



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



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

TEMA

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE SITIOS
TURÍSTICOS DEL CANTÓN MOCACHE, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO
2022.

AUTORA:

MARIA GABRIELA MUÑOZ LUNA

DOCENTE GUIA

LIC. RELFA NAVARRETE

MOCACHE – LOS RIOS – ECUADOR

2022 – 2023



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



RESUMEN

El turismo es una de las actividades más concurridas debido a que un gran número de personas están siempre en movimiento, ya sea por negocios, profesión u ocio. Ecuador es considerado un país multicultural y megadiverso con uno de los mayores índices de biodiversidad del mundo siendo visitado por millones de turista cada año. La presente investigación plantea como objetivo *Elaborar un Plan de marketing digital para la promoción de sitios turísticos del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos*, contribuyendo a promover los lugares considerados potenciales y atractivos turísticos, del cantón, para el desarrollo del estudio fue necesario, aplicar los métodos y tipos de investigación junto con la técnica de la encuesta donde se aborda la situación actual sobre la problemática de la carencia de un plan de marketing que promociones los sitios turísticos, dando como resultados un buen plan de marketing digital vende y promociona los destinos turísticos, no importa el lugar donde se encuentre para lo cual es necesario aplicar estrategias de acción adecuada aprovechar las ventajas de la tecnología canales de comunicación, redes sociales y contar con la colaboración de los dueños de establecimientos turísticos, autoridades para dar un servicio eficiente para que el visitante vuelva nuevamente.

Palabras claves: Plan de Marketing digital, Promoción, Sitios turísticos



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



ABSTRACT

Tourism is one of the busiest activities because a large number of people are always on the move, whether for business, profession or leisure. Ecuador is considered a multicultural and megadiverse country with one of the highest rates of biodiversity in the world, being visited by millions of tourists each year. The objective of this research is to develop a digital marketing plan for the promotion of tourist sites in the Mocache canton, Los Ríos Province, helping to promote the places considered potential and tourist attractions in the canton. For the development of the study, it was necessary to apply the methods and types of research together with the survey technique where the current situation is addressed on the problem of the lack of a marketing plan that promotes tourist sites, resulting in a good digital marketing plan that sells and promotes destinations tourism, no matter where you are, for which it is necessary to apply appropriate action strategies take advantage of technology communication channels, social networks and have the collaboration of the owners of tourist establishments, authorities to provide an efficient service for that the visitor comes back again.

Keywords: Digital Marketing Plan, Promotion, Tourist Sites.

1. INTRODUCCIÓN

Los países que desarrollan la industria del turismo ejecutan políticas y estrategias de mercado para retener el mercado de visitantes anuales y además focalizar nuevas plazas para posicionar destinos. En Ecuador aún en proceso de desarrollo junto a otros países de la región están en desventaja competitiva por causa directa de contar con pocos destinos conocidos.

El ministerio de Turismo recoge anualmente información sobre sitios, recursos y atractivos turísticos en los territorios, sin embargo en cantones como Mocache provincia de Los Ríos, lugar donde se cuenta con recursos turísticos naturales como: Ríos, haciendas agroturísticas, paisajes y observación directa de fauna silvestre; además de recursos turísticos culturales como: gastronomía montubia, paseos en canoas, conservación de la identidad montubia, etc.

Estos recursos turísticos deben procesar la evaluación y jerarquización de atractivos para poder calificar como productos turísticos, a partir de ese momento se los prepara para presentarlos, promocionarlos y estar en la lista de disponibilidades turísticas.

A través de la presente investigación se plantea la elaboración de un plan de marketing digital para la promoción de sitios turísticos del cantón Mocache, si bien es cierto el cantón, destaca por la agricultura, comercio que se genera en la región los índices turísticos no son muy alentadores a pesar de contar con las características necesarias para promover un turismo sostenible y sustentable debido a sus recursos naturales que se ubican en el lugar, pasan desapercibido incluso para sus propios moradores que prefieren otros destinos turísticos para

recrearse esto debido a la falta de un plan de marketing digital, enfocándose a desarrollar promociones de los atractivos naturales, ubicación y actividades que se pueden desarrollar en el lugar.

Para el desarrollo del estudio fue necesario, aplicar los métodos y tipos de investigación junto con la técnica de la encuesta donde se aborda la situación actual sobre la problemática de la carencia de un plan de marketing que promociones los sitios turísticos del cantón, el propósito es obtener información, seleccionar los datos y poder elaborar los resultados finales que serán presentados a lo largo del estudio que serán sustentados con base a lo encontrado.

2. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El Propósito del desarrollo de la presente investigación es la elaboración de un plan de marketing digital para la promoción de sitios turísticos del cantón Mocache contribuyendo a promover los lugares considerados potenciales y atractivos turísticos, debido a la riqueza cultural que posee la ciudad, con amplias opciones de atracciones y actividades que se pueden realizar ya sea un turismo cultural, gastronómico, ecoturismo, turismo de consumo, etc. El plan de marketing digital se enfocará en las acciones y estrategias a desarrollar, así como los objetivos a alcanzar, para lo cual seleccionará la información que se considere adecuada para ser analizada y plasmada mediante una propuesta que será presentada de forma organizada y planificada utilizando el internet como uno de los principales canales de comunicación.

Es trascendental el estudio que se presenta por la importancia que tiene hoy en día el marketing digital, cada día las personas utilizan más la comunicación alternativa mediante los canales que dispone el internet a través de las cuales se puede vender, comprar, un bien o servicio, y conocer los diferentes atractivos turísticos del entorno. Aprovechando las ventajas competitivas que ofrecen la tecnología de información y comunicación (Tic) se busca utilizar el marketing digital para promocionar los atractivos del cantón Mocache, mediante redes sociales, páginas web, foros de viajes turísticos, posibilitando que el consumidor tenga un papel más activo y pueda decidir dónde ir, que visitar de acuerdo con su presupuesto.

Los principales beneficiados del estudio que se plantea es la población del cantón Mocache porque la afluencia turística incide a que se desarrolle la demanda satisfaciendo las necesidades del consumidor, lo que crea fuentes empleo de forma directa e indirecta, mediante los microemprendimientos que generan recursos económicos mejorando la estabilidad familiar y niveles de vida de toda su población.

2.3 OBJETIVO

General

✓ Determinar la importancia de un Plan de marketing digital para la promoción de sitios turísticos del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos.

2.3.1 Específicos

- ✓ Analizar la situación actual del turismo del cantón Mocache.

- ✓ Establecer estrategias digitales para la promoción turística del cantón Mocache.

1.5 SUSTENTO TEÓRICO

1.5.1 Marketing

El marketing es el proceso por el que las empresas crean valor para los clientes y construyen fuertes relaciones con los mismos para así obtener el valor de ellos a cambio de satisfacer las necesidades de manera rentable, en el turismo el marketing que han generado grandes beneficios a las empresas turísticas como reducción de costos, puesto que el turismo ha cambiado totalmente la manera y el comportamiento de las personas ayudándolos a elegir lugares y sitios atractivos de acuerdo al presupuesto que presenta, adema de que es una herramienta muy utilizada y efectiva para promocionar los atractivos que se encuentran localizados en diferentes partes del mundo actual, (Romero, 2020, pág. 15).

1.5.2 Marketing digital

El marketing digital hoy en día se ha vuelto una herramienta eficaz y un facilitador de procesos para el comercio nacional e internacional, utilizando diversas técnicas se pueden idear modelos de negocios y estrategias orientadas a detectar oportunidades en los mercados globales, para lo cual exigen que las empresas desarrollen formas de comunicación y que integren un plan de marketing, con este fin las empresas logren segmentar sus mercados y conocer los medios sociales que se utilizan en cada país, los profesionales en el campo del marketing digital, lo consideran que si un producto o servicio no se encuentra en Internet simplemente no existe.

Las Redes Sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram son una nueva forma de llegar al cliente, muchas veces las personas piensas que estos son los principales medios para poder comercializar un producto o servicio, pero también es necesario contar con un Sitio Web y el apoyo de E-mail Marketing, (Bricio, Calle, & Zambrano, 2021, pág. 85)

1.5.3 Plan de marketing digital

Es el análisis y evaluación que se genera para la implementación paso a paso, del comportamiento de cada herramienta en función a las actividades que desarrolla actualmente en la empresa y se observarán los resultados tentativos a obtener de acuerdo al Presupuesto destinado para la actividad. Por último, a modo de cierre y síntesis, se evaluarán los resultados de la implementación del plan de marketing digital en la empresa propuesta. (Martiez, 2019, pág. 16)

1.5.4 Objetivos del plan de marketing digital

Un plan de marketing digital es un documento en el que una empresa define los objetivos que quiere alcanzar a:

- ✓ Corto plazo
- ✓ Mediano plazo
- ✓ Largo plazo
- ✓ Y en el que plantea las estrategias necesarias para alcanzarlos. (Building, 2021, pág. 14)

1.5.5 Marketing turístico

El marketing turístico vende y promociona destinos y servicios turísticos como hoteles, viajes en barco o excursiones, entre otros servicios. Además, se encarga de todas las acciones que se centran en ofrecer el mejor servicio al turista. Ahora las bases para promocionar un paquete turístico o un servicio ya no se fundamentan en solo vender, si no de generar experiencias, sentimientos de vivir, disfrutar solo o acompañado, pero al mismo tiempo que mantenga la seguridad de aquellas personas que se deciden por el servicio turístico. (Romero, 2020, pág. 32)

1.5.6 Tipos de marketing digital

Marketing de contenido: El objetivo del marketing de contenidos es crear cosas que inspiren a los usuarios. Que se pueda identificar con el contenido y para contrarrestarlo tome algún tipo de acción a favor de la marca.

Inbound marketing: El principal objetivo de este tipo de marketing digital es conseguir que los clientes potenciales conozcan la marca de forma natural, la sigan y así la fidelicen.

Optimización SEO: En español, “Optimización de motores de búsqueda” es un proceso destinado a optimizar un sitio web para aumentar su posición en las búsquedas de los usuarios. Algunos de estos factores SEO a considerar para mejorar la estrategia de marketing son:

Email marketing: Es uno de los tipos de campañas de marketing digital más utilizados porque es eficaz, medible, económico y requiere una mínima intervención. Se trata de crear una

lista de usuarios y clientes los que puede enviar correos electrónicos periódicamente, con contenido informativo o promocional.

Marketing en redes sociales: Las redes sociales son la mejor plataforma para la promoción de la marca. Teniendo en cuenta que las nuevas redes sociales muchas veces vienen con nuevos formatos y herramientas, pero las más utilizadas hoy en día son: Facebook, Tik Tok, Snapchat, Instagram, Twitter y Pinterest.

Video marketing: Es un recurso interactivo de baja inversión que le permite entregar información concisa e impactante en muy poco tiempo. Por ello, se ha convertido en el formato preferido por las empresas para entablar una especie de comunicación cómoda y con potencial de rápida difusión. (F., Luciana, 2022, pág. 2)

1.5.7 Turistas

Popularmente conocemos como turistas a una persona que acude a un lugar determinado, generalmente remoto y temporal, para realizar allí actividades turísticas. Estas actividades pueden ser creativas, culturales, medicas, gastronómicas, científicas, medioambientales, arqueológicas, religiosas, etc. (Chavez, 2021, pág. 14)

1.5.8 Turismo

El turismo es muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo, se ha producido un aumento significativo de la inversión en infraestructura y

construcción, un mayor nivel de desarrollo de las zonas afectadas, un aumento generalizado de la calidad y frecuencia de los medios de transporte, una mejora de las divisas y una importante reducción del desempleo, creando más prosperidad para las comunidades afectadas. (Etecé, Concepto, 2021, pág. 1)

1.5.9 Promociones

Las campañas de Kerin, Hartley y Rudelius son el cuarto elemento del marketing mix. Los elementos de la publicidad consisten en herramientas de comunicación que incluyen publicidad, venta personal, promoción, relaciones públicas y marketing directo. Una combinación de una o más de estas herramientas de comunicación se denomina mezcla publicitaria. (Roger, 2009, pág. 464)

La publicidad es un elemento o herramienta de marketing con un fin específico: informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre el producto que ofrece la empresa u organización de tal forma que influya en sus actitudes y comportamiento, constituido por un conjunto de herramientas tales como publicidad, promoción, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (Thompson, 2009, pág. 3)

1.5.10 Promociones turísticas

Difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino, (Perez, 2022, pág. 83)

1.5.11 Estrategias

Las estrategias se pueden clasificar según varios criterios, como su alcance (estrategias militares, comerciales, publicitarias, deportivas, etc.), la focalización de los oponentes (estrategias ofensivas, defensivas, híbridas) o su alcance (estrategias generales y estrategias específicas). (Etecé, 2022, pág. 2)

1.5.12 Estrategias Publicitaria

Aplicar una estrategia publicitaria es fundamental para alcanzar los objetivos de una empresa o negocio. La publicidad puede hacer que un público objetivo conozca el producto o servicio de una empresa siempre que exista una estrategia que garantice mejores resultados.

La publicidad es una estrategia de marketing basada en la distribución de los productos o servicios de una empresa/empresa para promover las ventas, aumentar el conocimiento y proporcionar información. (Malla, 2022, pág. 1)

1.5.13 Estrategias de promoción turística

En cuanto a la promoción de destino, se define como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo. En este mismo sentido define la promoción de un destino como comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas: en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo, (Mena, 2021, pág. 2)

1.5.14 Turismo en el Cantón Mocache

El turismo en el cantón Mocache como una alternativa real a crecimiento económico, porque la principal ocupación y la mayor tasa de extracción son las actividades agrícolas de cultivos como arroz, soya, maíz, plátano etc. (Provincial, 2018, pág. 6)

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

2.3.1 Métodos

2.3.2 Método deductivo e inductivo

Se utilizó para razonar e interpretar situaciones específicas en cuanto al plan de marketing digital y la promoción de sitios turísticos del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos, indagando

en las estrategias que desarrollar, planificaciones que reúnen el conjunto de información que será de utilidad para las acciones y estrategias ha aplicar promoviendo un turismo responsable y sustentable con el entorno donde se desarrolla.

2.3.3 Método analítico

Permitió realizar un análisis de forma detallada a la utilización de la tecnología mediante el plan de marketing para promocionar los lugares turísticos del cantón Mocache indagando en que canales de comunicación son los más oportunos, como redes sociales, páginas web que lleguen con la difusión de la información al cliente de forma directa.

2.3.4 Método no probabilístico por conveniencia

Mediante la técnica permitirá en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que es accesible, en la investigación de manera que se seleccionará de forma aleatoria en diferentes personas las cuales están fácilmente disponibles y porque se sabe que pertenecen a la población de interés.

2.4.5 Tipos de investigación

2.3.5 Investigación descriptiva

Se empleó con el propósito de describir la situación actual del turismo que se desarrolla en el cantón, oferta, demanda, productos y servicios que se brindan, para que sean incorporados al plan de marketing digital, aplicando las acciones que sean necesarias para la promoción y difusión de los atractivos promoviendo el turismo local.

2.3.6 Investigación explicativa

Se utilizó para explicar las acciones y estrategias que se incorporaran en el plan de marketing digital, como el uso de redes sociales, páginas web, creando perfiles donde se expongan los atractivos en cuanto a las actividades que se pueden efectuar, precios, ubicación, descuentos y promociones motivando a los turistas a visitar los lugares.

2.3.7 Investigación de campo

Permitió tomar información de forma directa, en el presente caso se procedió a utilizar las técnicas de investigación y considerar la opinión de los involucrados, la población del cantón Mocache quienes serán los principales beneficiados del proyecto debido a que la afluencia turística incide a que se genere demanda de todo tipo dando lugar al desarrollo de microemprendimientos que favorecen el crecimiento económico de sus moradores.

2.3.8 Técnica de investigación

2.3.9 Encuesta

En esta investigación se utilizará la técnica de la encuesta, para obtener datos de los emprendimientos turísticos del cantón Mocache y si tienen acceso a un plan de marketing digital como medio de planificación para aumentar de visitantes y mejorar el servicio. Para lo cual se desarrollará un cuestionario de preguntas para que sean respondidas de forma inmediata.

Instrumentos

- ✓ Encuestas

2.3.1 Población y muestra

En el cantón Mocache residen 8.028 habitantes, cifras obtenidas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Mocache señala que en la actualidad existen 35 establecimientos turísticos del cantón, entre los cuales destacan, balnearios naturales, centros de recreación, lugares de gastronomía típica, turismo comercial, religioso, turismo comunitario entre otros. Para el desarrollo de la encuesta se tomó de forma aleatoria a un total de 80 personas del cantón Mocache en quienes se procedió a realizar una encuesta en base al tema de estudio indagando en las necesidades para potencializar a través de la promoción de los sitios turísticos del cantón desde cada una de su perspectiva.

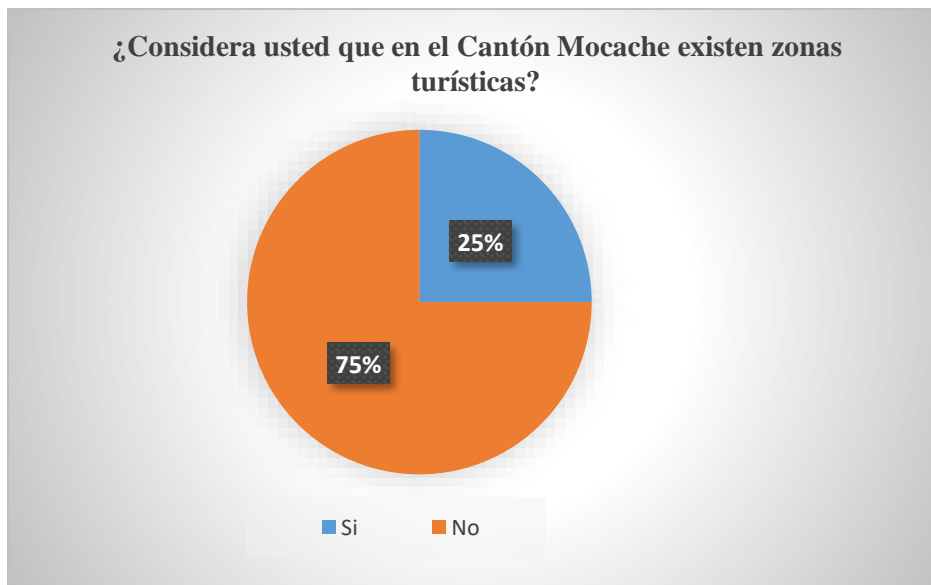
2.5 Resultados de la investigación

En base a las encuestas realizadas, se presentan Los siguientes resultados:

El 63% de los encuestados son de sexo masculino y el 37% femenino. El 58% de los encuestados tienen una edad comprendida en el rango de 18 a 23 años; de 23 a 28 años el 40%; y solo el 2% tienen una edad comprendida entre 28 y 33 años.

Referente a si existe zonas turísticas en el cantón Mocache, el 75% manifiestan conocer que si existen zonas turísticas, mientras que el 25% no conoce (Figura 2)

Figura 2.-Zonas turísticas

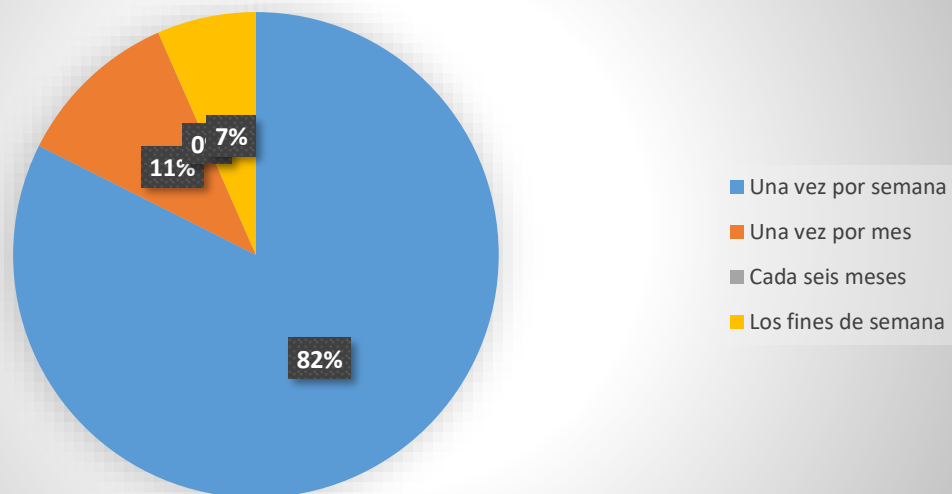


Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

En cuanto a la frecuencia de salida de los turistas encuestados a sitios en el cantón Mocache, el 82% manifiesta que salen una vez por semana, el 11% una vez por mes y el 7% los fines de semana

Figura 3.-Frecuencia de visitas

¿Con que frecuencia sale a pasear en el cantón Mocache?

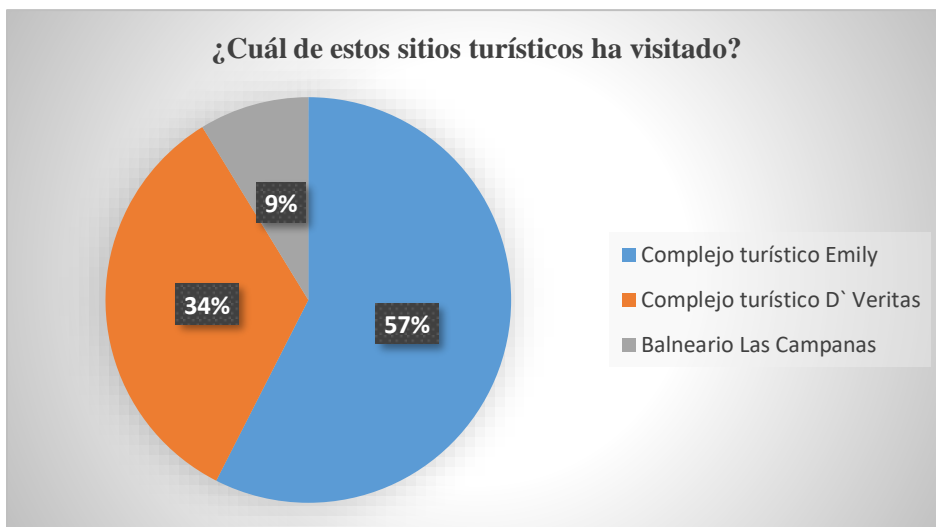


Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

Dentro de los sitios turísticos más visitados tenemos que el 57% de los encuestados visitan el Complejo turístico Emily; el 34% visitan el Complejo turístico D`Veritas, y el 9% visitan el Balneario Las Campanas.

Figura 4.-Sitios turísticos

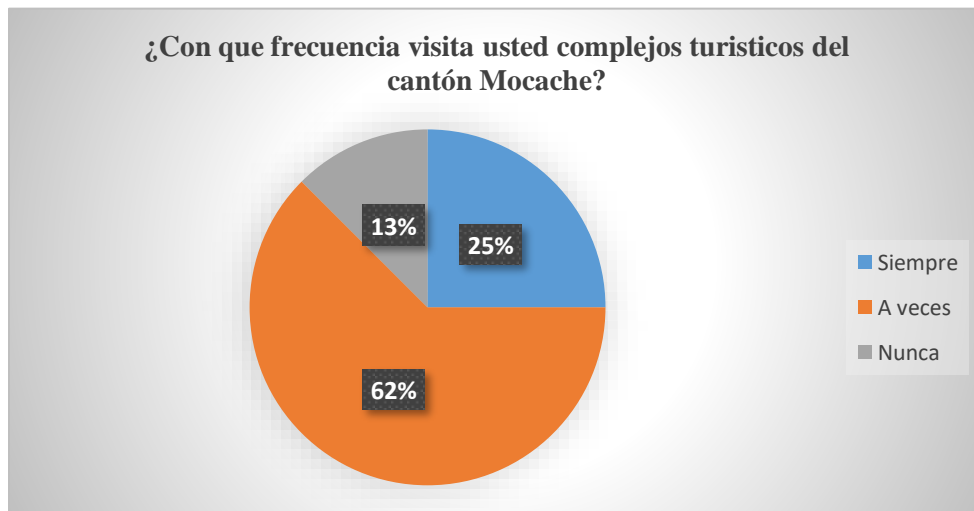
¿Cuál de estos sitios turísticos ha visitado?



Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

Los encuestados manifestaron que por lo general a veces visitan complejos turísticos del cantón Mocache. El 62% visitan a veces los complejos turísticos; el 25% visitan siempre los complejos turísticos, y el 13% de los encuestados nunca visitan los complejos turísticos del cantón Mocache.

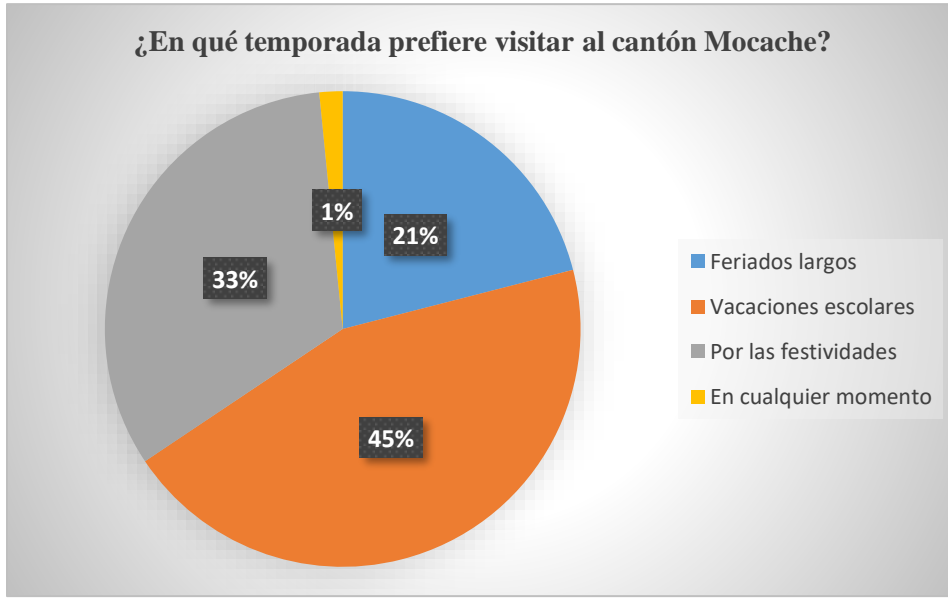
Figura 5.-Visita



Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

Con referencia a los días de preferencia para visitar los sitios turísticos, el 21% de los encuestados respondieron que prefiere visitar en feriados largos, mientras que el 45% respondió que prefieren visitar en vacaciones escolares, continuando con el 33% de encuestados que respondieron que prefieren visitar por las festividades, y el 1% respondió que en cualquier momento.

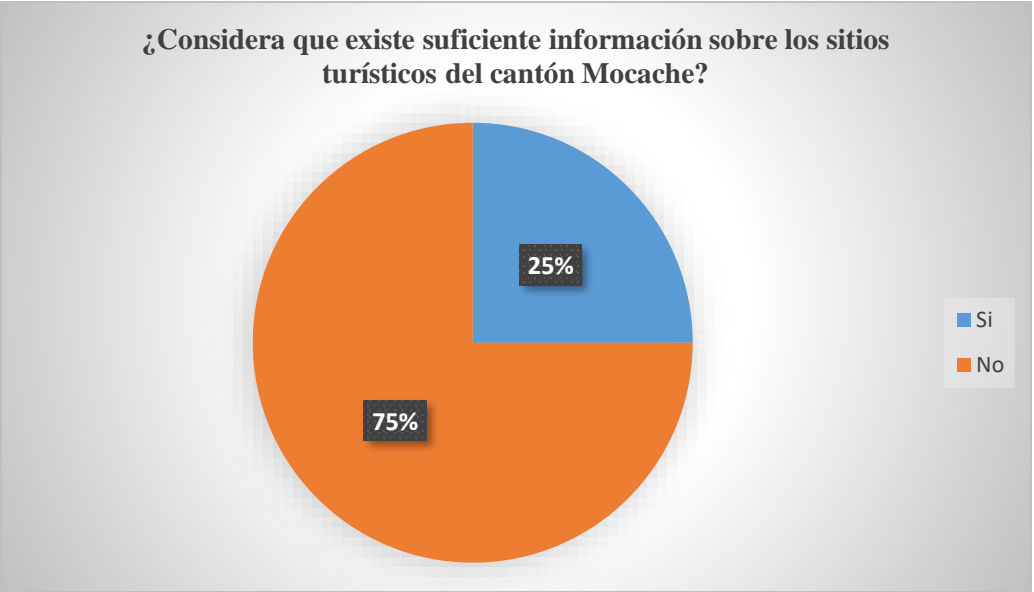
Figura 6.-Temporadas



Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

Se preguntó a los encuestados si consideran que hay suficiente información sobre los sitios turísticos en el cantón Mocache, el 25% respondieron que si existe suficiente información sobre los sitios turísticos del cantón, mientras que el 75% respondieron que no.

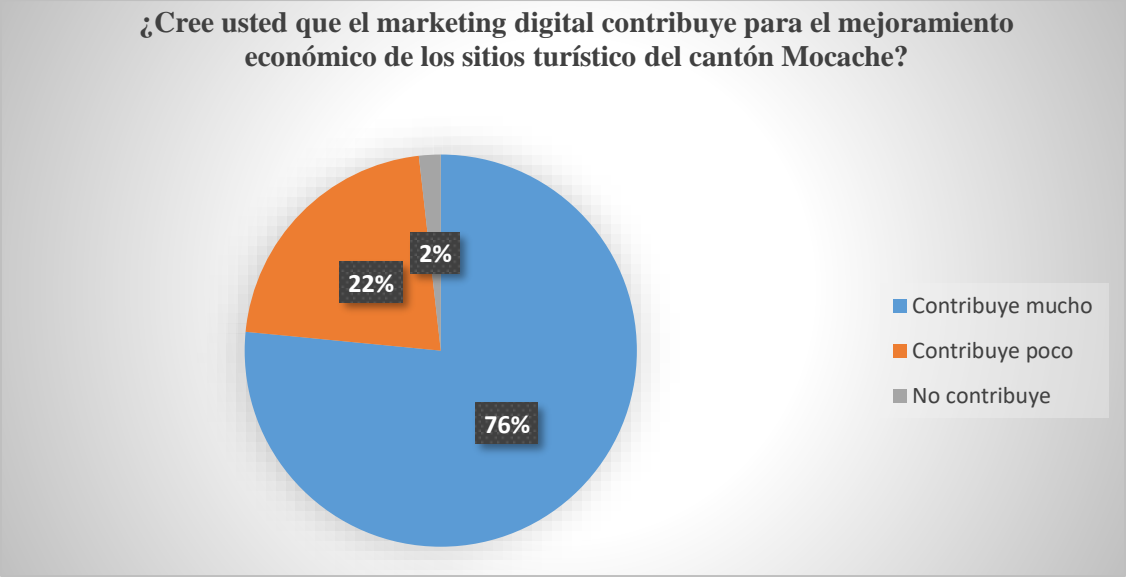
Figura 7.-Información turística



Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

En cuanto a si el marketing digital contribuye a los sitios turísticos del cantón Mocache, el 76% de los encuestados respondieron que el marketing digital contribuye mucho para el mejoramiento económico de los emprendimientos del cantón, mientras que el 22% respondió que contribuye poco, y el 5% respondió que no contribuye

Figura 8.-Marketing digital



Elaborado por: Gabriela Muñoz Luna

Objetivo 2.

En base al diagnóstico realizado sobre la situación actual del turismo en el cantón Mocache, se plantea las siguientes estrategias de marketing:

- ✓ Realizar videos promocionales que permitan visualizar los atractivos naturales, culturales y patrimoniales del cantón Mocache para incluirlos en el plan de marketing.

- ✓ Analizar la oferta y demanda actual de los atractivos turísticos del cantón para aplicar estrategias adecuadas que impulse el desarrollo, el turismo.

- ✓ Motivar a los dueños de establecimientos turísticos a promocionar sus atractivos, creando perfiles en las redes sociales, con los descuentos, rutas de acceso, días de apertura captando la atención del consumidor.

- ✓ Capacitar a los dueños de los emprendimientos en cuanto atención al cliente, brindando un servicio eficiente al consumidor.

- ✓ Desarrollar planes y estrategias cada mes sobre las promociones de los atractivos turísticos del cantón mediante videos, fotografías que incentiven a los turistas a conocer el lugar.

- ✓ Exigir a las autoridades seccionales inversión en cuanto acceso de vías e infraestructura que embellezca los atractivos del cantón.

- ✓ Utilizar la comunicación alternativa para promover el desarrollo turístico de Mocache.

- ✓ Promover el turismo sustentable, responsable y respetuoso con la naturaleza debido a la ubicación del cantón y su entorno natural.

- ✓ Impulsar el microemprendimiento brindando bienes y servicios a satisfacción del turista consumidor.

- ✓ Aprovechar los recursos agrarios del cantón para impulsar el agroturismo como parte de los atractivos del lugar.

- ✓ Desarrollar un turismo comunitario, como una oportunidad de desarrollo económico donde pueden emprender y generar recursos económicos que benefician a sus habitantes.

2.6 SITUACIONES DETECTADAS

A través de la presente investigación se detectaron diversas situaciones que se detallan a continuación: El cantón Mocache pesar de ser uno de los cantones que presentan uno de los índices más altos de desarrollo económico a nivel provincial, con recursos naturales de flora y fauna únicos, además de poseer el atractivo fluvial que recorre y baña al cantón, el desarrollo turístico no ha mostrado avances motivadores que inciden a que más personas decidan conocerlos a pesar de ser un atractivo casi inexplorado que brindan diversas opciones para la recreación turística.

Una de la problemática que se pudieron conocer y que influye a que no haya un mayor desarrollo turístico como se espera es la falta de promoción de los atractivos turísticos del lugar, por lo que se recomienda la elaboración de un plan de marketing digital, que enfatice en aplicar estrategias de acción para promover el desarrollo turístico de la zona.

La nueva era digital ha permitido múltiples ventajas, aprovechando cada una de ella, se propone crear un plan de marketing digital para promocionar los diferentes sitios turísticos del cantón, creando perfiles en las redes sociales, elaborando páginas web que contengan contenido informativo del lugar con fotografías, videos, ubicación, rutas de acceso, precios, actividades que se pueden desarrollar, promociones, días de atención para captar la atención de los visitantes y animarlos a conocer los diferentes atractivos de Mocache.

Otra de las situaciones que se evidenciaron es que no hay mucha colaboración por parte de algunos dueños de establecimientos turísticos, consideran y subestiman la capacidad que tiene la promoción turística, por ello no hacen publicidad en ningún medio de comunicación de sus establecimientos, ante lo cual es necesario que se capacite en informe en las estrategias publicitarias que influyen al incremento de turistas, así como en capacitación de atención al cliente, servicios eficientes, pues de ello dependen que el turista se sienta satisfecho y desee volver nuevamente.

Se ha comprobado que un buen plan de marketing digital vende y promociona los destinos turísticos, no importa el lugar donde se encuentre, si no las ideas que se recreen y se introduzcan en la mente del consumidor, en la actualidad casi todas las personas manejan celulares con acceso

a internet por ellos se propone utilizar canales de comunicación informáticos para difundir la información y que esta pueda llegar a todas las personas con el objetivo de que se interesen en conocer el cantón Mocache y todos sus atractivos turísticos.

2.3 SOLUCIONES PLANTEADAS

- ✓ Realizar videos promocionales que permitan visualizar los atractivos naturales, culturales y patrimoniales del cantón Mocache para incluirlos en el plan de marketing.

- ✓ Aplicar las estrategias de promoción de marketing digital para los emprendimientos turísticos del cantón Mocache.

2.4 Conclusiones

- ✓ Mediante la investigación se logró determinar que los planes de marketing digital son de suma importancia porque realizan dentro de ellos una tabla que incluye la recogida y análisis de la posición de los emprendimientos. Tienen existo en establecer metas a través de estrategias más apropiadas para cumplir con los objetivos comerciales.

- ✓ Por otra parte, se dio a conocer que es importante destacar el entorno actual de los emprendimientos turísticos del cantón que se alineen con la economía alternativa a través de eventos regulados por los percances, además de que el tipo de mercado organizado está representado por una gran competencia, por eso es necesario que los emprendimientos dispongan de una ventaja competitiva para ganar el mercado.

✓ Finalmente, es necesario en el plan de marketing turístico desarrollar una guía de actividades turísticas actuales que permita a los visitantes o turistas obtener mayor información sobre el cantón y sus sitios turísticos. Esto se crea a través de las campañas publicitarias y así mejorar la visibilidad turística del cantón Mocache no solo local, sino también nacional.

Bibliografía

- Acerenza, M. A. (26 de septiembre de 2017). conceptualizacion, origen y evolucion del turismo. Obtenido de conceptualizacion, origen y evolucion del turismo: [https:// www .entorno turistico .com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualización](https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualización)
- Argudo, C. (19 de Octubre de 2017). Emprende Pyme. Obtenido de Emprende Pyme: [https:// /www. emprende pyme.net/importancia-del-plan-de-marketing.html](https://www.emprendepyme.net/importancia-del-plan-de-marketing.html)
- Banda, D. (5 de Junio de 2019). slideplayer. Obtenido de slideplayer: [https:// slide player .es /slide](https://slideplayer.es/slide)
- Bravo, J. (5 de enero de 2022). utb. Obtenido de utb: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12245>
- Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2021). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad De Guayaquil. Ecuador: <http://scielo.sld.cu/>.
- Building. (28 de septiembre de 2021). emoresa y derecho marketing. Obtenido de emoresa y derecho marketing: <https://www.il3.ub.edu/blog/cuales-son-los-objetivos-de-un-plan-de-marketing-d>
- Chavez, J. (06 de Julio de 2021). CEUPE. Obtenido de CEUPE: [https:// /www. ceupe .com /blog /turista](https://www.ceupe.com/blog/turista).
- Digital, M. (4 de junio de 2021). genwords. Obtenido de genwords: [https:// www. genwords.c om/blog/que-es-el-marketing-digital#Las_8Ps_del_Marketing_Digital](https://www.genwords.com/blog/que-es-el-marketing-digital#Las_8Ps_del_Marketing_Digital)
- F., Luciana. (5 de enero de 2022). mott. Obtenido de mott: <https://mott.marketing/tipos-de-marketing-digital-mas-usados/>
- Fernandez. (23 de Diciembre de 2015). repositorio digital. Obtenido de repositorio digital: [https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/browse?type=author&value=G%C3%B3mez%](https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/browse?type=author&value=G%C3%B3mez%20)

- KOTLER, P. (09 de Junio de 2021). marketing digital. Obtenido de marketing digital:
<https://www.genwords.com/blog/que-es-el-marketing-digital>
- Martiez, M. (2019). Plan de marketing digital para PYME. Argentina : [http:// pa. bibdigital .uccor du.ar/](http://pa.bibdigital.uccor du.ar/).
- Mena, W. (2021). Proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniero en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras. Ecuador : Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Moreno, M. (1 de enero de 2019). Vision gerencial . Obtenido de Vision gerencial :
<https://www.redalyc>.
- Nadeem, A. B. (26 de febrero de 2021). articulos de actualidad . Obtenido de articulos de actualidad : [https:// www. imf.org/es/News/Articles how-to-save-travel and-tourism-in-a-post-pandemic-world](https://www.imf.org/es/News/Articles/how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world)
- Perez, D. C. (5 de Marzo de 2022). Marketing Turistico. Obtenido de Marketing Turistico:
<https://rus.ucf.edu.cu>
- Pérez, J., & Merino, M. (2020). Promoción turística. Mexico: <https://definicion.de/promocion-turistica/>.
- Provincial, G. (6 de Agosto de 2018). Gobierno Provincial. Obtenido de Gobierno Provincial:
<http://www.mocache.gob.ec/web/wp-content/uploads/2020/07/TURISMO.pdf>
- Romero, K. (2020). Marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Quero. Ecuador : Universidad Técnica De Ambato.

ANEXOS

Fotos del cantón Mocache y sus sitios turísticos.





Encuestas



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

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE SITIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN
MOCACHE, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2022.

Edad _____ **Sexo:** M___ F___

1. ¿Considera usted que en el Cantón Mocache existen zonas turísticas?

Sí _____ No _____

2. Con que frecuencia sale a pasear en el cantón Mocache

Una vez por semana _____

Una vez por mes _____

Cada seis meses _____

Los fines de semana _____

3. ¿Cuál de estos sitios turísticos ha visitado?

Complejo turístico Emily _____

Complejo turístico D' Veritas _____

Balneario Las Campanas _____

4. ¿Con quién por lo general visita un complejo turístico?

Familia _____

Amigos _____

Pareja _____

Otros _____

5. ¿En qué temporada prefiere viajar al cantón Mocache?

Feridos largos _____

Vacaciones escolares _____

Por las festividades _____

En cualquier momento _____

6. ¿Considera que existe suficiente información sobre los sitios turísticos del cantón Mocache?

Sí _____ No _____

7. ¿Cree usted que el marketing digital contribuye para el mejoramiento económico de los sitios turístico del cantón Mocache?

Contribuye mucho _____

Contribuye poco _____

No contribuye _____

Mocache es un cantón con buen potencial turístico, por lo que la promoción de la imagen es muy necesaria, la implementación de un plan de marketing digital de medio turísticos es muy importante, porque determinara la ubicación y las actividades. Tomar acciones estratégicas es necesaria para contribuir el desarrollo social y económico.

A través de la investigación que se realizó, se pudo analizar la situación turística actual del cantón Mocache, y así verificar que el cantón ya se ha visto significativamente afectado social y económicamente, y por ende las actividades turísticas. Por lo tanto, es posible elaborar un plan de marketing digital para la promoción de sitios turísticos específicos, que permitirá el desarrollo de diversas actividades para potenciar el crecimiento y la imagen del turismo en el cantón Mocache.