



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO
EXTENSION QUEVEDO

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA PROMOVER EL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNA PIEDRA BLANCA CANTÓN GUARANDA
PROVINCIA DE BOLIVAR, AÑO 2022

AUTOR:

ÁLAVA ARTEAGA MERCEDES GUADALUPE

TUTOR:

ING. CARRANZA PATIÑO HELEN MARIA Msc.

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2022

AGRADECIMIENTO

Sin duda en mi corazón laten sentimientos de gratitud que no puedo dejar de expresarlos primero a Dios por darme la sabiduría, a mis amados padres, a mis hermanos y demás familia por el apoyo moral que me ayudaron a conseguir mi objetivo.

El incansable correr del tiempo marca una etapa más en mi vida, al verme graduado, vislumbro nuevos horizontes y un nuevo amanecer lleno de progreso y éxitos

ÁLAVA ARTEAGA MERCEDES GUADALUPE

DEDICATORIA

Con mucho amor dedico este trabajo a Dios y a mis padres como una forma de corresponder a la paciencia, esfuerzo, respaldo y al incentivo que me han brindado durante este proceso que ha sido inolvidable para mí. A los Docentes de la universidad que con sus conocimientos impartidos me ha permitido llegar a cumplir hoy una meta más en mi vida profesional, como retribución a ello lo dedico.

ÁLAVA ARTEAGA MERCEDES GUADALUPE

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se basa en las estrategias de marketing para promover el turismo comunitario en Guaranda esté cuenta con recursos culturales, naturales y locales de esta región. En el cual se planteó un objetivó que consiste en diseñar estrategias de marketing para promover el turismo comunitario en la comuna Piedra Blanca cantón Guaranda Provincia de Bolívar en la que se utilizó el método descriptivo y se implementó como instrumento un cuestionario dirigido a los habitantes del cantón Guaranda y recintos aledaños de los cuales se obtuvo como resultado que darían buen efecto las estrategias planteadas para la incrementación del turismo comunitario en esta localidad dándole un mayor realce en lo que respecta al ecoturismo y turismo rural con la creación de plataformas digitales, visualización de contenidos en medios de comunicación y vallas o pancartas publicitarias. Como resultado tenemos que el turismo comunitario es una buena forma de activar el desarrollo atreves de estrategias de marketing que impulsan a incrementar la economía y el turismo en la comuna Piedra Blanca donde muchos turistas se sientes atraídos por estos lugares y destinos que nos ofrece este cantón con sus mega diversos atractivos para que se cree un impacto positivo en el turismo en esta ciudad.

Palabras clave: Estrategias de Marketing, Turismo Comunitario.

ABSTRACT

This research work is based on marketing strategies to promote community tourism in Guaranda, it has cultural, natural and local resources of this region. In which an objective was raised that consists of designing marketing strategies to promote community tourism in the Piedra Blanca commune, Guaranda, Province of Bolívar, in which the descriptive method was used and a questionnaire addressed to the inhabitants of the canton was implemented as an instrument. Guaranda and surrounding areas from which it was obtained as a result that the strategies proposed for the increase of community tourism in this locality would give a good effect, giving it a greater enhancement in terms of ecotourism and rural tourism with the creation of digital platforms, content visualization in the media and billboards or advertising banners. As a result we have that community tourism is a good way to activate development through marketing strategies that drive to increase the economy and tourism in the Piedra Blanca commune where many tourists are attracted to these places and destinations that this canton offers us. with its mega diverse attractions to create a positive impact on tourism in this city.

Keywords: Marketing Strategies, Community Tourism

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
AGRADECIMIENTO	2
DEDICATORIA	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
ÍNDICE GENERAL	6
Introducción	7
1.1. Justificación	8
1.2. Objetivo	9
1.3. Sustento Teórico	11
1.7. Métodos de Investigación	21
2.1. Resultados Obtenidos	21
2.2. Situaciones detectadas	13
2.3. Soluciones planteadas	14
2.4. Conclusiones	15
2.5. Recomendaciones	16
BIBLIOGRAFÍA	17

Introducción

El turismo comunitario es un tipo de alternativa que promueve y ayuda a rescatar las diferencias sociales y económicas que se dan en una comunidad rural, además se la utiliza como una vía que puede ayudar a dar conocer comunidades ricas en turismo buscando generar ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas utilizando los recursos de la zona como culturales, naturales y locales en una región en particular.

Hoy en día el turismo comunitario se encuentra en constante evolución desde los países del gran Caribe hasta África, Asia y América Latina generando que el turista tenga una participación más activa con los hábitos y costumbres de un grupo o sociedad en particular, a nivel mundial este tipo de turismo se ha puesto en práctica lo cual ha servido en gran ayuda a las comunidades más lejanas, en conjunto con el marketing son una especie de base fundamental para realzar cualquier zona que necesite incrementar sus ingresos y progresar.

Este es catalogado como un recurso amplio que permite a los pueblos de diferentes regiones a convertirlos en atractivos turísticos y prestar servicio a visitantes por medio de sus habitantes en forma de guías turísticos de la misma comunidad que imparten los conocimientos adquiridos natales de su sociedad. Así mismo este brinda oportunidades de jugar un papel en las nuevas generaciones desde intercambios de elementos de producción bienes y servicios con otras comunidades que gocen de independencia en cuanto al turismo en la zona.

En conjunto con las estrategia de márketing que consisten en satisfacer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo permitir competir adecuadamente con otros turismo comunitario puede lanzarse a grandes estándares para llamar la atención de los turistas en

estrategias basadas como marketing mix y marketing turístico, las cuales permitirán que la comuna Piedra Blanca del cantón Guaranda se dé a conocer a grandes escalas haciendo relevante su actividad económica y social, para de esta manera beneficiar a sus habitantes volviéndose atractivamente turística con la finalidad de atrapar la atención del público de manera comercial y cultural.

Desarrollo

1.1. Justificación

La presente investigación está sustentada en documentos bibliográficos en los cuales se ha revisado minuciosamente las teorías para la orientación correcta en cuanto al asunto de análisis de mercado, marketing puntos turísticos de promoción que nos facilitaran de manera pertinente y poder realizar la ejecución eficaz del desarrollo de la investigación.

El turismo comunitario promueve la economía de un territorio, el beneficio de incrementar sus ingresos para fortalecer, readecuar y crear más puntos recreativos que promuevan el turismo en la comuna. Sitios como el Cerro Protector Piedra Blanca, restaurantes y centros recreativos de la comuna ofrecerían más oportunidades de empleo a medida que turismo se incremente de esta manera serían más los ingresos en la sociedad y mejorarían su calidad de vida.

En el cantón se ha observado el incremento de organizaciones que promueven esto impulsa a crear nuevos sitios de entretenimiento masivo dando así un punto clave para intervenir con estrategias de marketing que promuevan la imagen de la comuna.

1.2. Objetivo

- ✚ Establecer estrategias de marketing para promover el turismo comunitario en la comuna Piedra Blanca cantón Guaranda Provincia de Bolívar, año 2022

1.3. Sustento Teórico

1.3.1 Cantón Guaranda

El Cantón Guaranda, pertenece a la provincia de Bolívar, Ecuador, y la ciudad de Guaranda viene a ser su cabecera cantonal. Se proyectaría hacia el futuro como uno de los principales centros de negocios del territorio.

Guaranda conocida como la ciudad de las siete colinas, es pintoresca y se encuentra en si se toma referencia a los andes pues está del lado occidental de la cordillera, directo a uno de los volcanes más grandes del Ecuador el majestuoso Chimborazo, es una ciudad que cuenta con un agradable clima y calles adoquinadas donde vive gente amable y acogedora aproximadamente 25.000 habitantes en su zona urbana su gente domina idiomas como el español y kichwa. Guaranda esta bañada por el rio salinas y el rio illangama que nacen de los páramos del Chimborazo, en esta ciudad una de las fechas en donde más populares vuelve ese la época del carnaval en la cual año tras año se vuelve una de los centros más atractivos donde se celebra con intensidad, fiesta comidas típicas, pregones desfiles y bailes como arte de la cultura de esta zona en la cuales actividad económica turística y social se incrementa.

Esta ciudad en el más importante centro administrativo económico, financiero y comercial de la provincia, entre sus actividades tenemos la agricultura, ganadería, comercio y agroindustria entre sus atractivos turísticos tenemos la comuna de piedra blanca que está considerada como una de las primeras colonizaciones.

1.3.2 Comuna Piedra Blanca

Esta comuna se estableció muy cerca de donde en la actualidad está centrada la comunidad de Piedra Blanca la cual consta de bosques primarios o en estado virgen todo esto pertenece al cuidado de los habitantes de la Provincia de Bolívar ciertamente se estima que por los años 40, luego todas estas tierras las adquirieron un Mayor que pertenecía al Ejército, al cual se lo identifico como Mario Ramírez el cual le dio mantenimiento por casi 12 años.

En 1967 fue el año en la una familia se asentó a vivir por primera vez, Calero, Carvajal, Camacho, Olivares y García, son los primeros grupos denominados étnicos mestizo los cuales hacían cosecha de frutas del bosque, así como también pescaban. Estos primeros habitantes comenzaron a cultivar arroz, caña, café, maíz, naranja, plátano. yuca, pastos y ajonjolí, así como sacarle un provecho a la tierra en todo sentido.

En 1973 se da comienzo a la construcción de carreteras y en conjunto con la ayuda de habitantes adyacentes se puso en pie la primera escuela, a la cual se le dio el nombre del primer docente que laboro allí Escuela Sra. Consuelo Gomes de la Torre y así es como estos pocos, primero y principales habitantes dieron vida a la comuna Piedra Blanca

Ubicación

El siguiente denominado Bosque protector de Piedra Blanca se halla se encuentra ubicado cerca de los Andes en las montañas Occidentales de la cordillera al oeste de Guaranda que es el cantón, así como de la en la parroquia San Luís de Pambil.

Clima

Su principal característica se da por las fuertes que se dan en los meses de enero y mayo, así como la época de sequía que se da entre junio y diciembre por lo general la temperatura que hace en el lugar va desde los 22 grados. En fin, esta cuenta con climas más que agradable

Flora

El bosque está catalogado como húmedo pre-montan algo subtropical, en cual se cuentan especies de árboles tales como: palma, molinillo, pambiles, pecho, sapan, copal, etc., casi 113 especies de árboles identificadas en la zona, algunos muy grandes en cierta medida, además, existen un sinnúmero de especies de plantas menores muy importantes.

Fauna

Dentro de la fauna encontramos algunas especies endémicas como colibríes, tucanes, corbatudos, águilas, loros, pájaros carpinteros, pavas, perdices, gallos de monte, búhos, entre muchas otras especies de aves. También encontramos especies de mamíferos como: puerco saínos, guantas, guatusas, armadillos, osos hormigueros, pericos ligeros, monos, venados, gatos de monte, tigrillos y nutrias, junto a un sinnúmero de reptiles e insectos.

Atractivos

- **Excursiones por el Bosque:**

Existen cuevas que pueden ser exploradas, también cascadas y uno de los principales atractivos naturales es la piscina de agua cristalina. Están disponibles excursiones por la noche, en las que se puede observar: gatos de monte, tigrillos, monos chorongos, osos perezosos, entre otras variedades de aves.

- **Cabalgatas:**

Explorar los valles y todo paisaje que hay en Piedra Blanca, todo comprende un tipo de aventura donde se puede visitar otros pueblos o ser partícipe de las ferias visitar los huertos orgánicos, cascadas y lagunas, cementerios pre-Incásicos, inscripciones Incas en Piedra y más atractivos locales.

- **Producción del Aguardiente:**

Se produce cantidades grandes de aguardiente el cual se extrae de la caña de azúcar en la Provincia de Bolívar, se puede apreciar todo el proceso, demoliendo, fermentación y extracción del aguardiente, y tener el honor de probar esta bebida tradicional. (Readecua, 2020)

1.3.3 Turismo comunitario

El Turismo Comunitario, es una actividad que la realiza o llevan adelante comunidades que se organizan para prestar servicios turísticos con la esperanza de obtener un mejor bienestar y una vida de calidad para sus familiares. “El Turismo Comunitario se está consolidando como estrategia de desarrollo y objeto de investigación científica”. (Ballesteros, 2018) pág. 11

En la actualidad el país es testigo de un crecimiento de demanda sobre este ámbito turístico ya que nos ayuda de una forma muy específica a conocer más sobre cada una de las culturas que existen en nuestro país, y con el conocimiento adquirido poder transmitir a las personas turistas que visitan el Ecuador.

El Turismo Comunitario se ha impuesto como algo positivo para la sociedad ya que muchas de aquellas familias que conforman una comunidad, están siempre a disposición

de brindar los servicios con total responsabilidad y respeto para que así todos los turistas se sientan acogidos como en casa, y es aquí donde está la clave, es decir de tener más turistas que aporten con el crecimiento económico. “Es importante conocer los impactos negativos del turismo sobre bienes naturales y culturales para poder evitarlos o neutralizarlo”. (Kekutt E., 2017) pág. 32

Lo primordial sobre el Turismo Comunitario es no realizar contaminación, al momento que visitamos un sector una comunidad, nos transportamos a otro mundo, donde por educación debemos mostrar respeto hacia todos miembros que habitan en el sector turístico. Ellos son personas que se esfuerzan día a día por mantener el lugar apropiado para que los turistas se sientan de una manera muy relajante y se olvide del mundo exterior sobre todo del estrés.

Cuidar nuestra flora y fauna es lo que nos caracteriza como buenas personas cuidadoras de nuestra naturaleza, y saber cómo reaccionar ante una problemática social como, por ejemplo: daños en yacimientos arqueológicos, alteración de piezas, incisiones e inscripciones sobre pinturas, robo de piezas de museos, abandono de las pautas culturales, tener la actitud de sobrellevar con cautela actos como los mencionado

1.3.4 Turismo Comunitario en Comuna Piedra Blanca.

El bosque protector Piedra Blanca es un pedacito de selva que con sus ríos que parecen de cristal embellece esta pequeña comuna en la cual se encuentran rocas de dimensiones gigantes algunas blancas y otras negras, todo esto es de conocimiento como un patrimonio importante lleno de flora y fauna ecuatoriana. Su característica principal es sus lluvias están entre los meses de enero a mayo su estación seca entre junio a diciembre se caracteriza por tener un clima muy agradable.

Los negocios de CBT ahora brindan a las comunidades otra fuente de ingresos e incentivos económicos directos para la conservación y la reforestación. La comunidad administra la empresa de turismo comunitario y distribuye los ingresos del turismo de manera justa. Por ejemplo, los guías turísticos locales están implementando un sistema de rotación, turnándose para acompañar a los turistas y compartir los beneficios económicos del turismo.

De esta manera, los turistas brindan a Piedra Blanca un importante recurso que promueve mediante el logro de metas de conservación. El recurso que Ud. Invierte al visitar el bosque en (alojamiento, alimentación, y servicios de guías) es destinado para un fondo comunitario, el cual maneja la comunidad para desarrollar servicios locales.

Es importante que se valoren los esfuerzos de la comunidad por emprender nuevas alternativas sostenibles para la generación de recursos con sostenibilidad comunal y ambiental, este proyecto se presenta como ejemplo alternativo para que otros reductos de bosques cercanos existentes en la cordillera accidental y sus comunidades sigan su ejemplo, por ello se debe apoyar aquellas iniciativas de conservación de la biodiversidad de la costa ecuatoriana mediante la visita al bosque que está en un nivel de conservación excelente.(Peña, 2018)

1.3.5 Estrategias Marketing

Para Kotler y Armstrong (2017) el marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente. Esta tiene meta por dos las cuales consisten en captar nuevos clientes a los cuales se les promete una mayor atención intentar cubrir todas sus necesidades para aumentar a tasa de turistas. Se podría establecer que en términos generales es el conjunto de acciones que se destinan a la satisfacción de las necesidades

y deseos de los grupos objetivos todo esto a cambio de la utilidad para las organizaciones que realizan estas prácticas

Las estrategias son las que dan orientación a las diferentes acciones que permitirán el cumplimiento de los objetivos, es decir la estrategia contiene un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente que van acorde a las actividades que desempeña una empresa. De tal manera podemos determinar que todas las estrategias son de suma importancia por lo que se basan tanto en lo económicos y personal en torno a objetivos, con ello logrando eficiencia y eficacia en el desempeño de las actividades. Sainz (2020) afirma:

La estrategia consiste sencillamente en adecuar nuestros factores internos a los factores externos para obtener la mejor posición competitiva. El directivo en función de su interpretación del análisis efectuado, tiene que plantear diversas opciones y reflexionar acerca de la más idónea, teniendo siempre presente los medios de los que dispone y los resultados deseados. (p. 296)

1.3.5.1 Tipos de estrategias

- **Estrategias corporativas**

Las estrategias corporativas se refieren a alcanzar los objetivos que la empresa se ha planteado con la finalidad de poder sentirse satisfechos con las expectativas que han planteado el líder de la empresa u organización. Andrade (2017) manifiesta que “la estrategia corporativa enumera los objetivos a alcanzar con el fin de armonizar las expectativas de los accionistas o de los líderes con los valores alrededor con las que las

entidades pueden tener una buena organización” (p.79). Así mismo estas tienden a tener una estrategia que ayuda a ser mejor en el ámbito económico o social en sus negocios.

Se puede decir que esta estrategia permitirá a las empresas tener éxito en los negocios siempre y cuando sepan manipular en qué áreas de negocios deben participar con el fin de poder incrementar sus utilidades y así poder sacar a la empresa en adelante. Burke, E. (2016) afirma que “La estrategia corporativa son aquellas que abarcan el actuar de la empresa íntegramente, en específico pretenden indicar en qué áreas de negocios deberían participar la compañía de manera que incremente su utilidad a largo plazo” (p.45).

En el momento que una empresa aprenda a tomar buenas decisiones es cuando tomara una ventaja con su competencia y de esta manera podrá tener más ventas por lo tanto aumentara los ingresos.

- **Estrategia competitiva**

Se refieren como debe competir las empresas con éxito en un mercado determinado por ende siempre las empresas deben estar innovando para que tengan así ventaja competitiva y no puedan salir del mercado, sino que al contrario serian reconocidos por todos los consumidores. Grant, R. (2017) manifiesta que “La estrategia competitiva es poder que la empresa de éxito se esfuerza por desarrollar bases para lograr una ventaja competitiva, ventaja que pueda consistir en un liderazgo en costos o diferenciación” (p.33). Es importante que las empresas utilicen este tipo de estrategia ya que le permitirá tener mayor ventaja y a su vez también puede lograr aumentar sus ingresos y sus ventas por esta razón siempre deben contar con estrategias con el fin de poder competir con sus rivales.

- **Estrategia operativa o funcional**

La siguiente se trata de como funcionan los siguientes elementos que forman parte de la organización como es: talento humano, recursos y procesos, estos abren una brecha en las empresas para tener la creatividad de crear algún nuevo producto o servicio que sea útil y competitivo en el mundo del comercio. Lo único es que siempre debe cubrir las necesidades a cabalidad tanto de la empresa como del mercado Cuervo García (2017) “se ocupa de los distintos componentes de la organización, en términos de recursos, procesos, personas y sus habilidades, hacen efectiva la estrategia corporativa. La función es crear productos y servicios con los que la empresa pueda competir en el mercado” (p.39). Lo cual hace énfasis que una estrategia operativa ayuda a organizar mejor un negocio, empresa y por lo mismo le ayudará a ser innovador con sus productos o servicios.

1.8. Técnicas Aplicadas para la Recolección de la Información

Desde un punto de vista descriptivo, el proceso metodológico que se realizó en el trabajo fue de carácter cuantitativo, en el cual se evaluaron criterios relacionados con el turismo comunitario, el impacto de los turistas sobre las nuevas estrategias, así como que prioridad beneficiaría al turismo en la localidad sobre la comuna Piedra Blanca.

También se realizó una revisión bibliográfica y documental que permitió obtener conceptos necesarios, así como avances en el tiempo sobre las estrategias e identificar similitudes muy importantes que aporten a nuestra investigación.

Al analizar cada referencia desde un punto de experiencia e identificar a la comuna como un proyecto importante para la gente que la habita así está tuviera los conocimientos suficientes para ofrecer servicios de turismo más sostenibles y rentables.

Población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en un informe presentado en el año 2018, en cantón Guaranda tiene una población de 65.000 habitantes.

Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra para nuestra investigación se utilizó la fórmula para la población finita:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N= Tamaño de la población (65.000 habitantes)

Z= Intervalo de confianza del (95% = 0,95)

e= Margen de error (5% = 0,05)

P= Probabilidad de que ocurra el evento (50% =0,50)

Q= Probabilidad de que no ocurra el evento (50% = 0,50)

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{30000 * 0.95^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (30000 - 1) + 0.95^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 380$$

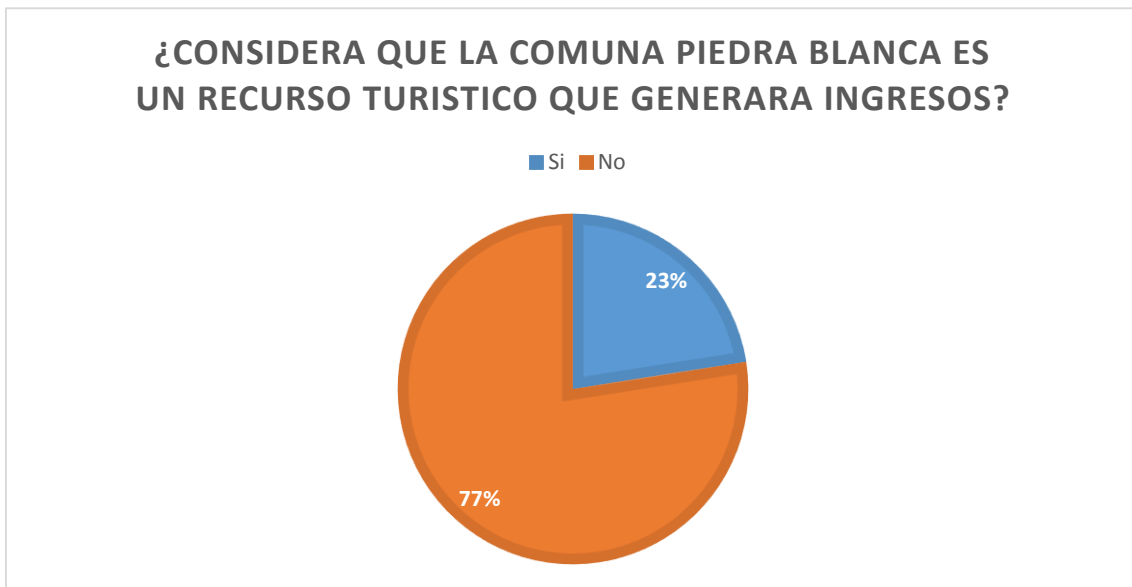
1.7. Métodos de Investigación.

En cuanto al método que se escogió fue el nivel descriptivo el cual permitió desglosar toda la información de nuestra investigación utilizando también un cuestionario como instrumentó de investigación la cual consto de 8 preguntas.

2.1. Resultados Obtenidos

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón se presentan a continuación:

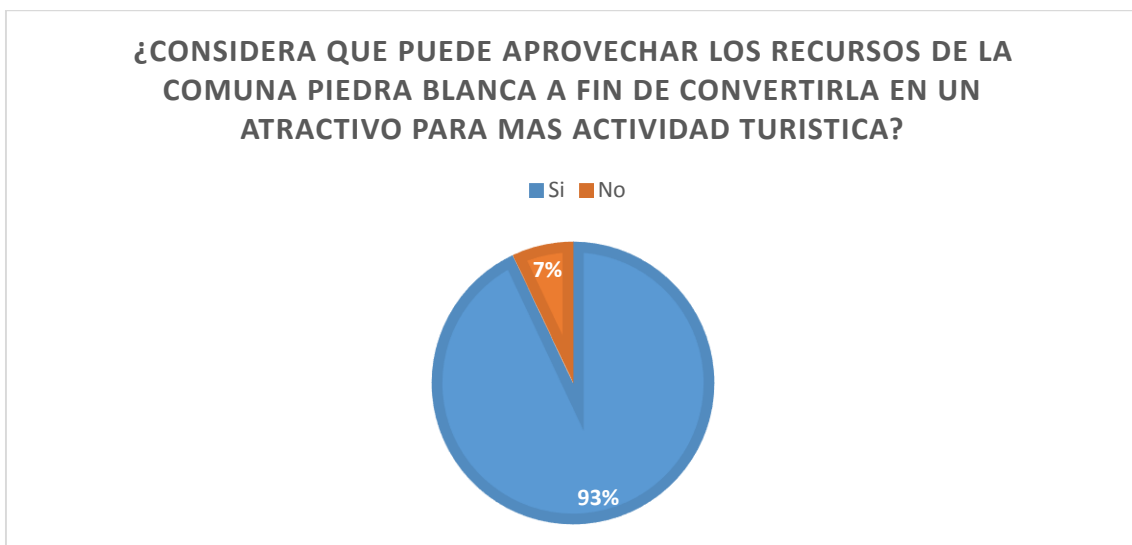
Pregunta 1



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Los habitantes del Cantón Guaranda si consideran en un 77% que la comuna Piedra Blanca es un recurso turístico que generará ingresos mientras que un 23% no lo considera de la misma manera.

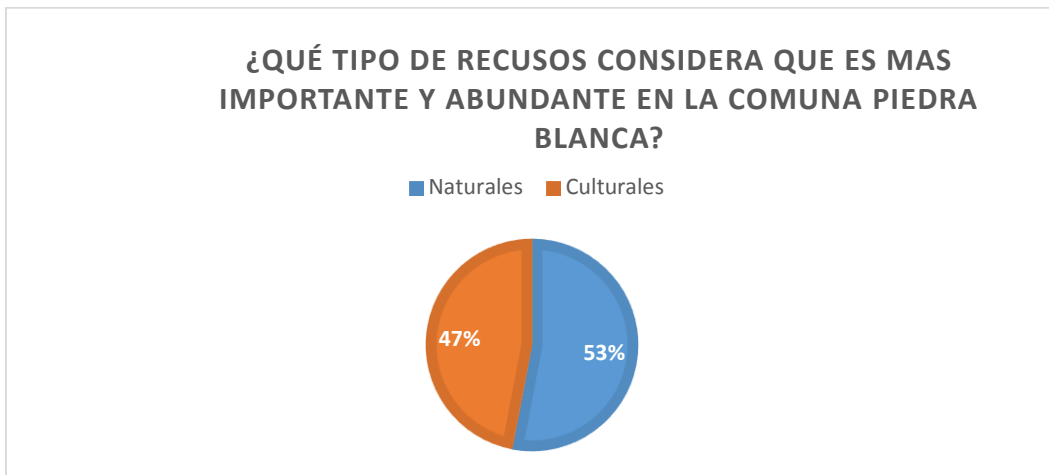
Pregunta 2



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según los encuestados un 93% considera que se puede aprovechar de los recursos de la común Piedra Blanca, mientras que un 7% considera no aprovecharla como atractivo turístico.

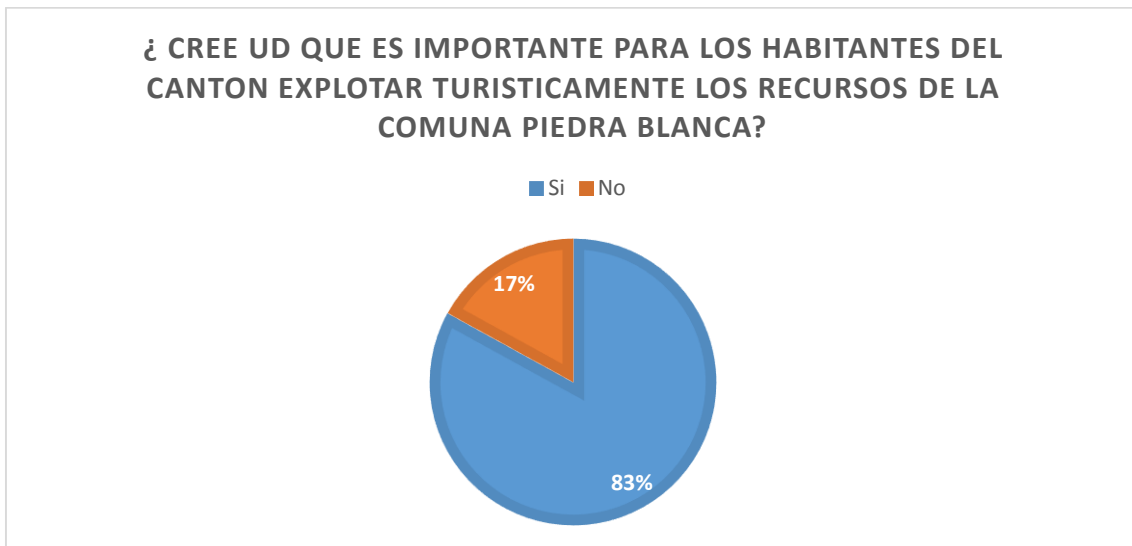
Pregunta 3



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: En la siguiente pregunta según los resultados de las encuestas se obtuvo que los habitantes consideran un 53% más importante y abundante el recurso natural dentro de la comuna mientras que un 47% considera el recurso cultural como más abundante e importante.

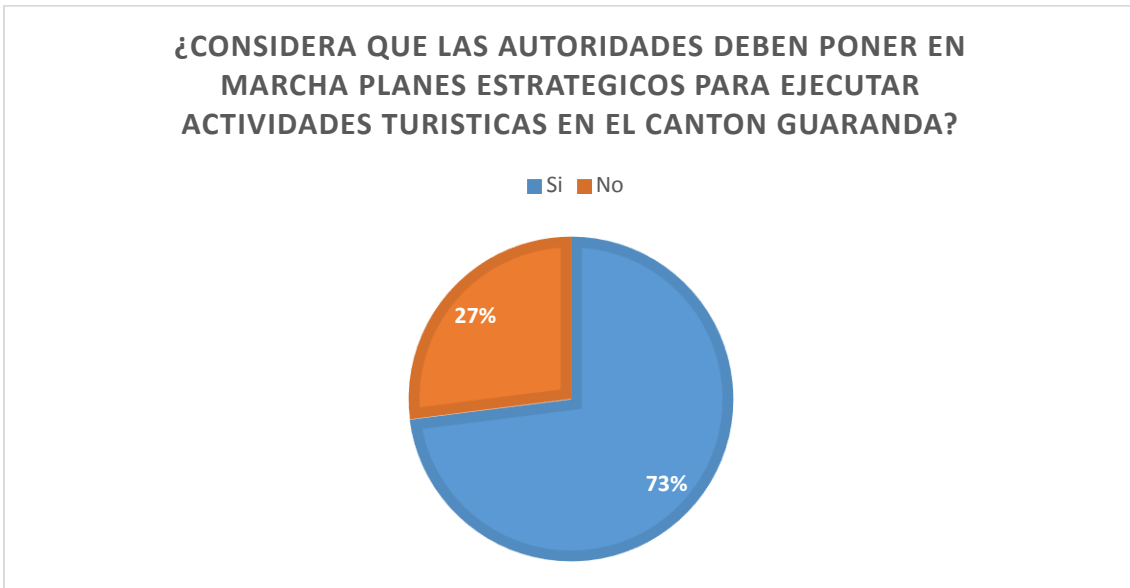
Pregunta 4



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según las respuestas de los habitantes un 83% está de acuerdo en explotar turísticamente los recursos de la comuna Piedra Blanca, mientras que un 17% no considera importante explotar la comuna Piedra Blanca.

Pregunta 5



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según los encuestados un 73% considera que las autoridades si deben poner en marcha planes estratégicos para el turismo mientras que un 27% no considera que las autoridades no deberían ejecutar.

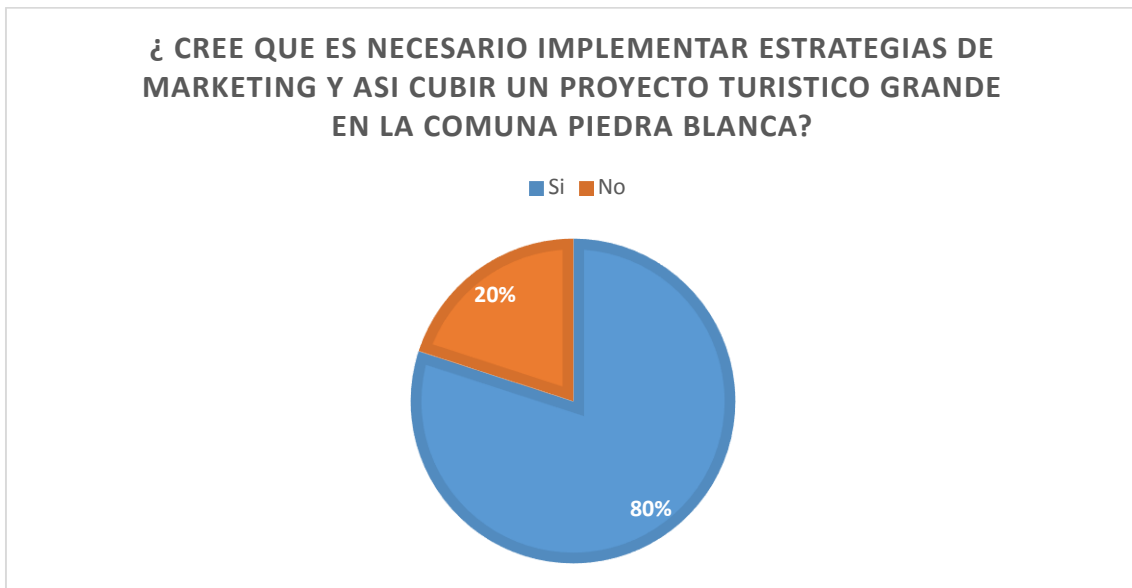
Pregunta 6



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según los encuestados un 82% si considera que las actividades turísticas deben mejorar para atraer más turistas mientras que un 18% no lo considera así.

Pregunta 7



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según las encuestas un 80% si cree que necesario implementar estrategias de marketing en la comuna Piedra Blanca, mientras un 20% no lo cree necesario.

Pregunta 8



Elaborado por: Álava Arteaga Mercedes Guadalupe

Análisis: Según el análisis de las encuestas un 90% considera que la actividad económica si aumentaría la calidad de vida en el cantón mientras que un 10% no lo considera así.

2.2. Situaciones detectadas

Se detectó en esta investigación que en el cantón Guaranda cuenta con la comuna Piedra Blanca que no es del todo explotados turísticamente, ni recibe ayuda del Gad municipal de Guaranda.

Se determinó que en dicho cantón es de suma importancia destacar los diferentes atractivos de la comuna Piedra Blanca ya que cuenta con una demanda turística ofertada por sus visitantes.

En la comuna Piedra Blanca hay que priorizar el turismo comunitario por una mejor atención hacia al cliente y mejorar la calidad de vida de los habitantes con el turismo.

2.3. Soluciones planteadas

Uno de los puntos más importantes a recalcar dentro de las propuestas, es que se determinó que se debe hacer nuevas estrategias de marketing para sus determinadas áreas y de esa manera dar a conocer los diferentes atractivos del turismo comunitario ofreciendo un servicio de calidad, por ende, se debe puntualizar en la oferta del extranjero y promover su turismo dando como estrategia la creación de plataforma digitales la visualización en medios de comunicación y la creación de vallas o carteles publicitarios.

Se debe inculcar a la ciudadanía del cantón en destacar la importancia de un turismo comunitario ya que cuenta con este atractivo natural y cultural que no cuentan con un potencial turístico por la falta de ideas y mediante este plan estratégico se buscó la incrementación de turistas no solo nacionales, sino que extranjeros.

2.4. Conclusiones

Concluimos que el turismo comunitario es simplemente un turismo asociado a la comunidad donde se desarrolla, es decir la ciudad. Se trata de viajes que se realizan a pequeñas comunas, o en zonas próximas a grandes núcleos urbanos.

La planificación o preparación de estrategias de marketing en los últimos años es de especial importancia en el sector turístico, ya que ayuda a reducir la saturación o masificación de determinados destinos y a dar respuesta a las tendencias recientes expresadas en el mercado, teniendo en cuenta esta reciente viajeros o senderistas que intentan alimentarse de experiencias enriquecedoras entrando en contacto con diferentes asociaciones sociales.

Guaranda ha crecido en los últimos años impulsando el turismo por sus atractivos lugares y destinos que los turistas pueden visitar. Algo que creó una alegoría alternativa es la comuna de Piedra Blanca la cual se convirtió en emprendedora y es por eso que los inversionistas privados se sintieron atraídos por conocer más sobre su negocio y así se promovió el servicio a la ciudad, haciéndola turística. Es por ello que el turismo comunitario se considera el factor principal y necesario para explotar el espacio natural y cultural de la ciudad. Dada su gran biodiversidad, estos recursos deben considerarse para impulsar el turismo.

La demanda turística en Guaranda ha tenido un impacto positivo en la ciudad, ha incrementado la llegada de numerosos turistas de todo el país, quienes disfrutaban de los atractivos naturales y culturales del estado a pesar de su escasez.

BIBLIOGRAFÍA

- Alma, A, & Rosemary, F. (2018). Investigación. Fundamentos metodología. MEXICO: Pearson.
- Bernal, A. (2017). Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson.
- Bilancio, G. (2018). Marketing. Las ideas, el conocimiento y la acción. México: Pearson Educación de México S.A.
- EcuRed. (2020). Turismo en Piedra Blanca. EcuRed: Pearson.
- Cortes, M. E. (2017). Generalidades sobre la Metodologia de la Investigacion. Mexico.
- Diaz, M. (2018). Plan de negocios para la creación puntos Turístico. Santiago de cali.
- Fernandez, V. (2018). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. España.
- Gabriela, V. (2019). Plan de marketing para posicionar a la empresa. Quito.
- Alvarado, I. (2018). Obtenido de Google: <http://viaorganica.org/el-turismo-comunitario-propicia-mayor-impacto-social-y-económico/>
- Arco, L. (2019). Google. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario
- Ballesteros, R. (2017). Turismo Comunitario en Ecuador. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Dunken, O. (2018). Google. Obtenido de <http://www.piedrablanca.org/esp-proyecto.htm>
- Rodriguez, G. (209). Nuevos retos para el Turismo. Obtenido de Google: <http://www.ec.viajandox.com/caluma/bosque-protector-piedra-blanca-A696>

Anexos

Anexos 1.- Fotos de Comuna Piedra Blanca



Figura 1 Logo de la Comuna Piedra Blanca



Figura 2 Rio Dentro de la comuna



Figura 3 Cascada de la Comuna