



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



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

**TEMA**

**ESTRATEGIA TURÍSTICA PARA LOS VISITANTES EN LA RUTA DE RÍO,  
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022.**

**AUTORA:**

**FERAN ORDOÑEZ NICOLE PAULETTE**

**TUTORA:**

**LCDA. AMAYA DIAZ INÉS YOLANDA MSC.**

**QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR**

**2022**



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



**DEDICATORIA**

Dedico la entereza de este trabajo a Dios, a mis padres, a mi hermana, a mis tíos, a mi enamorado y a toda mi familia, ya que gracias a ellos he podido llegar hasta estas instancias, la cual me han sabido guiar por el camino de la dedicación y sabiduría para poder cumplir mi meta.

A mis compañeros, amigos y profesores, gracias por su motivación y apoyo durante toda nuestra carrera.

**NICOLE PAULETTE FERÁN ORDÓÑEZ**



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



**AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios que me dio su bendición y la fuerza durante todo este tiempo para finalizar con éxito esta carrera.

A mis padres y a mis tíos y hermana quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, ya que ellos me han dado el estudio que es el mejor regalo que ellos me pueden dar. A ellos les debo todo lo que soy y lo que en futuro seré.

A mis compañeros y amigos que me acompañaron desde el inicio de mi carrera y que junto a ellos tuvimos muchas metas cumplidas y momento de eterna alegría, algunos de los cuales considero como amigos y hermanos.

**NICOLE PAULETTE FERÁN ORDÓÑEZ.**



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



**CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, FERAN ORDOÑEZ NICOLE PAULETTE, portadora de la cédula de ciudadanía **0704556034**, en calidad de autor (a) del Informe Final de la dimensión practica del examen complejo de grado, previo a la Obtención del Título de Licenciada en **HOTELERÍA Y TURISMO**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**ESTRATEGIA TURÍSTICA PARA LOS VISITANTES EN LA RUTA DE RÍO,  
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

---

**FERAN ORDOÑEZ NICOLE PAULETTE**

**CI. 0704556034**



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



Quevedo, 11 de agosto de 2022

**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL**  
**DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRACTICA DEL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA SUSTENTACIÓN**

En mi calidad del Tutor del documento probatorio dimensión practica del examen complexivo, designado por el Consejo Directivo con el oficio circular **Oficio Cir. 035-UIC-FCJSE-2022**, con fecha **25-03-2022**, mediante **RESOLUCIÓN POR CONSULTA H.C.D – FAC.CJ.S.E.- 001 – 2022**; certifico que la **Srta. FERAN ORDOÑEZ NICOLE PAULETTE** ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complexivo:

**ESTRATEGIA TURÍSTICA PARA LOS VISITANTES EN LA RUTA DE RÍO,**  
**CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión practica del examen complexivo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**LCDA. AMAYA DIAZ INÉS YOLANDA MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**



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



**RESUMEN**

Al presente Quevedo se constituye como un próspero cantón de La Provincia de Los Ríos, su entorno natural, diversidad cultural y su gente laboriosa ha establecido para que se posicione como uno de los cantones que presenta uno de los índices más altos en nivel de desarrollo lo cual es un atractivo que incide que inversionistas decidan invertir en nuevos proyectos de diferentes índoles. La presente investigación tiene como objetivo Analizar mediante que estrategia turística se puede motivar para que los visitantes frecuenten la ruta de río, cantón Quevedo el desarrollo turístico se ha convertido en factor importante de crecimiento, del cual dependen muchas familias quevedeñas, la propuesta es que se utilicen los medios de comunicación tradicional y alternativos para desarrollar una campaña publicitaria en cuanto a los productos, servicios y actividades, para su efecto y estudio se procedió a aplicar las técnicas y métodos investigativos mediante los cuales se obtuvo información concluyendo que se debe analizar y corregir el tipo de estrategias que se está proyectando actualmente en la ruta del río, implementado, los mecanismos necesarios en cuanto atención al servicio, capacitación, precios, promociones, turismo gastronómico, actividades recreativas a gustos del consumidor.

**Palabras clave:** Estrategia turística, Visitantes, Ruta de río



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



**ABSTRACT**

At present, Quevedo is constituted as a prosperous canton of the Province of Los Ríos, its natural environment, cultural diversity and its industrious people have established it to position itself as one of the cantons that presents one of the highest indices in terms of development. which is an attraction that influences investors to decide to invest in new projects of different kinds. The objective of this research is to analyze through which tourism strategy can be motivated so that visitors frequent the river route, Quevedo canton, tourism development has become an important growth factor, on which many Quevedo families depend, the proposal is that use traditional and alternative media to develop an advertising campaign regarding products, services and activities, for its effect and study, the investigative techniques and methods were applied through which information was obtained, concluding that it should be analyzed and corrected the type of strategies that are currently being projected on the river route, implemented, the necessary mechanisms in terms of attention to service, training, prices, promotions, gastronomic tourism, recreational activities to consumer tastes.

**Keywords:** Tourist strategy, Visitors, River route



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



**RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA**  
**DE LA MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO.**

EL TRIBUNAL EXSEÑADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN,  
 TITULADO: **ESTRATEGIA TURÍSTICA PARA LOS VISITANTES EN LA RUTA DE**  
**RÍO, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022.**

**PRESENTADO POR LA SEÑORITA: NICOLE PAULETTE FERÁN ORDÓÑEZ**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

---

**EQUIVALENTE A:**

---

TRIBUNAL:

---

LCDA. DAZA SUÁREZ SANDRA KARINA  
 DELEGADO DE LA DECANA

---

LICDA. TORRES NAVARRETE RUMANIA  
 ALEXANDRA  
 DELEGADO DEL CIDE

---

ING.. ANDRADE ALCIVAR LUIS EDUARDO  
 PROFESOR ESPECIALISTA

---

AB. SANDRA VITERI GARCIA  
 SECRETARIA DE LA FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**



**CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Quevedo, 11 de agosto de 2022

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS  
 FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión practica del examen complejo de la Srta. **FERAN ORDOÑEZ NICOLE PAULETTE** cuyo tema es: **ESTRATEGIA TURÍSTICA PARA LOS VISITANTES EN LA RUTA DE RÍO, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022.** Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de [5%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo** considerada hasta el 10%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de defensa.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado

**LCDA. AMAYA DIAZ INÉS YOLANDA MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**

## Contenido

TEMA .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL .....	iv
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRACTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA SUSTENTACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA DE LA MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO. ....	viii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.INTRODUCCIÓN .....	1
2.DESARROLLO .....	3
2.1JUSTIFICACIÓN .....	3
2.3 OBJETIVO .....	4
General .....	4
2.3.1 Específicos .....	4
2.4SUSTENTO TEÓRICO .....	5
2.4.1 Turismo .....	5

2.4.2 Estrategia turística.....	5
2.4.3 Importancia de las estrategias turísticas.....	6
2.4.3 Tipos de estrategias turísticas .....	7
2.4.4 Turismo sostenible .....	8
2.4.5 Turismo Masivo .....	8
2.4.6 Plan Marketing turístico.....	9
2.3 Técnicas aplicadas para la recolección de la información métodos de investigación. ....	11
2.3.1 Métodos.....	11
2.3.2 Método deductivo e inductivo .....	11
2.3.6 Técnica de investigación.....	12
2.3.7 Encuesta.....	12
2.3.1 Población y muestra.....	13
2.3 Resultados de la investigación .....	14
Estrategias turísticas para los visitantes en la ruta de río.....	24
Plan de marketing .....	25
Posicionamiento en el Mercado .....	25
Segmentación de mercado. ....	25
Procedencia.....	25
Segmentación de turistas.....	26
Estrategia para los productos turísticos.....	26
Estrategia para el precio.....	26

Estrategia de comunicación .....	26
2.6 SITUACIONES DETECTADAS .....	27
2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS .....	28
2.9 RECOMENDACIONES.....	30
Bibliografía .....	32
ANEXO.....	33

### Índice de tabla

Tabla 1.-Paseo de vacaciones.....	14
Tabla 2.-Actividades turísticas.....	15
Tabla 3.-Ruta del río .....	16
Tabla 4.-Atracción de actividades.....	17
Tabla 5.-Destino turístico.....	18
Tabla 6.-Servicios turísticos.....	19
Tabla 7.- Estrategias a desarrollar .....	20
Tabla 8.-Turistas del cantón.....	23
Tabla 9.-Ficha técnica de las preguntas .....	33

### Índice de figura

Figura 1.-Ruta turística.....	10
-------------------------------	----

Figura 2.-Paseo de vacaciones .....	14
Figura 3.-Actividades turísticas .....	15
Figura 4.-Ruta del río .....	16
Figura 5.-Atracción de actividades .....	17
Figura 6.-Destino turístico .....	18
Figura 7.-Servicios turísticos .....	19
Figura 8.- Estrategias a desarrollar.....	20
Figura 9. Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Quevedo .....	22

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo representa una de las actividades más importantes de la economía, es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, su finalidad es satisfacer una ilusión, lo que implica que su valor sea intangible.

La actividad turística ha sido considerada como un medio fundamental para impulsar el desarrollo de un país o estado, representando un ingreso para las economías familiares, uno de los factores que influyen es el poder adquisitivo de los visitantes el cual permite realizar mayores consumos, actividades recreativas y otros servicios. Es necesario considerar la importancia en la generación de plazas de trabajo de esta actividad, pues desempeña un papel clave en la recuperación de la economía regional.

Quevedo se constituye como un próspero cantón de La Provincia de Los Ríos, su entorno natural, diversidad cultural y su gente laboriosa ha establecido para que se posicione como uno de los cantones que presenta uno de los índices más altos en nivel de desarrollo lo cual es un atractivo que incide que inversionistas decidan invertir en nuevos proyectos de diferentes índoles atrayendo a los visitantes de todos lados a realizar turismo en el cantón dada las condiciones y alternativas que ofrece.

De esta manera se consideró importante conocer que el proyecto denominado Ruta del Río ha beneficiado a la Ciudad no solo en la parte turística sino también tendrá influencia en el valor agregado, el cual es dar empleo a muchos ciudadanos y generar divisas para la población, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico y social,

La ruta del río reúne las condiciones y características necesarias de ser un potencial turístico, la afluencia de visitantes no es de acuerdo a las metas planteadas, mucho se debe a la falta de estrategias turísticas que no están bien diseñadas y enfocadas en los productos y servicios que se ofrecen en el lugar, ni en las actividades que se pueden realizar motivando a que los visitantes asistan a conocer el sitio. La falta de direccionamiento estratégico ha originado que se desaprovechan los recursos naturales de la zona y no se conozca los hábitos y tendencias del turista para ofrecerle un servicio de acuerdo a sus intereses, utilizando la creatividad y habilidad para generarlo.

La presente investigación tiene como objetivo analizar las estrategias turísticas que se pueden desarrollar para motivar a que las personas acudan a visitar la ruta del río, como una alternativa de diversión, donde se puede cumplir diferentes actividades turísticas en relación con la comunidad y en el cuidado con el medio ambiente, para su efecto y estudio se procedió a aplicar las técnicas y métodos investigativos mediante los cuales se obtuvo información que serán necesarios para presentar los resultados finales.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN**

El propósito de la presente investigación es analizar las estrategias turísticas que se pueden desarrollar motivando a que los turistas decidan ir a visitar la ruta del río en el cantón Quevedo, la falta de planificación y operatividad ha influido para que no se implementen estrategias adecuadas enfocadas en la promoción turística del sector, responsabilidad compartida entre emprendedores y el Gad cantonal que no invierten en campañas de marketing promocionado el lugar y los emprendimientos, antes todo lo expuestos, se considera preciso que se cree una propuesta para el impulso de la actividad turística, siendo el turismo una de las importantes fuentes de ingreso del sector, y del mismo modo acrecentar el flujo de turistas que motivan a nuevos emprendimientos que generan fuentes de empleo y recursos monetario mejorando el nivel de vida de la comunidad en general.

Es trascendental que se creen estrategias turísticas para motivar a los visitantes frecuentar la ruta del río, debido a que el desarrollo turístico se ha convertido en factor importante de crecimiento, del cual dependen muchas familias quevedeñas, la propuesta es que se utilicen los medios de comunicación tradicional y alternativos para desarrollar una campaña publicitaria en cuanto a los productos, servicios y actividades que puede hacer el turista, además de ellos se capaciten en cuanto atención al cliente, cuidado y protección del entorno natural, desarrollando un turismo sustentable consciente con la naturaleza algo que es de mucha tendencia y demanda en el mundo actual.

Los principales beneficiados son los emprendedores de la ruta del río, quienes se verán motivados ampliar su infraestructura debido al crecimiento de turistas, fomentando la competitividad de los habitantes, quienes se esmeraron por brindar productos y servicios de calidad, de forma eficiente satisfaciendo las perspectivas del turista, el mismo que se encargará de divulgar información positiva del lugar, para que nuevos visitantes lleguen al sitio.

## **2.3 OBJETIVO**

### **General**

✓ Evaluar la elaboración de un plan de marketing como estrategia de promoción turística motivando para que visiten frecuenten la ruta de río, cantón Quevedo

### **2.3.1 Específicos**

- ✓ Desarrollar estrategias para el correcto direccionamiento del plan de marketing.
  
- ✓ Determinar un plan de marketing en el aspecto económico, social, y cultural la ruta de río, cantón Quevedo

## **2.4 SUSTENTO TEÓRICO**

### **2.4.1 Turismo**

El turismo se ha consolidado como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo. El turismo internacional es el mayor generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de la mayoría de los países.

El turismo se ha convertido, por otra parte, en una de las principales fuentes de empleo y estimula enormes inversiones en infraestructuras, la mayor parte de las cuales contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población autóctona además de las de los turistas. Los gobiernos, por su parte, obtienen unos sustanciales beneficios a través de los impuestos. La mayor parte de los empleos y negocios relacionados con el turismo se crean en países en desarrollo, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas y evita que la población de las zonas rurales emigre a unas ciudades superpobladas, (Cambridge, 2019, pág. 54).

### **2.4.2 Estrategia turística**

Las estrategias pueden ser concebidas como las actividades que proporcionan condiciones propicias para lograr los objetivos específicos predeterminados en la planificación.

Las estrategias promocionales en cualquier empresa son patrones de decisiones que integran las principales metas, políticas y sugerencias de acciones de una organización que

debe desarrollar, que cuando bien planificadas auxilian en el orden y la limitación de los recursos para una estructura singular y viable con base en las competencias y deficiencias internas existentes, así como las inconveniencias y oportunidades originarias del mercado, (Arboleda, 2020, pág. 33).

### **2.4.3 Importancia de las estrategias turísticas**

Las empresas turísticas tienen que adaptarse a la incorporación de la tecnología y a la hiper conectividad de los usuarios con las redes sociales. Se han modificado las formas de vender y patrocinar y, por lo tanto, las estrategias y las tendencias que se desarrollan se detallan a continuación, (Versailles, 2021, pág. 43).

**Consiste en llamar la atención** sobre un aspecto concreto y atraerlo haciendo uso de las emociones.

**Para ello, hay que proyectar naturalidad.** Hoy en día, existen los influencers, personas capaces de incidir en las decisiones de muchos usuarios.

**Introducirse a las redes sociales.** Facebook, Twitter, Instagram... son plataformas favorables para poder circular toda la nueva información y destacar productos o servicios.

**Adaptarse al formato móvil.** Los hábitos de búsqueda han cambiado y, actualmente, son cada vez más frecuentes en dispositivos móviles que en ordenadores, (Versailles, 2021, pág. 44).

### 2.4.3 Tipos de estrategias turísticas

En los últimos años el comportamiento de las personas respecto a su forma de viajar ha cambiado completamente. Entre las principales estrategias están las siguientes.

- ✓ Optimizar la reputación online y el posicionamiento en Google
- ✓ Invertir en canales sociales
- ✓ Marketing de Influencers
- ✓ Inbound marketing mediante el conocimiento del Buyer persona
- ✓ Facilitar la toma de contacto
- ✓ Apostar por la “economía de la experiencia
- ✓ Identificación del “Pain” del usuario
- ✓ Mayor personalización
- ✓ Uso inmersivo del video
- ✓ Implementar la Realidad Virtual (Braintrust, 2021, pág. 36).

#### **2.4.4 Turismo sostenible**

El turismo sostenible es aquel «que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. El turismo sostenible establece un equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico. Además, juega un papel fundamental en la conservación de la biodiversidad. Siempre intenta minimizar su impacto en el medio ambiente y en la cultura local para que estén disponibles para las generaciones futuras. El objetivo es contribuir a la generación de ingresos, creación de empleo y la conservación de los ecosistemas locales, (Bello, 2019, pág. 5).

#### **2.4.5 Turismo Masivo**

El turismo masivo es aquel donde un alto volumen de vacacionistas se concentra en un único destino, lo cual provoca que la capacidad de receptora del lugar queda rebasada. Esto trae consigo daños a los recursos naturales y culturales con los que cuenta el lugar y por ende a las personas que lo habitan. También llamado turismo de masas, se trata de un fenómeno que se dio primero y existe mayoritariamente en destinos de sol y playa. Pero conforme el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo, se ha extendido para afectar también a grandes ciudades, destinos culturales e incluso áreas naturales lejanas de los principales imanes turísticos, (Fontano, 2021, pág. 8).

#### **2.4.6 Plan Marketing turístico**

El plan marketing turístico es la promoción de lugares que realizan empresas de sectores hoteleros, locales de ocio, restaurantes, empresas de transporte y otros organismos públicos. Además, se encarga de todas las acciones que se centran en ofrecer el mejor servicio al turista. Ya no se trata únicamente de vender un paquete de vuelo, hotel y alojamiento, sino de vivir, sentir, elegir, divertirse y darse caprichos. La forma de hacer negocio en el turismo cada vez apela más a los sentimientos y es que el viaje comienza desde antes de hacer las maletas, (Galiana, 2021).

#### **2.4.7 Quevedo**

El cantón Quevedo cuenta en el año 2019 con una población total de 173.575 habitantes, compuesta de 86.821 hombres y 86.754 mujeres. Siendo su índice de crecimiento anual de 2,41 % y aplicando la ecuación de  $P_f = P_o (1+i)^n$  (la n superíndice), para el 2023 su población total será de 195.523 habitantes, 97.799 hombres y 97.724 mujeres. Con los datos obtenidos se nota que la diferencia en la cantidad de hombres y mujeres es muy pequeña, dándose un crecimiento equilibrado. El incremento de la población en 5 años será de un 12,64 % en relación al año en curso, lo cual es un referente para la planificación de las actividades a desarrollar hasta ese año. (SENPLADES, 2019, pág. 22)

## 2.4.8 Ruta del río

Figura 1.-Ruta turística



(Darwincerna, 2021, pág. 2)

La Ruta del Río, construida por la municipalidad en convenio con la Prefectura de Los Ríos, genera actualmente aspectos fundamentales para la ciudad. Uno de ellos, ha evitado por completo que los habitantes del Pantano sufran las consecuencias de inundaciones como ocurrían hace algunos años atrás. Dos es una vía considerada como un atractivo turístico, muchas son las personas que acuden al lugar, y disfrutan de la tranquilidad y las brisas del río Quevedo., (Darwincerna, 2021, pág. 1).

## **2.3 Técnicas aplicadas para la recolección de la información métodos de investigación.**

### **2.3.1 Métodos**

Para el desarrollo de la presente investigación se recurrió a la aplicación de métodos para la selección de la información, cada uno de ellos fue realizado de forma ordenada y sistemática.

### **2.3.2 Método deductivo e inductivo**

Se empleó en analizar las estrategias turísticas más eficientes para incentivar a que los turistas visiten la ruta del río, evaluando las tácticas publicitarias, capacitaciones, atención al cliente con el propósito de satisfacer cada una de las necesidades del consumidor y que este pueda volver nuevamente.

### **2.3.3 Método analítico**

Permitió realizar un análisis sobre las habilidades competitivas y publicitarias que se han efectuado en la ruta del río, con el objetivo de promover el desarrollo turístico, y fomentar los emprendimientos en el cantón.

### **2.4.5 Tipos de investigación**

La investigación empleada es de tipo explicativa y bibliográfica desde un enfoque cualitativo y cuantitativo para conocer el problema desde diferentes enfoques y puntos de vista de los involucrados.

### **2.3.4 Investigación descriptiva**

Describió las diferentes estrategias que se pueden ejecutar con la finalidad de promover el desarrollo turístico de la ruta del río, determinado si la operatividad está bien direccionada entre las políticas aplicadas y los objetivos fijados.

### **2.3.5 Investigación bibliográfica**

Para el desarrollo del tema se procedió a buscar información mediante fuentes secundarias de acuerdo a las variables del tema de investigación a través, libro, revistas, foros académicos, páginas web, artículos de periódicos detallando autor y año de publicación.

### **2.3.6 Técnica de investigación**

### **2.3.7 Encuesta**

Se propuso desarrollar una encuesta evaluando las necesidades de los turistas para proponer estrategias dinámicas, que capten la atención del turista y decidan visitar la ruta del

rio, las preguntas están elaboradas de formas sencillas y claras en relación con el tema de estudio para que sean respondidas de manera rápida y proceder a realizar el respectivo análisis.

### 2.3.1 Población y muestra

Para obtener la muestra se procederá a tomar como referencia la población quevedña que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) son 173.575 habitantes los cuales forman parte del desarrollo económico productivo de turismo interno que se efectúa en el cantón.

#### Muestra

Para obtener el número de personas a encuestar se aplicó la fórmula de muestra infinita representativa integrada por personas con intereses similares en los habitantes, del cantón Quevedo, que de acuerdo a la Población Económicamente Activa (PEA) se los considera potenciales consumidores y personas que ya generan un ingreso a partir de los 5 a 65 años de edad analizando el margen de error y el nivel de confianza.

#### Total, de Encuestas a realizar:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= 3% Error de muestreo

Z= 95% nivel de confianza

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{173.575}{0,05^2(173.575 - 1) + 1} = \frac{173.575}{0,0025(173.574)}.$$

$$n = \frac{173.575}{433.93} = 399.$$

## 2.3 Resultados de la investigación

### Encuesta realizada en la población quevedeña

#### ¿Suele usted salir constantemente de paseo?

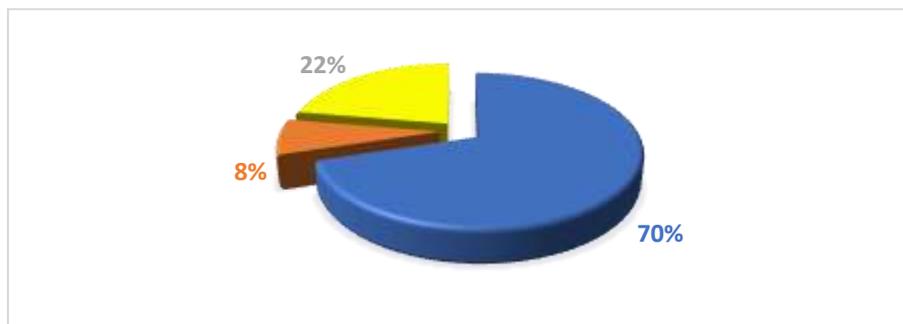
Tabla 1.-Paseo de vacaciones

Preferencia	Serie	Porcentaje
Si	280	70%
No	30	8%
Poco	89	22%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

Figura 2.-Paseo de vacaciones



Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

#### Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada, se determinó que el 70% de la población del cantón Quevedo suele salir a de paseo con sus familias o amigos, mientras que el 8% indica que no lo hace por temas económicos, y un 22% que sale de paseo muy poco.

## ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar?

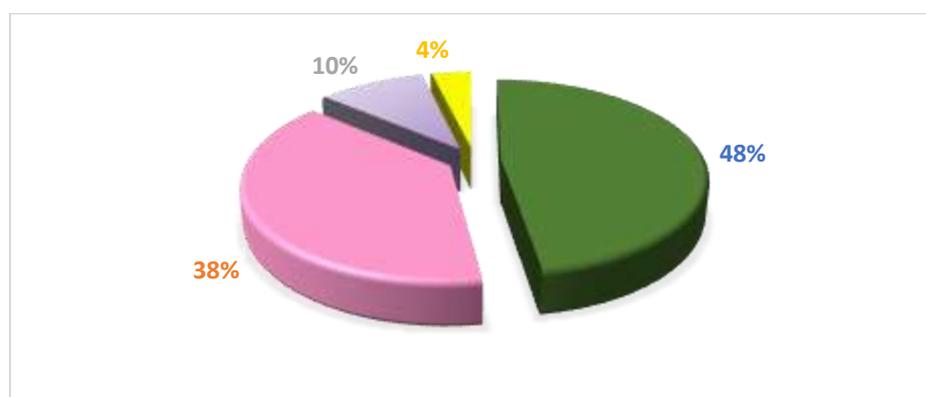
Tabla 2.-Actividades turísticas

Preferencia	Serie	Porcentaje
Turismo de gastronomía	190	48%
Turismo de naturaleza	154	39%
deportes extremos	40	10%
Turismo consumo	15	4%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

Figura 3.-Actividades turísticas



Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

### Análisis:

La población encuestada señala que prefiere diferente tipo de actividades turísticas, como disfrutar de la gastronomía típica de la zona, así lo señala el 48%, mientras que el 38% indica que le agrada salir a pasear por la naturaleza, sin embargo, el 10% prefiere algún deporte extremo por la adrenalina que genera, y un 4% revela que le gusta más el turismo de consumo en los centros comerciales de la localidad.

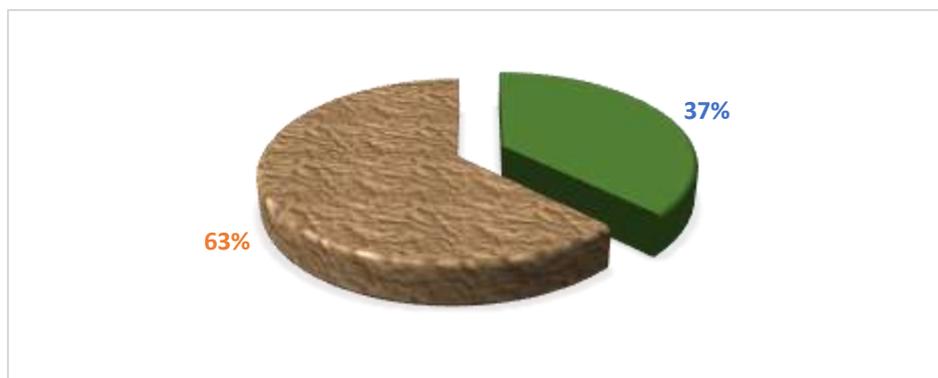
## ¿Ha visitado la ruta del río en las últimas semanas?

Tabla 3.-Ruta del río

Preferencia	Serie	Porcentaje
Si	149	37%
No	250	63%
Total	399	100%

Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

Figura 4.-Ruta del río



Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

### Análisis:

Del total de los quevedeños encuestados, el 37% indicó que, si ha asistido a visitar la ruta del río, mientras que el 63% manifiesta que ha ido, porque ha preferido otros atractivos de la localidad debido a la inseguridad que existe en el sector mencionado prefieren acudir a lugares donde les brinde seguridad.

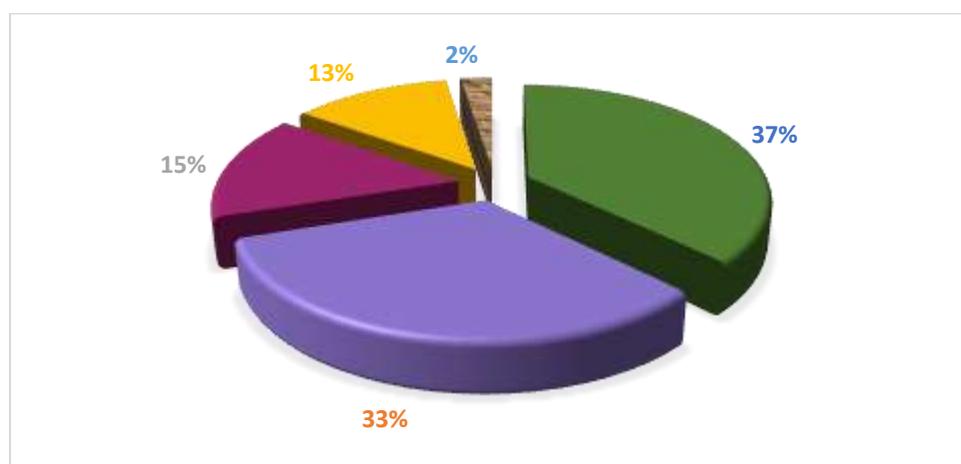
## ¿Qué le atrae de las actividades que se realizan en la ruta del río?

Tabla 4.-Atracción de actividades

Preferencia	Serie	Porcentaje
las caminatas por el río	149	37%
actividades gastronómicas	130	33%
Canopy	60	15%
paseos por en la góndola	50	13%
otras actividades	10	3%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

Figura 5.-Atracción de actividades



Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

### Análisis.

Análisis En la ruta del río existen diferentes tipos de actividades que pueden realizar los visitantes, entre las más atractivas están, las caminatas por el río con un 37%, mientras las actividades que tengan relación con los alimentos son las preferidas de muchos, de acuerdo a lo revelado por el 33%, un 15% le agrada realizar canopy, aunque el 13% prefiere los paseos en góndolas por el majestuoso río Quevedo y el 2% indica que le atraen otro tipo de actividades.

## ¿Considera usted la ruta del río como un destino turístico atractivo para visitar?

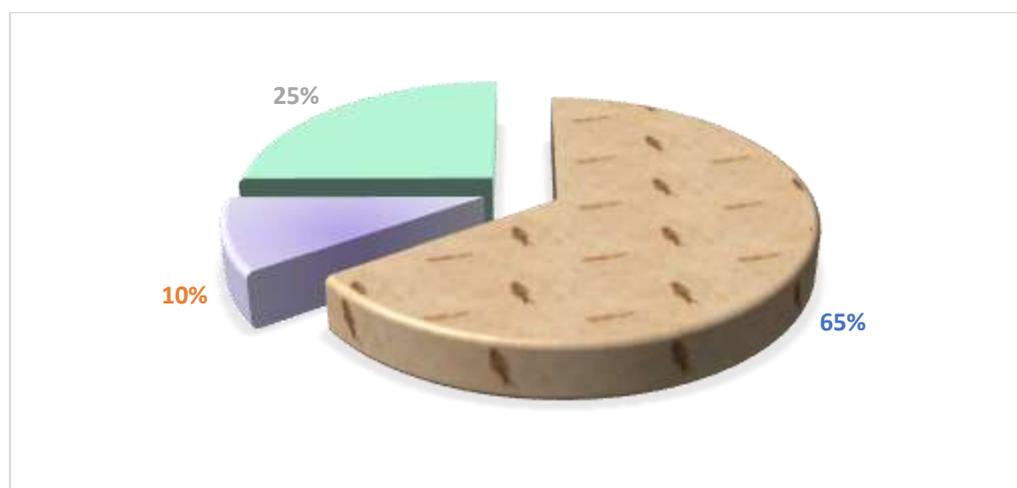
Tabla 5.-Destino turístico

Preferencia	Serie	Porcentaje
Si	260	65%
No	39	10%
tal vez	100	25%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

Figura 6.-Destino turístico



Elaborado por: Feran Nicole

Fuente: Población quevedeña

### Análisis.

El 65% de los quevedeños consideran a Quevedo con una ciudad con un gran potencial turístico, debido a su entorno natural y estar rodeado naturaleza, constituyéndose un digno representante de la cultura así lo indica el 65%, mientras que el 10% cree que no, y el 25% indicó que tal vez puede ser, pero que aún le falta muchos para ser una ciudad atractiva para los turistas.

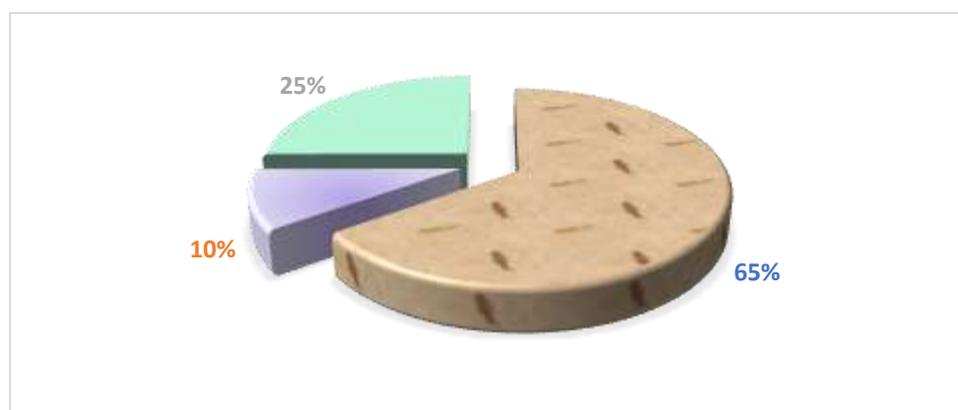
## ¿Cómo califica los productos y servicios turísticos que se ofrecen en la ruta del río?

*Tabla 6.-Servicios turísticos*

Preferencia	Serie	Porcentaje
<b>Buenos</b>	260	65%
<b>Excelentes</b>	39	10%
<b>Malos</b>	100	25%
<b>Total</b>	399	100%

Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

*Figura 7.-Servicios turísticos*



Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

### **Análisis.**

Los servicios y productos que se ofrecen en la ruta del río son calificados de excelente por el 10% de la población encuestada, mientras que el 65% considera que son buenos dentro de un rango aceptable y el 25% cree que no se brinda ningún buen servicio ni productos por lo que es necesario capacitarse y brindar producto de acuerdo a las necesidades del consumidor.

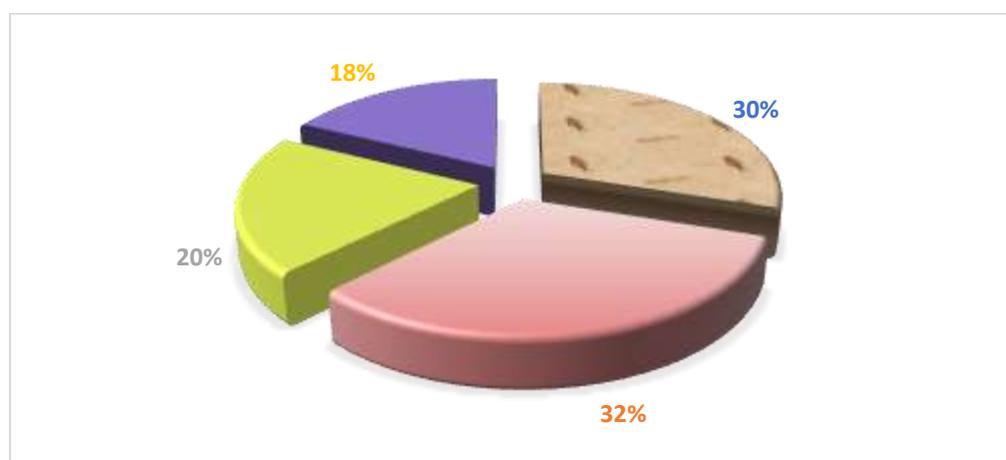
## ¿Qué tipo de estrategias considera que se deberían implementar para fomentar el desarrollo turístico?

Tabla 7.- Estrategias a desarrollar

Preferencia	Serie	Porcentaje
Estrategias de marketing	120	30%
Estrategias de capacitación	129	32%
Estrategia de descuentos	80	20%
Estrategias de precios	70	18%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

Figura 8.- Estrategias a desarrollar



Elaborado por: Feran Nicole  
Fuente: Población quevedeña

### Análisis.

El 30% considera que se debería implementar estrategias de marketing, para promocionar el lugar mediante medios de comunicación, mientras que el 32% cree que otras de las estrategias es capacitar a los emprendedores para brindar un buen producto y servicio a los turistas, asimismo se considera que las estrategias de descuento son excelentes opciones y un 18% las estrategias de precios.

El 30% considera que se debería implementar estrategias de marketing, para promocionar el lugar mediante medios de comunicación, mientras que el 32% cree que otras de las estrategias es capacitar a los emprendedores para brindar un buen producto y servicio a los turistas, asimismo se considera que las estrategias de descuento son excelentes opciones y un 18% las estrategias de precios.

Para el desarrollo del proyecto investigativo, sobre la estrategia turística para los visitantes en la ruta de río, cantón Quevedo se empleó los métodos y técnicas de investigación que permitieron recoger, seleccionar la información sobre las estrategias de funcionamiento que han venido operando desde que se creó la ruta del río, indagando en su operatividad funcionamiento y planes estratégicos con las que fue desarrollado, ante lo cual se elaboró un banco de preguntas para determinar las necesidades y demandas que tiene los visitantes el propósito es utilizar estrategias eficaces, dinámicas desarrollando planes publicitarios que invite al turista a pasar un momento divertido y ameno con la familia.

Al ser Quevedo una próspera ciudad que presenta un alto índice de desarrollo productivo y económico, ha influido para que muchos inversionistas se interesen en invertir en los diferentes proyectos comerciales, de agricultura, industria o turismo en los últimos años, el número de turistas que visitan la ciudad se ha magnificado, esto se lo puede ver reflejado en los establecimientos dedicados a actividades de alojamiento y de servicio de alimentación aumentado considerablemente como se detalla en el gráfico la afluencia turística en el cantón Quevedo, datos que fueron tomados del Estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Quevedo

Figura 9. Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Quevedo

Establecimiento	Turistas	Habitaciones ocupadas
Hostal Jonathan	46	30
Paris	130	112
Quevedo Internacional	25	18
El Oro	39	25
Flor de Libano	2	2
Hostal Nagil	45	30
Hostal Residencia Bravos	8	4
Hotel Ecológico Riverside	6	6
Hostal Majestic	34	29
Hostal Almaquint	20	11
Hotel Costa del Sol	23	18
Hotel del Río	28	19
Hotel Olímpico	41	28
Hostal Imperial	10	9
Hotel Ejecutivo	23	20
Hotel Inglés	19	11
Hostal Europa	63	63
Hostal Casa Blanca	56	56
Hostal El Turista	66	46
D Barros Hotel	172	116
Hotel California	526	263
Hostal Central	20	17
<b>Total</b>	<b>1402</b>	<b>933</b>

(Bello, 2019, pág. 5)

El desarrollo del aumento de las actividades turísticas, en cuanto alimentación, alojamiento, transportes, compras, es un índice que el turismo interno del cantón, que mostró crecimiento siendo positivo para los diferentes emprendimientos que depende del turismo en la demanda de sus bienes y servicios.

Según el cuadro, que se detalla a continuación, muestra el número de visitantes al cantón Quevedo que el 2021 fue 127.294, siendo el rubro más alto el relacionado con alojamiento con el valor de 2.036.704 dólares. Es el total de dinero producido por actividades turísticas a pesar de ver enfrentado difíciles momentos el sector turístico ocasionados por la pandemia que afectó en todos los ámbitos productivos.

Tabla 8.-Turistas del cantón

**Ingresos de la actividad turística en el cantón Quevedo estimados año 2002**

Servicio	Visitantes	Costo Referencial	Días de ESTANCIA	Variable (Repeticiones)	Total
ALOJAMIENTO	127.294	8	2	1	2.036.704,00
ALIMENTACIÓN	127.294	2,5	2	3	1.909.410,00
TRANSPORTE INTERPROVINCIAL	127.294	3	2	1	381.882,00
TRANSPORTACION LOCAL	127.294	2	2	2	509.176,00
DIVERSION ( Bares y Discotecas)	127.294	6	2	1	763.764,00
COMPRAS (Recuerdos, Souvenirs)	127.294	6	2	1	763.764,00
		50			6.364.700,00

Fuente: Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Quevedo 2004 – 2009

Desarrollo turístico del cantón Quevedo (Moran, 2020, pág. 33)

Con el propósito de determinar el tipo de estrategias que se deben implementar y corregir en la ruta del río para el aumento en el número de visitantes, se empezó por determinar las preferencias y necesidades de sus principales consumidores la población quevedeña indagando en las veces que salen de paseo respondiendo el 70% que suele salir de forma constante, mientras que el 48% indicó que lo que más le agrada es realizar actividades de tipo gastronómica disfrutando los alimentos típicos de la zona, para determinar la frecuencia de ver ido de paseo a la ruta del río se investigó, donde el 63% argumento que las últimas semanas no asistido y ha preferido quedarse en casa por temas de seguridad o que prefieren otro tipo de servicios.

Al desarrollar la investigación se busca plantear las mejores estrategias turísticas que influyan en el número de visitantes en la ruta del río, dentro de un marco de sostenibilidad,

desarrollo productivo de los emprendimientos, realizando decisiones adecuadas en cuanto a promoción y servicio que satisfagan las necesidades del consumidor local, nacional e internacional.

### **Estrategias turísticas para los visitantes en la ruta de río**

- ✓ **Experiencia del cliente en el proceso de venta.** Ayudará para que el cliente se sienta satisfecho.
- ✓ **Redes sociales.** Son necesarias para dar a conocer los atractivos de la ruta del río.
- ✓ **Personalización en los servicios.** Permitirá que el turista se sienta más en confianza
- ✓ **Fidelización.** Lograr la fidelización con los clientes a través de un buen servicio.
- ✓ **La importancia de la Geolocalización.** La Geolocalización o el Geomarketing es otra de las formas de marketing que deben sacar partido.
- ✓ **Anuncios de Video en Google.** Importante que sean vídeos cortos, atractivos e impactantes.
- ✓ **Aumentará la importancia del Open Data.** Ofrecer datos de información útiles abiertos al público y que puedan ser vistos y descargados por cualquier persona o empresa.

- ✓ **Surge el “Travel Consultant”.** Otras de las nuevas figuras que aparecerá en el sector turístico y que se adapta a las nuevas necesidades del cliente.
  
- ✓ **Guía turística.** Hoy en día las guías son utilizadas en muchos sectores y suelen tener una grande aceptación por parte de los usuarios.

## **Plan de marketing**

### **Posicionamiento en el Mercado**

Para el posicionamiento de la ruta del rio como destino turístico se ha segmentado el mercado de forma que permita establecer una oportunidad de competir al concentrar sus recursos limitados en servir a un solo nicho.

### **Segmentación de mercado.**

Todos los datos obtenidos son gracias a las encuestas de campo realizadas y anteriormente tabuladas, y también a las conclusiones demostradas en el perfil del consumidor.

### **Procedencia**

Como ya hemos definido anteriormente el mercado meta son las personas económicamente activas procedentes del cantón Quevedo y su entorno.

### **Segmentación de turistas**

- ✓ Familias que valoran escapar de la rutina,
- ✓ Vacaciones tranquilas
- ✓ Personas naturistas descubridores quienes valoran disfrutar de la naturaleza, hacer cosas diferentes, mercados típicos, gastronomía

### **Estrategia para los productos turísticos**

Dada esta situación es imprescindible implementar una estrategia de diversificación turística concéntrica; con componentes diversos, es una prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor la calidad.

### **Estrategia para el precio**

La estrategia será llegar al mercado ofreciendo fácil accesibilidad en cuanto a precios se refiere, puesto que el turismo receptivo permite ofrecer al mercado meta gran variabilidad. Todo se basa en que no podemos marcar el precio solamente fijándonos en los costes internos, sino que habrá que adaptarlo para que llame la atención de los clientes.

### **Estrategia de comunicación**

Para efectos de comunicación de la ruta del río como destino turístico se ha optado por la publicidad que es una comunicación no personal y pagada cuya herramienta será los medios de masa es decir trípticos, Pagina web, póster para la presentación y promoción de bienes,

servicios turísticos y como complemento se usara el marketing directo que es comunicación de la oferta de bienes y servicios turísticos directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios. (Fuentes, 2018).

## **2.6 SITUACIONES DETECTADAS**

El desarrollo sobre el tema de estudio de las estrategias turísticas para los visitantes en la ruta de río, cantón Quevedo, puso en evidencias que actualmente el Gad municipal ha invertido en promoción turística de la ruta del río, pero no es lo suficiente, el crecimiento del cantón ha influido para que también se desarrollen otros proyectos turísticos que brindan los mismos servicios y mayor seguridad influyendo en que muchos visitantes prefieran irse a otros sitios.

La falta de creatividad es otra de las situaciones que se pudieron conocer, no hay publicidad innovadora que transmita mensajes claros sobre los servicios y actividades que ofrece la ruta del río, interfiriendo que a la hora de escoger un destino turístico los quevedeños opten por otros lugares. Ante lo cual es necesario proponer un plan de marketing donde se consideren cada uno de los servicios que se ofrecen en lugar, para lo cual se espera la colaboración, apoyo y disposición de los emprendedores en organización, capacitación en atención al cliente, precios, descuentos, promociones como parte de las estrategias que se incluirán para captar más turistas que visiten la ruta del río.

El escaso presupuesto que se destinan por parte de las autoridades competentes limita a que se invierta en publicidad, infraestructura, mantenimiento, seguridad, alumbrados que origina que exista falta de interés por parte de los visitantes en ir a conocer o volver a visitar

la ruta del río, que si no se aplican soluciones adecuadas pueden perjudicar seriamente a este emblemático proyecto que resalta parte de la cultura quevedeña y emprendimientos del cual dependen muchas familias del cantón.

La planificación de estrategias que se proyecten se enfocará en desarrollar un turismo sostenible y sustentable, aprovechando los recursos naturales que existen en el sitio, respondiendo a las nuevas tendencias turísticas orientadas a un turismo responsable y en contacto directo con la naturaleza.

### **2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS**

- ✓ Identificar qué proceso de promoción turística se lleva actualmente en la ruta del río.
  
- ✓ Proponer un plan de estrategias de promoción turística para dar una alternativa de solución e incrementar el nivel de visitantes en la ruta del río.
  
- ✓ Impulsar acciones de responsabilidad, social y ambiental con todos y cada uno de los emprendimientos, produciendo una imagen respetuosa y amigable con el ecosistema donde se desarrolla el turismo del lugar como parte de los planes y estrategias a desarrollar.
  
- ✓ Exigir a las autoridades competentes se brinde todos los mecanismos de seguridad necesarios en temas de seguridad, alumbrado público, arreglos de vías brindado un buen servicio al visitante.

- ✓ Coordinar con los emprendedores del lugar, realizar campañas publicitarias a través de las redes sociales, creando perfiles de los bienes y servicios que ofrecen, añadiendo su localización, días de atención, precios, descuentos y promociones, captando el interés del turista debido al poderoso alcance que tiene las redes sociales en el mundo actual.
  
- ✓ Implementar, la tecnología en los negocios, como disposición de wifi, pedidos por Call Center, recepción de quejas para que el turista se sienta satisfecho con el trato recibido.
  
- ✓ Desarrollar capacitación en cuanto atención al cliente, generando un trato adecuado de respeto y cordialidad en cada una de las demandas de los visitantes.
  
- ✓ Promover la cultura quevedeña mediante actividades recreativas, gastronómicas como parte de las estrategias para un buen funcionamiento operativo y competitivo del lugar.
  
- ✓ Analizar los gustos y preferencias de los consumidores como estrategias, para ofrecer alternativas de acuerdo a sus necesidades.

## **2.8 CONCLUSIONES**

Las estrategias turísticas para que los visitantes frecuentan la ruta de río, cantón Quevedo, son fundamentales para la afluencia turística del lugar, al diseñar productos y servicios que se adapten a las necesidades del turista, impulsa el turismo interno optando como preferencias decidan visitar la ruta del río como una opción adecuada de distracción y esparcimiento con sus familias y amigos además de aprovechar el entorno natural

desarrollando un turismo sostenible minimizando el impacto ambiental una tendencia que es muy demandada en la época actual.

Se debe corregir el tipo de estrategias que se está proyectando actualmente en la ruta del río, implementado, los mecanismos necesarios en cuanto atención al servicio, capacitación, precios, promociones, turismo gastronómico, actividades recreativas, turismo comunitario debido a la localización motivando a que más personas se sumen y deseen conocer el lugar impulsando el crecimiento de los emprendimientos, consecuentemente se debe existir a las autoridades seccionales.

No existe un diseño de un plan de estrategias de promoción turística, que transmita un mensaje claro sobre los atractivos del lugar, además de las actividades y servicios que se provee, algunas personas no tienen conocimientos de los emprendimientos que existen en la ruta del río, de lo que venden lo cual es negativo y afecta la imagen con resultados que el turista prefiera otros lugares que visitar.

## **2.9 RECOMENDACIONES**

Utilizar el espacio de la Ruta del Río para recrearse y ser una fuente de ingresos a nivel local, en este punto se ha hecho un análisis de estos servicios, dado el caso que no se le ha dado una atención adecuada para fomentar el turismo en esta zona.

Potenciar los servicios turísticos que se desarrollan como estrategia para mejorar el turismo en el cantón Quevedo, para posicionar en el mapa turístico nacional todas ventajas de la Ruta del Río.

Realizar capacitaciones a los prestadores de los servicios turísticos, para que de esta manera surjan mejores resultados y así desarrollar una imagen turística esencial y que sea el promotor del turismo en el cantón Quevedo.

## Bibliografía

- Arboleda, P. (2020). La promoción turística y la revalorización del pensamiento montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de ambato, provincia DE Tungurahua”. Ecuador : Universidad Técnica De Ambato.
- Bello, E. (2019). Turismo sostenible: Qué es y mejores ejemplos. Peru : [https:// www .iebschool.com/blog/turismo-sostenible-que-es-marketing-digital/](https://www.iebschool.com/blog/turismo-sostenible-que-es-marketing-digital/).
- Braintrust. (2021). 10 estrategias de marketing turístico. Colombia: <https://www.braintrustcs.com/10-estrategias-de-marketing-turistico/>.
- Cambridge. (2019). El turismo. Mexico : <https://www.cambridge.org/cambridgespanis>.
- Darwincerna. (2021). Lugares turisticos de la ciudad de Quevedo. Ecuador: [https:// Darwin cerna .blogspot.com/2021](https://Darwincerna.blogspot.com/2021).
- Duarte, J. (2019). plan de desarrollo turistico del canton quevedo, recorriendo los caminos fluminenses . Ecuador : Camino al desarrollo.
- Fontano, F. (2021). ¿Qué es el turismo masivo? Mexico : <https://es.squarespace.com/>.
- Galiana, P. (2021). ¿Qué es el marketing turístico? Todo lo que debes saber para triunfar en este mercado. Peru : <https://www.iebschool.com/blog/marketing-digital-marketing-digital-2-marketing-digital/>.
- Moran, J. (2020). plan de marketing para la optimización del turismo en el Cantón . Luz Mundo.
- SENPLADES. (2019). Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal Del Canton Quevedo Provincia de Los Ríos. Ecuador: Senplades.
- Versailles. (2021). ¿Qué es el marketing turístico? Importancia y estrategias. Lima : <https://escuelaversailles.com/que-es-el-marketing-turistico-importancia-y-estrategias>.

## ANEXO

**Tabla 9.-Ficha técnica de las preguntas**

N°	Preguntas a realizar	Si	No
	¿Suele usted salir constantemente de paseo?	x	
	¿Qué tipo de actividades turística le gusta realizar?		x
	¿Ha visita la ruta del río en las últimas semanas?	x	
	¿Qué le atrae de las actividades que se realizan en la ruta del río?	x	
	¿Considera usted la ruta del río como un destino turístico atractivo para visitar?		x
	¿Como califica los productos y servicios que se ofrecen en la ruta del río?	x	
	¿Qué tipo de estrategias considera que se deberían implementar para fomentar el desarrollo turístico?		x
	¿Crees usted que la capacitación en atención al servicio se debe implementar entre las estrategias a considera para la ruta del río?	x	



**Foto 1. Encuesta realizada**



**Foto 2. Encuesta Realizada**



**Foto 3. Ruta del rio**