



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:

PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE
LOS EMPRENDEDORES DEL CANTÓN SANTA ROSA PROVINCIA DEL ORO, AÑO
2022.

AUTOR:

ESPINOZA IBARRA CARLA MARCELA

TUTOR:

ING. ANDRADE ALCIVAR LUIS EDUARDO, MBA.

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero que todo a Dios, por brindarme la inteligencia, la fe y la fortaleza en cada momento durante este proceso. A mi familia por estar en los momentos que más los necesite, brindándome su apoyo, y confianza, gracias a compañeros que a lo largo de la carrera se convirtieron en amigos gracias infinitas.

Agradezco a la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo por haberme brindado los conocimientos necesarios para culminar mi carrera.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis de la incidencia que tuvo la promoción del turismo para la generación de crecimiento económico dentro de los negocios orientados a la hotelería, gastronomía, y transportación del cantón Santa Rosa ubicado en la provincia del Oro, mediante las herramientas metodológicas tanto desde la encuesta y la recopilación bibliográfica, se identificó la problemática existente alrededor del turismo dentro del cantón, y las estrategias que han implementado el gobierno local.

Santa Rosa posee con una gran variedad de atractivos turísticos, pero por los problemas generados alrededor de este sector económico debido a la pandemia, se logró evidenciar disminución en la demanda dentro de este mercado, por lo que mediante la promoción turística se busca incentivar y promover el crecimiento de los emprendedores dedicados a la actividad turística de la localidad.

Los negocios locales tanto del sector de la hostelería, los sitios gastronómicos y de transporte deben adaptarse a las nuevas estrategias de promoción turística que presenta la era digital, en donde se identificó que la generación de contenido mediante las redes sociales ayudó a incentivar la demanda de los atractivos turísticos que existen dentro del cantón Santa Rosa.

Palabras Clave: Atractivos turísticos, Promoción turística, crecimiento económico, desarrollo local.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the impact of tourism promotion for the generation of economic growth within the hotel, gastronomy, and transportation businesses in the Santa Rosa canton located in the province of El Oro, through methodological tools both from the survey and the bibliographic compilation, the existing problems around tourism within the canton were identified, and the strategies that have been implemented by the local government.

Santa Rosa has a great variety of tourist attractions, but because of the problems generated around this economic sector due to the pandemic, there was a decrease in demand in this market, so through tourism promotion we seek to encourage and promote the growth of entrepreneurs dedicated to tourism in the locality.

Local businesses in the hospitality sector, gastronomic and transportation sites must adapt to the new tourism promotion strategies of the digital era, where it was identified that the generation of content through social networks helped to stimulate the demand for tourist attractions that exist within the canton of Santa Rosa.

Key words: Tourist attractions, tourism promotion, economic growth, local development.

ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	1
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	6
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	7
ÍNDICE GENERAL	8
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I	10
MARCO METODOLOGICO.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Definición Del Tema Del Caso Del Estudio	10
1.2. Planteamiento del problema	10
1.2.1. Formulación del problema	10
1.2.2. Delimitación de la investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivo.....	11
1.4.1. General.....	11
1.4.2. Específicos	11
1.5. Fundamentación Teórica.....	11
1.5.1. Turismo	11
1.5.2. Turismo Sostenible	12
1.5.3. Atractivos Turísticos.....	12

1.5.4. Importancia del turismo en la economía	12
1.5.5. Desarrollo Económico	13
1.7. Metodología de la investigación	14
1.7.1. Método analítico	14
1.7.2. Método deductivo	14
1.8. Técnicas de Investigación	14
1.8.1. Documental	14
1.8.1. Observación	14
1.8.1. Encuesta	14
1.9. Población y Muestra	15
1.9.1. Población.....	15
1.9.2. Muestra	15
CAPITULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	16
2.1. Desarrollo del caso.....	26
2.2. Situaciones detectadas	26
CONCLUSIONES	28
BIBLIOGRAFÍA	29
ANEXOS	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Emprendimientos del Sector Turístico	16
Tabla 2 Servicios que ofrecen los emprendimientos	17
Tabla 3 Servicios que ofrecen los emprendimientos	18
Tabla 4 Promoción turística Efectiva.....	19
Tabla 5 Medios de Comunicación	20
Tabla 6 Programas que incentiven el turismo local	21
Tabla 7 Calidad de los servicios de los emprendimientos	22
Tabla 8 Promoción del turismo mediante el plan de marketing	23
Tabla 9 Encuesta a los Emprendedores	24
Tabla 10. Plan estratégico	27

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Emprendimientos del Sector Turístico	16
Gráfico 2 Promoción Turística en la Localidad.....	17
Gráfico 3 Servicios que ofrecen los emprendimientos	18
Gráfico 4 Promoción turística Efectiva.....	19
Gráfico 5 Medios de Comunicación	20
Gráfico 6 Programas que incentiven el turismo local	21
Gráfico 7 Calidad de los servicios de los emprendimientos	22
Gráfico 8 Promoción del turismo mediante el plan de marketing	23

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial, para las naciones este sector puede catalizador eficaz para el desarrollo económico mediante el aprovechamiento de los recursos turísticos que posean, es por eso por lo que los países están aprovechando los diferentes segmentos que posean tanto en la parte cultural, gastronómica, ecoturismo, e inclusive el uso de las áreas urbanas y su cultura.

Para el Ecuador también se presenta una oportunidad para aprovechar estos recursos y promover la reactivación turística de muchas localidades del país, el turismo tiene un gran impacto dentro de un país porque genera beneficios dentro de diferentes segmentos, tanto en la parte hotelera, gastronómica, transporte, bares y los negocios artesanales de la localidad, los cuales se ven beneficiados cuando existe una gran afluencia de turísticas dentro de la localidad.

El cantón Santa Rosa debe aprovechar los atractivos turísticos que posee y así incentivar la reactivación económica dentro de la localidad, tenemos que los atractivos que posee el cantón son la playa de Jambelí, y su archipiélago de Jambelí, el puerto Jelí, la Reserva Marina Santa Clara, además posee hermosas plazas y se puede realizar grandes aventuras turísticas ecológicas, podrán observar hermosos paisajes naturales, playas bien amplias y sobre todo bien limpias, donde se juntan manglares de todo tipo, crustáceos y aves que perfeccionan su entorno marino.

Mediante la investigación realizada se podrá obtener un diagnóstico de los problemas que tenían los negocios de la localidad a partir de la pandemia, y las soluciones que se plantearon tanto por parte de los organismos del gobierno local, como los que provienen por parte de los negocios de la localidad, en donde el sector turístico fue parte de las bases para la dinamizar la economía dentro del sector.

El presente proyecto cuenta con dos capítulos, el marco metodológico y el de resultados, en donde dentro del primero se detalla el diagnóstico de la problemática dentro del cantón, la revisión teórica de las definiciones asociadas al tema, y la metodología implementada para la realización del proyecto. En el marco de resultados se plantea la discusión de los resultados, y las soluciones que se planean realizar, en este caso con la realización del plan de marketing.

CAPITULO I

DESARROLLO

1.1. Definición Del Tema Del Caso Del Estudio

Promoción Turística y su impacto en el crecimiento económico de los emprendedores del cantón Santa Rosa Provincia del Oro, año 2021.

1.2. Planteamiento del problema

Las actividades turísticas se vieron muy afectadas durante la pandemia del COVID-19, debido a los confinamientos y las restricciones que se implementaban a los servicios de hostelería y sitios gastronómicos tanto en los aforos y horarios de atención, lo cual generaron pérdidas económicas dentro de los locales y otros problemas socioeconómicas.

Para la reactivación económica se necesitaba la búsqueda de nuevas estrategias, en donde la forma para su realización ha sido mediante la promoción turística dentro de la localidad del cantón Santa Rosa ubicado dentro de la provincia del Oro, en donde los negocios se vieron altamente afectada por la pandemia, y se necesitaron estrategias para incentivar la demanda dentro de este mercado del turismo.

1.2.1. Formulación del problema

¿De qué forma la aplicación de un efectivo Plan de Marketing contribuye al crecimiento económico de los emprendedores del cantón Santa Rosa Provincia del Oro, año 2021?

1.3. Justificación

La presente investigación tiene como objetivo la realización de un análisis de la incidencia que ha tenido la promoción turística en el cantón Santa Rosa para generación de crecimiento económico en los emprendedores de la localidad.

La investigación busca realizar un análisis del impacto que ha tenido esta estrategia de promoción turística en el crecimiento económico de los emprendedores del cantón Santa Rosa, en donde se busca establecer las actividades que han proporcionado un valor agregado dentro del turismo de la localidad, y tanto el marketing digital o por los medios convencionales para promover los atractivos turísticos que poseen.

Mediante la implementación de las herramientas e instrumentos metodológicos se realizará la presente investigación para obtener los recursos necesarios para la presentación de los resultados tanto teóricos y prácticos para la sustentación de los objetivos que se han planteado.

Con la utilización de un plan de marketing dentro del cantón Santa Rosa se espera generar la promoción turística que logre un impacto positivo para las mejoras de las actividades turísticas del cantón, y mediante la misma se consiga la generación de contenido digital en donde se evidencie las virtudes de los sitios turísticos.

1.4. Objetivo

1.4.1. General

Analizar la promoción turística y su impacto en el crecimiento económico de los emprendedores del cantón Santa Rosa Provincia del Oro, año 2021.

1.4.2. Específicos

- Enlistar los servicios turísticos que actualmente ofrecen los emprendedores en el cantón Santa Rosa.
- Identificar el impacto que genera el turismo dentro de la economía del cantón Santa Rosa por medio de encuestas.
- Elaborar un Plan de marketing que contribuya al crecimiento económico de los emprendedores en el cantón Santa Rosa.

1.5. Fundamentación Teórica

1.5.1. Turismo

(Acerenza, 2007) manifiesta en su publicación que: “El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos y grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura y salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en que no ejercen alguna actividad lucrativa y remunerada, generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural.” (Acerenza, 2007)

1.5.2. Turismo Sostenible

Si revisamos las definiciones dentro del turismo sostenible nos encontramos que esta se asocia a la sostenibilidad económica del turismo se asocia a mediano plazo con la viabilidad para mantener la calidad de los recursos, simplemente porque el propósito es incrementar la satisfacción del visitante y asegurar que se repita el negocio turístico. Entonces, el turismo sostenible se limita a ser una vía para corregir los efectos del turismo sobre el medio natural en función de la pérdida de rentabilidad de algunos destinos. (Bertoni, 2008).

La interpretación de la sostenibilidad económica del turismo se asocia a mediano plazo con la viabilidad para mantener la calidad de los recursos, simplemente porque el propósito es incrementar la satisfacción del visitante y asegurar que se repita el negocio turístico. Entonces, el turismo sostenible se limita a ser una vía para corregir los efectos del turismo sobre el medio natural en función de la pérdida de rentabilidad de algunos destinos. Esta interpretación coincide con la posición de un continuo donde el turismo tendería casi naturalmente al turismo sostenible. Aunque para destinos maduros no es fácil de alcanzar y, por lo tanto, se justifican ciertas inercias y lógicas de rentabilidad económicas insostenibles. (Bertoni, 2008).

1.5.3. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Los atractivos son un elemento imprescindible en la oferta al ser el elemento motivador de los viajes turísticos. (Fidel, 2013).

Es el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. (Fidel, 2013).

1.5.4. Importancia del turismo en la economía

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como

una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. La importancia económica del turismo es diferente en cada una de las regiones mundiales, ya que el grado de desarrollo del turismo no ha seguido el mismo ritmo de crecimiento en todas ellas. (Sancho, 2018).

El turismo representa la oportunidad de obtener, de una manera rápida, las divisas necesarias que equilibran la balanza nacional de pagos. El papel del turismo en la balanza de pagos de un país suele ser expresado en términos de ingresos, generados por los visitantes internacionales, y de gastos, realizados por los nacionales en el extranjero.

1.5.5. Desarrollo Económico

Entendemos por “desarrollo” sólo aquellos cambios en la vida económica que no le son forzados de afuera, sino que surgen de dentro, de su propia iniciativa. Si sucede que estos cambios no se producen en la misma esfera económica, y que el fenómeno que nosotros llamamos desarrollo económico tiene su base sencillamente en el hecho de que los datos cambian y que la economía se adapta a ellos, entonces no deberíamos hablar de desarrollo económico porque no provoca fenómenos cualitativamente nuevos sino sólo procesos de adaptación de la misma calidad que los cambios en los datos naturales. (Castillo, 2011)

El desarrollo económico se define como el proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo período de tiempo. En otros términos, el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad. (Castillo, 2011).

1.7. Metodología de la investigación

1.7.1. Método analítico

Mediante la aplicación de este método de investigación se pudo determinar la influencia que tienen los servicios turísticos en el cantón Santa Rosa y de que forma contribuyen a la reactivación económica de los locales comerciales, donde se partió que por los problemas socioeconómicos los locales tuvieron que buscar nuevos métodos para innovar dentro del mercado.

1.7.2. Método deductivo

Mediante la recolección de información tanto bibliográfica como la investigativa, se obtuvo las pautas para apoyar la hipótesis planteada que la promoción turística en la localidad ha permitido la reactivación económica para los emprendedores, y es clave para el desarrollo socioeconómico.

1.8. Técnicas de Investigación

1.8.1. Documental

Para la realización de esta investigación se necesitaba la recopilación de información de los aspectos teóricos del turismo, y del contexto socioeconómico presente dentro de la localidad de Santa Rosa, y mediante aquello tener un mejor diagnóstico de la problemática, que permita plantear las posibles soluciones al problema de investigación.

1.8.1. Observación

Mediante la técnica de observación se realizó un diagnóstico de las actividades y sitios turísticos del cantón Santa Rosa, los cuales son las bases para la reactivación económica dentro del sector y ha generado el crecimiento económico mediante el uso de los recursos naturales que poseen.

1.8.1. Encuesta

La encuesta se realizó mediante la herramienta de Google formulario, que nos facilitó la implementación de esta de manera en línea, con la aplicación de las preguntas planteadas se obtuvieron las percepciones tanto de la ciudadanía, y una entrevista a los dueños de los locales turísticos mediante la tabulación de los resultados de las encuestas.

1.9. Población y Muestra

1.9.1. Población

Nuestra población de estudio son los habitantes del cantón Santa Rosa, en donde mediante la proyección realizada por el INEC, se estima que el número de habitantes dentro del cantón para el 2020 fue de 82.171 personas.

1.9.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

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

n : Muestra

N : Población

P : Probabilidad de no ocurrencia 50%

e : Margen de error 5%

Z : Nivel de confianza 1.96%

$$n = \frac{(82.171) (0,50) (0,50) (1,96)^2}{(82.171 - 1) (0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(82.171) (1) (3.84)}{(82.170) + (1) (3.84)}$$

$$n = \frac{(315.536)}{(82173,84)}$$

$$n = 384$$

En donde se obtuvo como una muestra para la realización de la encuesta del proyecto de 384 personas, que será nuestra población para realizar las encuestas mediante Google formulario.

CAPITULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

RESULTADOS

Se presenta tablas, gráficos estadísticos, análisis e interpretación de cuáles fueron los resultados obtenidos por medio de la encuesta.

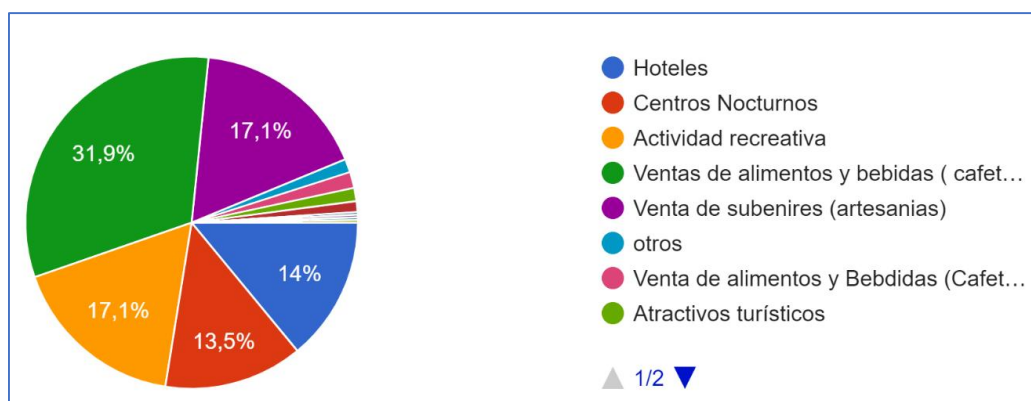
1.- De los emprendimientos del Sector Turístico que existen en el Cantón Santa Rosa, seleccione dos de los más solicitados en el último año

Tabla 1 Emprendimientos del Sector Turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hoteles	54	14%
Centros Nocturnos	52	13,5%
Actividad recreativa	66	17,1%
Ventas de alimentos y bebidas (cafetería, restaurante, restobar)	123	31,9%
Venta de suvenires (artesanías)	66	17,1%
Otros	24	6,4%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 1 Emprendimientos del Sector Turístico



Análisis

Los resultados obtenidos dentro de la encuesta, nos arrojó que el sector al que más se dedican dentro del cantón Santa Rosa con un 31,9% en ventas de alimentos y bebidas dedicadas a la cafetería, restaurantes, luego tenemos con un 17,1% a las actividades recreativas y ventas de suvenires, y un 14% se dedican al sector hotelero.

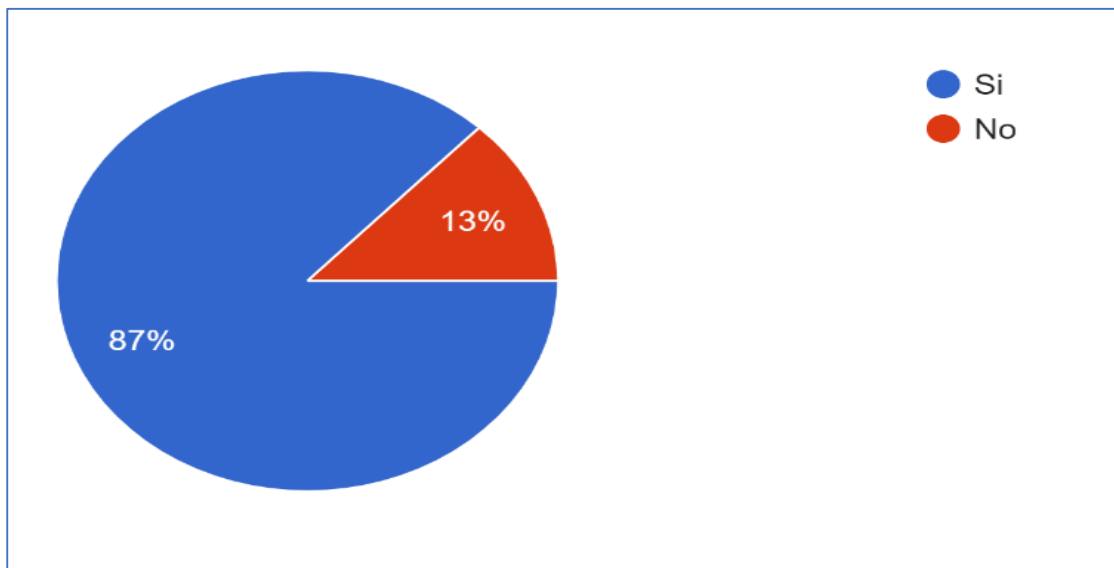
2.- ¿Conoce usted los productos y servicios que ofrecen estos emprendimientos?

Tabla 2 Servicios que ofrecen los emprendimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	87%
NO	188	13%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 2 Promoción Turística en la Localidad



Análisis

Dentro del turismo es muy importante que la ciudadanía este bien informada de los bienes y servicios que se ofrecen, además que tenga una buena promoción para generar la necesidad dentro de estos, dentro de la pregunta si conocen sobre los servicios que ofrecen los negocios de Santa Rosa, con un 87% afirmaron que si tienen conocimiento sobre los servicios.

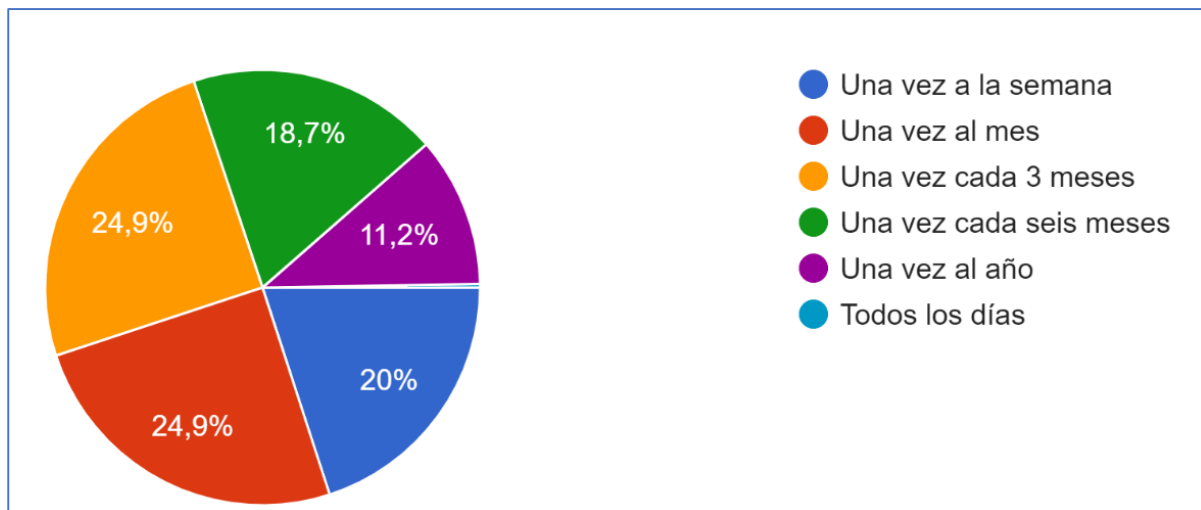
3.- ¿Con que periodicidad ha utilizado los servicios o productos que ofrecen estos emprendimientos?

Tabla 3 Servicios que ofrecen los emprendimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	76	20%
Una vez al mes	96	24,9%
Una vez cada 3 meses	96	24,9%
Una vez cada seis meses	72	18,7%
Una vez al año	43	11,2%
Todos los días	1	0,3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 3 Servicios que ofrecen los emprendimientos



Análisis

La frecuencia que ha respondido los encuestados en la cual visitan estos establecimientos, en donde los resultados fueron que el 24,9% tanto una vez al mes, y una vez cada 3 meses con el mismo porcentaje, también se encontró que una vez a la semana con un 20% con la frecuencia, también con un porcentaje de 18,7% una vez cada seis meses, con un 11,2% una vez al año, y un 0,3% afirmaron que visitan estos establecimientos todos los días.

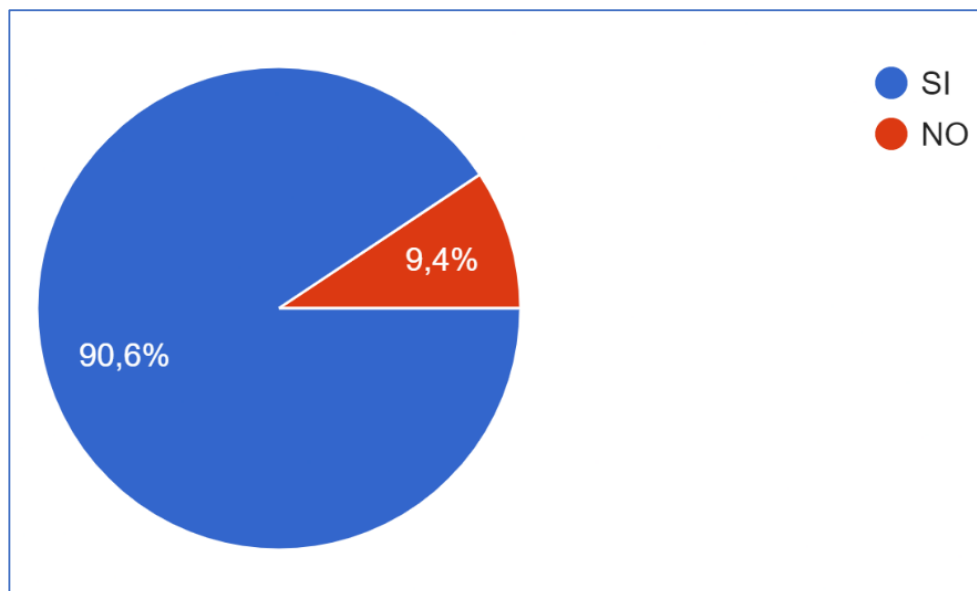
4.- ¿Desde su punto de vista como consumidor considera que la promoción que realizan estos emprendimientos ha sido efectiva?

Tabla 4 Promoción turística Efectiva

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	348	90,6%
NO	36	9,4%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 4 Promoción turística Efectiva



Análisis

Dentro de la investigación se preguntó sobre la percepción que tienen sobre la promoción turística que han tenido y si esta ha sido efectiva, en donde los resultados de la encuesta fue que un 90,6% dijeron que si les parece efectiva esta promoción que ha realizado los establecimientos, y solo 9,4% afirmaron que esta no ha sido buena.

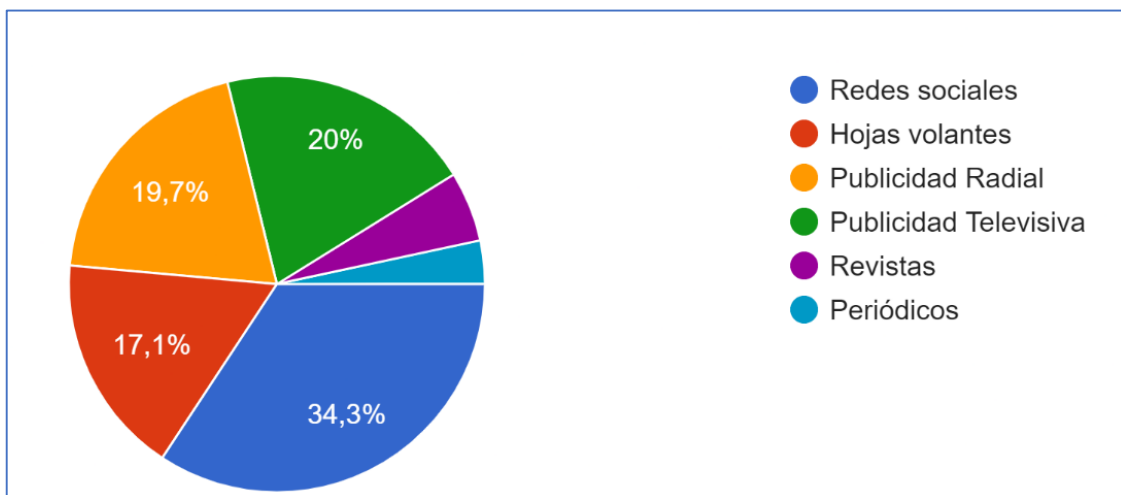
5.- ¿Seleccione porqué medio de comunicación usted conoce los productos y servicios que ofrecen estos emprendimientos?

Tabla 5 Medios de Comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	127	33%
Hojas Volantes	172	45%
Publicidad Radial	50	13%
Publicidad Televisiva	23	6%
Revista	12	3%
Periódicos	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 5 Medios de Comunicación



Análisis:

Los medios de comunicación en donde realizan la promoción turística se enfocan en dos principales, las cuales son con un 33% la promoción de las redes sociales y mediante las hojas volantes con un 45%, luego tenemos tanto a la publicidad radial con un 13% y la publicidad televisiva con un 6%.

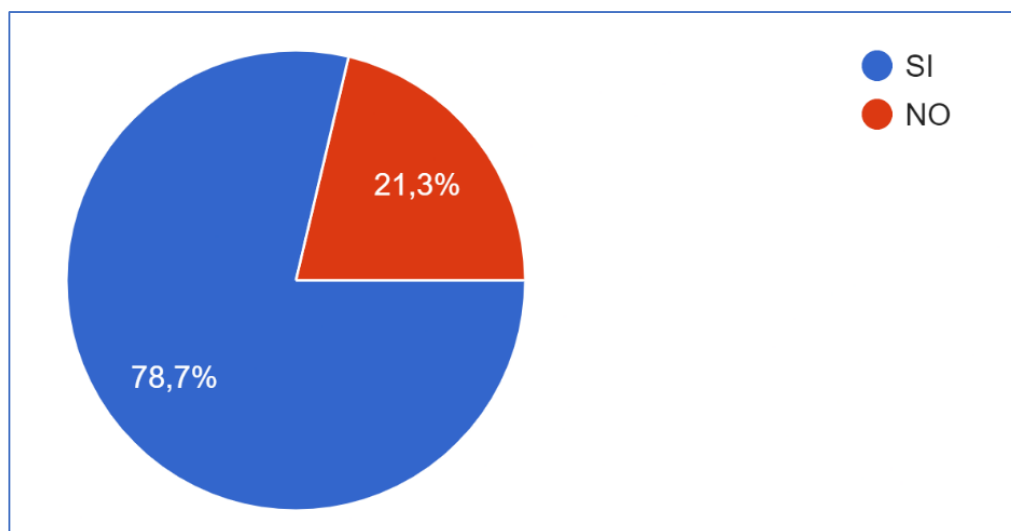
6. ¿Ha sido beneficiado por alguna promoción u oferta por parte de los emprendimientos?

Tabla 6 Programas que incentiven el turismo local

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	302	78,7%
NO	82	21,3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 6 Programas que incentiven el turismo local



Análisis:

También se enfocó la investigación en conocer en si los emprendimientos se han visto beneficiados por esta promoción u ofertas que han realizado, en la cual afirmaron con un 78,7% que si se han visto beneficiado, y con un 21,3% que no se han visto beneficiados por estas promociones.

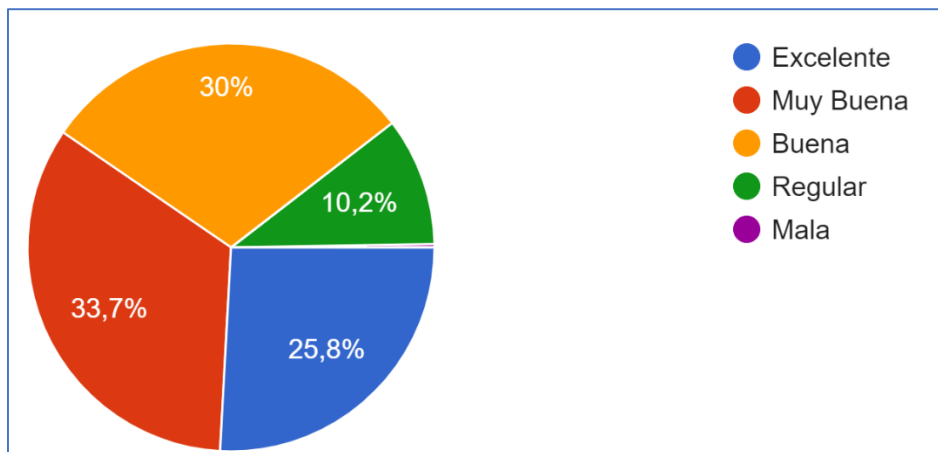
7. ¿A su criterio califique la calidad del servicio que ofrecen los emprendimientos?

Tabla 7 Calidad de los servicios de los emprendimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	99	25,8%
Muy buena	129	33,7%
Buena	115	30%
Regular	39	10,2%
Mala	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 7 Calidad de los servicios de los emprendimientos



Análisis:

Dentro de la investigación se socializó sobre la calidad que tiene los servicios de los emprendimientos de la localidad, en donde se calificó con un 25,8% con un excelente servicio, además con un 33,7% y 30% como muy buena y buena la atención de estos emprendimientos, y solo con un 10,2% con una atención regular.

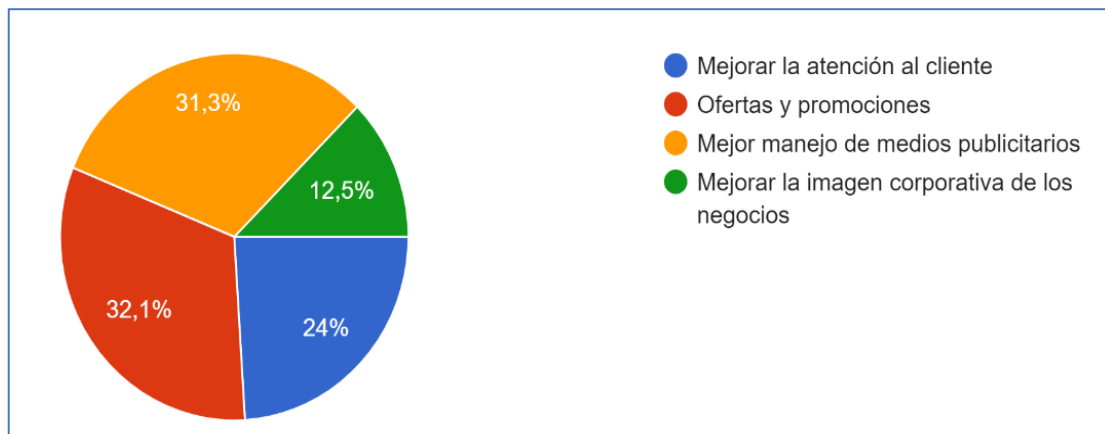
8. ¿Considera usted que la implementación de un plan de marketing promoverá el turismo dentro de la localidad?

Tabla 8 Promoción del turismo mediante el plan de marketing

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar la atención al cliente	92	24%
Ofertas y promociones	123	32,1%
Mejor manejo de medios publicitarios	121	31,3%
Mejorar la imagen corporativa de los negocios	48	12,5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Santa Rosa – Provincia de El Oro

Gráfico 8 Promoción del turismo mediante el plan de marketing



Análisis:

Se les preguntó si el plan de marketing generará una mejora dentro del turismo en la localidad, en donde los resultados que se obtuvieron fueron que este proporcionará mejorar la atención al cliente con un 24%, luego para promocionar las ofertas y promociones con un 32,1%, luego tenemos que se obtendrá un mejor manejo de medios publicitarios con un 31,3% , y mejorar la imagen corporativa de los negocios con un 12,5%.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A EMPRENDEDORES DEL CANTÓN SANTA ROSA

Tabla 9 Encuesta a los Emprendedores

Preguntas	Repuesta Entrevistado 1	Respuesta Entrevistado 2	Respuesta Entrevistado 3	Análisis
1. Indique el tipo de emprendimiento turístico al cual pertenece su emprendimiento	Gastronómico	Hotelero	Centro Nocturno	Se escogió una variedad dentro de los negocios de los encuestados para tener una mejor visión del todo mercado turístico.
2.- Cuántos años de trayectoria tiene su emprendimiento	8	12	10	Son negocios que ya han tenido años dentro del mercado, y gracias a que se han adaptado han podido seguir tantos años dentro del mercado
3.- Mencione las estrategias aplicadas en su emprendimiento	Se ha buscado generar un excelente servicio a los clientes, además de proporcionar una variedad dentro del menú para atraer a los clientes	Se ha buscado garantizar cumplir con las medidas de bioseguridad implementadas, además de generar promociones.	Lo fundamental fue adaptar el negocio mediante las medidas de seguridad, luego generar promociones y así atraer a las personas que nos visiten.	Los emprendimientos se tuvieron que adaptar a las medidas de seguridad, luego generar promociones y ofertas para atraer a los clientes.
3.- Durante los dos últimos años mencione las dificultades por la cuales ha atravesado su emprendimiento	Tanto los consumidores locales, como la demanda generada por los turistas disminuyeron	Fuimos de los emprendimientos más afectados durante la pandemia, la demanda	Debido a que nuestro tipo de negocio, se nos complico mucho cumplir con las	Los confinamientos de las personas redujeron la demanda turística de manera drástico, luego generar un

	bastante, y se tuvieron muchos problemas económicos	hotelera disminuyo radicalmente, por lo que se tuvo que reducir los costos y adaptarse a las nuevas modalidades	medidas de seguridad, y nuestras ventas bajaron más del 50%	espacio adecuado con las medidas de bioseguridad impuestas. Además de los problemas económicos que estos generaron para los emprendimientos.
4.- Cómo da a conocer los servicios que ofrece su emprendimiento a la Comunidad en General	Se ha buscado realizar una promoción del lugar mediante las frecuencias radiales y hojas volantes	Nuestra forma principal para la promoción de nuestro hotel es mediante las redes sociales	La mejor manera que tenemos para promocionar nuestro servicio es mediante las redes sociales, pero también usamos los volantes y la radio como otros medios.	Todos los negocios deben adaptarse a la publicidad mediante las redes sociales, por lo que es muy importante la adaptación dentro del mercado por estos emprendimientos
5.- De acuerdo al siguiente listado, ubique el rango de ventas mensuales en el que encuentra su emprendimiento	2000– 3000	3000 -4000	2500 - 3000	Todos los negocios vieron que redujeron sus ventas mensuales, y aún no recuperan los niveles antes de la pandemia
6.- A su criterio considera que existe relación entre un buen manejo de estrategias publicitarias y el nivel de ventas	Considero que nos falta por mejorar, y actualizar la forma en que realizamos la publicidad dentro de nuestro negocio	Mediante el uso de las redes sociales se ha podido mejorar la promoción dentro del mercado, además de recuperar la demanda que teníamos antes de la pandemia	A pesar de las dificultades al principio, se ha manejado de buena manera la publicidad por las redes, y ha tenido una mejor en el nivel de ventas gracias a las ventas	Para ser competitivo dentro del mercado turístico, se debe adaptarse a las nuevas tendencias de las redes sociales, y estos pueden ser un gran potencial para el nivel de ventas.

2.1. Desarrollo del caso

El cantón Santa Rosa posee una gran variedad de atractivos turísticos, los cuales son los pilares dentro de las actividades económicas que tiene la localidad, en donde poseen atractivos muy cercanos como el Archipiélago de Jambelí, los cuales generaran una dinamización dentro de la localidad.

En la ciudad de Santa Rosa muchos negocios se vieron afectados por los confinamientos, ocasionando que la actividad turística se redujo drásticamente, por lo que los ingresos que tenían los ciudadanos locales también lo hicieron, al ser una localidad donde las actividades turísticas tienen un gran peso, esto significo graves problemas socioeconómicos.

Es por eso por lo que la promoción turística representa una herramienta clave para la reactivación económica, ya que mediante la implementación de efectivas estrategias por parte de las autoridades locales y de los negocios, han podido incentivar la actividad económica mediante el turismo local sostenible.

2.2. Situaciones detectadas

Tanto el gobierno local como los negocios de la localidad tuvieron que realizar estrategias para la promoción turística e incentivar la visita de los atractivos turísticos que poseen, a pesar de que, con el cese de las restricciones dentro de los negocios, el ambiente del turismo mejoró, pero debido a la competitividad dentro de este sector se necesita que se promocióne constantemente estos atractivos que poseen para generar el aumento de la demanda.

En la actualidad se presentan nuevas formas de realizar marketing dentro del mercado, somos conscientes que vivimos en una era digital donde la tecnología juega un papel importante dentro de las empresas, el uso correcto de las redes sociales para promocionar los atractivos turísticos es clave; los atractivos turísticos necesitan la generación de contenidos que resalten los beneficios que tienen los turísticas para que visiten, o mostrar la belleza que poseen para generar el deseo en los turistas dentro de este mercado.

**PLAN DE MARKETING DIRIGIDO A POTENCIAR EL TURISMO EN EL
CANTÓN SANTA ROSA**

Tabla 10. Plan estratégico

ORD.	ACCIONES	ESTRATEGIAS	TIEMPO	CARGO RESPONSABLE	COSTO
1.	Diagnóstico de los sitios turísticos de la localidad	Visitar e identificar la problemática que existe alrededor de los atractivos turísticos de la localidad	Dentro de 1 a 2 meses	Dirección de Turismo del cantón Santa Rosa	\$40
2.	Elaboración de propuestas para la promoción turística	Mejorar y jerarquizar los sitios turísticos con las soluciones planteadas	2 veces dentro del año	Dirección de Turismo.	\$100
3.	Contratar una agencia de marketing.	Contratación pública.	Contratación por 1 año.	Dirección de Turismo.	\$500
4.	Inicio de la campaña publicitaria para la promoción turística mediante las redes sociales.	Generación de contenido digital mediante las redes sociales tanto del GAD como de los negocios	Dentro de 6 meses de manera semanal	Empresa de marketing.	\$20
5.	Generación de propuestas turística dentro del cantón	Mediante las agencias de viajes, crear paquetes turísticos que incluyan al	Cada 2 meses.	Gobierno local y agencias de viajes.	\$30

		cantón como visita en estos			
6.	Capacitaciones dentro de los emprendimientos del sector del turismo	Realizar capacitaciones continuas al personal del sector turístico tanto de conocimientos básicos financieros, como de generación de contenido digital	Cada 5 meses	Autoridad Local de Santa Rosa	\$80

CONCLUSIONES

- Con la investigación realizada se identificó las actividades principales que se realizan dentro de la localidad del cantón Santa Rosa, en donde se identificaron que dentro de los principales atractivos turísticos que presenta esta localidad tenemos la Laguna la Tembladera, Isla Costa Rica, Isla San Gregorio, Reserva Marina Isla Santa Clara, Playa de Jambelí, Archipiélago de Jambelí, Puerto Jelí. Estos atractivos turísticos brindan una gran variedad para los turistas, en donde tienen un gran potencial para el crecimiento de la localidad.
- Mediante el diagnóstico realizado en la identificación de la problemática, se evidenció que la pandemia afectó de gran manera al turismo de esta localidad, donde tuvo una contracción económica, con la promoción del turismo los negocios dentro de la localidad han podido reactivar sus actividades económicas, generando un impacto tanto económico como social dentro de los habitantes del cantón.
- Los negocios del sector tanto hotelero, gastronómico, del transporte, y pequeñas tiendas implicadas dentro de las actividades turísticas se han visto beneficiadas con la reactivación y cese de los confinamientos, es por eso que se evidencia un crecimiento económico dentro de la localidad, donde se ha mejorado el empleo mediante los negocios que han vuelto al funcionamiento de sus actividades económicas.

RECOMENDACIONES

- Con la reactivación de las actividades comerciales tanto en el país como el cantón Santa Rosa es clave potenciar el turismo dentro de la localidad, por lo que debe jerarquizar los sitios turísticos que poseen tanto como iniciativa del gobierno local como de los emprendimientos de la localidad.
- La implementación del plan de marketing es fundamental para el cantón Santa Rosa en la mejora de la promoción turística, en la era digital la generación de contenido de valor en donde se resalte los beneficios que posee una localidad, en clave para atraer una mayor demanda a la localidad.
- El turismo es una gran oportunidad para el cantón Santa Rosa para promover el crecimiento económico dentro de los emprendedores, en donde este sector es un dinamizador de diversos sectores como el gastronómico, hotelero, artesanía y de transporte, por lo que las estrategias de desarrollo local deben estar enfocadas en potenciar los recursos que poseen.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (2007). Promocion Turistica. Mexico DF: Trillas

Bertoni, M. (20 de Marzo de 2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo.

REVISTA COLOMBIANA DE GEOGRAFÍA, 1-9. Obtenido de
<http://nulan.mdp.edu.ar/1423/1/01248.pdf>

Castillo, P. (2011). POLÍTICA ECONÓMICA: CRECIMIENTO ECONÓMICO, DESARROLLO ECONÓMICO, DESARROLLO SOSTENIBLE. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, III, 1-12.

Fidel, S. (2013). Que es el Ecoturismo y cuáles son sus características. Buenos Aires: UBA

Sancho, A. (2018). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Obtenido de
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

ANEXOS

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Muestra.

La Muestra seleccionada para la investigación fue de 384 personas, las cual comprendían los habitantes del cantón Santa Rosa de la Provincia del Oro y los propietarios de los locales turísticos.

1. De los emprendimientos del Sector Turístico que existen en el Cantón Santa Rosa, seleccione dos de los más solicitados en el último año.

- Hoteles
- Centros Nocturnos
- Actividad recreativa
- Ventas de alimentos y bebidas (cafetería, restaurante,restobar)
- Venta de suvenires (artesanías)
- Otros

2. Conoce usted los productos y servicios que ofrecen estos emprendimientos

- Si
- No

3. Con que periodicidad ha utilizado los servicios o productos que ofrecen estos emprendimientos

- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Una vez cada 3 meses
- Una vez cada seis meses
- Una vez al año
- Otro _____

4. Desde su punto de vista como consumidor considera que la promoción que realizan estos emprendimientos ha sido efectiva

- SI
- NO

5. Seleccione porqué medio de comunicación usted conoce los productos y servicios que ofrecen estos emprendimientos

- Redes sociales
- Hojas volantes
- Publicidad Radial
- Publicidad Televisiva
- Revistas Periódicos

6. Ha sido beneficiado por alguna promoción u oferta por parte de los emprendimientos

- SI
- NO

7. A su criterio califique la calidad del servicio que ofrecen los emprendimientos

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular Mala

8. De las siguientes estrategias, cuál considera que deberían aplicar los emprendimientos para lograr incrementar las ventas

- Mejorar la atención al cliente
- Ofertas y promociones
- Mejor manejo de medios publicitarios
- Mejorar la imagen corporativa de los negocios
- Otro _____

ENTREVISTA

Entrevista realizada a los dueños de los negocios del cantón Santa Rosa

Preguntas

1. Indique el tipo de emprendimiento turístico al cual pertenece su emprendimiento
- 2.- Cuántos años de trayectoria tiene su emprendimiento
- 3.- Mencione las estrategias aplicadas en su emprendimiento
- 4.- Durante los dos últimos años mencione las dificultades por la cuales ha atravesado su emprendimiento
- 5.- Cómo da a conocer los servicios que ofrece su emprendimiento a la Comunidad en General
- 5.- De acuerdo al siguiente listado, ubique el rango de ventas mensuales en el que encuentra su emprendimiento
- 6.- A su criterio considera que existe relación entre un buen manejo de estrategias publicitarias y el nivel de ventas