



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



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

TEMA:

DISEÑO DE PLAN DE MARKETING TURÍSTICO Y SU
IMPACTO EN LOS MICRO EMPRENDEDORES DE
MONTALVO, AÑO 2022.

AUTOR:

JOSÉ FELIX SUÁREZ QUIROZ

TUTOR:

INES YOLANDA AMAYA DÍAZ

QUEVEDO - ECUADOR

2022



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



AGRADECIMIENTO

La gratitud es la memoria del corazón.

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo por haberme dado la oportunidad de formar parte de esta alma máter para así poder estudiar mi carrera de Hotelería y Turismo, así como sus distinguidos catedráticos por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional, de manera especial a la MSc. Ines Yolanda Amaya Díaz, tutora de mi tesina quién ha guiado con su conocimiento científico, paciencia y rectitud como docente.

Finalmente quiero expresar mis más magníficos y sinceros agradecimientos a Dios por todas sus bendiciones.

José Félix Suárez Quiroz



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



RESUMEN

En la actualidad el sector turístico se está levantando después de la emergencia sanitaria denominada como Covid-19 la cual tuvo un impacto negativo debido a que se limitó el número de visitantes, esto condujo a una crisis económica.

El cantón Montalvo es conocido por ser un destino turístico para disfrutarlo en familia, amigos y en público en general, por lo que, la actividad turística en este cantón es fundamental y principal fuente de economía ya que necesita incentivar el turismo, por ello, la presente tesina tiene como objetivo el diseño de plan de marketing turístico y su impacto en los micro emprendedores de Montalvo, para mejorar y posicionar el turismo en el cantón antes mencionado.

Palabras claves: Marketing turístico, micro emprendedor, Montalvo



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



ÍNDICE

PORTADA	1
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL .	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
RESUMEN	iii
SUMMARY	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD..	¡Error! Marcador no definido.
1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESARROLLO	2
1. Marco Metodológico.....	2
1.1. Definición del tema caso de estudio.....	2
2.1. Justificación.....	2
2.2. Objetivos de la Investigación.....	3
2.3. SUSTENTO TEORICO	4
2.3.1. Marketing turístico	4

2.3.2.	Las 4 CS del marketing turístico	4
2.3.3.	Claves de un plan de marketing turístico	5
2.3.4.	Plan de marketing de un destino turístico	6
2.3.5.	Personalidad de un emprendedor.....	8
2.3.6.	Aspectos del Emprendimiento	9
2.4.	Técnicas aplicadas para la recolección de Datos	11
2.4.1.	Método Cuantitativo	11
2.4.2.	Método Descriptivo.....	12
2.4.3.	Método Bibliográfico	12
2.4.4.	Técnicas de investigación	12
2.4.4.1.	Observación	12
2.4.4.2.	Encuesta	12
2.5.	Resultados de la investigación	13
2.6.	Conclusiones.....	20
2.7.	Bibliografía.....	21
2.8.	Anexos.....	23

1. INTRODUCCIÓN

La presente tesina tiene como propósito diseñar un plan de marketing como herramienta que permita difundir la cultura y el turismo del cantón Montalvo para fomentar el microemprendimiento de las personas que residen en el cantón antes mencionado, esto se debe a que esta zona se destaca por ser considerada como un paraíso ecoturístico donde se podrá disfrutar de una experiencia única en con los diversos establecimientos de recreativos que existen en el cantón antes mencionado.

Uno de los componentes más importantes para toda empresa es la creación de un plan de marketing debido a que este permite brindar un sinnúmero de beneficios financieros, cabe destacar, que servirá para cumplir las metas u objetivos que se han planteados dentro de un determinado periodo para captar el interés de los visitantes hacia el cantón Montalvo; la misma implicará actividades y estrategias absolutamente meritorias con la finalidad de despertar la curiosidad por conocer e impulsar un lugar de destino lleno de aventura, tranquilidad, entre otras, debe señalarse, que esto impulsará el microemprendimiento del cantón antes establecido.

Evidentemente, el marketing turístico se ha convertido en una herramienta significativa como método de difusión de cultura; sin embargo, se ha evidenciado que el cantón Montalvo no ha logrado establecer una adecuada comunicación sobre los diversos establecimientos turísticos, esto se debe a la falta de estrategias de publicidad.

En Ecuador según el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) notifica en su último estudio en diciembre 2017 la tasa del desempleo alcanzó un 4,6% de la población ecuatoriana actualmente esta cifra se encuentra en 4,4% del desempleo hasta marzo 2018 y el subempleo en un 18,3% hasta marzo 2018 alcanzado una tasa de pobreza multidimensional en el estudio anual del 2017 del 34,6%; motivo por el cual el desempleo está latente en nuestro país según informo.

Por tal razón, se puede observar que actualmente en Ecuador existe una cifra considerable en cuanto al subempleo y al desempleo es por ello que se necesita incentivar a los estudiantes para que fomente su espíritu emprendedor en su vida diaria impulsando así a ser una persona autónoma y de éxito profesional.

En este sentido comprende, que la aplicación del marketing turístico influye considerablemente en el micro emprendimiento del cantón debido a la falta de visitantes o potenciales clientes, resulta claro, que carencia de conocimiento sobre este atractivo turístico y las actividades de integración que conceda la promoción de la localidad.

Para finalizar la tesina se divide en capítulo I el cual describe, la introducción, el marco metodológico que engloba, la problematización, el objetivo planteado, justificación del proyecto, la fundamentación teórica, conjetura de la hipótesis y metodología utilizada.

Asimismo, el capítulo II hace referencia en la investigación llega a la etapa de los resultados, que se espera del estudio, que situaciones se encontró y cuáles son las conclusiones.

2. DESARROLLO

1. Marco Metodológico

1.1. Definición del tema caso de estudio

Diseño de plan de marketing turístico y su impacto en los micro emprendedores de Montalvo, año 2022

2.1. Justificación

El presente trabajo de investigación busca diseñar un plan de marketing turístico con el propósito de ayudar a fidelizar los diferentes micro emprendimientos existentes de Montalvo periodo 2022. Ante ello, es de vital jerarquía conocer culturas activas y reales a través de nuevas ideas que promuevan el turismo y con ello, la posibilidad de generar microemprendimientos estables.

Asimismo, es de gran interés ya que retribuye de modo significativo al Cantón Montalvo, promoviendo el crecimiento económico mediante la generación de empleos sabiendo así, que el turismo es una de las actividades más valederas del país el mismo ofrece tanto recursos como servicios, actividades que sin duda, origina auto empleos directos e indirectos favoreciendo el contexto social y cultural. Sin embargo, el sector del turismo es uno de los campos que genera más conflictos dejando impactos económicos notables que de no ser atendidos llegan a afectar a los residentes locales, negocios, estabilidad económica, entre otros.

Ahora bien, se puede decir que el turismo apela el descubrir y sintetizar la compensación de cultura el cual requiere del diseño de un plan de marketing para difundir el interés tradicional y el conocimiento cultural, el fin, mantener el equilibrio entre oferta y demanda para asegurar el ciclo del consumo turístico, mismo que es mantenerse en la madurez.

2.2.Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Elaborar un plan de marketing turístico que permita la captación de visitante para fomentar el micro emprendimiento de Montalvo, año 2022.

Objetivo Específicos

- ✓ Realizar un análisis del entorno natural y cultural del cantón Montalvo a fin de valorar su potencial turístico, y con ello, la captación de visitantes.
- ✓ Identificar la situación de los microemprendimientos en el sector turístico a través de una indagación directa para potenciar el comercio turístico.

2.3.SUSTENTO TEORICO

2.3.1. Marketing turístico

La presente tesina muestra una base teórica que valida el conocimiento previo, entre ellos, resalta la importancia de promocionar el cantón Montalvo mediante la aplicación del marketing turístico. Por tanto, este estudio se centra en trabajar estrategias que direccionen el despertar el interés por visitar, conocer o experimentar de los atractivos turísticos del sitio, y con esto, promover el crecimiento de los microemprendimientos que proporcionan a la sociedad ingresos económico, trabajo, ventas, recursos, entre otros, Maldonado et al (2018, p. 23).

Vale indicar, que el padre del marketing como se lo conoce Phillip Kotler decía que el marketing es el empleo de métodos, técnicas e instrumentos que tiene como misión ofrecer valor para satisfacer las necesidades del cliente, en este caso el turista. Sin embargo, es meritorio, que el marketing en general es una disciplina que estudia el comportamiento del mercado y los consumidores que tiene como objetivo cautivar, atraer, acoge, experimentar, y fidelizar a los turistas o habitantes del sector. En otras palabras, el marketing busca fidelizar al cliente y posicionar la marca como tal.

2.3.2. Las 4 CS del marketing turístico

Cuando se habla de marketing turístico es imposible no hablar de las 4CS lo cual hace referencia a:

- ✓ Consumidor (Experiencia)
- ✓ Costo (Precio)
- ✓ Conveniencia (Plaza)
- ✓ Comunicación (Promoción)

Estas iniciales representan un cambio actualizado en el marketing turístico reconociendo que el turismo NO VENDE productos como tal, VENDE

experiencias a través de la promoción de los lugares turísticos que ofrece el cantón Montalvo, y con ello, la apelación de desarrollo y permanencia de los microemprendimientos que ayuden al crecimiento económico y cultural de la zona.

2.3.3. Claves de un plan de marketing turístico

Un plan de marketing es un documento que sintetiza un análisis exhaustivo, axioma estratégica y condiciones que conlleven el cumplimiento del presupuesto de ventas mediante la aplicación de promociones en el destino turístico (Reinoso, 2021, p. 18). A continuación, se detalla los puntos elementales que aprueban un plan de marketing turístico.

- ✓ Lograr vender una experiencia
- ✓ La experiencia que se logre con el turista nacional o internacional debe ser impactante, y célebre.
- ✓ Es importante tangibilizar la experiencia, y es ahí donde interviene la práctica, las estrategias que recuerden que el turismo tiene como producto la experiencia.
- ✓ La conexión entre lugar de destino, turista, y emprendedores.
- ✓ Identificar el mercado, y con ello, conocer que productos pueden ser vendidos alrededor del cantón Montalvo.
- ✓ Hacer que los microemprendedores personalicen la atención de los clientes, y los productos que los clientes necesitan.
- ✓ Por último, tenemos el co-branding que responde a la satisfacción de cubrir necesidades específicas como por ejemplo festividades cantonales.

4.- Satisfacción del cliente

Cubrir la necesidad y expectativas del cliente

Segmentación de mercado

Responde a:

- Lugar de destino: Principales microemprendimientos del cantón Montalvo-Quevedo.
- Festividades: Una de las principales actividades es Octavas de Juan Montalvo misma que se lleva a cabo a los ochos días de la fiesta de Raymi en Cayambe.
- Variables de segmentación: Será objeto personas que cuenten con algún tipo de microemprendimientos.
- Perfil del consumidor. Personas que tengan más de 18 años de edad, y que realice cualquier tipo de actividad comercial considerada como microemprendimiento.
- Diseño de la estrategia. Marketing digital una de las principales estrategias recordando que el mismo vende experiencias y el objetivo principal es que los turistas visiten el cantón Montalvo.

2.3.4. Plan de marketing de un destino turístico

Un plan de marketing turístico actualizado se basa en las 4 C, el mismo comprende la clarificación de las estrategias que se llevan a cabo para posicionar un lugar de destino como una oportunidad para vivir las mejores de las experiencias en familia, parejas, amigos, trabajo. Estas acciones deben ser previamente analizadas y planificadas para que los turistas y/o habitantes del sector vean la oportunidad de generar empleo, auto realización e ingresos económicos, según Mora et al (2019)

Ahora bien, estas acciones deben destacar tres puntos clave la primera es la comunicación (que es lo que se busca transmitir), segundo que es lo que quiero dar a conocer (lugares turísticos del cantón Montalvo), y, finalmente para que esto responde a desarrollo de microemprendimientos (comedores, venta de ropa, paseos turísticos, etc.)

Matriz DAFO

Para (Chiriguaya & Baquerizo, 2021), uno de los aspectos claves que se deben considerar al momento de diseñar un plan de marketing es la matriz DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, y debilidades), las cuales se detallan a continuación:

Matriz DAFO

DEBILIDADES

- ✓ Infraestructuras no bien acondicionadas
- ✓ Pocos guías turísticos
- ✓ Microemprendimientos mal ordenados
- ✓ Oferta turística no explorada
- ✓ Escasa promoción e impulso turístico del cantón
- ✓ Rutas e itinerarios excluidos

FORTALEZA

- ✓ Lugares turísticos atractivos
- ✓ Oportunidades de crecimiento
- ✓ Oportunidad de generar autoempleo y progreso social
- ✓ Gastronomía variada
- ✓ Implementación de normas sanitarias
- ✓ Festividades todos los meses

OPORTUNIDADES

- ✓ Abundancia de recursos naturales
- ✓ Implementación de promociones
- ✓ Fidelizar el turismo como un elemento importante del cantón
- ✓ Aprovechar la gastronomía
- ✓ Incremento de microemprendimientos
- ✓ Posibilidad de concienciar a la población, cultivando la naturaleza

AMENAZAS

- ✓ Competencia mejor ordenada
- ✓ Lugares turísticos con buena publicidad
- ✓ Alcanzar una pluractividad económica
- ✓ Mal clima
- ✓ No existe una óptima vialidad

2.3.5. Personalidad de un emprendedor

Sin duda alguna es forzoso y dominante que el emprendedor cuente con una personalidad neutral, motivadora, analítica y crítica cuando decide hacer de su idea, su negocio y con ello, generar autoempleo y plazas de empleos; Ahora bien, es necesario saber que un emprendedor al instante que decide emprender debe contar con valores y principios éticos que aseguren la garantía y responsabilidad de su trabajo González et al (2020).

La personalidad de una persona que decide emprender debe contar con un conjunto de cualidades como por el ejemplo ser activo, dinámico, entre otros, según lo menciona (MOI, 2018)

Considerado como un conjunto de características o cualidades que distingue a una persona de otra. En el mundo empresarial, podríamos definir algunas que saltan a la vista cuando se trata de identificar a un emprendedor, ya que existen ciertas características propias de este sector que, sin duda, han marcado una brecha importante en el rumbo de la innovación de la industrial (p. 8).

Entre las cuales se puede deducir que a nivel de emprendimiento un emprendedor es un ente muy importante para ejecutar la economía y los

movimientos del negocio, motiva a surgir cambios, está latente en la evolución del desarrollo económico, creativo e innovador.

2.3.6. Aspectos del Emprendimiento

Tipos de emprendimiento

Desde un punto de vista personal emprendimiento hace referencia a la actividad que requiere de esfuerzo y motivación propia con el fin de generar ingresos y a su vez autonomía en relación a saber direccionar las habilidades y conocimientos hacia el éxito con la convicción de ejecutar crecer en el ámbito personal y profesional Rodríguez et al (2020).

Por otra parte, vale mencionar que no es lo mismo emprender por necesidad a emprender por que se tiene analizado hacer de su idea un negocio; para ello también es necesario el saber que existen diferentes tipos de emprendimiento y que estos a su vez responden a diferentes capacidades y objetivos del emprendedor.

El emprendimiento permite utilizar un plan de negocios la cual consta de diversas características que una empresa puede aprovechar mediante un sistema capitalista, cabe resaltar, que su objetivo fundamental permite satisfacer las necesidades de los consumidores. Es decir, el emprendedor pretende utilizar las tácticas para posicionarse en el mercado y generar beneficios para alcanzar (García, 2017, p. 7)

Según (Almodóvar, 2018) existen diferentes tipos de emprendedores los cuales responde a los diferentes tipos de emprendedores entre ellos tenemos a:

El emprendedor visionario: Es una persona que tiene la capacidad de detectar, analizar y estudiar la oportunidad que se puede presentar dentro de un mercado con el fin de no tener miedo al fracaso esto se debe a la organización de ideas nuevas y una buena ejecución en las estrategias de plan de marketing.

El emprendedor por necesidad: este tipo de emprendedor cuenta con la capacidad de implementar de forma rápida y precisa con el objetivo principal de percibir ingresos que puedan cubrir las necesidades que conlleva.

El emprendedor inversionista: Es aquella personalidad que cuanta con la actitud de emprendedora que visualiza y analiza la rentabilidad de un negocio ya que permite considerar la inversión en una empresa atractiva.

El emprendedor especialista: Este aprovecha un sector que el conoce o que está especializados de forma razonable en áreas importantes para convertirlo en un negocio eficiente.

El emprendedor persuasivo: Perseverante y constante, tiene buenas dotes comunicativas. Suele contar ya con un prestigio ganado dentro de su sector.

El emprendedor intuitivo: Sigue sus impulsos. Tiene empatía y suele saber escuchar. La pasión es uno de sus principales puntos fuertes y por ello sabe arriesgar.

Plan de marketing

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTALVO			
Estrategias	Tácticas	Acciones	Indicadores
Campañas publicitarias dentro y fuera del cantón	Elaborar flyers, trípticos en formas de ruta, folletos y volantes de los lugares	Contempla la posibilidad de captar mayor número de visitantes y	Ratios de personas que llegaron a visualizar el material publicitario

	turísticos del cantón	habitantes al cantón.	
Campañas publicitarias de manera online	Generar publicidad en las redes sociales por ejemplo: Facebook, twitter, instagram, tik tok (una de las redes sociale smás vistas)	Da paso para difundir información a traves de las diferentes plataformas, el fin comunicar las actividades que se realizan en el cantón	Se mide por like, mensajes, compartir,y, visualizaciones.
Promoción directa al turista	Diseñar un sitio web con datos representativos del cantón. La misma contará con videos,imágenes del lugar, testimonios, entrevistas a autoridades, entre otros	Brindar información importante del cantón su historia, atracciones turísticas y comida tradicional	Visitas y suscripciones
Reuniones con los prestadores de servicios turísticos	Dar capacitación y orientación sobre el cuidado y mantenimiento del su centro turístico	Brindar un espacio cómodo y confortable para el turista	La seguridad, garantía y confianza de brindar espacios, comidas, atención de calidad.

Autor: José Félix Suárez Quiroz

2.4.Técnicas aplicadas para la recolección de Datos

2.4.1. Método Cuantitativo

El diseño de esta investigación es de enfoque cuantitativo el cual nos dice que es de carácter analítico mismo que fundamenta su estudio en la recopilación de datos numéricos que sirve para determinar causas-efectos para su posterior conclusión.

2.4.2. Método Descriptivo

Se procedió a aplicar una investigación transeccional descriptiva la cual permitió indagar el impacto de los microemprendimientos, y la necesidad de establecer un plan de marketing datos que se derivan de la investigación cuantitativa.

2.4.3. Método Bibliográfico

El presente método permitió conocer datos referenciales basados en documento o información previa de las variables, que sirvieron para realizar el análisis respectivo para así, conocer el contexto que atraviesan los microemprendimientos del cantón Montalvo.

2.4.4. Técnicas de investigación

2.4.4.1.Observación

Para proceder a esta estimación se recurrió a la técnica de la observación el fin fue recopilar observar, compendiar información, registrarla para su posterior análisis de los hechos reales que acontecen en el tema.

2.4.4.2.Encuesta

El procedimiento de la encuesta técnica propia de la investigación permitió compilar datos de primer orden a través de un cuestionario previamente estructurado. Ahora bien, las personas que fueron objeto de estudio fueron los micros emprendedores que se encuentran en el cantón Montalvo, en el cual se tomó en consideración una muestra de 30 personas.

Por otro lado, para la presente investigación se sacó una muestra mediante la formula la cual se describe a continuación:

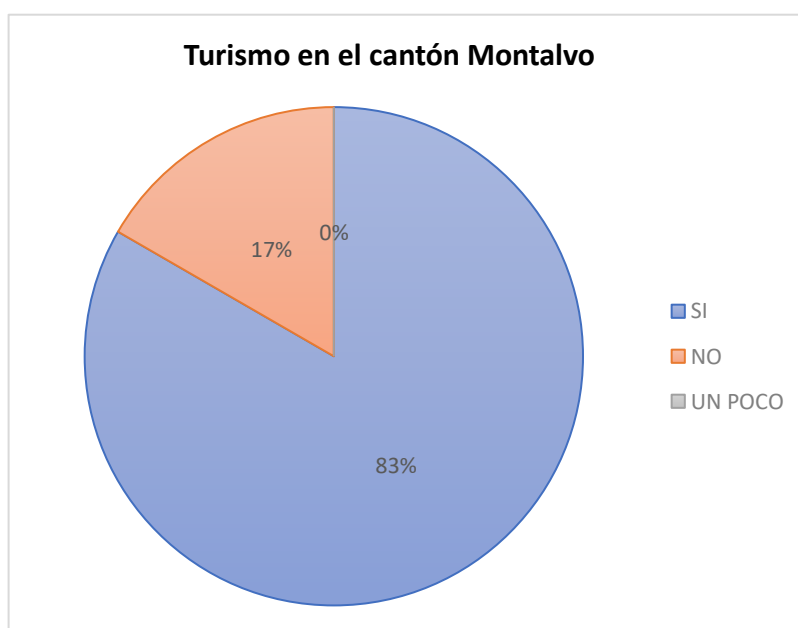
$$n = \frac{N*(Z)^2*p*q}{(e)^2(N-1)+Z^2*p*q}$$

2.5.Resultados de la investigación

Para analizar el impacto de los micro emprendimientos en el cantón Montalvo se ejecutó una encuesta dirigida a 30 personas los cuales son mayores de 18 años, y que cuentan con algún tipo de microemprendimiento tales como: venta de artesanía, ropa, comida rápida, entre otros. A continuación, se detalla datos relevantes.

No.	Tabla No. 1.- Turismo en el cantón Montalvo		
1	Pregunta: ¿Considera que el cantón Montalvo es un cantón turístico?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Si	25	83%	De acuerdo a los datos recabados se pudo determinar que el cantón Montalvo si es considerado un lugar turístico, por tanto, es una buena puerta para generar microemprendimientos que ayuden al desarrollo socio económico del país.
No	5	17%	
Un poco	0	0%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 1



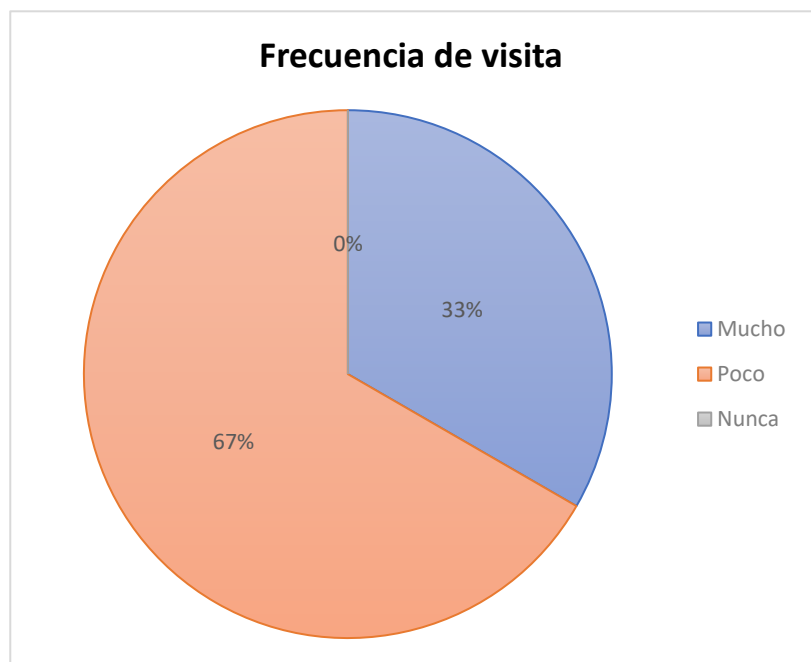
Nota: En el gráfico anterior se resalta el nivel de turismo del cantón Montalvo.

Fuente: Investigación de campo

Autor: José Félix Suárez Quiroz

No.	Tabla No. 2.- Frecuencia de visita		
2	Pregunta: ¿Cuál es la frecuencia con la que visita el cantón Montalvo?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Mucho	10	33%	Según los datos obtenidos se determinó que pese a que existe excelentes lugares turísticos el mismo cuanta con pocas visitas de la turista problemática que frena el desarrollo de los microemprendimientos.
Poco	20	67%	
Nunca	0	0%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 2

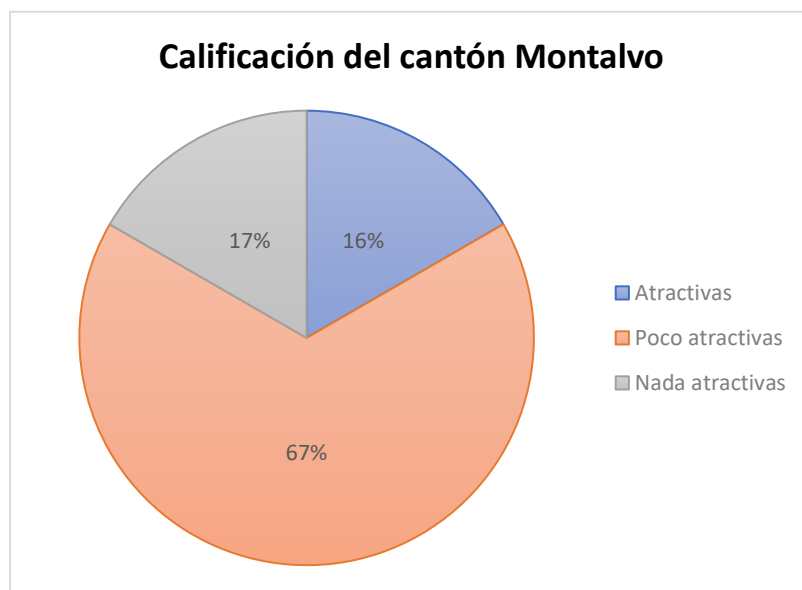


Nota: Se describe la frecuencia de visitas en el cantón Montalvo.

Fuente: Investigación de campo
Autor: José Félix Suárez Quiroz

No.	Tabla No. 3.- Calificación del cantón Montalvo		
3	Pregunta: Según su opinión ¿Cómo califica usted las tradiciones y cultura del cantón Montalvo?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Atractivas	5	16%	A partir de la obtención de datos de la encuesta se puede argumentar que las tradiciones y cultura del cantón Montalvo suelen ser poco atractivas para los turistas esto se debe a que existe poca defunción publicidad que existe sobre los atractivos turísticos que existe.
Poco atractivas	20	67%	
Nada atractivas	5	17%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 3

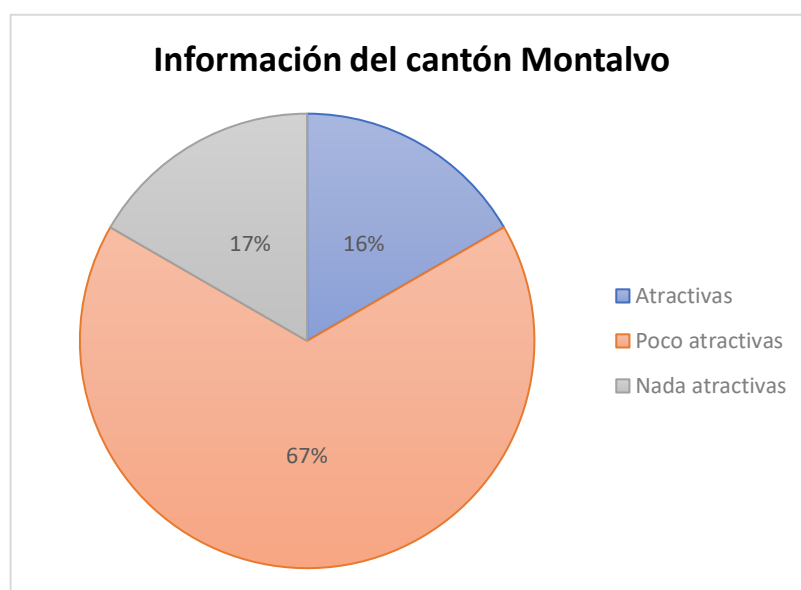


Nota: Se describe que tan atractivas es el turismo en el cantón Montalvo.

Fuente: Investigación de campo
Autor: José Félix Suárez Quiroz

No.	Tabla No. 4.- Información del cantón Montalvo		
4	Pregunta: ¿Considera usted que existe suficiente información del cantón Montalvo sobre los lugares turísticos?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Suficiente	5	16%	De acuerdo a los antecedentes logrados se estableció que el 67% que corresponde a 20 personas encuestadas consideran que es poco suficiente la información que se divulga sobre los lugares turísticos del cantón Montalvo.
Poco suficiente	20	67%	
Insuficiente en su totalidad	5	17%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 4



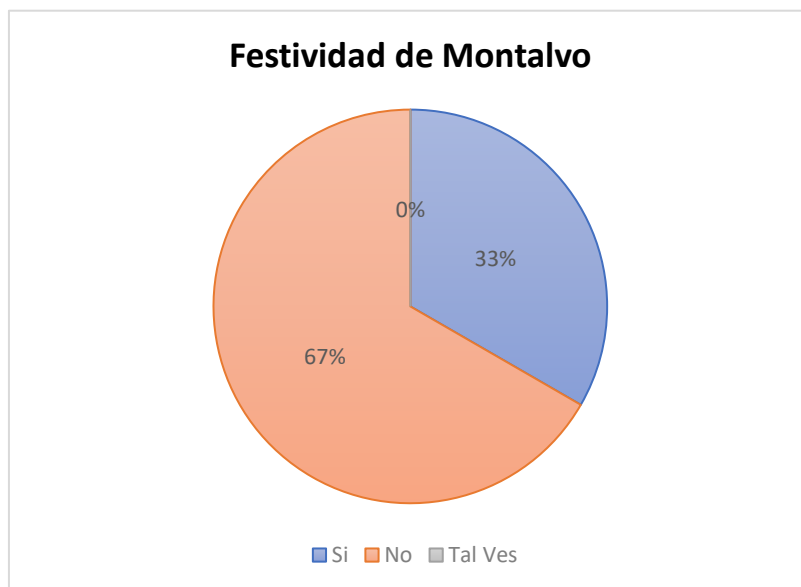
Nota: Se detalla sobre la difusión de información con la que cuenta el cantón Montalvo.

Fuente: Investigación de campo

Autor: José Félix Suárez Quiroz

No.	Tabla No. 5.- Festividad de Montalvo		
5	Pregunta: ¿Sabía usted que el cantón Montalvo cuenta con la festividad el Octavas de Juan Montalvo el cual es un evento tradicional y de carácter internacional?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Si	10	33%	De acuerdo a los datos recabados se comprobó que 67% de los encuestados desconocen con exactitud la festividad el Octavas que se llevan a cabo en el cantón Montalvo mientras que el 33% indicaron que si tenían conocimiento sobre la festividad que es de carácter tradicional e internacional-
No	20	67%	
Tal Ves	0	0%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 5



Nota: Conocimiento sobre las festividades del cantón Montalvo.

Fuente: Investigación de campo
Autor: José Félix Suárez Quiroz

No.	Tabla No. 6.- Publicidad adecuada para el cantón		
6	Pregunta: ¿Considera usted que los microemprendimientos que se encuentran en el cantón Montalvo están ubicados estratégicamente en los lugares turísticos?		
Variable	Resultado	Porcentaje	Interpretación
Si	15	50%	Este punto llevo al investigador a connotar que existe un 50% que corresponde a 15 personas que expresaron que si están ubicados estratégicamente mientras que el 50% faltante exteriorizaron que no.
No	15	50%	
Tal Ves	0	0%	
TOTAL	30	100%	

Gráfico N. 6



Nota: Se evidencia la poca publicidad que existen dentro del cantón para promocionar el turismo.

Fuente: Investigación de campo
Autor: José Félix Suárez Quiroz

2.6.Conclusiones

- ✓ Microemprendimientos del cantón Montalvo. - Existe una acogida por parte del micro emprendedores por reactivar las actividades económicas, y con ello, la posibilidad de generar autoempleo.
- ✓ Lugares turísticos. - Pese a que goza de lugares turísticos que, sin duda, generarían ingresos al cantón prexiste desconocimiento en relación a los productos turísticos que brindan una experiencia sin igual como por ejemplo el rio cristal el cual es uno de los balnearios al aire libre más visitado del cantón Montalvo seguido de
- ✓ Publicidad digital. - Asimismo, se instituye que la poca difusión publicitaria que existe en relación al turismo en general del cantón Montalvo conlleva una limitada visita turística tanto de visitantes nacionales como internacionales, y con ello, limita el desarrollo de los microemprendimientos de la zona.
- ✓ Festividades: - Por otra parte, se percibió que existe micro emprendedores que realizan esta actividad por necesidad, pero no logran identificar las festividades que se llevan a cabo en el cantón lo cual sin duda limita una adecuada planeación estratégica de los negocios.
- ✓ Microemprendimientos del cantón Montalvo. -Se sugiere implementar un plan de marketing con un Briefing turístico perfectamente establecido el cual debe ser planificado y medible para esto, deberá de ejecutarse una hoja de ruta de los microemprendimientos existentes el propósito es poder ubicarlos estratégicamente y ordenadamente para despertar el interés, comunicación, seguridad y calidad de atención a los turistas y habitantes del sector.

- ✓ Lugares turísticos. - Se propone diseñar una hoja de ruta con los diferentes puntos turísticos del cantón la finalidad es poder potenciar la calidad de la experiencia en los turistas, y con ello, garantizar el bienestar del cantón.
- ✓ Por otra parte, se recomienda diseñar publicidad propia de los microemprendimientos, y enviarla a las diferentes plataformas digitales el fin promover el lugar turístico, y con ello, promover los microemprendimientos del sector. Vale acotar que puede realizarse folletos, cuponera, flyers. Beneficios de compra en línea podría aplicar promociones 2 x 1, entre otros.

2.7. Bibliografía

- Almodóvar, M. (2018). Tipos de emprendimiento y fases de desarrollo como factores claves para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2). Retrieved from https://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/9758/1/CRLA_60695.pdf#page=1
- Baheza, D. (2019). *Plan de marketing turístico para la Operadora de Turismo “Go Mompiche Experience”*. Chimborazo: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Retrieved from <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/13539/1/12T01324.pdf>
- Chiriguaya, M., & Baquerizo, V. (2021). Diseño de un plan de marketing digital para promover el turismo en el cantón Samborondón, en el año 2020. *RES NON VERBA*, 11(1). Retrieved from <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/433/332>
- García, D. (2017, 04 24). *Que es emprendimiento*. Retrieved from Womenalia: <https://www.womenalia.com/es/hoy-en-womenalia/135-actualidad/1689-el-emprendimiento-social-como-modelo-negocio>
- Maldonado, A., Pérez, M., & Lalangui, J. (2018). Marketing turístico: una oportunidad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas para su crecimiento sostenible. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2). Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200114

- MOI. (2018, 09 14). Personalidad de un emprendedor. Retrieved from ¿Tienes la personalidad de un empresario vendedor?: <https://www.revistamoi.com/especiales/enchulame2018/tienes-la-personalidad-de-un-empresario-vendedor/>
- Mora, C., Montilla, A., & Mora, L. (2019). Perspectivas y potencialidades del cantón Manta para la implementación de un plan de marketing turístico. *Revista Turydes*(26).
- Reinoso, D. (2021). *Plan de marketing turístico cultural y patrimonial para el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2021*. Quevedo: Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Retrieved from <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/6196/1/T-UTEQ-106.pdf>

2.8.Anexos



