



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



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

TEMA:

**PLAN ESTRATEGICO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO
COMUNITARIO EN EL CANTON SAN JUAN DE PUEBLO VIEJO, AÑO 2022.**

AUTOR:

GENESIS NICOLE CEDEÑO ARCENTALES

TUTOR:

MSC. SANDRA KARINA DAZA SUAREZ

QUEVEDO-LOS RÍOS-ECUADOR

2022

Índice

RESUMEN.....	4
SUMMARY.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPITULO I.....	7
1. DESARROLLO.....	7
1.1 Definición del tema caso de estudio.....	7
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.2.1 Formulación del tema.....	7
1.2.2 Problemáticas.....	8
1.4 Objetivo general.....	9
1.4.1 Objetivos específicos.....	9
1.5 Fundamentos teóricos.....	9
1.5.1 Plan estratégico.....	9
1.5.2 Importancia del plan estratégico.....	9
1.5.3 Tipos de planificación.....	10
1.5.4 Planificación estratégica turística.....	11
1.5.5 Turismo.....	11
1.5.6 Importancia del turismo.....	12
1.5.7 Tipos de turismos en Ecuador.....	13
1.5.7.1 Turismo de sol y playa (tradicional).....	13
1.5.7.2 Turismo de Reuniones.....	13
1.5.7.3 Turismo de Naturaleza.....	13
1.5.7.3 Turismo de salud.....	14
1.5.7.5 Turismo cultural.....	14
1.5.8 Turismo comunitario.....	14
1.5.8 Importancia del turismo comunitario.....	15
1.5.9 Recursos turísticos.....	15
1.5.11 Planta turística.....	16
1.5.12 Oferta turística.....	17
1.5.13 Demanda.....	18
1.5.14 Promoción turística.....	19
1.5.15 Publicidad.....	20
1.5.16 Características de la publicidad.....	20
1.6 Marco metodológico.....	22
1.7 Tipos de investigación.....	22
1.7.1 Investigación bibliográfica.....	22

1.7.2	Investigación documental.....	23
1.7.3	Entrevista:	23
CAPITULO II.....		24
2	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1	Objetivo 1. Identificar el turismo cultural y gastronómico del cantón Pueblo viejo	24
2.2	Objetivo 2. Proponer estrategias que incentiven el desarrollo adecuado de las actividades turísticas del cantón San Juan de Pueblo viejo	29
2.3	Situaciones Detectadas	31
2.4	Soluciones Planteadas	31
2.5	Conclusiones.....	32
Bibliografía.....		33

RESUMEN

La investigación actual muestra cuán efectivo es implementar la planificación estratégica ofreciendo turismo comunitario en el cantón San Juan de Pueblo Viejo contribuyendo al desarrollo de la sociedad y económicamente.

En esta encuesta, analizamos el entorno en cuestión y sus causas. El efecto de confirmar la solución formulando el propósito. Después de completar este paso, se procederá a analizar el tratado teórico actualizado apoyando la nueva definición actualmente en uso en el sector del turismo.

Más allá de eso, un lugar donde las evaluaciones importantes se presentan en detalle la metodología que utilizas te permite definir los procedimientos y técnicas que sustentan esto.

Evidencia estadística de la validez de la investigación y su interpretación, el desarrollo de la investigación es factible, se demostrará positivamente entre ellos

Indique el tipo, método, técnica y herramienta de la encuesta utilizada Investigación y desarrollo.

Palabras claves: Turismo Comunitario, Desarrollo, Plan Estratégico

SUMMARY

Current research shows how effective it is to implement strategic planning by offering community tourism in the San Juan de Pueblo Viejo canton, contributing to the development of society and economically.

In this survey, we analyze the environment in question and its causes. The effect of confirming the solution by formulating the purpose. After completing this step, we will proceed to analyze the updated theoretical treatise supporting the new definition currently in use in the tourism sector.

Beyond that, a place where important evaluations are presented in detail the methodology you use allows you to define the procedures and techniques that support this.

Statistical evidence of the validity of the research and its interpretation, the development of the research is feasible, it will be positively demonstrated among them

Indicate the type, method, technique and survey tool used Research and development.

Keyword: Community tourism, development, strategic plan.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en indagar la gestión en el desarrollo turístico del cantón San Juan de Pueblo viejo, determinando el progreso de sus habitantes, el cómo desarrollan las actividades económicas, actividades turísticas que se realizan, y la gestión turística actual que se desarrolla en este territorio.

En la actualidad, el turismo se ha constituido como un sector económico que por sí solo genera y moviliza grandes capitales. A raíz de los procesos que se han llevado a cabo a una velocidad exponencial desde comienzos del siglo XIX. Ahora el turismo y el desplazamiento humano se han transformado en fenómenos propios de la sociedad, de la cognición y la información al alcance de todos y todas.

Los atractivos culturales y naturales de San Juan de Pueblo viejo han generado que la demanda turística especialmente internacional crezca cada vez más, siendo esta una oportunidad para poder dar a conocer sus costumbres y recursos naturales sin olvidarse de la sostenibilidad y sus propios valores y principios; los cuales son también considerados como atractivo principal para la interacción con los turistas ya que muchos visitantes acuden a esta parroquia por su forma de vida considerándola única y auténtica. Además, es importante recalcar que el Gad Municipal junto con el Ministerio de Turismo trabajan conjuntamente y han reconocido su valor cultural. Debido a esta realidad el MINTUR (2020) ha proporcionado diversas herramientas para que los gobiernos locales y las empresas de la industria turística logren emprender procesos de innovación que promuevan e impulsen el turismo en nuestro país.

El establecer un Plan de Gestión para el desarrollo turístico de San Juan de Pueblo viejo resulta posible, ya que se tiene acceso directo a la información para reconocer los recursos existentes, las necesidades y las características de la zona.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará un método de enfoque cuantitativo y técnicas de investigación como: análisis documental y observaciones estructuradas, de esta manera se obtendrá información desde la perspectiva necesario para lograr obtener los resultados finales en base a la información recaudada.

CAPITULO I

1. DESARROLLO

1.1 Definición del tema caso de estudio

Plan Estratégico y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario, en el Cantón San Juan de Pueblo Viejo, año 2022.

1.2 Planteamiento del problema

En cantón San Juan de Pueblo Viejo pertenece a la provincia de Los Ríos. Pertenece a dicha jurisdicción por decreto del 7 de febrero de 1846 durante la presidencia de Vicente Ramon Roca. Está situada a 8 msnm, con una población de 39961 habitantes y una extensión de 336.3 km. Las actividades turísticas que se pueden desarrollar son: visita a fincas agroturísticas, la biblioteca mas antigua del Ecuador, los bosques remanentes, etc.

No hay duda que el turismo ha mejorado el desarrollo económico de sus habitantes, los cuales obtenían sus recursos a través de la venta de bordados y la visita de turistas a los emprendimientos de los habitantes de la zona. Sin embargo, con la llegada del turismo cambió su situación económica, pero con el incremento del turismo surgen nuevas demandas y necesidades por bienes y servicios, y es aquí donde surge parte del problema porque no existe una buena gestión para que los emprendimientos y servicios que se brindan sean de buena calidad y ejecutados de una manera correcta para generar el impacto adecuado en los visitantes y en los habitantes de esta parroquia.

1.2.1 Formulación del tema

¿Cómo ayudaría un plan estratégico y como incidiría en el desarrollo del turismo comunitario, en el Cantón San Juan de Pueblo Viejo?

1.2.2 Problemáticas

- Carece de paquetes turísticos del cantón San Juan de Pueblo Viejo, ocasiona desinformación del lugar y sus alrededores.
- Escasa publicidad del lugar, provoca que los atractivos turísticos no sean conocidos ni visitados por los turistas.
- La población no está capacitada sobre temas de turismo comunitario, atención al cliente, ambiente ecológico la cual manifiesta una perspectiva negativa a los visitantes por ende ocasiona la pérdida de turistas.

1.3 Justificación

Justifico la presente investigación porque es de suma importancia para un país y un pueblo mantener sus costumbres, tradiciones y ecosistemas de manera conservada para ser conscientes de nuestra identidad dejarla a las futuras generaciones.

El impacto turístico que se ha fomentado el cantón San Juan de Pueblo Viejo ha sido positivo, favoreciendo a cada uno de sus habitantes quienes apegados a las normativas del GAD han trabajado sus emprendimientos para satisfacer las demandas de bienes y servicios de quienes visitan la parroquia, de esta forma generan recursos económicos, fuentes de empleo de forma directa e indirecta impulsando el desarrollo monetario y mejorando el estilo de vida de sus habitantes.

Por medio de este estudio se indaga y describe las decisiones que se han tomado para poder mantener la igualdad entre el desarrollo económico y el buen desarrollo de las actividades turísticas que son de vital importancia para la población, así como la preservación del ecosistema y su cultura de una manera sustentable.

Los principales receptores del estudio que se presentan es hacia los habitantes del cantón San Juan de Pueblo Viejo quienes deben aportar con la conservación de sus recursos para transformarlos en una principal fuente de atracción turística, ya que de ello depende que el desarrollo económico siga en progreso por lo cual se insta responsabilidad en cuidar los recursos naturales y culturales que en ella existen.

1.4 Objetivo general

Analizar la incidencia del plan estratégico en el desarrollo turístico del cantón San Juan de pueblo viejo

1.4.1 Objetivos específicos

- Identificar el turismo cultural y gastronómico del cantón pueblo viejo
- Proponer estrategias que incentiven el desarrollo adecuado de las actividades turísticas de la parroquia San Juan de Pueblo viejo

1.5 Fundamentos teóricos

1.5.1 Plan estratégico

“Un plan estratégico es un plan de empresa que define todo aquello que quieres conseguir en tu empresa y cómo lo vas a lograr

Este documento recoge de forma detallada las grandes decisiones que marcarán tu estrategia, para conseguir tus objetivos” (Trenza, 2020)

Es una herramienta de gestión que permite definir lo que hay que hacer y qué camino debe seguir la organización para alcanzar sus objetivos planificados, teniendo en cuenta los cambios y requerimientos.

1.5.2 Importancia del plan estratégico.

La planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social, ya que a través de ésta se previenen las contingencias y los cambios que puede deparar el futuro, y se establecen las medidas necesarias para afrontarlas.

Algunas de las ventajas de la planeación son:

- La definición del rumbo de la empresa permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las “corazonadas” o empirismos. Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Al planear se definen las bases a través de las cuales operará la empresa.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Proporciona los elementos para efectuar el control.
- La motivación se eleva sustancialmente cuando todos los miembros de la empresa saben hacia dónde se dirigen sus esfuerzos.
- Optimiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la organización. (Galindo, 2019, págs. 13, 14)

Las ventajas son evidentes para el desarrollo de una planificación estratégica el cual busca la renovación y mayores beneficios para la situación que se plantea o por la cual se está realizando la planificación estratégica.

1.5.3 Tipos de planificación

Según las investigaciones se puede presentar los siguientes tipos:

- a) **Estratégica.** Define los lineamientos generales de la planeación de la empresa; la realizan los altos directivos para establecer los planes generales; generalmente es a mediano y a largo plazos, y abarca a toda la empresa. Su propósito consiste en determinar el rumbo de la organización, así como la obtención, el uso y la disposición de los medios necesarios para alcanzar la misión y la visión de la organización.
- b) **Táctica o funcional.** Se refiere a planes más específicos, que se elaboran en cada uno de los departamentos o áreas de la empresa y que se subordinan a los planes estratégicos. Es responsabilidad de los jefes o gerentes de área y se enfoca a un área

específica de la organización, puede ser a mediano y/o a corto plazos. Los planes tácticos son planes detallados de cada gerencia para lograr el plan estratégico.

c) Operativa. Es a corto plazo, se diseña y se rige de acuerdo con la planeación táctica; se realiza en niveles de sección u operación. Su función consiste en la formulación y asignación de resultados y actividades específicas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Por lo general, determina las actividades que debe desarrollar el personal. (Galindo, 2019, pág. 12)

Mostrar los tipos de planes existentes para una correcta ejecución del plan el grado en que cada uno de ellos se desempeña en la empresa de acuerdo a las necesidades de cada uno de ellos uno de ellos. Asimismo, su relevancia es fundamental para cualquier negocio o organización de viajes.

1.5.4 Planificación estratégica turística

La planificación estratégica turística está enfocada hacia la organización del destino turístico y hacia el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno (análisis FODA) mientras que la planificación tradicional se exenta de ningún análisis interno del destino, sino que más bien se enfoca en la resolución de un determinado problema en vez de servir adecuadamente como una herramienta al servicio de la organización del destino turístico. (Rauda, 2017)

La planificación estratégica del turismo establece los principales ejes de desarrollo. Turismo y puede definirse como: un proceso dirigido a establecer objetivos desarrollo, política y estrategia definirán aspectos preocupados por la inversión, el uso y la disposición de los recursos útiles.

1.5.5 Turismo

“Es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio” (conceptos, 2021)

La OTM expreso en el 2007, el cual cita Entorno turístico, 2021.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OTM, 2007)

Como se ha podido observar existen diversos autores que relacionan la definición de turismo como la capacidad de traslado y movimiento social, cultural y económico en un lugar con diversos atractivos o innovaciones las cuales no se encuentran en el día a día, promoviendo de esta forma lo que conocemos como turismo.

1.5.6 Importancia del turismo

El turismo no es sólo una fuente de ingresos, sino también de empleo, el cual en el Ecuador representa cerca de medio millón de empleos directos y una cifra similar en empleos indirectos, dinamizando con esto la economía nacional.

Las divisas externas son también un beneficio importante del turismo, especialmente en una economía dolarizada como la ecuatoriana, donde la dependencia de la llegada de esta moneda es clave para sostener el modelo económico. El turismo aporta con cerca de 700 millones de dólares anuales, divisas frescas que llegan al Estado por medio de impuestos y tasas, pero también de manera directa a la empresa privada, a los medianos y pequeños comerciantes y prestadores de servicios, principales actores del turismo en Ecuador.

Pero el turismo no sólo genera empleo, riqueza y divisas para el Estado y sus ciudadanos; sino que también, a través de esta actividad, muchos países han logrado valorar las riquezas naturales y culturales que tienen en sus territorios: parques y reservas naturales, así como patrimonios culturales que son hoy parte de la oferta turística que han visto en el turismo una actividad sustentable, permitiéndoles mantenerse gracias a los ingresos que los turistas dejan con sus visitas (Garrido, 2020).

En pocas palabras el turismo es de gran importancia dentro de la sociedad, ya que el mismo promueven un sinnúmero de beneficios para la comunidad y por lo tanto para el país, ya que mediante los ingresos económicos con los que se mejora la productividad del país.

1.5.7 Tipos de turismo en Ecuador

1.5.7.1 Turismo de sol y playa (tradicional)

Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes «todo incluido» que les permite tener las menos preocupaciones posibles.

Este tipo de turismo hoy en día es visto como un turismo depredador que no respeta la capacidad de carga de los destinos

1.5.7.2 Turismo de Reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

1.5.7.3 Turismo de Naturaleza

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes

por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural.

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones: El ecoturismo que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza; El turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y por último el turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

1.5.7.3 Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las razones para este tipo de viajes son por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia.

1.5.7.5 Turismo cultural

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuenten la historia del mismo. (Staff, 2016)

Se puede decir que los diferentes tipos de turismo son muy importantes para el desarrollo del turismo. Con estas categorías podrás conocer diferentes gustos, necesidades, así como lo que personas de todas las edades pueden hacerlo, pueden hacerlo residir o en cualquier parte del mundo.

1.5.8 Turismo comunitario

Según, Lema M, 2016 que cita a MSc. Villacís, 2013, pág. 23 nos expresa que

El turismo comunitario es una herramienta perfecta para estimular el turismo responsable, que mejore no solamente las condiciones de vida, sino también los recursos naturales y culturales de los lugares de destino turístico. Se caracteriza por: la participación de la población local, beneficios económicos entre la comunidad, diálogo intercultural, conservación del ambiente, biodiversidad, el respeto a la identidad y cultura del pueblo, fortalecimiento de las sociedades locales (Villacis, 2013, pág. 23)

Como se pudo constatar los autores anteriormente citados nos indican que el turismo comunitario no es más que organización para prestar servicios turísticos, perfeccionando sus condiciones de vida generando economía en el área, la conservación del ambiente, y el en relación con las diversas civilizaciones de cada poblado.

1.5.8 Importancia del turismo comunitario

“El turismo comunitario tiene un enorme potencial para ayudar a mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables, reducir la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar las relaciones interculturales, convirtiéndose así en un catalizador de progreso y crecimiento” (Ayuda en acción, 2017)

El turismo es una de las mayores fuentes de ingresos para el desarrollo del país, sobre todo el turismo comunitario, ya que este permite el conocimiento de la cultura, gastronomía y un sin número de ventajas que esto conlleva.

1.5.9 Recursos turísticos

“Un recurso turístico es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística” (Ostelea, 2022)

Es decir todo lo que se considere un bien dentro del espacio geográfico, será el ancla de la actividad turística, ya que serán los encargados de atraer una buena actividad dentro de la mencionada.

1.5.10 Recursos generados con el turismo

Los recursos en turismo se entienden como los bienes, tangibles e intangibles, que hacen posible la actividad turística.

Si hablamos de los factores de los recursos naturales que influyen en el turismo los podríamos enumerar de la siguiente manera:

- La protección y cuidado del medio ambiente y la cultura.
- Los componentes del desarrollo turístico.
- El crecimiento y el posicionamiento económico.
- La calidad de vida de las comunidades anfitrionas.
- El desenvolvimiento y el reconocimiento del patrimonio. (Ostelea, 2022)

Dentro de esto podríamos concretar que, así como es de importancia los bienes dentro del espacio geográfico, es igual de necesario el cuidado que se le dé al foco turístico donde se piense acudir, ya que esto es un factor clave para atraer más actividad económica y posiblemente hacer reincidir a turistas que ya hayan acudido alguna vez a las atracciones.

1.5.11 Planta turística

Una vez que la actividad turística permite el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos, se establece un proceso productivo alrededor de éstos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística, lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demandan.

Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. Fundamentalmente son los siguientes:

- Transporte.
- Alojamiento.
- Alimentación.

- Recreación.
- Servicios de apoyo. (Planta turística, 2017)

Otro factor primordial dentro de los atractivos turísticos serán los ofrecimientos de este lograra brindar una buena experiencia a sus visitantes y conseguir una buena aceptación de su respectivo servicio.

1.5.12 Oferta turística

Según Boullón la oferta es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período determinado.

Para que un servicio turístico se convierta en oferta turística es necesario que los clientes potenciales sepan que exista, por tanto, es importante saberlos comercializar no sólo para mantener los clientes con los que ya cuenta sino para atraer otros nuevos o potenciales.

Se podría decir que el objetivo de la oferta turística es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria del viaje, es decir, el éxito de una empresa turística depende de las características de la oferta turística (belleza, riqueza, importancia del precio, combinación de todo esto) y, en síntesis, diferenciación, diversificación y singularidad.

Este tipo de servicios son suministrados por las empresas turísticas pero los turistas pueden disfrutar de otros bienes no turísticos, comercializándose todo ellos mediante el sistema turístico. Teniendo en cuenta esto aparecen dos tipos de oferta turística:

1. Básica: servicios y bienes que son exclusivamente turísticos (agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.).

2. Complementaria: son aquellos bienes que nos son sólo turísticos, pero son demandados por los turistas y completan el producto turístico final (restauración, ocio, comercio, etc.). Los elementos que la conforman son:

- **Actividades de ocio y atracciones turísticas:** parques de atracciones, espectáculos, etc.
- **Servicios públicos:** hospitales, seguridad, etc.
- **Otros servicios:** dependiendo del lugar donde los adquiera el turista pueden ser:

- **Servicios en origen:** financiación del viaje, seguros de viaje, etc.
- **Servicios en destino:** servicio de información turística, etc.

Se debe tener un buen conocimiento de los recursos y atractivos de un destino turístico ya que la oferta turística constituye el capital o el activo principal de la empresa turística (Ceupe, 2020)

Dentro de esta rama entra el proceso o planificación del viaje y la importancia de buscar buenas aseguradoras, agencias de viajes e información turística del destino que tengamos en la mira para evitar conflictos a la hora de viajar o al momento de llegar al lugar.

1.5.13 Demanda

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. (Entorno Turístico., (2018, febrero 27))

Aquí veremos lo relacionado con la economía de los turistas y la demanda económica que tendrá la atracción dependiendo de la temporada en la que se viaje, un claro ejemplo de ello sería las temporadas de feriados.

1.5.13.1 Demanda turística real

Aquellos turistas que realmente están viajando, fácilmente medible y que comprende las estadísticas sobre el turismo. (Entorno Turístico., (2018, febrero 27))

1.5.13.2 Demanda turística suprimida

Aquellos que quieren viajar, pero existen diversas razones que se los impiden. Se pueden dividir en:

- **Demanda potencial.** Aquella demanda turística reprimida que tarde o temprano viajará, pero que no puede hacerlo inmediatamente o cuando le gustaría, por factores propios que se lo impiden, por ejemplo, falta de disponibilidad de vacaciones o estar ahorrando para el viaje.
- **Demanda diferida.** Aquella que por problemas debidos a los proveedores (por ejemplo falta de lugares de hospedaje o en el transporte), al clima, u otros, se ve obligada a posponer un viaje hasta otra fecha. Kotler y Armstrong (1993) denominan a este tipo de demanda excesiva, haciendo referencia en los casos en los que la demanda de un producto o servicio supera la oferta. (Entorno Turístico., (2018, febrero 27))

Estos serían los factores que influyen al momento de viajar ya que podrían poner obstrucciones que salen de las manos de los turistas, por ejemplo, el problema climático o el aumento de precios de los lugares turísticos.

1.5.13.3 No demanda turística

Aquella a la que le gustaría viajar pero nunca tendrá disponibilidad para ello, ya sea por falta de dinero, problemas de salud, falta de tiempo, etc.

Para complementar este tema, es importante conocer los tipos de turismo que existen y los Impactos socioculturales positivos y negativos del turismo. (Entorno Turístico., (2018, febrero 27))

Se resume a las personas que no podrán realizar viajes por diversos factores, sean económicos o de salud.

1.5.14 Promoción turística

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la 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. (Merino., 2017)

Aquí veremos la creatividad que tendrán los destinos turísticos para llamar la atención de sus posibles visitantes y aumentar sus ingresos.

1.5.15 Publicidad

La publicidad puede entenderse como una fórmula de comunicación pagada por las empresas para anunciarse en los diferentes medios disponibles en el mercado. Sin embargo, dada la cantidad de medios en los que los negocios pueden anunciarse, existen muchos tipos de publicidad.

La importancia de las técnicas de publicidad y medios disponibles para lograr una publicidad exitosa y generar más turistas será fundamental para el buen desarrollo económico de los puntos turísticos.

Publicidad offline. Podemos enumerar los principales: publicidad en prensa, publicidad en radio, publicidad en TV, publicidad exterior o publicidad directa están entre algunos de los formatos disponibles offline.

Entran los medios de radio difusión o tv disponibles para cada punto turístico.

Publicidad digital. Dentro de la comunicación patrocinada online existen una gran cantidad de alternativas: vídeo, anuncios en buscadores, display, redes sociales, email marketing, etc.

Dependiendo de los objetivos empresariales se deben utilizar unos formatos publicitarios u otros. Decidir el plan de medios es una de las fases estratégicas más importantes al crear una campaña de publicidad. Esta será, junto con la medición, la clave para tomar las decisiones más adecuadas para potenciar la imagen, notoriedad y ventas de la marca (cyberclick, 2022)

Abarcan los medios digitales y campañas publicitarias disponibles de cada empresa turística.

1.5.16 Características de la publicidad

1. Es identificable

La publicidad debe ser identificada por la audiencia como tal, ya sea por el lugar en el que aparece (en los banners de un sitio web o entre la programación musical de una estación de

radio) o haciéndola explícita (como en los artículos pagados en una publicación impresa o en de redes sociales con la etiqueta de #ad o #anuncio).

Debe ser interpretativa para los espectadores.

2. Responde a una estrategia de marketing

Si ves publicidad es porque quien la creó tiene un plan de marketing para alcanzar diferentes objetivos. Por lo tanto, el anuncio o campaña que está disponible contiene un mensaje, tono y elementos acordes con la personalidad de una marca o empresa que estableció una o diferentes etapas para atraer a su audiencia, persuadirla para realizar ciertas acciones o mantenerse en su consideración.

Debe responder o poseer concordancia con la estrategia que plantee la agencia publicitaria.

3. Tiene un objetivo

Aunque la publicidad es parte de un plan de marketing con uno o más objetivos determinados, es posible que esté creada para distintas metas, según cada etapa. Por ejemplo, la publicidad que ves en LinkedIn de un creador de software busca únicamente que te registres en su base de datos, por lo que los anuncios te invitarán a una página destino o a descargar un documento valioso sobre un estudio acerca de tu industria. Con esa acción en particular no aumentan las ventas, pero se alcanza un primer objetivo: obtener leads valiosos.

Una marca conoce el público al que se dirige, así que cuando crea su publicidad sabe que los mensajes llegarán a la audiencia adecuada. Es decir, planea su comunicación gracias a una investigación previa que le muestra los intereses, los comportamientos y las necesidades de su público.

Su objetivo deberá ser claro y llevar sus funciones y avances de la mano hasta llegar al foco principal del público al que han sido destinados.

4. Requiere inversión

Toda la publicidad implica inversión de tiempo, creatividad y recursos financieros, pues muchos de los canales en donde vive la publicidad deben pagarse. No es de extrañar entonces que todos los esfuerzos estén dirigidos a mostrar productos o servicios valiosos, aumentar la reputación de la marca, e incrementar las ventas.

Como todo proyecto que traerá frutos a futuro, cada campaña deberá necesitar invertir una cantidad para poder lograr una publicidad exitosa.

5. Depende de la repetición

Como mencionamos antes, la publicidad comparte un mensaje de manera constante de acuerdo con la duración de la estrategia. Esto permite que las personas recuerden la marca e identifiquen sus elementos característicos en el resto de su comunicación (blog.hubspot, 2022)

Deberá ser repetitivo para lograr la persuasión de la audiencia de posibles turistas.

1.6 Marco metodológico

Para el desarrollo de la presente investigación se ejecutó una metodología con enfoque cuantitativo bajo el método deductivo, con una modalidad no experimental y técnicas como: análisis documental y observaciones estructuradas.

Para el desarrollo del análisis documental se estudió la matriz de atribuciones del control de gestión del área de turismo del cantón San Juan de Pueblo Viejo, ciudad de Ibarra, año 2022, se valoraron datos esenciales de planificación, regulación, control y gestión de las actividades turísticas en este territorio.

La observación estructurada se ejecutó en cada una de las dimensiones de la matriz de atribuciones del plan de gestión, estas fueron: ejecución, problemas o impedimentos, soluciones y productos o evidencias.

1.7 Tipos de investigación

1.7.1 Investigación bibliográfica

Esta investigación se realizó de forma bibliográfica con el objetivo de estudiar algunos antecedentes documentales que sirvan de base para estudiar y hallar alternativas de apoyo al desarrollo turístico del cantón San Juan de Pueblo Viejo y ejecutar los objetivos propuestos de la investigación y así desarrollarlos como una alternativa de crecimiento económico y mejoramiento en las actividades turísticas que se realizan en la actualidad.

1.7.2 Investigación documental

Para este método recurrimos a información ya antes recolectada sobre un plan de gestión turística con el que se ha trabajado hasta la actualidad y en función a esto establecer las deficiencias de este plan, para ello buscamos información en artículos web y libros.

1.7.3 Entrevista:

Se ejecuto unas entrevistas al alcalde del cantón San Juan de Pueblo viejo, sobre el desarrollo del turismo en el cantón y las acciones que desde el municipio se están ejecutando para promover el mismo.

CAPITULO II

2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivo 1. Identificar el turismo cultural y gastronómico del cantón Pueblo viejo

Revisando la bibliografía existente del canto San Juan de Pueblo, se ha identificado los siguientes sitios turísticos, culturales y gastronómicos, que se detallan a continuación:

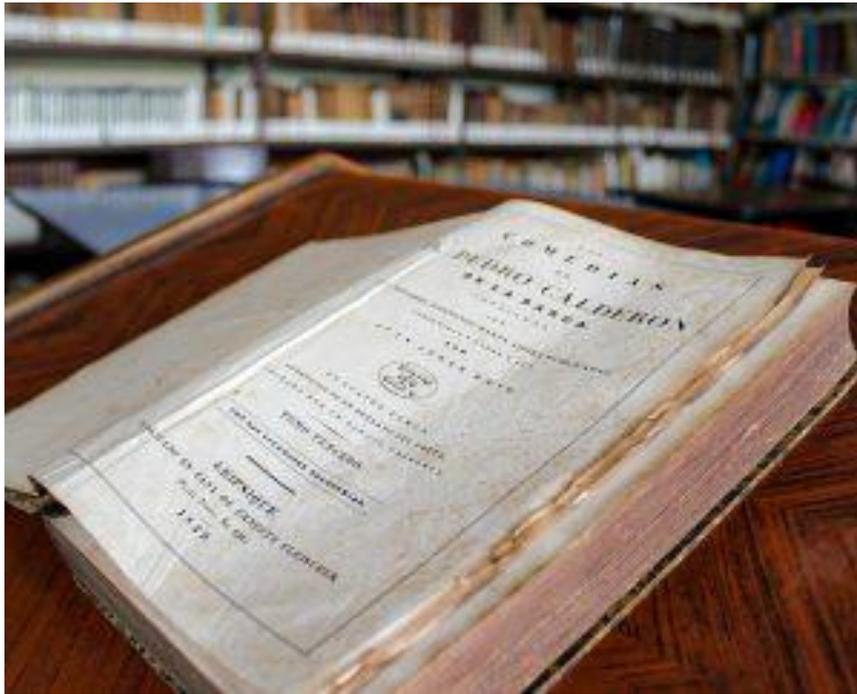
2.1.1 Mango Tour

Se trata de un complejo agroturístico que es considerado como uno de los principales atractivos. Posee un bosque de mangos que está conformado por 1.500 árboles que producen una extensa variedad de esta fruta tropical. Lo interesante del recorrido es que se puede cosechar de forma ilimitada el producto.



2.1.2 Biblioteca más antigua del Ecuador.

En sus instalaciones se encuentran libros que datan de 1800 y diarios de 1914. El cantón también cuenta con el primer parque inclusivo del país, que se encuentra ubicado en la Parroquia San Juan de Juana de Oro.



2.1.3 Centro Cultural Justino Cornejo

Un lugar compuesto por una plazoleta, donde se desarrollan actividades al aire libre; un área para talleres, y un pequeño museo donde se encuentran réplicas de la cultura La Tola. Uno de los atractivos más importantes son las diferentes monedas ecuatorianas y la galería fotográfica de personajes ilustres del cantón y de la literatura ecuatoriana, como Doña Aurora Estrada de Ramírez y Don Justino Cornejo Vizcaíno.



2.1.4 Secos de “Marujita”

Una de las mejores preparaciones de este tradicional plato se la puede degustar en el establecimiento ubicado en el centro de la ciudad y que tiene más de 50 años de tradición.



2.1.5 Complejo Turístico Mercy Cepeda Barco

Ubicado en el Km 1 de la via Pueblo Viejo – Catarama. Brinda servicio de esparcimiento familia.



2.1.6 Bosques naturales remanentes

Se identifican 26 bosques, con extensiones aproximadas quedan un total de 82 has, una extensión muy reducida, lo que demuestra que el avance de la frontera agrícola es alarmante y tiende a desaparecer en poco tiempo toda la biodiversidad natural.

2.1.7 Iglesia San Francisco de Asís de Pueblo Viejo

Lugar de mucho respeto por sus visitantes ya que nació en su vida espiritual la beata. Mercedes de Jesús Molina, y en un cuadro de la iglesia consta la frase “Beata madre María de las Mereces Molina de Ayala”, bautizada en la iglesia San Francisco de Pueblo Viejo el día 5 de marzo de 1828.



2.1.8 Parque La Aurora Estrada

Su nombre se debe a la poetiza Aurora Estrada que nació en la casa de la hacienda Juana de Oro, vecina al pueblo de San Juan del cantón Pueblo el 17 de noviembre en 1901.



2.1.9 Humedal Abras de Mantequilla

Es un conjunto de abras o lagunas estacionales o permanentes. Humedal declarado sitio RAMSAR en el año 2000 y como área de importancia para la conservación de las aves en el 2005. Área protegida comunitaria, cuenta con 22500 ha a una altura de 30 a 60 msnm. Tiene 127 especies de aves, mas de 20 especies acuáticas



2.2 Objetivo 2. Proponer estrategias que incentiven el desarrollo adecuado de las actividades turísticas del cantón San Juan de Pueblo viejo

Se visito al alcalde de San Juan de Pueblo Viejo Ing. Marcos Gonzales, a quien se le realizo una entrevista para conocer como se ha venido ejecutando el plan estratégico del cantón en el sector turístico, y en base a esto promover estrategias e incentivar el desarrollo de actividades turísticas del cantón San Juan de Pueblo viejo, mismas que deberían ser tomadas en cuenta el en siguiente diseño del Plan de Ordenamiento territorial del cantón.

1.Cuál es su prioridad para el pueblo y sus ciudadanos?

Ayudar a las personas y a las familias más necesitadas, sobre todo en el sector rural

2.Cuál es el modelo de gestión para el cantón?

Desarrollar una administración de territorio con un municipio de puertas abiertas donde los ciudadanos puedan venir y presentar sus necesidades y darle solución.

3. ¿Cómo va a dinamizar la economía en el sector turístico del cantón?

-  Generar proyectos que incentiven al turismo, Están presentados y aprobados ante el Consejo Municipal, proyectos de parque acuático para el cantón, complejos deportivos en varios barrios de la ciudad, proyectos de arborización.
-  Las obras que se darán en el cantón serán con personal seleccionado netamente del cantón, para darle oportunidad a la gente nuestra.
-  Potenciar el comercio en la localidad, brindando seguridad para invertir, lo que es muy importante para desarrollo económico de la localidad.

4. ¿Cómo serán reestructurados servicios básicos para potenciar el turismo?

Se ha Iniciado la adecuación de un pozo de 100 metros de profundidad que beneficiara a más de 15 mil familias en el cantón.

5. ¿De qué manera se enfocarán en potenciar el sector agrícola?

Incluyendo a la juventud para que ellos vayan a socializarse con el agricultor, esta oportunidad se les da a los agrónomos ese es el objetivo del proyecto del tema de la agricultura.

En base a la entrevista se plantea las siguientes estrategias:

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA PROMOCIONAR EL TURISMO SOTENIBLE DE LA FINCA ZAMORA			
ESTRATEGIAS	TACTICAS	ACCIONES	BENEFICIARIOS
Desarrollar un adecuado plan de gestión turística	elaborar carteles, afiches, folletos y volantes de los lugares turísticos del cantón	Incluir en el PDOT del cantón las mejores estrategias para el desarrollo del sector	Población del cantón San Juan de Pueblo Viejo
Campañas publicitarias a través de los medios de comunicación	Generar publicidad en las redes sociales, radio, TV, revista, periódicos.	tener un mayor número de vistas de los diferentes atractivos turísticos del cantón	Número de personas que revisan las redes sociales y están pendiente de los medios de comunicación
Diseñar un sitio web a nivel del GAD Municipal del cantón	Promocionar el cantón con descuentos, entradas gratuitas.	Brindar información importante del cantón su historia, atracciones turísticas y comida tradicional	Número de personas que visitan la página web dejando comentarios y recomendaciones
Reunión con el dueño del emprendimiento prestador de servicio	Dar capacitación y orientación sobre el cuidado y mantenimiento del su centro turístico	Brindar un espacio cómodo y confortable para el turista	Tener mayor número de turista por tener un lugar adecuado, limpio y seguro

2.3 Situaciones Detectadas

- A partir del análisis documental encontrado podemos observar que el cantón San Juan de Pueblo Viejo, tiene varios atractivos turísticos manejados de manera privada como Mango Tour que es una hacienda con más de 100 hectáreas de mango y ofrece a los turistas esparcimiento además de disfrutar de agroturismo.
- También en el cantón existen atractivos culturales y naturales que son parte del cantón y gestionados desde el gobierno local como la Biblioteca más antigua, el Centro Cultural Justino Cornejo y los bosques remanentes.
- Con esta información se desarrollaron estrategias para fortalecer los atractivos turísticos naturales, gastronómicos y culturales del cantón.

2.4 Soluciones Planteadas

- Es menester desarrollar un adecuado plan de gestión turística para la reactivación económica del cantón San Juan de Pueblo viejo la cual se halla un poco afectada por la poca presencia de turistas.
- Se recomienda dialogar con los dueños de emprendimientos y prestadores de servicios para ser parte del desarrollo de un plan de gestión turística donde se permita analizar sus necesidades y trabajar en ellas para el beneficio de la comunidad.
- Promover estrategias de publicidad que permitan dar a conocer a los turistas nacionales e internacionales los atractivos de la zona.
- Fomentar el trabajo asociativo con las entidades gubernamentales para el incremento de inversiones hacia los productos turísticos de este territorio.

2.5 Conclusiones

- El cantón San Juan de Pueblo viejo de la provincia de Los Ríos se singulariza por ser un territorio lleno de atractivos naturales, culturales y gastronómicos que llama la atención del sector turístico, gracias a la variedad de recursos que posee, entre ellos: agroturismo en Mango Tour, Los bosques remanentes, diversidad de especies de aves que están en peligro de extinción, ríos naturales, etc. También se encuentran gastronomía típica de la zona como el seco de gallina de doña Marujita, seco de pato, entre otros. Además, se encuentran espacios culturales como la biblioteca más antigua del Ecuador, el Complejo Cultural Justino Cornejo
- Se determinó, además, que el cantón San Juan de Pueblo Viejo, no cuenta dentro de su PDOT estrategias bien definidas para promover el turismo, por lo que se establecieron algunas estrategias para el desarrollo del mismo

Bibliografía

Bezerra, D., Silva, M., & Conceição, M. (2020). *El TURISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. Brasil: Centro de Investigaciones y Estudios.

GARCIA, J. R. (2012). *PLANIFICACION TURISTICA Y DESARROLLO SONTENIBLE*. D.F. MEXICO.

OMT. (2008). QUE ES EL TURISMO. *GLOSARIO DE TERMINOS DE TURISMO*, 146.

OMT. (2012). TURISMO URBANO. *GLOSARIO DE TURISMO*, 142.

PLANIFICACION TURISTICA. (s.f.). 294.

PORTO, N. (2004). *ECONOMIA DEL TURISMO*. LA PLATA.

REINOSO, N. G. (2017). MODELO DE GESTION. *MODELO DE GESTION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LAS COMUNIDADES MANABITAS, ECUADOR.*, 81.

SANCHEZ, P. M. (2017). TURISMO COMUNITARIO. En P. M. SANCHEZ, *TURISMO COMUNITARIO* (pág. 14). GALICIA.

Sandoval, H. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Ibarra.

SILVANA, L. (2018). *ESTUDIO DE LOS POTENCIALES ECOTURISTICOS DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA*. IBARRA.

TOSELLI, C. (2015). TURISMO CULTURAL. *ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE EL TURISMO CULTURAL*, 2.

blog.hubspot. (08 de julio de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad#:~:text=La%20publicidad%20es%20un%20conjunto,adquirir%20un%20producto%20o%20servicio>.

Ceupe. (2020). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/categories/logistica.html>

Entorno Turístico. ((2018, febrero 27)). Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/>

Galindo, L. M. (2019). planeacion estrategica.

Merino., J. P. (2017). Obtenido de Definición de promoción turística (<https://definicion.de/promocion-turistica/>)

Ostelea. (2022). Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-son-los-recursos-turisticos-y-como-se-clasifican>

planta turística. (2017). Obtenido de Turismosucre20: <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/la-planta-turistica.html>

Rauda, W. (2017). Qué es la planificación estratégica del turismo. En *Entorno turístico*.

Torres, J. (2016). EL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: POTENCIALIDADES Y REALIDADES TURÍSTICAS EN LA PARROQUIA SAN LORENZO DEL CANTÓN GUARANDA. *Caribeña de Ciencias Sociales*.

Trenza, A. (2020). Estrategias empresariales. *Miss Finanzas*.