recursos para su implementación. Además, el plan de desarrollo turístico podría contribuir, a través de su ejecución, al bienestar de la población y al desarrollo sostenible en la zona. ((IICA), 2014)

1.5.4. Tipos de planes turísticos

En el desarrollo sostenible de un destino turístico, la planificación juega un papel fundamental, y parte importante recae en la promoción turística. En el caso de España, el boom turístico de los años 50 supuso un alto nivel de ingresos y popularidad, pero también serios perjuicios en el entorno cuando todavía no se prestaba atención a la sostenibilidad turística. Para que el desarrollo turístico de un destino sea sostenible es necesaria la implantación de planes estratégicos adecuados, y este trabajo permite, gracias al estudio de un caso real, analizar la influencia de la promoción turística en la evolución de un destino turístico hacia la sostenibilidad. (Plumed Lasarte, 2018)

1.5.5. Analisis de estrategias

El papel estratégico de la actividad turística desempeña una función importante en el crecimiento y desarrollo económico de muchos países, como es el caso de México como destino turístico. Así, los organismos públicos se encargan deL Facebook como red social más utilizada, no obstante, está cobrando bastante importancia Instagram que ha experimentado un gran crecimiento durante el año 2017 situándose como la red social que genera mayores interacciones. En las publicaciones se comprueba que destaca la

comunicación persuasiva seguida de los atributos del destino y, posteriormente, la alusión a destinos, pueblos o ciudades del país. (Jiménez, 2018)

1.5.6. Desarrollo turístico

El crecimiento turístico en un determinado lugar está estrechamente sujeto a la forma en como sus habitantes hacen uso de los recursos naturales, la importancia que estos tienen en su calidad de vida y subsistencia.. (Jordy Alexander Orellana Salas, 2018)

En términos generales existe consenso a la hora de definir el turismo como una actividad consistente en desplazarse de manera no permanente a lugares distintos al de residencia habitual durante períodos de tiempo variables⁴. Desde una perspectiva económica Fuster Lareu (1991) define al turismo como un agregado de cinco consumos: transporte, alojamiento, alimentación, adquisición de bienes y servicios y disfrute de bienes y espectáculos. La conjunción de estos cinco consumos constituye al que los realiza en turista. Desde una perspectiva sociológica, Savelli (1990) concibe al turismo fordista como una reparación por los esfuerzos hechos en la producción, y a la vez como un ámbito de consumo en el que diferenciarse y en el cual construir la propia posición social. (Turégano., 2003)

1.5.7. Ornato

El área de mantenimiento urbano u Ornato, es la unidad encargada de cumplir con la ejecución de las obras públicas y mantenimiento de la infraestructura urbana, así como mejorar los espacios públicos del distrito, promoviendo la calidad de vida de los vecinos y una mejor visión para el turismo.

Realiza el apoyo logístico a todas las unidades de la gestión municipal realizando trabajos especializados de carpintería, albañilería, gasfitería, electricidad, pintura, soldadura transporte y servicios generales.

Se encarga de mantener toda la infraestructura del distrito en perfectas condiciones de uso para los residentes y visitantes, realizando el arreglo y mantenimiento de luminarias, farolas, bancas, veredas, cruces peatonales, señalética, gibas, servicios higiénicos, juegos infantiles, instalaciones municipales, piletas, entre otros. (BARRANCO, 2021)

1.5.8. Estética turística

Tomemos en cuenta que el turismo busca dar a conocer destinos de manera responsable, a través del desarrollo de productos turísticos que engloban tanto establecimientos que brinden los servicios necesarios como atractivos que satisfagan la necesidad del viajero en conocer más. Por otro lado, la estética busca entender desde una perspectiva filosófica qué es la belleza y por qué el ser humano la concibe como tal.

En otras palabras, el turismo busca la belleza a través de los espacios, llámese paisajes naturales o centros urbanos culturales creados por el ser humano, mientras que la estética analiza a la belleza a través de dichos espacios, como por ejemplo los museos que son entornos diseñados con el único propósito de propiciar un encuentro entre las obras artísticas, diversos fenómenos sociales, económicos, tecnológicos, etc., y el visitante, que puede ser turista o gente del mismo lugar. (García, 2018)

1.5.9. Marketing

Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos

no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.

El Marketing es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a las determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un determinado público objetivo, los consumidores. (Mesquita, 2018)

1.5.10. Marketing turístico

El Marketing Turístico es un área dedicada a diseñar planes de comercialización para el negocio del turismo. En ella se integran tanto viajes como alojamientos. La disciplina se basa en ofrecer las mejores ofertas al cliente adecuado, cuidando cada detalle a través de estrategias integradas en las últimas tendencias. (SCHOOL, 2021)

1.5.11. Tipos de marketing

1.5.11.1. Marketing Offline o tradicional

El primer tipo de marketing del que vamos a hablar es del marketing offline. Hace referencia a todas aquellas acciones que se realizan fuera de internet, por ello también es denominado tradicional. Entre ellas se encuentran los anuncios en los periódicos, el merchandising o el telemarketing. Aunque lo digital ahora esté de moda, sigue siendo un tipo de marketing muy utilizado actualmente, ya que se compagina muy bien con todas las herramientas digitales, haciendo que su funcionalidad se multiplique.

1.5.11.2. Marketing Digital

El marketing digital es todo lo opuesto al mencionado anteriormente. Se refiere a toda aquella estrategia realizada de forma online. Engloba el marketing de contenidos o las redes sociales. su principal objetivo en los años 90 era trasladar la publicidad tradicional a una web, eso sí, bastante limitada.

1.5.11.3. Outbound Marketing

Principalmente hace referencia al abordaje activo de las empresas para conquistar nuevos clientes. También conocido como marketing intrusivo, está siendo cuestionado actualmente, ya que en múltiples ocasiones provoca un efecto contrario al deseado, interrumpiendo a los consumidores y provocando una percepción negativa de la marca.

1.5.11.4. Inbound Marketing

El Inbound Marketing. Este tipo de marketing se usa como estrategia para atraer a los consumidores, haciendo que se conviertan en leads y luego en clientes reales.

1.5.11.5. Marketing de contenidos

Surge como resultado del crecimiento del marketing digital y del Inbound marketing. El marketing de contenidos consiste en ofrecer contenidos relevantes y valioso para el consumidor. Su objetivo es engancharlos y hacer que compre, generando también una percepción positiva de la marca. Algunos formatos principales son los blogs, los infográficos o los webinars.

1.5.11.6. Email marketing

Se trata de una herramienta esencial dentro del marketing digital. Con él se consiguen enviar contenidos y ofertas por email, aproximándose al consumidor y haciendo que se dirija directamente al objetivo de compra.

1.5.11.7. Social Media Marketing

Las redes sociales han llegado para quedarse, por lo que si los consumidores las usan, las empresas también. Este tipo de marketing se utiliza principalmente para informar, observar e interactuar con el público objetivo.

Además permiten crear anuncios, lo que estrecha mucho más la relación empresa-consumidor.

1.5.11.8. SEO Y SEM

Son estrategias de marketing dentro los motores de búsqueda. El SEO (Search Engine Optimization) hace referencia a las técnicas que se aplican en una página web con el fin de mejorar su posición en los resultados de búsqueda a nivel orgánico. El concepto SEM (Search Engine Marketing) se refiere a las prácticas que se realizan en una web para obtener una mayor visibilidad mediante campañas de publicidad en dichos buscadores.

1.5.11.9. Neuromarketing

Este tipo de marketing busca medir las actividades neuronales de los clientes o del público objetivo cuando hay una exposición ante diferentes campañas o propagandas. Su objetivo es explicar el comportamiento de las personas, desde la base de su actividad neurobiológica para comprender todas las decisiones que toma un individuo a la hora de comprar algo. (School, Mare Nostrum Business, 2021)

1.5.12. Promoción turística

La promoción turística se utiliza para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, y es muy importante ya que puede impulsar la industria turística de un país con resultados notables, utilizando estrategias para brindar a los turistas el valor agregado durante sus actividades de turismo. (Torres Merlo, 2016)

1.6. Hipótesis

El análisis de un plan de desarrollo turístico incide en el desarrollo socioeconómico de la parroquia El Guayacán del cantón Quevedo.

1.6.1. Hipótesis Específica

- La determinación de alternativas para la organización turística permitirá mejorar el ornato de la parroquia el Guayacán
- La implementación de un plan turístico mejorará la organización de las actividades turísticas en la parroquia El Guayacán
- El diseño de un plan de marketing fortalecerá la difusión de los atractivos turísticos de la parroquia El Guayacán

Variable independiente

Análisis de un plan de desarrollo turístico

Variable dependiente

Incidencia en el ornato

1.8. Metodología de la investigación.

1.8.1. Método analítico

El método analítico permitió realizar la síntesis de la información obtenida tanto de las fuentes primarias que fueron aplicación de encuestas y las fuentes secundarias búsquedas en los sitios web oficiales de GAD del cantón Quevedo y el GAD parroquial del Guayacán.

1.8.2. Método deductivo

El método deductivo permitió realizar la introducción la justificación y las conclusiones y recomendaciones y además colaboro con la realización con los objetivos propuestos.

1.8.3. Método diagnóstico

Mediante el método de diagnóstico se pudo definir la situación turística actuar de la parroquia El Guayacán considerando la opinión de sus habitantes.

1.8.4. Método descriptivo

El método descriptivo ayudo a la elaboración de la situación problemática, el resumen del presente proyecto de la investigación.

1.9. Técnicas de investigación

1.9.1. Observación directa

La visita insitu a la parroquia El Guayacán permitió la observación de la ubicación de los atractivos con respecto del emprendimiento las posibles alternativas para mejorar el ornato. Además de tomar fotografías actuales que ayudaran con la promoción.

1.9.2. Encuesta

Se realizo una encuesta a los habitantes de la parroquia El Guayacán que permita tener su percepción acerca de las actividades turísticas que se lleva a cabo en la parroquia para definir qué opinan los habitantes acerca del ornato y los planes turístico para la parroquia El Guayacán se aplicó una encuesta tomando en cuenta los datos que constan en el INEC mediante el software REDATAM. La encuesta se realizó a través de Google Formulario. Para seleccionar una muestra representativa de dicha población se realizó el cálculo mediante la ecuación de tamaño de la muestra.

Fórmula

$$m = \frac{N}{(N - 1) * K^2 + 1}$$

Dónde:

m= muestra

N= Población o universo (5.270)

K= margen de error (10%) para la fórmula, el porcentaje a usar debe ser expresado endecimales.

$$m = \frac{5.270}{(5.270 - 1) * 0,102 + 1}$$

$$m = \frac{5.270}{53,69}$$

$$m = 98,16$$

$$m = 98 \text{ encuestas}$$

CAPÍTULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

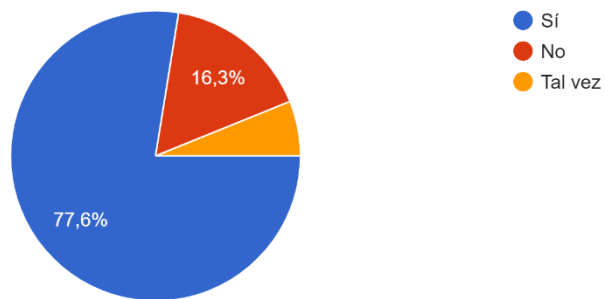
2.1. Desarrollo del caso

Figure 1

Resultados de la encuesta pregunta 1

1.¿Considera usted a la parroquia “El Guayacán” un sitio turístico?

98 respuestas



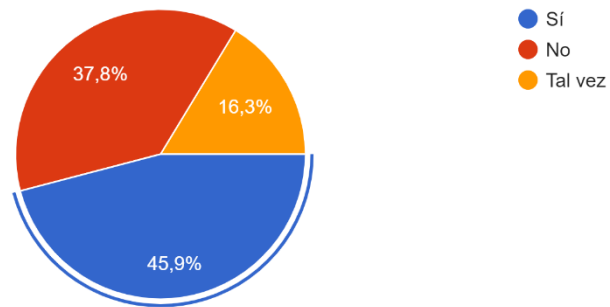
Nota: El 77,6% si considera a la parroquia El Guayacán un sitio turístico y el 16,3% dice que no la considera un sitio turístico y el 6,1% dice que tal vez la consideren un sitio turístico.

Figure 2

Resultados de la encuesta pregunta 2

2. ¿Considera usted a la parroquia “El Guayacán” un sitio seguro para realizar actividades turísticas?

98 respuestas



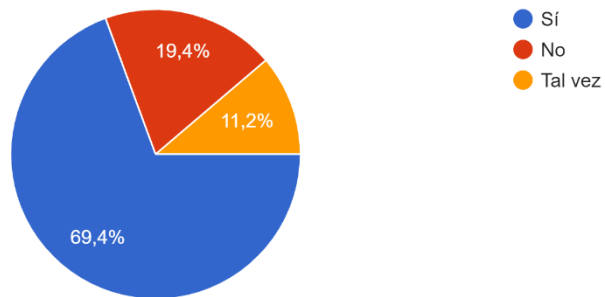
Nota: Del 100% de los encuestados el 45,9% dice que si considera a la parroquia El Guayacan un sitio turistico y el 37,8% dice que no considera a la parroquia un sitio seguro y el otro 16,3% dicen que tal vez lo considera un sitio seguro.

Figure 3

Resultados de la encuesta pregunta 3

3. ¿Esta usted de acuerdo con la implementación de emprendimientos turísticos en la parroquia “El Guayacán”?

98 respuestas

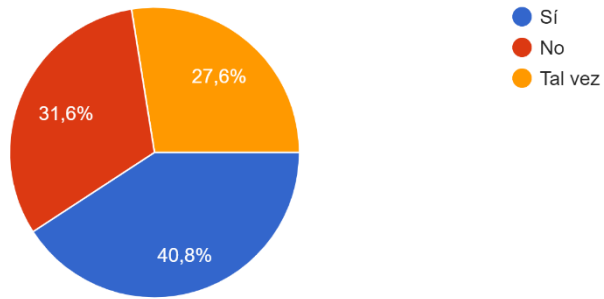


Nota: El 69,4% dice que si esta de acuerdo con la implementacion de emprendimientos turisticos en la parroquia El Guayacan y el 19,4% dice que no esta de acuerdo con la implementacion de emprendimientos turisticos y el otro 11,2% dice que tal vez esta de acuerdo con la imprementacion de emprendimiento turistico de la parroquia El Guayacan.

Figure 4.

Resultados de la encuesta pregunta 4

4.¿Piensa usted que la parroquia “El Guayacán” se encuentra turísticamente organizada ?
98 respuestas

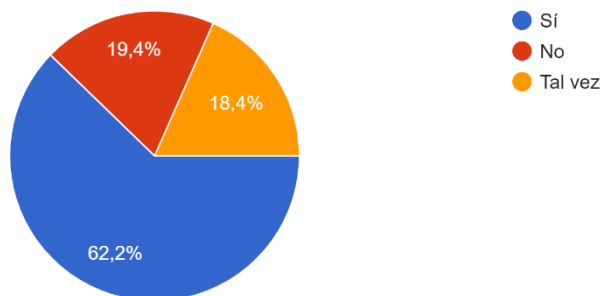


Nota: El 40,8% piensa que la parroquia El Guayacán si está organizada y el 31,6% dice que no está organizada y el 27,6% piensa que la parroquia tal vez está organizada.

Figure 5

Resultados de la encuesta pregunta 5

5.¿Usted considera importante la mejora del ornato de la parroquia “El Guayacán”?
98 respuestas



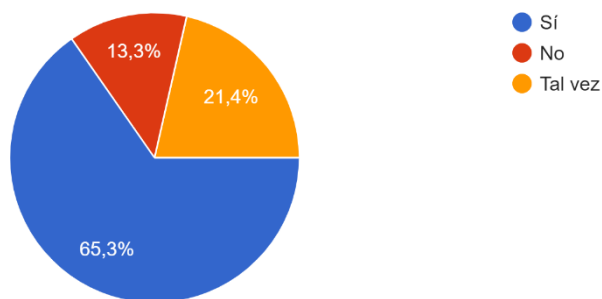
Nota: El 62,2% considera que es importante la mejoría del ornato de la parroquia El Guayacán y el 19,4% dice que no ahí mejora del ornato y el otro 18,4% dice que tal vez ahí mejora del ornato de la parroquia El Guayacán.

Figure 6

Resultados de la encuesta pregunta 6

6.¿Considera usted que la implementación de un plan de desarrollo turístico influye en el ornato de la parroquia “El Guayacán”?

98 respuestas



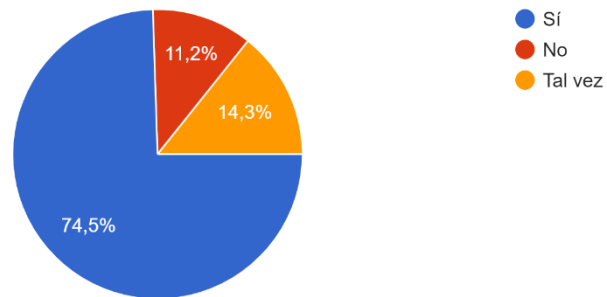
Nota: El 65,3% dice que si considera un plan de Desarrollo turístico influye en el ornato de la parroquia El Guayacán y el 21,4% dice que no considera ningún plan de Desarrollo turístico en la parroquia y el 13,3% dice que tal vez se considere un plan de Desarrollo turístico influye en el ornato.

Figure 7

Resultados de la encuesta pregunta 7

7.¿Usted considera importante la promoción turística de la parroquia “El Guayacán” para el desarrollo socioeconómico del Cantón Quevedo?

98 respuestas



Nota: El 74,5% dice que si considera importante la promoción turística de la parroquia EL Guayacán y el 14,3% dice que no considera importante la promoción turística en la parroquia y el otro 11,2% pensar que tal vez sea importante la promoción turística de la parroquia EL Guayacán.

2.2. Situaciones detectadas

Actualmente la actividad turística en la parroquia El Guayacán se desarrolla de forma desordenada lo que contribuye a la disminución de la estética del lugar: es importante mejorar el ornato de la parroquia El Guayacán pues de esta manera las actividades turísticas se desarrollarían con miras al desempeño socioeconómico.

El análisis de un plan de desarrollo turístico permite obtener alternativas para el manejo y la distribución turística de la parroquia El Guayacán de tal manera que posicione como un sitio turístico sostenible, se pueda promocionar generando ingresos para el cantón Quevedo.

La carencia de promoción turística debido a la pandemia colaboro al descenso de las visitas de índole turístico lo cual afecto directamente a destinos turístico ya establecidos y por ende a sitios que buscan establecerse, la parroquia El Guayacán cuenta con un nivel turístico aceptable para desarrollar un plan de marketing que colabore con el desarrollo del turismo interno.

2.3. Soluciones planteadas

Las autoridades a cargo del desarrollo turístico del cantón y de sus parroquias debe coordinar gestiones que permitan llevar a cabo una ordenanza para desempeño de las actividades turísticas obteniendo así la mejoría en el ornato de la parroquia El Guayacán y sus visitantes disfrute de sus atractivos de forma segura y ordenada.

Mediante un plan turístico se obtendrán múltiples alternativas como la correcta distribución de las actividades complementarias para la actividad turísticas logrando así se mantenga la estética en los diferentes atractivos y el cuidado de los mismo sea una prioridad logrando así un desarrollo turístico sostenible en la parroquia El Guayacán.

La reactivación turística que se afronta a pesar de la pandemia permite que los sectores con sitios turísticos aperturados estén listo para la promoción por tanto el desarrollo de un plan de marketing para la parroquia El Guayacán tendría beneficios socioeconómicos tanto para el cantón y la provincia de Los Ríos.

2.4. Conclusiones

- La parroquia El Guayacán se encuentra en proceso para posicionarse como un sitio turístico resaltante de la ciudad sin embargo en sus atractivos se pudo notar desorganización lo cual influye directamente en el ornato de la parroquia lo que ocasionaría a largo plazo un descenso de los visitantes.
- La actividad turística representa estar en constante innovación por tanto el desarrollo de alternativas para sitio turísticos actuales como la parroquia El Guayacán es de vital importancia. Las alternativas para la organización turística de la parroquia traerían grandes beneficios para el cantón aportando a su desarrollo socioeconómico.
- La reactivación de actividades turísticas en tiempos de pandemia ya es posible la promoción de nuevos sitios turísticos como la parroquia El Guayacán contribuye a la economía interna del cantón Quevedo desarrollar un plan de marketing involucra la solución de múltiples problemas a fines a la actividad turística.

2.5. Recomendaciones

- Es importante la actualización constante de los sitios web oficiales del cantón de la apertura de nuevos espacios turísticos la parroquia El Guayacán debe concientizarse en cuanto al cuidado de sus atractivos para que su aprovechamiento sea sustentable aportando al cantón y a la provincia de Los Ríos.
- Los atractivos turísticos de la parroquia El Guayacán se debe mantener en constante monitoreo a fin de detectar problemas en desarrollo de las actividades turísticas y a su vez posible soluciones que permitan que el turismo continúe creciendo en el cantón Quevedo.
- Al departamento de turismo del cantón Quevedo que incrementen la promoción y difusión de los nuevos atractivos y los atractivos que carecen de publicidad y por tanto la población quevedeña los desconoce.

Bibliografía

- (IICA), I. I. (2014). *organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura*. Obtenido de organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura: <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/341924/>
- BARRANCO, M. D. (2021). *MUNICIPALIDAD DE BARRANCO*. Obtenido de MUNICIPALIDAD DE BARRANCO: <https://munibarranco.gob.pe/mantenimiento-urbano-ornato/>
- Calcagni Rojas, V. (27 de 01/06 de 2017). *gestion turistica*. Obtenido de gestion turistica: <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223353239005.pdf>
- Fernández, R. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo. *Revista de Ciencia*, 276.
- García, B. (07 de 07 de 2018). *ENTORNO TURISTICO HABLEMOS DEL TURISMO*. Obtenido de ENTORNO TURISTICO HABLEMOS DEL TURISMO: <https://www.entornoturistico.com/la-estetica-dentro-del-turismo/>
- Jiménez, M. Á. (2018). Análisis de la estrategia en las redes. *Revista CIMEXUS*, 13. Obtenido de <https://www.cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/viewFile/266/215>
- Jordy Alexander Orellana Salas, T. D. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2018000100065&script=sci_arttext
- Julián Pérez Porto, A. G. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/turismo/>
- LUIS, C. B. (2020). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO*. Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8166/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000112.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mesquita, R. (23 de 07 de 2018). *ROCKCONTENT*. Obtenido de ROCKCONTENT: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

- Plumed Lasarte, M. G. (2018). *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. Obtenido de RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182018000200007
- School, M. N. (2021). *Mare Nostrum Business School*. Obtenido de Mare Nostrum Business School: <https://escuelamarenostrum.com/cuantos-tipos-de-marketing-existen/>
- SCHOOL, O. T. (2021). *OSTELEA TAURISM MANAGEMENT SCHOOL*. Obtenido de OSTELEA TAURISM MANAGEMENT SCHOOL: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/marketing-turistico-posibilidades-para-las-empresas>
- Torres Merlo, O. X. (2016). *UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES*. Obtenido de UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5019/1/PIUIETH002-2016.pdf>
- Turégano., M. Á. (2003). *FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO*. Obtenido de FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO.: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/51116/mast1de2.pdf>
- universidad tecnica de babahoyo extension Quevedo. (2021). *Universidad tecnica de babahoyo extension quevedo*. Obtenido de Universidad tecnica de babahoyo extension quevedo: <http://extensionquevedo.utb.edu.ec/content-111>



Anexos

