



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERIA
Y TURISMO**

TEMA:

**DISEÑO DE UNA RUTA TURISTICA PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS
TURISTICOS DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2021.**

AUTORA:

TATIANA CECIBEL MERO MUÑOZ

TUTORA:

MSC. PATRICIA DEL ROCIO RAMIREZ CONTRERAS

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR

2021





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



AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, a los licenciados, por haberme aceptado ser parte de ella y por brindarme un aprendizaje de calidad impartiendo sus conocimientos para seguir adelante día a día.

Agradezco también a mi Tutora a la MSc. **PATRICIA DEL ROCIO RAMIREZ CONTRERAS** por haberme brindado la oportunidad de recurrir a sus capacidades y conocimientos, así como también haberme tenido toda la paciencia para guiarme durante el desarrollo de la tesina.

Por finalizar agradezco, a mis compañeros de las clases durante todos los niveles de la Universidad, ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo incondicional que tuve, me ha ayudado y aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

TATIANA CECIBEL MERO MUÑOZ





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

DEDICATORIA

Mi tesina te la dedico con todo mi amor y cariño. A ti Dios que me distes la oportunidad de vivir y me regalarme una familia maravillosa.

A mi **Esposo Ricardo Bonilla** por siempre estar junto a mí, ser mi compañero e impulsarme a cada día ser mejor persona;

A mis **hijos Ronald y Leslie** Gracias a mis hijos por entender que, durante el desarrollo de esta tesina, fue necesario sacrificar situaciones y momentos a su lado para así poder completar exitosamente mi trabajo académico. Agradezco cada una de sus sonrisas y sus muestras de cariño hacia mí. Todos mis esfuerzos han valido la pena porque han estado a mi lado, iluminándome con su amor, estoy muy orgullosa de ser su madre.

A mi **suegra Mercedes Rivera**, que siempre a esta ahí para mí como una madre apoyándome en todo e impulsándome a ser cada día mejor.

A mis **padres Carlos y Miryan**, quienes, amor, paciencia y esfuerzo, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis hermanos; **Ivan, Jessica, Johanna, Jennifer y Alexander**. Por su cariño, durante todo este proceso, A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Gracias Dios, Esposo, hijos y familia.

TATIANA CECIBEL MERO MUÑOZ



ÍNDICE

RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
I. CAPITULO.....	9
Marco Metodológico	9
1.1. <i>Definición del tema caso de estudio</i>	9
1.2. <i>Planteamiento del problema</i>	9
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivos de la Investigación.....	11
1.4.1. Objetivo general.....	11
1.5. Sustento teorico.....	11
1.5.1. Cantón Quevedo.	11
1.5.2. Promoción turística	11
1.5.3. Afluencia de visitantes	12
1.5.4. Tipos de promociones turísticas.....	12
1.5.5. Técnicas tradicionales de promoción turística	13
1.5.6. Demanda Turística.	15
1.6. Hipótesis	15
1.6.1. Hipótesis general.....	15
1.7. Metodología de la investigación	15
1.7.1. <i>Métodos</i>	15
1.7.2. <i>Técnicas</i>	16
II. CAPITULO	17
2.1. Desarrollo de caso.....	17
2.2. Situaciones detectadas	17
2.3. Soluciones planteadas.....	18
Conclusiones.....	21
Recomendaciones.....	22
Bibliografía.....	23

TABLA DE CONTENIDO

Tabla 1	19
Tabla 2	20

RESUMEN

El presente trabajo investigativo consiste en diseñar una ruta turística para promocionar los atractivos turísticos del Cantón Quevedo año 2021, ubicado en la provincia de los Ríos, cuyo principal objetivo es promocionar a nuestra ciudad con calidad y que se diversifique por medio de los recursos o atractivos naturales turísticos que poseemos. La investigación fue desarrollada con carácter analítico y descriptivo.

Este trabajo investigativo se inició con el desarrollo de la fundamentación teórica, para lo cual se realizó una búsqueda de las variables en las diferentes fuentes disponibles, para lograr la definición correcta y a partir de allí empezar con el desarrollo del caso.

En el capítulo uno se puntualiza la propuesta de un diseño de ruta turística que permita promocionar los atractivos turísticos Cantón, la misma que contribuirá a solucionar los problemas, mediante estrategias aplicables, alcanzando captar el interés en los turistas nacionales y locales. En el capítulo dos constan las situaciones detectadas donde se detallan los lugares turísticos de la ciudad y los atractivos de cada uno, en las soluciones planteadas se presentó una guía con información clara para los turistas, además constan las conclusiones y recomendaciones pertinentes a la investigación.

La finalidad de este proyecto es que la promoción turística sea un aporte al turismo del Cantón Quevedo, pues al promover los sitios con los que cuenta el Cantón de forma adecuada, con una promoción bien dirigida a través de diferentes medios como son afiches, volates, o redes sociales, entre otros, enfocados a lograr el incremento del turismo, siendo la población la principal beneficiada a través de los recursos económicos que se obtengan de la actividad turística.

Palabras claves: Atractivos turísticos, Guía Turística, Promoción turística

ABSTRACT

The present research work consists of designing a tourist route to promote the tourist attractions of the Canton Quevedo year 2021, located in the province of Los Ríos, whose main objective is to promote our city with quality and that it diversifies through the resources or natural tourist attractions that we have. The research was developed with an analytical and descriptive character.

This research work began with the development of the theoretical foundation, for which a search of the variables was carried out in the different available sources, to achieve the correct definition and from there begin with the development of the case.

In chapter one points out the proposal of a tourist route design that allows promoting the tourist attractions of Canton, which will contribute to solving the problems, through applicable strategies, reaching the interest of national and local tourists. Chapter two contains the detected situations where the tourist places of the city and the attractions of each one are detailed, in the proposed solutions a guide with clear information for tourists was presented, as well as the conclusions and recommendations pertinent to the investigation.

The purpose of this project is that the tourist promotion is a contribution to the tourism of the Quevedo Canton, because by promoting the sites that the Canton has in an appropriate way, with a well-directed promotion through different means such as posters, volantes, or social networks, among others, focused on achieving the increase in the influx of visitors being the population the main beneficiary through the economic resources that are get from the tourist activity.

Keywords: Tourist attractions, Tourist Guide, Tourism promotion.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país lleno de diversidad cultural, además de sus hermosos paisajes que forman parte de este territorio que lo adornan y lo hacen único como nación. Quevedo, conocida como la famosa ciudad del río, por su tierra fértil, la calidez de sus habitantes, el hermoso clima, los recursos naturales e históricos; que hacen de este cantón un lugar privilegiado para los elementos que adornan la provincia de Los Ríos.

Además, cuenta con atractivos especiales como viveros, complejos turísticos, fincas, parques, iglesias, monumentos, fábrica industrial, pequeño museo y actividades como ciclismo, observación de plantaciones de cacao y plátano y vegetación doméstica, también se caracteriza por su gastronomía. Este trabajo de investigación nació de la necesidad de promover el turismo en el cantón de Quevedo a través del diseño de una campaña de los distintos lugares turísticos, con el fin de incrementar el turismo y la actividad económica.

Las personas que visiten el Cantón de Quevedo experimentarán un ambiente agradable, donde pueden pasar una estancia solos o con su familia, La ciudad tiene sitios turísticos extremadamente únicos y de libre acceso que son de fácil acceso, las personas que viven en la ciudad son muy amables de su parte, quieren traer más turistas al sitio.

El desarrollo de este proyecto tiene como objetivo diseñar una ruta turística para promocionar los atractivos turísticos del Cantón para potenciar las diferentes actividades que se pueden realizar en cada lugar, para animar a las personas a visitar la ciudad con mayor frecuencia.

Las redes sociales, los carteles y los anuncios son herramientas importantes para promover los sitios y actividades turísticas en Quevedo.

I. CAPITULO

Marco Metodológico

1.1. Definición del tema caso de estudio

DISEÑO DE UNA RUTA TURISTICA PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2021

1.2. Planteamiento del problema

¿El diseño de una ruta turística para promocionar los atractivos turísticos aportara al desarrollo turístico del Cantón Quevedo y sus zonas aledañas, Provincia de Los Ríos?

Ecuador tiene actualmente al turismo como una importante fuente de ingresos. La promoción turística se ha desarrollado ampliamente en los últimos años, es por eso que ha aumentado el número de turistas nacionales y extranjeros, es por eso que existe una mayor afluencia de personas para visitar los hermosos atractivos que tiene, pudiendo realizar actividades diferentes a su entorno habitual.

La promoción de lugares turísticos es fundamental para impulsar el desarrollo económico, pero en el cantón de Quevedo la promoción existente es poco conocida por los habitantes de la ciudad, pues no saben exactamente qué fue lo logrado durante este período por el establecimiento chef. Turismo en atractivos existentes, como consecuencia, los empresarios no muestran crecimiento económico. Quevedo tiene atractivos característicos, pero a pesar de estos elementos, la actividad turística no se encuentra plenamente desarrollada, por eso es necesaria una estrategia de promoción turística para que a través de ella se pueda atraer la atención de turistas y visitantes.

Es necesaria una estrategia de promoción y difusión de sitios turísticos en el cantón de Quevedo para lograr el crecimiento económico y social. Esta estrategia indicará acciones concretas a través de una campaña de promoción que se llevará a cabo para incrementar el número de visitantes a los atractivos turísticos.

1.3. Justificación

Este proyecto de investigación tiene como objetivo sobre todo resaltar que se está desarrollando en un municipio rico en recursos, especialmente en los atractivos turísticos que tiene a su disposición, porque son la carta de presentación de la ciudad, porque es un municipio que lucha constantemente por apoyar a la ciudad. Economía. Sector y que contribuya a la promoción del turismo.

En el aspecto turístico, existe la perspectiva de diversificar la promoción turística a través de la generación de opciones innovadoras que promuevan la incorporación y participación de los visitantes, a través del apoyo a nivel de recursos humanos necesarios para la ejecución de la promoción turística que se implemente. En el ámbito educativo, el interés es desarrollar un plan que comunique al turista, al visitante y a la comunidad en general la cultura local, el valor y el interés que se debe poner en este tipo de actividades siempre que se realicen en relación con la sostenibilidad y mejora de la calidad de vida de las personas afectadas.

En cuanto a los beneficiarios, se considera a los turistas y visitantes nacionales y extranjeros que llegan a la región y que se sentirán felices porque en la localidad podrán comunicar experiencias únicas y convivir con la diversidad natural local.

Así mismo, la localidad, cuando se producen fuentes alternativas de trabajo debido a la demanda de servicios que necesitan los turistas durante sus visitas; además de la posibilidad de integrar servicios básicos urgentes para la región, con la participación de los gobiernos locales, para explotar la singular belleza natural y ecosistema.

Es una oportunidad de formación personal y profesional para el investigador, con la aplicación teórica y práctica de los conocimientos adquiridos a lo largo de la fase de profesionalización que serán demostrados a través de este trabajo de exploración que contribuirá a la mejora de sus competencias, capacidades y competencias turísticas.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una ruta turística para promocionar los atractivos turísticos del Cantón Quevedo, año 2021.

1.5. Sustento teorico

1.5.1. Cantón Quevedo.

Quevedo una ciudad turística en Ecuador, Quevedo está ubicada en la costa ecuatoriana, en la provincia de Los Ríos. La ciudad de Quevedo es uno de los puertos fluviales más importantes del país. Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural. En las calles se pueden ver diferentes manifestaciones públicas; recordar anécdotas y leyendas de vidas pasadas con prácticas que están presentes incluso en generaciones recientes, (**Viewport, 2015**).

Además, en los alrededores de la ciudad de Quevedo encontrarás numerosos atractivos como Parque Central, Malecón, Ruta Fluvial, Parque Lineal, Parque Familiar y Terminal Terrestre, que cuenta con una infraestructura actualizada. Además, Quevedo invita a los turistas nacionales y extranjeros a disfrutar de la exquisita cocina quevedeña, donde encontrarán la enorme variedad de platos típicos de la región y delicias internacionales.

1.5.2. Promoción turística

Promoción turística en general, es justo nombrar el criterio de la comunicación de marketing, que ha predeterminado que el marketing es una parte importante de la estrategia de promoción turística. El marketing puede verse como una representación del turismo, generalmente administrado para lograr objetivos.

De acuerdo con este aporte, tenemos por tanto que la promoción es un elemento elemental en el proceso de promoción turística, siendo el que comunica los atributos del producto y persuade a los clientes a comprar.

Con respecto a la publicidad de destino, se define como "el uso deliberado de propaganda y marketing para entregar imágenes selectivas de ubicaciones o áreas geográficas específicas a un público objetivo" mencionado por (**Gilse, 2013**)

En la misma línea, (**Ejarque, 2015**) define la promoción de un destino turístico como "transmitir al potencial consumidor-turista que lo que la iniciativa tiene para ofrecer es capaz de

satisfacer sus necesidades y requerimientos; al final, busca atraer al turista quien lo ve es para seducir”. Vale la pena ir a un destino y visitarlo.

En este contexto, **(Calderon, 2009)**. Identifica dos enormes grupos de instrumentos de promoción de los destinos turísticos: los habituales y los desconocidos. Las habituales son ferias de turismo, viajes educativos, relaciones públicas y propaganda. y en publicidad no ordinaria, cabe mencionar: los talleres, las reuniones entre los expertos del área turística donde se discuten temas de interés común y la compra vinculada con la invitación del potencial cliente a conocerlo,

1.5.3. Afluencia de visitantes

Según la Organización Mundial del Turismo **(OMT, 2018)** “el turismo incluye las actividades que las personas realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período continuado inferior a un año, con fines de ocio. Empresas y otros”. De hecho, desde sus inicios, el hombre se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes lugares por una variedad de razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así que los romanos viajaron a sus villas de verano para descansar y escapar del ajetreo y el bullicio de la ciudad. Las ciudades. En el Siglo de las Luces, las clases pudientes se embarcaron en viajes por motivos culturales que llegaron a conocerse como el Gran Tour. Sin embargo, el turismo solo se convirtió en un fenómeno de masas en la segunda mitad del siglo XX, **(Sancho, 2011)**.

1.5.4. Tipos de promociones turísticas

El marketing turístico ha cambiado mucho en los últimos años, y entre estos cambios vemos una tendencia que está conduciendo a una desestacionalización y diversificación de la oferta con el objetivo de incrementar la demanda. Para enfrentar este desafío, los anuncios en línea juegan un papel importante en la promoción de destinos turísticos a clientes potenciales. A continuación, se muestran algunos ejemplos de éxito que se han desarrollado en esta área.

Proceso de planeación de la promoción turística

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
- Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa.
- Qué medios publicitarios se utilizarán.
- Con que presupuesto económico se cuenta.
- Como se medirán los resultados del programa.

Elementos fundamentales de la promoción turística



- Publicidad:
- Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes.
- Artículos, reportajes y noticias de interés general o particular.
- Publicaciones especiales, libros y guías.
- Radio, televisión y videos.

Materiales de apoyo:

- Carteles.
- Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos.
- Diapositivas.
- Displays y calcomanías.

Relaciones públicas:

- Viajes de familiarización.
- Ferias y exposiciones turísticas.
- Representaciones en el extranjero.
- Oficinas de turismo.
- Asociaciones empresariales.
- Oficinas de convenciones y visitantes.
- Centros de reservaciones.

Estos elementos deben ser vistos como un todo, con una mezcla proporcional según lo que se quiera lograr; y es necesario ajustar un presupuesto, **(Staff, 2017)**.

1.5.5. Técnicas tradicionales de promoción turística

Marketing

Marketing es una palabra anglosajona que significa marketing en español. Ambos significados son correctos y en algunos países de América Latina también se utiliza el marketing.

Siempre me gustó la primera definición que me enseñaron cuando estudiaba la raza por su sencillez. Fue así: El marketing consiste en buscar promover y atender mercados., **(Fuente, 2019)**.



Promoción de Ventas Turísticas

La promoción de ventas turísticas se refiere a un conjunto de técnicas, incentivos o actividades para estimular la afluencia de visitantes y maximizar la compra o venta de un producto o servicio.

Ubicaciones estratégicas bien decoradas, paquetes promocionales, promociones en puntos de venta, etc.

La campaña de ventas de turismo también puede ser de tres tipos, según el blog de marketing:

Marketing comercial: tiene como objetivo ganar el apoyo del revendedor y aumentar su deseo de vender.

Marketing para la fuerza de ventas: tiene como objetivo estimular la fuerza de ventas y lograr resultados más efectivos en los canales de venta del grupo.

Campaña para establecer una franquicia con el consumidor: tiene como objetivo promover el posicionamiento del producto y un mensaje de venta en la tienda.

Publicidad:

Se refiere a todas las formas de presentación y marketing de ideas, bienes o servicios. A través de la publicidad se puede informar, publicar, persuadir o estimular el consumo del producto o servicio.

También puede permitir que los consumidores recuerden su producto o servicio de una manera impersonal.

Los canales publicitarios más recurrentes son: TV, radio, internet o publicidad impresa.

Para la adopción de canales publicitarios, es importante seguir estos 5 pasos para una toma de decisiones eficiente:

Establecer objetivos

(¿Qué busco a través de la publicidad?)

Decidir el presupuesto

(¿Cuánto estoy dispuesto a gastar en publicidad?)

Adopción del mensaje

(¿Qué mensaje quiero transmitir a través de la publicidad?)

Decisión sobre los medios a utilizar

(¿Cuál es el alcance, la frecuencia y el impacto que busco para mi publicidad?).



Evaluación

(¿Las estrategias publicitarias adoptadas alcanzaron mi objetivo?), (Coutinho, 2017).

1.5.6. Demanda Turística.

La necesidad turística consiste en un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias que, influenciadas por sus intereses y necesidades especiales, quieren, pueden y están dispuestas a disfrutar de instalaciones, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

El requisito está directamente relacionado con la toma de decisiones que toman las personas a la hora de planificar sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de ocio y familiares o de sus profesiones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios., (Rica., 2013).

1.6.Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

En el Cantón Quevedo al diseñar una ruta turística para promocionar los recursos naturales mejoraría el flujo turístico y el impacto positivo dentro del sector, el mismo que contribuirá al beneficio económico y ambiental, mejorando así la calidad de vida de sus territorios.

1.7. Metodología de la investigación

1.7.1. Métodos

Método deductivo

Por otro lado, (Castellanos, 2017). En método deductivo, que en sus raíces lingüísticas significa conducir o extraer, se basa en el razonamiento, al igual que el inductivo. Sin embargo, su aplicación es totalmente diferente, ya que en este caso la deducción intrínseca del ser humano nos permite pasar de principios generales a hechos particulares. Lo anterior se traduce esencialmente en el análisis de los principios generales de un tema determinado: una vez verificado y verificado que un principio dado es válido, se aplica a contextos particulares,

Mediante este procedimiento se discutió la información obtenida sobre la veracidad de la promoción turística, relacionándola con la afluencia de visitantes, analizando la problemática de la baja actividad turística.

Método inductivo

El método inductivo parte de lo particular a lo general. Este método se lleva a cabo porque a través de la observación de ciertos hechos o fenómenos se obtienen enunciados generales, la inducción permite confirmar la veracidad de las ideas planteadas, y para lograr el objetivo propuesto es necesario recolectar información. Dentro de esta investigación Este método resulta de una observación directa de la ciudad, en la cual se determina si el turismo afecta el flujo de visitantes, **(Soriano, 2017)**.

Nos permitió detectar el inconveniente que existe actualmente en cuanto a la baja afluencia de visitantes al Cantón de Quevedo y poder analizar las causas y efectos que provocan este revés para crear estrategias de promoción y difusión al final; y hacer que los turistas tengan un interés conveniente en ver la atracción turística.

Método analítico

Según **(Robalino G. A., 2012)**. Nos permitirá analizar la situación o condición en la que se encuentra el cantón y su entorno.,

A través del método analítico, se analizaron los diferentes temas contenidos en la investigación con base teórica, para luego aplicar la metodología de investigación y así obtener resultados que ayuden al desarrollo de una promoción turística y la afluencia de visitantes. **(Robalino G. A., 2012)**.

1.7.2. Técnicas

Observación Directa

Mediante la aplicación de esta técnica en este proyecto, se apoyó y explicó cada uno de los elementos de las variables investigadas; presentar de forma clara y precisa cómo se validó la información; explicando las condiciones que deben cumplirse para la correcta aplicación de la técnica y para el procesamiento de la información.

Análisis Documental

La aplicación de esta técnica fue de gran importancia para determinar la base teórica utilizando información de sitios web, libros, folletos y redes sociales, teniendo en cuenta la promoción del turismo y el flujo de visitantes.

II. CAPITULO

Resultados de la Investigación.

2.1. Desarrollo de caso

Este proyecto de investigación se desarrolló con referencia a otras investigaciones, estudios que muestran los atractivos del cantón y que están vinculados a las variables de investigación para la ruta turística y promocionar los atractivos que tiene el Cantón.

El proyecto de investigación analizó el marketing que se ha llevado a cabo en la ciudad, ofrecido por los distintos atractivos turísticos de la ciudad, tanto públicos como privados, porque podemos conocer las consecuencias de una promoción turística subdesarrollada para el turismo en la ciudad. El crecimiento rápido e imprevisto de su negocio puede tener consecuencias financieras.

Al mismo tiempo, se pudo observar la falta de la población por no promocionar la ciudad como turista, por lo que los turistas o visitantes que llegan al corregimiento no pueden cumplir con sus expectativas, porque esto lo que quieren es estar en un lugar diferente. Lugar que el periódico. Prefiera lugares que inspiren paz, calidez, distracción para vivir una experiencia que permita la relajación en un ambiente apacible.

Es de conocimiento común que hoy en día el cantón cuenta con una gran cantidad de actividades turísticas que ayudan a la ciudad a crecer turística y económicamente y trata de satisfacer las expectativas de los visitantes organizando actividades en los atractivos más nuevos de la ciudad, como el parque familiar, la ruta del río, el parque lineal y otros atractivos implementados en la ciudad, el proyecto tiene como objetivo implementar un diseño de ruta turística para promocionar los atractivos del Cantón que sea beneficiosa para la ciudad, por eso trabajamos diariamente con la promoción turística de la ciudad.

La promoción del turismo es un factor fundamental para el aporte del turismo y el desarrollo económico.

2.2.Situaciones detectadas

- Los visitantes no cuentan con información actualizada sobre las actividades turísticas que tiene el Cantón debido a la poca promoción que se realiza de los lugares turísticos de la ciudad.

- La promoción turística dentro y fuera de la región es deficiente, aunque se considera necesaria para lograr el desarrollo económico y turístico del cantón, por lo que se debe mantener una buena estrategia y guía de promoción para todos los atractivos turísticos a su disposición.
- La mala estrategia de implementación de promociones turísticas puede tener una consecuencia constante, provocando inestabilidad en los atractivos del cantón.
- Hay una falta de seguridad en horarios establecidos.

2.3.Soluciones planteadas

Teniendo en cuenta la información obtenida sobre el diseño de una ruta turística para promocionar los atractivos del Cantón, se proponen las siguientes soluciones:

- Incrementar la oferta de actividades turísticas a través de promociones o guías que ayuden a la afluencia de turistas.
- Implementar estrategias que favorezcan el desarrollo turístico de la ciudad.
- Mejorar la calidad de la atención de los servicios que se prestan en las actividades a realizar mediante la formación en la calidad de los servicios.
- Garantizar la productividad y competitividad del turismo de la ciudad.

Matriz de Promoción Turística del Cantón Quevedo

Lugares Turísticos	Público o Privado	Que atractivos tiene	Estrategia utilizada en la promoción	Capacidad máxima (asistencia promedio de visitantes)
Parque de familia	Público	Jardineras, camineras, comedores, espacio para deportes extremos, murales artísticos, bailoterapia, canchas de uso múltiples, esculturas de animalitos, así como unas manos gigantes sosteniendo un árbol, entre otras.	Prensa, folletos, redes sociales.	500 personas
Ruta del río	Público	Mini Golf, Pistas de paintball, cafeterías, restaurantes, gimnasios, complejos deportivos, deportes acuáticos, muelles, entre otras actividades.	Radio, televisión, diario digital.	30 visitantes por día en los atractivos establecidos.
Parque lineal	Público	Patios de comida, juegos bio-saludables para adultos y juegos infantiles, camineras, jardineras y otras áreas para la distracción de los visitantes.	Folletos, anuncio publicitario.	200 personas.
Zona rosa	Público	Discotecas, bares, restaurante, karaoke.	Afiches, volantes.	Afluencia de 30 visitantes dentro del local.
Malecón de Quevedo	Público	Puestos de comida, juegos de diversión para niños, vista panorámica del río	Prensa, redes sociales.	200 personas.
Complejo Manila	Privado	Piscinas, parque acuático, Spa, canchas deportivas, hamacas, cabañas, dos bares y dos restaurantes que ofrecen un menú variado, a más de un parqueadero exterior e interior.	Volantes, redes sociales	70 personas.
Complejos South Fork	Privado	Centro turístico de área verde, con canchas deportivas, piscinas, pista de baile y amplio parqueadero	Páginas, volantes, radio	60 personas.

Tabla 1

Guía de promoción turística del Cantón Quevedo





Lugar turístico	Servicio	Capacidad	Horario de atención	Negocios existentes	Fotografía
Parque de familia	Juegos recreacionales, áreas verdes, para pasar tiempo con la familia.	500 personas	Todo el día	Patios de comida, parqueaderos	
Ruta del río	Servicio de atención, Cafetería, restaurante, actividades de deporte, Mini Golf entre otros.	300 personas distribuidos en los atractivos establecidos.	Todo el día	Seguridad, estacionamiento, servicio de higiene.	
Parque lineal	Acogida, recreación de adultos mayores, y niños,	200 personas	Todo el día	Servicios de atención al cliente, servicios de internet.	
Complejos Manila	Satisfacer las necesidades y expectativas de mejor calidad al visitante.	70 personas	14h00-18h00	Patios de comidas, servicio higiénico, seguridad, estacionamiento.	

Tabla 2

Conclusiones

Una vez finalizado el proyecto de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En la investigación, fue posible analizar los medios de difusión utilizados para dar a conocer los atractivos turísticos públicos y privados del Cantón de Quevedo, sabiendo que no hay promoción planificada, ya que solo cuando hay un evento es publicitado por el local. medios de comunicación. Además de folletos turísticos de los atractivos que la ciudad tiene de vez en cuando.
- Se estableció que en nuestro cantón existen una gran cantidad de atractivos turísticos, algunos de los cuales son de gran demanda por parte de las personas que los visitan repetidamente, pero debido a la pequeña campaña turística que tiene el cantón, no es posible crear el interés deseado por un mayor número de turistas para visitar Quevedo, pero es necesario contar con un plan de promoción turística.
- Además, se deben utilizar medios promocionales o guías que revelen el interés que existe en los habitantes, teniendo en cuenta lo sustancial que es el turismo en nuestra ciudad, con el fin de ayudar a avanzar e impulsar la afluencia de visitantes que puede generar la localidad anunciando lo que es nuestro.

Recomendaciones

Este trabajo fue creado a partir de un estudio de caso de investigación, que finalmente muestra el potencial turístico del cantón, el cual debe ser utilizado de manera sustentable y sustentable, lo que ha hecho posibles las siguientes recomendaciones:

- Analizar las promociones existentes para los distintos atractivos que promueven el turismo y el flujo de visitantes al momento de la implementación de la respectiva propuesta de investigación.
- Difundir atractivos turísticos relevantes en la ciudad de Quevedo que contribuyan al desarrollo del turismo y que ayuden a la economía con la ruta turística que se pueda marcar en el cantón.
- Aumentar la conciencia entre los habitantes de la ciudad de que tenemos una ciudad que podemos marcar turísticamente y promoverla, ya que es crucial para el cantón, con el fin de despertar el entusiasmo en los turistas, para que se reactive el turismo, esta es un arma más efectiva. En la aplicación de la estrategia, para el marketing turístico de nuestra ciudad.

Bibliografía

- Calderon, B. A. (23 de MAYO de 2009). <https://www.dspace.espol.edu.ec>. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec>:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1822/1/3624.pdf>
- Castellanos, B. J. (15 de DICIEMBRE de 2017). <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de <http://www.scielo.org.co>: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- Coutinho, V. (01 de DICIEMBRE de 2017). <https://rockcontent.com>. Obtenido de <https://rockcontent.com>: <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- Ejarque, j. A. (2015). *Turismo Sostenible*. Mexico, Cancun, Mexico: Viajes a través del tiempo. Obtenido de <http://www.turismosostenible.com>
- Fuente, O. (26 de JULIO de 2019). <https://www.iebschool.com>. Obtenido de <https://www.iebschool.com>: <https://www.iebschool.com/blog/marketing-marketing/>
- Gilse, I. F. (18 de febrero de 2013). <http://www.turismo.com>. Obtenido de <http://www.turismo.com>: <http://www.turismo.com>
- OMT. (07 de Mayo de 2018). www2.unwto.org. Obtenido de www2.unwto.org:
<http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Rica., U. E. (08 de NOVIEMBRE de 2013). <https://ucipfg.com>. Obtenido de <https://ucipfg.com>: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Robalino, G. A. (22 de JULIO de 2012). <http://repositorio.ug.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec>:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1401/1/TESIS%20PROMOCION%20TURISTICA%20DEL%20BALNEARIO%20DE%20BANCHAL%20-%20GISELLA.pdf>
- Robalino, G. A. (22 de JULIO de 2012). <http://repositorio.ug.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec>:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1401/1/TESIS%20PROMOCION%20TURISTICA%20DEL%20BALNEARIO%20DE%20BANCHAL%20-%20GISELLA.pdf>

- Sancho, A. (18 de SEPTIEMBRE de 2011). <http://www.utntyh.com>. Obtenido de <http://www.utntyh.com: http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Soriano, D. E. (12 de MAYO de 2017). <https://repositorio.upse.edu.ec>. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec: https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4127/1/UPSE-TDT-2017-0017.pdf>
- Staff, E. T. (28 de ABRIL de 2017). <https://www.entornoturistico.com>. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com: https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>
- Viewport. (02 de Febrero de 2015). <https://www.ecuador-turistico.com>. Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com: https://www.ecuador-turistico.com/2015/02/turismo-en-quevedo.html>

ANEXOS



Parque de la Familia



Parque Lineal



Ruta del Rio



Canopy en la Ruta del Rio



Complejo Manila



Complejos South Fork



Zona Rosa



Malecón de Quevedo



Autora Tatiana Mero



Paseo en botes en La Ruta del Rio