



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:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING Y SU IMPACTO PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO CULTURAL EN LOS TURISTAS DEL CANTÓN
VENTANAS AÑO 2022.**

AUTOR:

VELIZ PONCE DERYAN DAVID

TUTOR:

LCDA, AMAYA DIAZ INES. MSC

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser la inspiración y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener un anhelo más.

A mi Madre, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a usted he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy siendo el orgullo y el privilegio de ser su hijo, y también lo dedico a la memoria de mi padre.

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

A todas las personas en especial amigos (as) que me han apoyado y hecho que este logro alcanzado se realice con éxito, aquellos también que me abrieron las puertas, sin esperar nada a cambio.

VELIZ PONCE DERYAN DAVID

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias totales a mi familia, amigos, vecinos y futuros colegas que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitamente por todas su ayuda y buena voluntad, por ser los principales promotores de mis sueños, metas y por confiar, creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

A la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimientos como profesional.

VELIZ PONCE DERYAN DAVID

RESUMEN

En tal virtud he puesto en consideración la Implementación de un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas del cantón Ventanas tiene como objetivo, posicionar y dar a conocer los atractivos turísticos, por medio de una evaluación micro se logró identificar el estado actual del marketing y desarrollo turístico cultural también se analizó la situación actual en los turistas, como propósitos de mejorar la calidad de vida de los habitantes, es así que se han considerado estrategias para alcanzar el desarrollo turístico en el Cantón Ventanas. La metodología de investigación aplicada tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, que será exclusivamente de observación y de evolución, reflejada a través de encuestas, para conocer las necesidades. La propuesta de la implementación de un plan de marketing y desarrollo turístico cultural en Ventana es contar con una excelente actividad turística con el financiamiento de empresarios que han decidido invertir en la ciudad por su desarrollo económico carece de la publicidad en los servicios turísticos que potencialice este sector, Con el apoyo del GAD del cantón Ventanas, se podrá brindar servicios de calidad y esto influirá en el desarrollo turístico, económico y social del cantón, y así cumplir con las perspectivas del turista y por ende sus visitas sean más frecuentes.

PALABRAS CLAVES:

Marketing, productos, desarrollo turístico, Ventanas, GAD.

SUMMARY

In such virtue I have put in consideration the Implementation of a marketing plan and its impact for the cultural tourist development in the tourists of the canton Ventanas has as objective, to position and to make known the tourist attractions, by means of a micro evaluation it was possible to identify the current state of the marketing and cultural tourist development also the current situation in the tourists was analyzed, as purposes to improve the quality of life of the inhabitants, it is so that strategies have been considered to reach the tourist development in the Canton Ventanas. The applied research methodology has a qualitative and quantitative approach, which will be exclusively observation and evolution, reflected through surveys, to know the needs. The proposal for the implementation of a marketing plan and cultural tourism development in Ventana is to have an excellent tourism activity with the financing of entrepreneurs who have decided to invest in the city for its economic development lacks advertising in tourism services that potentiate this sector. With the support of the GAD of the canton Ventanas, it will be possible to provide quality services and this will influence the tourist, economic and social development of the canton, and thus meet the prospects of tourists and therefore their visits will be more frequent.

KEY WORDS:

Marketing, products, tourism development, Ventanas, GAD.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
DESARROLLO.....	2
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.2. OBJETIVO.....	3
1.2.1. Objetivo General.....	3
1.2.2. Objetivos Específicos.....	3
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	3
1.3.1. Ley de Turismo.....	3
1.3.2. Reseña Historica de Ventanas.....	5
1.3.3. Turismo.....	5
1.3.4. Que es un turista.....	6
1.3.5. Turismo Nacional.....	6
1.3.6. Turismo en Ecuador.....	6
1.3.7. Desarrollo del turismo local.....	7
1.3.8. Importancia del turismo.....	7
1.3.9. Demanda Turística.....	8
1.3.10. Actividad Turística.....	8
1.3.11. Turismo Cultural.....	8
1.3.12. Turismo Comunitario.....	9
1.3.13. Oferta Turística.....	10
1.3.14. Producto Turístico.....	10
1.3.15. Marketing.....	10
1.3.16. Plan de marketing.....	11
1.3.17. Proceso del marketing.....	11

1.3.18.	Marketing interno	11
1.3.19.	Mercado Turístico.....	11
1.3.20.	Recursos Turísticos	12
1.4.	Metodología de la investigación.....	12
1.4.1.	Tipo de investigación	12
1.4.1.1.	Investigación bibliográfica	12
1.4.2.	Método Descriptivo.....	12
CAPÍTULO II.....		13
Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....		13
2.1.	Resultados obtenidos	13
Tabulaciones de encuestas.....		14
2.2.	Situaciones detectadas	20
2.3.	Soluciones planteadas.....	21
CONCLUSIONES		22
RECOMENDACIONES		23
Bibliografía.....		24
ANEXOS		26

INTRODUCCIÓN

La OMT, como principal organización internacional en el campo turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, un desarrollo incluyente y la sostenibilidad ambiental, en la cual ofrece liderazgo, en sus conocimientos y políticas turísticas.

El turismo en el Ecuador es el dinamizador que más potencial tiene y genera economía, el país tiene una diversidad maravillosa extraordinaria que crea un patrimonio natural y cultural para las actuales y futuras generaciones, sitios naturales únicos, así como atractivos de interés colectivo como es el entorno de relaciones comerciales y sociales.

Cabe resaltar que el incremento de nivel turístico en el país, se relaciona conjuntamente con la oferta hotelera que este ofrece, otorgando de esta forma un desarrollo y solvencia de la economía ecuatoriana, como uno de los sectores más significativos para el desarrollo turístico de nuestro país, en desarrollo y modernización constante, presenta permanentes inversiones en el ámbito nacional, brindando un gran aporte al progreso nacional.

El Cantón Ventanas de la Provincia de Los Ríos, destino turístico por excelencia, ofrece a los turistas tanto nacionales como extranjeros varias manifestaciones y bondades en sus diferentes zonas, razones suficientes para aquellos que deseen emprender una aventura nueva e incluso la facilidad de intercambiar comercio local (interno) como un plan de marketing turístico cultural.

El Cantón Ventanas en los últimos años, ha estado sujeta a un gran cambio urbanístico esto ha permitido un notable crecimiento económico y poblacional que ha generado avances en la economía, comercio y hotelería, pero además ha configurado nuevos actores y nuevas demandas sociales obteniendo como proyecto la implementación de un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas del cantón Ventanas.

Esto exigió del gobierno local una reorganización geográfica, administrativa y de conducción gubernamental del Cantón sobre la implementación de marketing y desarrollo turístico cultural.

CAPÍTULO I

DESARROLLO

1.1. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende conocer la realidad de cómo se encuentra el Turismo en la Provincia de Los Ríos cantón Ventanas mediante un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas, como sabemos, es un lugar muy atractivo por diferentes negocios y su maravilla de gente amable, nos visitan personas extranjeras y nacionales.

Mediante un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas y así, tener una mayor fluidez de visitas y sobre la prevención ayudaremos a cuidar el medio ambiente, excepto las consecuencias de la realización de las actividades turísticas en el lugar, los hoteles, restaurantes se verán beneficiados por los resultados de este proyecto, el cual producirá información valiosa en entorno de la economía de las actividades turísticas.

Lo primero será evaluar a primera instancia con un cierto número de turistas para experimentar en que se respeten los lineamientos establecidos y así, se pueda llegar a una conclusión para el desarrollo turístico cultural.

Considerando que el proyecto es directamente para el cantón Ventanas, se pretende tener una actividad sostenible y sustentable cuyo impacto económico, social y ambiental permitan complacer las necesidades de los turistas y pobladores de la zona, siendo la actividad turística una de las partes importantes que mueve la economía del país y siendo el cantón Ventanas de la provincia de Los Ríos un destino turístico fundamental, tiene que estar listo para emplear un plan de marketing para el desarrollo turístico cultural de Ventanas.

1.2. OBJETIVO

1.2.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de marketing para conocer el impacto en el, desarrollo turístico del cantón Ventanas año 2022”.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de marketing para el aumento turístico del cantón Ventanas año 2022.
- Analizar el impacto que tendrá un plan de marketing en el desarrollo turístico del cantón ventanas

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1. Ley de Turismo

Congreso nacional

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país;

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno (MINTUR, 21 de marzo del 2008).

1.3.2. Reseña Historica de Ventanas

La existencia de Ventanas se remonta a la etapa colonial. Según parece al comienzo de cierta etapa de la vida parroquial de Ventanas, estas tierras habían sido denunciadas como tierras baldías, por una señora de apellido Martínez, por lo que fueron mandadas a evaluar y luego entregados los resultados al señor Joaquín Viteri, quien se comprometió a distribuir las entre los vecinos que allí habitaban, pero no cumplió, puesto que tiempo después pretendió llamarse dueño de dichas tierras. Transcurre el tiempo y ese caserío que empezaba a conocerse con el nombre de Ventanas se convirtió en Parroquia del cantón San Francisco de Pueblo Viejo, con una población flotante en sus alrededores de unos 6.000 habitantes, de los cuales unos 2.000 vivían en la cabecera parroquial.

Desde 1846 fue parroquia rural del cantón Pueblo Viejo, que por esa época pertenecía a la provincia del Guayas. Posteriormente, al crearse la provincia de Los Ríos por decreto del 6 de octubre de 1860, expedido por el Dr. Gabriel García Moreno, junto a Chimbo y Guaranda pasó a pertenecer a esa nueva jurisdicción. Entonces desde allí surge la idea emancipadora por parte del entonces concejal de la Municipalidad de Pueblo Viejo, señor Gilberto Gordillo Ruiz y el respaldo del también concejal señor Rafael Astudillo Cárdenas, ambos representantes de la parroquia Ventanas; organizaron una Asamblea que se llevó a efecto en una sala de cine que funcionaban en los bajos de la casa de don Nicanor Florencia Machado, a la que concurrieron muchos ciudadanos ante quien expuso las razones el concejal Gordillo, y el derecho que le asistía a Ventanas para hacerse cantón.

Ventanas fue cantonizado oficialmente el 10 de noviembre de 1952 (VENTANAS, 2021)

1.3.3. Turismo

El término turismo designa a todas las acciones y actividades que una persona lleva a cabo durante un viaje realizado en un lugar diferente de su residencia habitual, con el objetivo de descansar y recrearse. A las personas que practican el turismo se los denomina turistas. El turismo es una forma de viajar vinculada a visitar y recorrer una zona geográfica

específica que posee algún atractivo natural o cultural. Generalmente se da por sentado que el turismo implica viajes con una duración mínima de una noche de estadía y una duración máxima de 365 días, que pueden implicar la residencia en un lugar específico (una vivienda diferente de la propia, un hotel, una hostería) o bien un desplazamiento permanente de un lugar a otro. El turismo se puede realizar por motivos de ocio y disfrute, aunque también a veces puede implicar negocios o motivos comerciales. No se considera como turismo a los viajes que una persona realiza para trasladarse a su lugar de trabajo. (Daborah, 2015)

Turismo es el grupo de actividades que se llevan a cabo por personas durante los viajes, en locales situados fuera de su residencia común, por un lapso del tiempo y por motivos de ocios, negocios y otros.

1.3.4. Que es un turista

Un turista conocido es una persona que viaja a un lugar diferente a su lugar original de residencia. Los turistas son una forma de conocer a los viajeros. Un turista suele permanecer un tiempo en el lugar que visita (Betancourt, 2017).

1.3.5. Turismo Nacional

Derivado de esto, el Ministerio de Turismo de Ecuador a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados, estimó mes a mes, desde marzo 2020, el impacto con respecto a la pérdida por concepto de ingreso de divisas extrajeras, dado el cierres de fronteras y demás limitantes de movilidad que se tomaron para frenar los efectos de la pandemia en Ecuador; sin embargo, con el pasar de los meses, la flexibilización de las medidas y la evolución de la pandemia en el país, se vio la necesidad de contar con un estudio del nuevo comportamiento del turismo nacional. (Turismo-cifras, 2020)

1.3.6. Turismo en Ecuador

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, en Ecuador se inicia una corriente de montañismo en todo el país es así que en 1872 se corona el Cotopaxi, en 1880 el Chimborazo, el Cayambe, el Antisana, Illinizas, Sincholagua, Guagua Pichincha, Sara Urcu, Cotacachi, Carihuairazo, en 1929 se llegó a la cumbre del Sangay. El andinista más representativo de esta época Edward Whimper que escaló las elevaciones más importantes del Ecuador.

Además, se debe mencionar a Wilsalhelm Reiss y el colombiano Ángel Escobar, otros escaladores que desempeñaron un papel importante al escalar por primera vez el Cotopaxi. 18 © 2012, Universidad de Especialidades Turísticas Roberto Caiza, M.Sc., Edison Molina M.Sc En este período de la historia se puede distinguir varios gobiernos que se destacaron por su labor y el apoyo a esta nueva actividad económica, el turismo, gobiernos como el García Moreno o Eloy Alfaro apuntalaron las bases de un sistema turístico que se desarrollaría mucho tiempo después, ya que ellos se preocuparon por realizar una especie de promoción turística en el exterior, en el caso de García Moreno en sus múltiples acercamientos al gobierno francés crearon una imagen de un país diverso y la construcción del ferrocarril consolidó la misma. (Roberto Caiza, 2013).

En las últimas décadas el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la composición económica de las naciones ante ocupaciones económicas clásicos. Ecuador, un país con una composición provechosa dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y crear nuevos ingresos que mejoren su economía, ha impulsado una secuencia de iniciativas en el sector turístico.

1.3.7. Desarrollo del turismo local

El crecimiento del turismo de Ecuador, en comparación con algunos países europeos donde nació, empezó tarde. Asimismo, desde sus inicios en República Hasta el día de hoy, la actividad ha sido testigo de muchas fluctuaciones como política pública, así como una estrecha relación con el tema país. (Sánchez, 2018)

1.3.8. Importancia del turismo

El actual destino turístico de “sol y playa”, es el destino más concurrido en la provincia de Manabí por turistas nacionales, nacionales y extranjeros; Para aumentar la cantidad de turistas extranjeros que visitan, es necesario mejorar los servicios básicos (hoteles, seguridad, entretenimiento, tiendas y restaurantes), los recursos naturales que forman parte de estos ecosistemas (ríos y cascadas), y los recursos prioritarios por parte de los gobiernos y sociedades, ya que promueven el desarrollo del turismo local en cada una de estas áreas. (Cobeña, 2018)

1.3.9. Demanda Turística

El término de demanda está íntimamente referente con el proceso de toma de elecciones que las personas hacen una y otra vez en el proceso de planeación de sus ocupaciones de tiempo libre y, por consiguiente, su decisión es dependiente de varios componentes no solamente económicos, sino además psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. (Villasante, 2016)

La demanda turística está relacionada a un determinado grupo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y vivencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, y tienen la posibilidad de estar dispuestos a disfrutar de los atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

1.3.10. Actividad Turística

La actividad turística se expresa en una compleja red de relaciones entre individuos motivadas por necesidades diferentes, que emprenden, para su satisfacción, un comportamiento que involucra una multiplicidad de vínculos y interacciones con otras, además impulsadas de sus propios intereses. Toda actividad se conforma por una serie de actos o actividades que funcionan a forma de fases o instantes que hay que derrotar para obtener la satisfacción de las necesidades dominantes en el proceso, a su vez cada uno de dichos actos permanecen regulados por necesidades concretas, cuya satisfacción es el indicador primordial del cierre de cada momento. (Morales, 2018)

Las ocupaciones turísticas encaminadas a ofrecer al turista la probabilidad de usar su tiempo tiempo libre y vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una secuencia de productos, servicios y actividades en los cuales el propio turista de representante activo y pasivo de nuestra actividad turística a desarrollar.

1.3.11. Turismo Cultural

El Turismo Cultural nace e integra dos áreas, Turismo y Cultura, que han recorrido distintas fases de evolución, encuentros y desencuentros conceptuales y teóricos pero también administrativos y políticos. Pretendemos responder a la necesidad de definición que estos

términos y su combinación han desarrollado, detectando debilidades, fortalezas, tendencias y oportunidades, hasta configurar una categoría de Turismo, el Turismo Cultural, herramienta de competitividad y crecimiento económico, y con un enorme potencial de generación de empleo. El principio de protección del patrimonio es el que marca el origen de las primeras definiciones. Además, a lo largo de las últimas décadas del siglo XX, fueron apareciendo nuevas formas de vida, en un contexto de cambios sociales, culturales y económicos. La población aumentó sus recursos económicos, así como su nivel educativo y cultural. Con estos cambios se testimoniarán nuevos hábitos de viajes y una tendencia a la fragmentación de las vacaciones, un interés por los viajes cortos de fin de semana, o la búsqueda de vacaciones activas, además de un deseo de aprender durante el tiempo libre. Una mejora evidente en el sistema de transportes facilitó todo este proceso y creó las bases y el entorno favorables para el desarrollo de los llamados Turismos alternativos, entre los que se situaba entonces el Turismo Cultural. (Nuria Morère Molinero, 2013)

El Turismo Cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de puntos y recursos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

1.3.12. Turismo Comunitario

El turismo comunitario, definido como toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales, se ha convertido desde los años ochenta en una actividad estratégica para muchas comunidades rurales e indígenas del Ecuador. Sin embargo, pareciera que este proceso que comenzó hace más de treinta años, presenta hoy una marcada desaceleración y no pocos desencuentros. El objetivo de la presente investigación es analizar quiénes son y qué papel desempeñan los principales actores del Turismo Comunitario en Ecuador, el marco legal vigente, y poder dar una respuesta sobre los factores limitantes, que obstaculizan el despegue de esta actividad, nacida en el propio seno de las comunidades indígenas. (Palacios, 4, octubre, 2016)

De acuerdo con Palacios en el 2016 que el turismo comunitario surge como una Alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afrodescendientes propias de un país, para crear ingresos complementarios a las actividades económicas cotidianas y proteger y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

1.3.13. Oferta Turística

Es todo servicio que brinda al turista un buen producto turístico, específico a la necesidad que el turista quiere, de esta manera el producto que le interesa o quiere probar al turista es la experiencia. proporcionar... o seguir viviendo con buena gente. Entre los productos que forman parte de la oferta de componentes básicos del servicio como alojamiento, transporte y alimentación, la atracción de turistas también forma parte de la oferta. (Boullon, 2022)

1.3.14. Producto Turístico

(Perelló, 1991, p. 24) determina que el producto turístico representa “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos turísticos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actitudes recreativas, e imágenes y valores simbólicos que ofrecen determinados beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, para que satisfagan las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio”. (SIMBAÑA, 2015)

Un producto turístico considera que las apreciaciones acerca de la naturaleza y contenido de los productos turísticos culturales, aportan matices interesantes al análisis teórico.

1.3.15. Marketing

Es el proceso de planificación, implementación, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y terminología para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y organizacionales. Además, satisfacer las necesidades y los deseos de un consumidor o comprador es el proceso de planificar, implementar, fijar precios, promover y distribuir ideas, bienes y condiciones para crear intercambios que satisfagan las metas

individuales y organizacionales. Además de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o del público en general (Granados, 2018)

1.3.16. Plan de marketing

El proyecto de marketing se puede conceptualizar como la preparación de un archivo escrito que está formado por la explicación del caso presente, la exploración de esa situación, el establecimiento de fines de marketing, la definición de tácticas de marketing y los programas de acción. El proyecto de marketing es un instrumento esencial y fundamental para toda organización (Abasto, 2021).

1.3.17. Proceso del marketing

El proceso de marketing es el proceso por medio del cual se buscan oportunidades de negocios, se segmenta el mercado y se selecciona un mercado resultante, se examina dicho mercado, se formulan tácticas de marketing, se diseñan planes de acción, se implementan las tácticas, y se controlan y evalúan los resultados. El proceso de gestión aplicado a Marketing radica fundamentalmente en planificar un programa de marketing, ponerlo en marcha, evaluar su rendimiento (Stanton, 2007)

1.3.18. Marketing interno

Un producto interno (negocio) que satisface las necesidades de un gran mercado interno (empleados) al mismo tiempo que cumple con los objetivos de la organización. La razón principal para usar el término "marketing entrante" en lugar de las expresiones más tradicionales que cabría esperar, pretende centrarse en una situación de la vida real en la que es evidente la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades de los clientes externos. (Fuentes Jiménez, 2008)

1.3.19. Mercado Turístico

La confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de integrar los recursos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. El mercado turístico, por lo tanto, es el sector económico que encierra a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean

con fines de recreación, negocios, estudios o cualquier otro motivo, y los consumidores al que éstos se dirigen (Socateli, 2013).

1.3.20. Recursos Turísticos

En el estudio de los recursos se ha de tener en cuenta si estos son recursos pasivos, donde el turista es un mero espectador, o activos, donde el turista puede participar realizando actividades, porque las infraestructuras o el entorno lo permiten. Dentro de los recursos pasivos estarían los recursos naturales, el patrimonio histórico-artístico y las manifestaciones culturales. Los recursos activos comprenden las actividades deportivas, socioculturales, participación en las tareas habituales del espacio rural, etc. (Henche, 2015)

Un recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia; es alrededor de estos que se pueden crear servicios como: hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros.

1.4. Metodología de la investigación

1.4.1. Tipo de investigación

1.4.1.1. Investigación bibliográfica

La investigación se realizó de forma bibliográfica con el fin de analizar antecedentes documentales que sirvan de bases para indagar y buscar alternativas de apoyo al desarrollo turístico cultural y cumplir con los objetivos de la investigación y así promocionarlo como una alternativa de desarrollo económico, logrando a su vez fomentar un plan de marketing a los turistas del Cantón Ventanas año 2022.

1.4.2. Método Descriptivo

Este método de investigación se utilizó para realizar la fundamentación teórica describiendo los conceptos más relevantes para el trabajo.

CAPÍTULO II

Técnicas aplicadas para la recolección de la información

2.1. Resultados obtenidos

En este trabajo de investigación se examina que el Cantón Ventanas tiene varios atractivos culturales y naturales, siendo descritos de manera descriptiva para tener claro las potencialidades que puede brindar el turismo en el Cantón Ventanas mediante una encuesta es delimitada la demanda positiva con que cuenta el efecto en el desarrollo turístico cultural en los turistas.

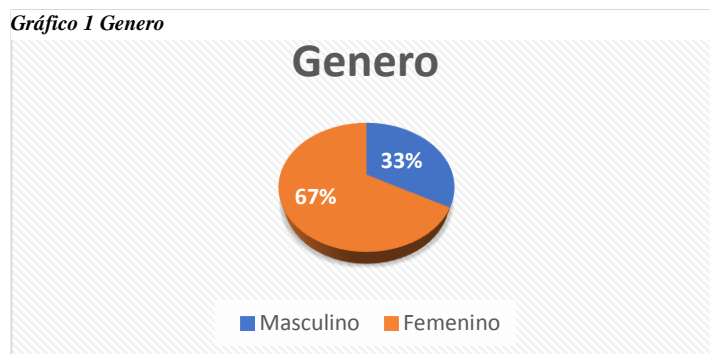
Al diseñar un plan un plan de marketing se mejorará la calidad de vida del habitante y así se podrá desarrollar un turismo responsable eh equitativo con el medioambiente además se desarrollar un turismo con beneficios social y económico

Al analizar el impacto de una buena producción turística se pudo observar en los Diferentes estudios que se han detenido en analizar cuáles son los elementos que afectan el turismo, destacando entre éstos los diferentes tipos de infraestructura, accesibilidad y de servicios públicos, que permite hacer las actividades turísticas, así como la infraestructura de servicios turísticos culturales por ser un factor a considerar al instante de visitar al cantón Ventanas.

Adicionalmente, la seguridad y su economía son otros de los elementos determinantes de la actividad turística nacional, de igual modo, el grado educativo y cultural receptores en la cual influye la competitividad de los destinos turísticos debido a que afecta de forma directa la calidad del servicio ofrecido y con sus respectivas conclusiones y sugerencias.

Tabulaciones de encuestas

Pregunta 1: Genero

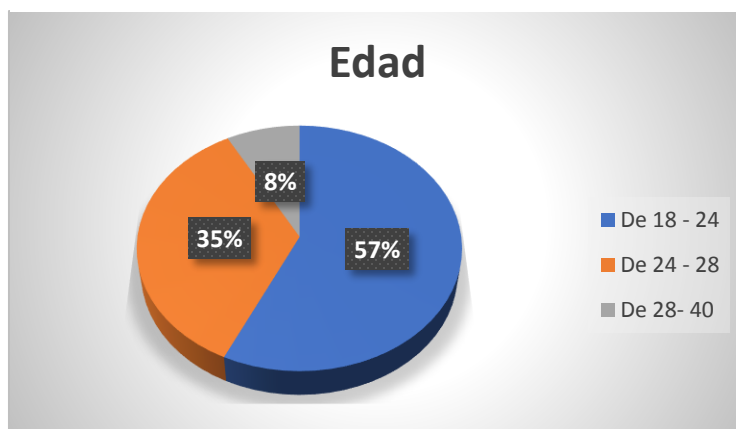


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 33 % de los encuestados es masculino y el 67B% es femenino.

Pregunta 2: Edad

Gráfico 2 Edad

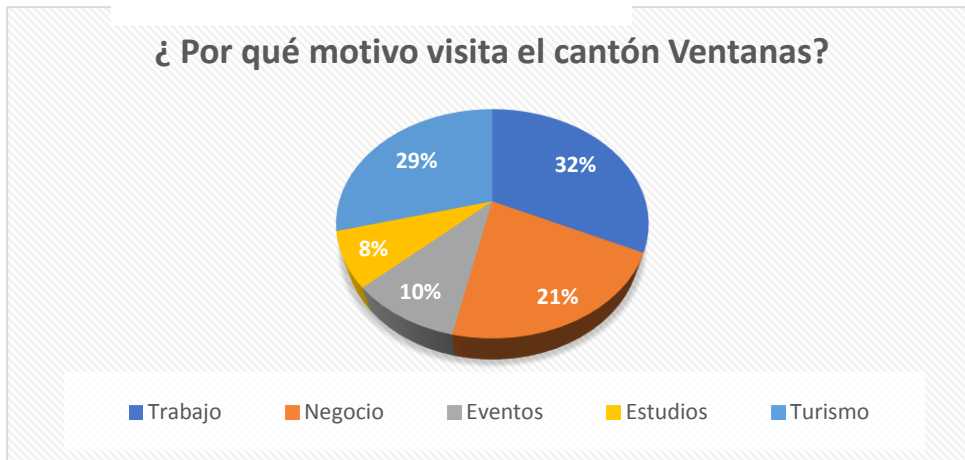


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 57 % de los encuestados en un rango de edad de 18 – 24 y el 35 % es femenino en un rango de edad de 24– 28, y el 8 % en un rango de edad de 28 – 40.

Pregunta 3: ¿Por qué motivo visita el cantón Ventanas?

Gráfico 3 ¿ Por qué motivo visita el cantón Ventanas?



Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado

El 32% de los turistas visitan por trabajo

El 21% de los turistas visitan por negocio

El 10% de los turistas visitan por eventos

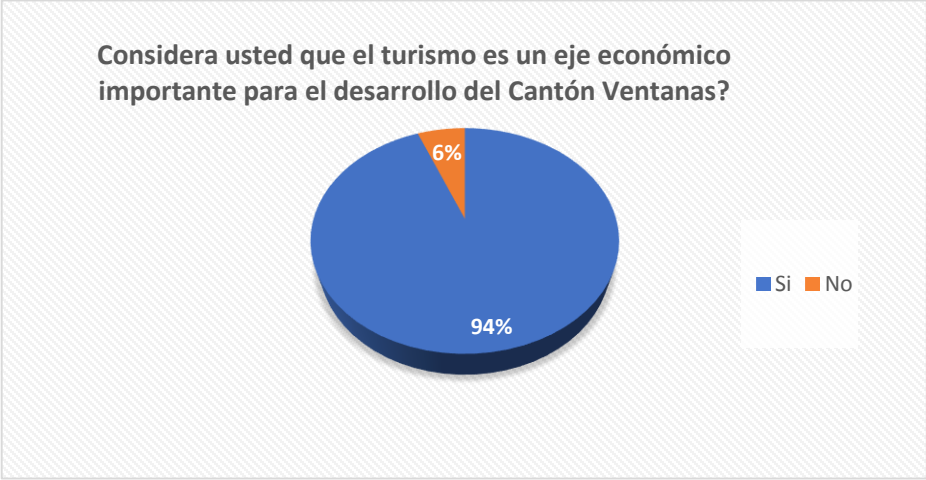
El 8% de los turistas visitan por estudios

El 12% de los turistas visitan por Turismo

Pregunta 4: ¿Considera usted que es importante para los habitantes explotar turísticamente las riquezas naturales y culturales que podemos encontrar en el Cantón Ventanas?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 99 % de los encuestados menciona que Si y el 1 % es no.

Gráfico 4 Considera usted que es importante para los habitantes explotar turísticamente las riquezas naturales y culturales que podemos encontrar en el Cantón Ventanas

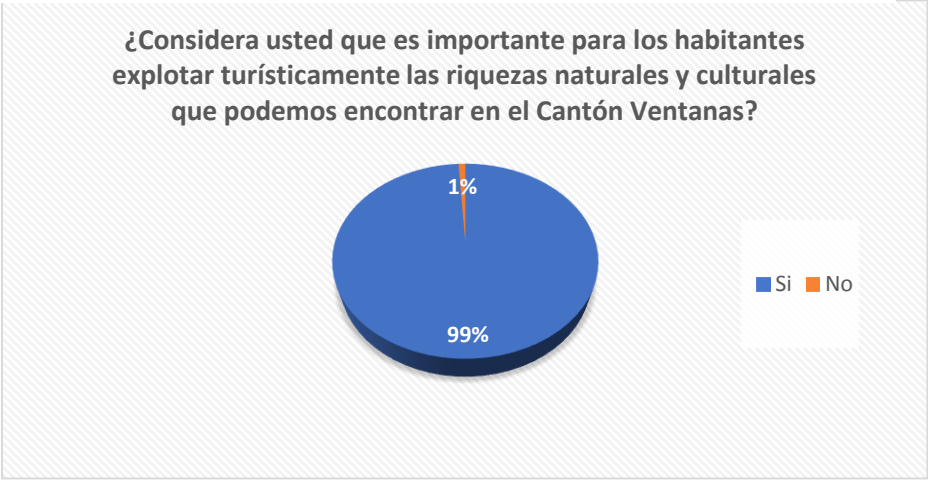


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 5: Considera usted que el turismo es un eje económico importante para el desarrollo del Cantón Ventanas?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 94% de los encuestados menciona que Si y el 6% es no.

Gráfico 5 Considera usted que el turismo es un eje económico importante para el desarrollo

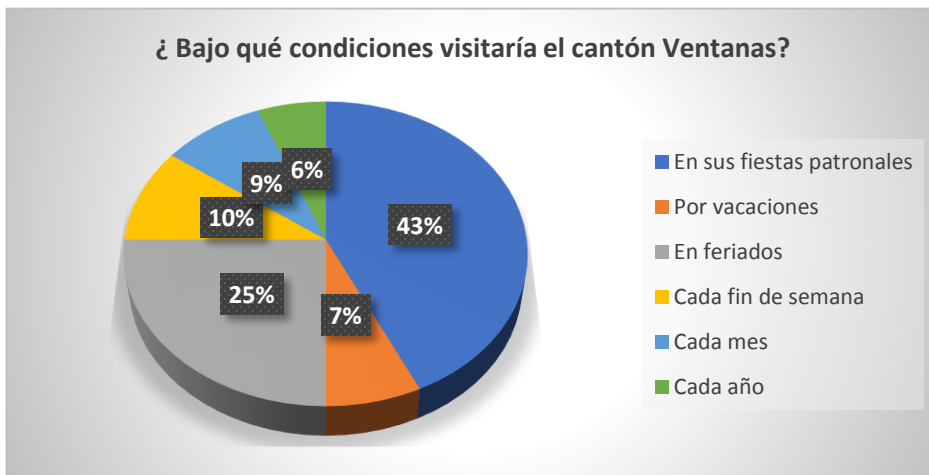


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 6: ¿Bajo qué condiciones visitarías el cantón Ventanas?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 43% de los en sus fiestas patronales y el 7% por vacaciones el 25% por feriados, y el 10% cada fin de semana, el 9% cada mes y el 6% cada año.

Gráfico 6 Bajo qué condiciones visitarías el cantón Ventanas

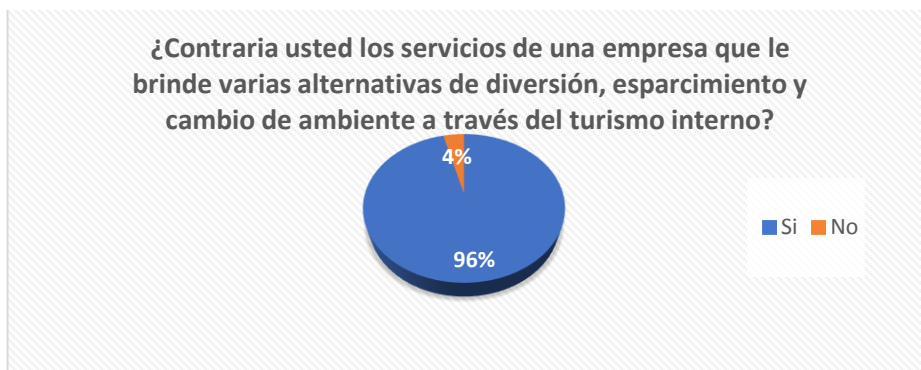


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 7: ¿Contraría usted los servicios de una empresa que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 96 % de los encuestados menciona que Si y el 4% es no.

Gráfico 7 Contraría usted los servicios de una empresa que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno



Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 8: ¿El Cantón Ventanas cuenta con una planificación y gestión para el desarrollo del turismo?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 50% de los encuestados menciona que Si y el 50% es no.

Gráfico 8 El Cantón Ventanas cuenta con una planificación y gestión para el desarrollo del turismo

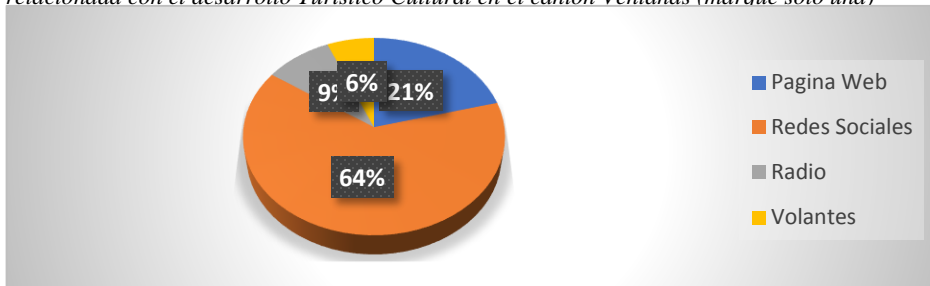


Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 9: ¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con el desarrollo Turístico Cultural en el cantón Ventanas? (marque solo una)

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 21% de los en página web y el 64% por redes sociales el 9% por radio, y el 6% por volantes.

Gráfico 9 Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con el desarrollo Turístico Cultural en el cantón Ventanas (marque solo una)



Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

Pregunta 10: ¿Recomendaría el destino a otra persona?

De 30 personas encuestadas online mediante un formulario Google se obtuvo como resultado que el 87% de los encuestados menciona que Si y el 1% es no y el 12% que tal vez.



Elaborado por: Deryan Veliz Ponce

2.2. Situaciones detectadas

- El presente proyecto tiene como finalidad el desarrollo de facilidades turísticas para fortalecer el turismo en función de los resultados obtenidos mediante encuestas realizada a los habitantes y turistas por medio de formularios Google en la Cantón Ventanas se pudo evidenciar, que es un factor fundamental fomentar el desarrollo turístico del Cantón Ventanas Provincia de Los Ríos.
- Por lo tanto, los turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar, pueden observar la riqueza natural y cultural que posee este lugar atreves de sus atractivos turísticos, los prestadores de servicios opinan que un proyecto de desarrollo turístico ayudara a incrementar la afluencia de turistas a Ventanas, Provincia de Los Ríos.
- Los turistas han sugerido el diseño de un producto turístico cultural siendo esta una estrategia de desarrollo e impulso al turismo sostenible, la elaboración de facilidades turísticas es impulsar el turismo procurando preservar tanto sus recursos naturales y culturales atreves de la implementación de un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas del Cantón Ventanas y de esta manera se pueda mejorar las condiciones de vida de su población.

2.3. Soluciones planteadas

- Una vez realizado el diagnóstico situacional, diferentes se ha logrado evidenciar cuáles son los factores que afectan el turismo, destacando entre éstos los diferentes tipos de infraestructura, accesibilidad y de servicios públicos, que permite llevar a cabo las actividades turísticas, así como la infraestructura de un plan de marketing y su impacto en el desarrollo turístico cultural por ser un factor a considerar previo a visitar el Cantón Ventanas. Adicionalmente, el impacto en la seguridad, de los turistas y la estabilidad política y el equilibrio económico son otros de los factores determinantes de la competitividad turística poblacional.
- De la misma forma, el nivel educativo y cultural de la población de los países receptores influye en la competitividad de los servicios turísticos debido a que afecta directamente a los turistas y la calidad del servicio ofrecido y ahí radica la importancia del desarrollo del turístico cultural en Ventanas.
- Por su parte, el nivel de precios es otro de los factores que influyen en el turismo debido a la sensibilidad que tiene el sector frente a este factor, finalmente, los ingresos de una economía dinamizan todos los sectores de la misma incluyendo el turismo, a través de la mejora de la calidad y mayores opciones de bienes y servicios.

CONCLUSIONES

- Mediante la implementación de un plan de marketing y su impacto para el desarrollo turístico cultural en los turistas del Cantón Ventanas se encontraron aspectos físicos positivos acompañados con los negativos pero cada uno con su solución, el turismo considerado como uno de los sectores más importantes en el Ecuador y en el mundo, deja claro que se convierte en el dinamizador de ciertas economías, puesto que el flujo de turistas que se generan en un periodo determinado trae consigo grandes beneficios que pueden ser evidentes de los sectores de turismo que atrae a los visitantes por medio de la publicidad, para seguir dando una buena imagen y brindar servicios de mejor calidad a los turistas.
- El análisis de la tesis, dio a conocer que surge como una oportunidad de desarrollo económico y social para sus habitantes, que permitan la integración familiar.
- El impacto de esta propuesta es claro pues, en el desarrollo turístico cultural en los habitantes, genera un incremento de la demanda turística siempre y cuando las estrategias de difusión y promoción del sitio sean efectivas y logren captar el interés del turismo del Cantón.

RECOMENDACIONES

- El trabajo en conjunto con el Municipio, y la prefectura de los Ríos o Ministerio de Turismo, sería una gran estrategia para fomentar el desarrollo turístico cultural de manera que sea palpable el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Ventanas y las visitas de turistas creen fuentes de trabajo.
- Se recomienda, que para la tesis tenga acogida esperada, es importante la colaboración de la comunidad local, de modo que ellos estén conscientes de los beneficios que el turismo representa y así convertirse en el pilar fundamental de esta propuesta, por eso sería recomendable también que se impulsen el turismo, para así dar a conocer las ventajas de esta tesis, y hacer de la comunidad su principal aliado para el desarrollo económico y social del sector.
- Además, sería conveniente que con el paso del tiempo, el desarrollo turístico y el impacto en los turistas en el cantón Ventanas diversifiquen las etapas propuestas, es decir promover el turismo por medio planificaciones y fortalecer el turismo.

Bibliografía

- Abasto, M. (2021). *Plan de marketing estratégico para la empresa*. Bolivia: Kipus.
- Betancourt, R. (2017). *Que es un Turista*. Quito.
- Boullon, R. C. (2022). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Cobeña, M. (2018). Importancia del turismo. *RECUS*, 45.
- Daborah. (19 de mayo de 2015). Obtenido de <https://significado.net/turismo/>
- Fuentes Jiménez, P. A. (2008). MARKETING INTERNO:. *Redalyc*, 181.
- Granados, M. N. (2018). *El marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Machala: utmach.
- Henche, B. G. (2015). CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DEL PRODUCTO TURISMO RURAL. *Cuaderno de Turismo*, 117.
- MINTUR. (21 de marzo del 2008). *Ley de turismo de la república del Ecuador en vigencia desde julio de 1938*:. Manabi: the University of California.
- Morales, J. C. (2018). *La actividad turística* .
- Nuria Morère Molinero, S. P. (2013). *Turismo Cultural patrimonio museo y empleabilidad* . Madrid.
- Palacios, C. G. (4, octubre, 2016). TURISMO COMUNITARIO. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 597.
- Roberto Caiza, M. E. (2013). *ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA EVOLUCIÓN*. Quito.
- Sánchez, C. (2018). *Desarrollo del turismo*.
- SIMBAÑA, N. L. (2015). *Turismo Historico Cultural*. Quito.
- Socateli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica: Intermark.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de marketing*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Turismo-cifras. (2020). *COMPORTAMIENTO del turismo*. Ecuador : Ministerio de Turismo.

VENTANAS, G. (10 de Noviembre de 2021). *Alcaldia de ventanas*. Obtenido de <https://www.ventanas.gob.ec/ventanas/historia/>

Villasante, W. M. (24 de Noviembre de 2016). Obtenido de <https://asesorenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

EXTENSION QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACION



IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING Y SU IMPACTO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO CULTURAL EN LOS TURISTAS DEL CANTÓN VENTANAS AÑO 2022.

Genero

Masculino

Femenino

Edad

16 – 24 28 - 40

24 - 28

¿ Por qué motivo visita el cantón Ventanas?

Trabajo Negocios Eventos Estudios Turismo

¿Considera usted que es importante para los habitantes explotar turísticamente las riquezas naturales y culturales que podemos encontrar en el Cantón Ventanas?

Si

No

¿Considera usted que el turismo es un eje económico importante para el desarrollo del Cantón Ventanas?

Si

No

¿ Bajo qué condiciones visitaría el cantón Ventanas?

En sus fiestas patronales Por vacaciones En feriados

Cada fin de semana Cada mes Cada año

¿ Contraría usted los servicios de una empresa que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno?

Si

No

¿ El Cantón Ventanas cuenta con una planificación y gestión para el desarrollo del turismo?

Si

No

¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con el desarrollo Turístico Cultural en el cantón Ventanas? (marque solo una)

Página Web Redes Sociales Radio Volantes

¿ Recomendaría el destino a otra persona?

Si

No

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING Y SU IMPACTO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO CULTURAL EN LOS TURISTAS DEL CANTÓN VENTANAS AÑO 2022.

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

*Obligatorio

Genero *

- Masculino
 Femenino

Edad *

- 16 - 24
 24 - 28
 28 - 40

¿Bajo que condiciones visita el Cantón Ventanas? (Solo marque una) *

- En sus fiestas patronales
 Por vacaciones
 En feriados
 Cada fin de semana
 Cada mes
 Cada año

Contraria usted los servicios de una empresa que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno? *

- Sí
 No

¿El Cantón Ventanas cuenta con una planificación y gestión para el desarrollo del turismo? *

- Sí
 No

¿Bajo que condiciones visita el Cantón Ventanas? (Solo marque una) *

- En sus fiestas patronales
 Por vacaciones
 En feriados
 Cada fin de semana
 Cada mes
 Cada año

Contraria usted los servicios de una empresa que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno? *

- Sí
 No

¿El Cantón Ventanas cuenta con una planificación y gestión para el desarrollo del turismo? *

- Sí
 No

¿Qué medio cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información relacionada con el desarrollo Turístico Cultural en el cantón Ventanas? (marque solo una) *

- Pagina Web
 Redes Sociales
 Radio
 Volantes

¿Recomendaría el destino a otra persona? *

- Sí
 No
 Tal vez

Enviar

Borrar formulario

Este formulario se creó en Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y Educación. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios