



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



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 PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL TURISMO EN LA RUTA DEL
RÍO DEL CANTÓN QUEVEDO 2020.**

AUTOR

PERALTA TOALA JUAN ALEXANDER

TUTOR DE TESIS

AMAYA DIAZ INES YOLANDA

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2021

DEDICATORIA

A mi Mamá quien siempre confío en mí, ella es un ejemplo a seguir la que me da fuerzas para salir adelante en el día a día. A mis hermanos y hermana que se den cuenta que uno puede cumplir todo lo que se proponga simplemente con perseverancia, dedicación y mucha valentía, no permitan que nadie eche a perder sus sueños o metas que quieren cumplir superen los obstáculos y sigan delante de manera correcta.

A mi segunda Mamá Fresia Mendoza y su familia ya que con su apoyo incondicional sus buenos consejos, buenas vibras, pude seguir adelante superando adversidades que se presentaban en el camino.

Y por último y no menos importante esto lo dedico hacia mi persona por permitirme vencer mis miedos y los obstáculos que se presentaban, los esfuerzos y dedicación las ganas de salir adelante por alcanzar un nuevo logro en mi vida sabiendo que no era algo fácil de lograr la perseverancia y la dedicación me llenaron de valor y confianza, allí supe que si podía cumplir mi objetivo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por iluminarme con sabiduría en el trayecto de mi vida, me permitió lograr uno de mis anhelados sueños culminar mi carrera universitaria.

A mi Mamá por su apoyo incondicional su dedicación y consejos que me ayudaron a no rendirme nunca cada consejo me daba fuerza para continuar día a día siendo ella el motor principal por lo cual no me rindo en las luchas que decido escoger agradezco mucho a mi madre porque es mi inspiración.

A mis amigos que en las buenas y malas siempre me brindaron su apoyo moral y me daban las fuerzas necesarias para continuar mi carrera universitaria.

Agradezco a todos mis maestros, cada uno contribuyo con un aporte muy significativo para mi educación universitaria excelentes profesionales y seres humanos, me enseñaron a ser cumplido, respetuoso y atento.

RESUMEN

El turismo es una actividad que se ejecuta a nivel mundial organizada de diferentes formas y dependiendo las localidades y culturas que existan en las diferentes regiones, la provincia de los Ríos es muy visitada por sus diferentes faunas y zonas ecológicas que permiten pasar momentos en familia promoviendo turismo local y nacional, lo cual aporta a la economía de la subsistencia de las familias Riosenses. El trabajo detalla los principales problemas que se encuentra en la zona norte de Quevedo – Ruta del rio, el cual fue una obra creada y por ende quedo en el abandono, permitiendo el deterioro y la falta de seguridad, se elaboró un estudio por medio de una encuesta a 50 personas de la localidad y sus alrededores, también se planteó un plan de marketing que permite analizar los pro y contra que tiene la localidad y así poder enfocarse a que exista una buena incursión por parte del Gad municipal y la empresa privada, para aportar la economía de la ciudad y de las familias que viven cerca de la ruta del Rio optimizando el turismo de la ciudad y generar por ende mayor empleo con los nuevos emprendimientos.

Palabras claves: Inversión, Economía, Infraestructura, Cultura, Encuesta.

ABSTRACT

Tourism is an activity that is carried out worldwide, organized in different ways and depending on the localities and cultures that exist in the different regions, the province of Los Ríos is very visited for its different fauna and ecological zones that allow you to spend family moments promoting local and national tourism, which contributes to the subsistence economy of Riosense families. The work details the main problems found in the northern area of Quevedo - Ruta del río, which was a work created and therefore was abandoned, allowing deterioration and lack of security, a study was prepared through a survey of 50 people from the town and its surroundings, a marketing plan was also proposed that allows us to analyze the pros and cons of the town and thus be able to focus on a good incursion by the municipal Gad and private companies, to contribute to the economy of the city and of the families that live near the Rio route, optimizing tourism in the city and therefore generating more employment with new ventures.

Keywords: Investment, Economy, Infrastructure, Culture, Survey.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I -MARCO METODOLÓGICO.	9
1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	9
1.2.1. Problema General	9
1.2.2. Sub problema o derivados.	9
1.3. JUSTIFICACIÓN	10
1.4. OBJETIVOS	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10
1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
1.5.1. Contexto internacional del turismo.	11
1.5.2. Contexto nacional del turismo	11
1.5.3. Contexto local turístico.	12
1.5.4. Delimitadores de la investigación.	12
1.5.5. El turismo	13
1.5.5.1. Turismo de descanso	13
1.5.5.2. Turismo de cultura.	14
1.5.5.3. Turismo de negocio.	14
1.5.5.4. Turismo de ayuda humanitaria	14
1.5.5.5. Servicio turístico	14
1.5.6. Ejes estratégicos para un turismo sostenible	14
1.5.7. Marketing turístico	15
1.5.8. Plan de marketing	15
1.5.8.1. Importancia de un plan de marketing	15
1.5.8.2. Objetivos de un plan de marketing.	16
1.5.8.3. Composición básica de un plan de marketing.	16
1.6. HIPÓTESIS	16
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	16
1.7.1. Tipo de Investigación.	17
CAPÍTULO II - RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1. DESARROLLO DEL CASO	18
2.2. SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGO)	18
2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS	24
2.4. CONCLUSIONES	25
2.5. RECOMENDACIONES (PROPUESTA PARA MEJORAR EL CASO)	25
BIBLIOGRAFÍA	26
ANEXOS	27

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Cuál sería el factor más importante en la adecuación de la ruta del río. . .	18
Ilustración 2: Cual sería un buen marketing en la ruta del río.	19
Ilustración 3: Cree usted que sería importante que pase una línea de transporte urbano por la ruta del río.	20
Ilustración 4: Daria mayor seguridad la creación de un upc para optimizar la delincuencia.	20
Ilustración 5: Qué tipo de atracción turística sería de mayor agrado en la ruta del río ..	21
Ilustración 6: De qué forma ayudaría al sector turístico la implementación de nuevos emprendimientos:	21
Ilustración 7: A visitado alguna vez la ruta del río.	22
Ilustración 8: Que es lo más agradable de la ruta del río.	22
Ilustración 9: Prefiere visitar otros lugares diferentes a los turísticos de Quevedo.	23
Ilustración 10: Considera usted que la ruta del río necesita remodelación para ser un lugar turístico.	23

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: descripción del análisis FODA sobre la ruta del río -Quevedo	18
Tabla 2: Cuál sería el factor más importante en la adecuación de la ruta del río.	18
Tabla 3: Cual sería un buen marketing en la ruta del río.	19
Tabla 4: Cree usted que sería importante que pase una línea de transporte urbano por la ruta del río.	19
Tabla 5: Daria mayor seguridad la creación de un upc para optimizar la delincuencia.	20
Tabla 6: Qué tipo de atracción turística sería de mayor agrado en la ruta del río	20
Tabla 7: De qué forma ayudaría al sector turístico la implementación de nuevos emprendimientos	21
Tabla 8: A visitado alguna vez la ruta del río.	22
Tabla 9: Que es lo más agradable de la ruta del río.	22
Tabla 10: Prefiere visitar otros lugares diferentes a los turísticos de Quevedo.	23
Tabla 11: Considera usted que la ruta del río necesita remodelación para ser un lugar turístico.	23

INTRODUCCIÓN

El plan de marketing es una herramienta comunicativa destinada a optimizar la gestión de los recursos existentes en una zona u complejo, haciendo más fuerte a los lugares que contienen demandas para el ocio o el turismo.

El turismo a nivel mundial es de punto histórico, de mucha importancia en la vida de las personas y lugares por su significado económico y cultural de las zonas turísticas. Siendo un factor muy determinante en la vida humana en descanso y recreación. El turismo es una abstracción que toda persona tenemos a realizar en cualquier momento en diferentes formas de interpretación (Gurria, 1997).

La organización mundial del turismo define al turismo como actividades que comprenden las actividades que realizan las personas en determinados viajes a lugares recreativos ya sea en un entorno cerrado o al ambiente, por periodos cortos o inferiores a un año (OMT, 2018).

Siendo así el turismo una suma de relaciones de servicios de residencia temporal y voluntario no motivado, ya sea por razones de negocio u profesionalismo. Dónde el turismo es importante al comercio exterior siendo fuente de ingresos en diferentes países y así contribuir con el desarrollo (Silvana, 2017).

El turismo de viajes turísticos internacionales se produce en la región mundial en un mismo entorno ya sea nacional o internacional, se da con residentes de un mismo país o de un país vecino. Promediando viajes que rodean un 60% en viajes internacionales, 30 % por negocios y 10% debido a otros fines (Silvana, 2017).

El Ecuador Posee varios lugares atractivos, los cuales son muy destacados por su variada cultura y centro de amazonias, desde 2001 la industria del turismo ocupa el cuarto lugar en las transacciones de divisas de Ecuador con un monto de \$430 millones de dólares, superadas por las exportaciones de petróleo, las remesas de inmigración y el banano. Entre 1997 y 2001, el turismo receptor aumento un 3,6%, la mayoría de los turistas proviene de Estados unidos, Europa y América Latina (Pachala, 2017).

La Provincia de los Ríos forma parte de 24 actividades de demarcación que sitúan al Ecuador en el eje central del país y esta designada como zona costera, siendo la capital Babahoyo, mientras que la localidad más grande y poblada la tiene Quevedo, que con 6.049 kilómetros cuadrados ocupa la decimoquinta línea de demarcación del país (Pachala, 2017).

Por tal razón se desea con este módulo valorar la influencia turística sobre la ruta del rio de Quevedo y así poder dar cumplimiento a los objetivos planteados, determinado cual hipótesis será la que es aceptada, para la optimización del turismo en esta zona.

CAPÍTULO I -MARCO METODOLÓGICO.

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Plan de marketing para la optimización del turismo en la Ruta del Río del Cantón Quevedo 2020.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Quevedo en los últimos años ha tenido un gran cambio debido al arduo trabajo del GAD municipal y las empresas privadas manteniendo un orden en la parte céntrica de la ciudad y realizando parques como sitios para recreación de los Quevedeño, pero todas estas mejoras no son suficientes para generar mayor crecimiento turístico en el área local.

La mayoría de los locales de empresas privadas se detienen a implementar locales a las afueras de la ciudad, ya que no existe un lugar establecido donde se pueda encontrar variedad de productos a un buen precio y que no afecte al consumidor final en su economía.

La ruta del rio un proyecto creado por la ilustre municipalidad de Quevedo, abandonado por muchos años, donde los ciudadanos no lo miran como un lugar turístico más bien lo utilizan para realizar deportes, el descuido ciudadano ha llenado lugares de escombros, dando un mal aspecto para quienes lo visitan.

La falta de incursión de capital por empresas privadas para fomentar un cambio rotundo en esta localidad ha sido un gran problema para surgimientos de nuevos emprendimientos, la poca promoción ya sea por medios tecnológicos o alguna atracción turística ha permitido que esta zona no sea aprovechada en su máximo esplendor, y causando un desperdicio de terreno y por ende no generando ingresos para la ciudad.

1.2.1. Problema General.

¿La falta de atracciones y marketing turísticos afecta la inversión privada afectando el turismo en la ciudad de Quevedo?

1.2.2. Sub problema o derivados.

¿Existen lugares atractivos en la ciudad de Quevedo?

¿Cuál Sería un buen marketing turístico para la Optimización de turismo en Quevedo en la zona de la ruta del rio?

¿La incursión de nuevos emprendimientos generara mayor flujo de personas en la Ruta del rio y llamara la atención de habitantes de otras localidades?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El siguiente modulo se justifica por la falta de actividad de la zona Norte de la ciudad de Quevedo, enfocado a la realización de un plan de marketing en la localidad de la Ruta del rio identificando sus ventajas y desventajas que brinda el lugar, para así el lugar pueda generar nuevos emprendimientos ya sea de los municipios o de empresas privadas de Quevedo u otros alrededores.

Lo primordial es establecer cuáles son las mayores actividades atractivas para los ciudadanos que pueden generar mayor flujo de personas para poder generar empleos y mayor actividad económica en la zona, atrayendo a ciudadanos de otras localidades que sería lo ideal, para un futuro sustentable de los locales que se establezcan en la ruta del rio, brindando un respaldo ciudadano para que los turistas se sientan cómodos.

Siendo así que los mayores beneficiados sean los ciudadanos de Quevedo y los dueños que generaron un establecimiento, dando empleo a ciudadanos y aportando a la ciudad para su crecimiento. Implementando atracciones turísticas de otros lugares y así las familias pueda visitar ya sea de día y noche.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

- Implementar un Plan de marketing para la optimización del turismo en la ruta del rio-Quevedo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el impacto ambiental en la ruta del rio como atracción turística.
- Determinar estrategias de marketing que aporten en el turismo de la zona.
- Ejecutar un plan de marketing en la zona norte de Quevedo (Ruta del Rio) para el mejoramiento turístico de Quevedo.

1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1. Contexto internacional del turismo.

En 2019 las visitas internacionales a todas las regiones según la OMT de turismo mundial, ha tenido una ralentización de la economía global donde el crecimiento fue más lento en el 2019 en comparación con las tasas de crecimiento fue más lento con respecto al 2017 y 2018 (Cañaverall, 2013).

Para el futuro, se espera que crezca entre un 3 y un 4% para 2020. Esta opinión se refleja en el último índice de confianza de la Organización Mundial de Viajes, que muestra un optimismo cauteloso: el 47% de los participantes cree que la industria del turismo obtendrá mejores resultados que 2019 resultados y el 43% cree que se mantendrá en el mismo nivel. Se espera que ciertos eventos deportivos importantes, incluidos los Juegos Olímpicos de Tokio y otros eventos culturales, como la Expo Mundial 2020 en Dubái, tengan un impacto positivo en la industria (Cañaverall, 2013).

1.5.2. Contexto nacional del turismo

El turismo nacional es muy importante ya que es el impulso al motor de la economía del Ecuador. Lo que es al contexto internacional el sector turístico aporta el 9,8% de producto interno bruto, el cual da empleo a 1 de cada 11 personas a nivel mundial, lo que esto equivale a 277 millones de personas (UNWTO, 2020).

La coordinación general de Estadística e investigación del MINTUR en el año 2017 registro 1, 617,914 visitas internacionales al Ecuador. El cual es muy favorable ya que se incrementó un 14% respecto al 2016 y monetariamente significativo ingresos de \$1,204.5 millones de dólares, mayor al 2016 con un incremento del 12% (UNWTO, 2020).

Los feriados de fin de año, dan liquidez a unos 50 millones de dólares lo cual, se promedia que se realizan 904 mil viajes a escala nacional lo que significa que todas las cifras van en forma ascendente con un incremento de 25 y 27% con respecto al 2016. Según los resultados finales proporcionados por la Dirección de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas (18,6%), Santa Elena (16,9%), Manabí (15%), Pichincha (12, 7%). Esmeraldas (8.8%) es el mayor número de viajes a provincias costeras, representando el 59.3% del número total de viajes. La tasa de utilización de alojamiento por parte de la industria hotelera a nivel nacional es del 42% y el costo promedio por habitación es de US \$ 61. Asimismo, el costo promedio por viaje es de US \$ 55 (UNWTO, 2020).

La feria turística del Ecuador es una de las mayores metas para el turismo nacional, el cual con la situación actual de la pandemia SARS-COV19 ha tenido un gran impacto, ya que a nivel económico se han visto decrecimientos, de las visitas a las bellezas turísticas que tiene el país bajando la tasa de empleo. Por ello el ministerio de turismo se enfoca con fortalecer al turismo interno, con la ayuda de la empresa privada implementar nuevos entretenimientos u lugares para fomentar el turismo nacional o local de las diferentes provincias del país.

1.5.3. Contexto local turístico.

Quevedo, una ciudad turística que se encuentra ubicada en la costa ecuatoriana, Provincia de los Ríos, se constituye por diferentes puertos fluviales más importantes del País. Donde el sentimiento profundo por el lado artístico y cultural de los habitantes realizando manifestaciones públicas para honrar anécdotas del pasado y valorar sus culturas a las siguientes generaciones (turístico, 2018).

también la ciudad de Quevedo consta con sitios turísticos que se pueden visitar como lo es el parque central, el malecón que rodea los dos lados de la ciudad, y las nuevas implementaciones de la ruta del río donde está trabajando el GAD municipal junto con la empresa privada, También Quevedo consta con atracciones de gustativas como son las comidas típicas de la ciudad, donde los turistas nacionales y extranjeros pueden encontrar diferentes delicias y platos típicos (turístico, 2018).

Siendo así que el turismo en nuestra provincia está debilitado por lo que sería una buena idea realizar implementaciones turísticas en territorios de los diferentes municipios de los demás Cantones, remodelando parques y balnearios que permitan generar mayores ingresos a los habitantes de la zona y confort a las personas que los visitan, dando seguridad y optimizando el flujo de personas no solo en feriados si no los fines de semanas con los debidos protocolos debidos a la situación actual de la pandemia (Rios, 2012).

1.5.4. Delimitadores de la investigación.

El siguiente proyecto se encuentra delimitados por los siguientes factores:

Dónde: Quevedo –Ruta del Río.

Quien: Propietarios de los sitios Turísticos.

Que: Promocionar los sitios turísticos y optimizar el turismo en la Ciudad de Quevedo.

Delimitador espacial: El trabajo se realizará en el Cantón Quevedo, provincia de los Ríos.

Área: Hotelería y turismo.

Campo: turismo

Línea de investigación de la carrera: Desarrollar nuevos planes de marketing y fomentar fluidez de personas aportando al turismo de la ciudad.

Su línea de Investigación: Valorar Factores que impiden el desarrollo turístico de la Ruta del río-Quevedo.

Delimitador Temporal: Pandemia SARS-COVID19- y la implementación de nuevos emprendimientos en el 2021.

Delimitador demográfico: Habitantes de la ciudad de Quevedo.

1.5.5. El turismo

El turismo es un conjunto de actividades comerciales que producen directa o indirectamente bienes y servicios, que apoyan actividades comerciales, de esparcimiento, entretenimiento, profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual (Turismo, 2017).

La primera definición del término turismo fue propuesta por el profesor Hunziker y Krapf en 1942. Muestra que el turismo es una serie de actividades y fenómenos. Mientras no sean desplazados y residan permanentemente en la zona donde normalmente viven, pueden ser desplazados y existen permanentemente. Se utiliza para actividades remuneradas importantes, permanentes o temporales (Turismo, 2017).

Debido a las necesidades de los turistas y de la sociedad, han surgido más tipos de turismo, entre ellos: el turismo cultural se caracteriza por incrementar los conocimientos, la vida y los hábitos de otros pueblos, civilizaciones y culturas diferentes al presente y pasado, y la motivación para el turismo deportivo es el deporte Participación o existencia de actividades, tales como: participar en las competencias de la Copa del Mundo, turismo de salud, viajeros que buscan la relajación física y mental provocada por el trabajo y la ajetreada vida de los seres humanos (Turismo, 2017).

1.5.5.1. Turismo de descanso

este turismo está enfocado a las personas que buscan relajación, siendo un turismo convencional de sol y playa, visualizado a la sociedad urbana e industrial, denominado a un turismo de gran escala con ofertas concentradas y demandas masificada (Duque, 2020).

1.5.5.2. Turismo de cultura.

Es la modalidad de turismo, donde se conocen aspectos culturales de un lugar, identificando la vida diaria de las personas que la habitan, siendo de agrado de las personas que visitan estos lugares. Se suelen compartir fiestas, tradiciones y gastronomía como parte de las visitas (Duque, 2020).

1.5.5.3. Turismo de negocio.

Se trata de los viajes de negocios a diferentes localidades ya sea de un individuo que suelen ser monetizados por las empresas desde su alimentación hasta su lugar de descanso. Este puede ser por medio de viajes terrestres, ejecutivos y por eventos que una empresa realice (Duque, 2020).

1.5.5.4. Turismo de ayuda humanitaria

Es la actividad de ayuda humanitaria o solidaria que realizan un grupo de personas con la intención de colaborar en problemas sociales junto a demás organizaciones no gubernamentales (Duque, 2020).

1.5.5.5. Servicio turístico

Esta es una herramienta fundamental en el marketing turístico, donde se encuentra globalizada la oferta de bienes y servicios dentro del mercado. Se encuentra formado por atributos físicos como psicólogos (tangibles e intangibles), con el fin de satisfacer los deseos o necesidades de las personas (Duque, 2020).

1.5.6. Ejes estratégicos para un turismo sostenible

Para que un turismo sea sostenible por muchos años se debe tener ejes estratégicos que permitan la fluidez de las demás actividades dentro de una zona. Donde se conocen los diferentes ejes como la gobernanza colaborativa, crecimiento sostenible, transformación competitiva, espacio turístico, producto de marketing de la zona (Coronel, 2016).

El objetivo de un turismo sostenible es la transformación del turismo en un programa que se mantenga solo una vez implementado y que no pierda su liderazgo con el pasar de los años, siendo competitivo y mostrando valores naturales y culturales de los destinos a exhibición siendo de mucho beneficio a los turistas, donde se pueden encontrar los diferentes fundamentos para este modelo sostenible:

- Crecimiento socio económico

- Mejora de la capacidad competitiva
- Preservación de los valores naturales y culturales
- Beneficio social
- Adaptación permanente
- Rentabilidad de la industria
- Espacio turístico, empresas y personas
- Buenos productos, marketing e inteligencia turística (Duque, 2020)

1.5.7. Marketing turístico

Son los conjuntos de técnicas para impulsar un marketing, donde abarcan todos los aspectos de un viaje y de vistas intransigentes a lugares turísticos. Se encarga de promocionar productos o servicios turísticos que brinden comodidad a los turistas.

Donde se encarga de acoplarse a todas las necesidades de los usuarios para ofrecerles la mejor experiencia de viaje posible. Cubriendo una amplia cobertura en lugares de mayor distracción y zonas turísticas, promocionando los mejores productos de la zona y de mayor demanda por la población (Cajal, 2019).

1.5.8. Plan de marketing

Los planes de marketing son empleados en empresas y negocios que ya están posesionados o van a emprender, por muy pequeño que sea el emprendimiento se debe desarrollar un plan de marketing para tener buenos resultados. Un plan de marketing debe estar bien elaborado para que todas las acciones funcionen durante su ejercitación económica (Coronel, 2016).

Siendo un documento textual donde se recogen los estudios de los diferentes mercados realizados por las empresas, siendo una guía que orienta a las empresas a la hora de determinar cada paso que se tomara en las empresas, valorando su viabilidad económica y definiendo los objetivos a corto y largo plazo y el tiempo de acciones que se va a realizar (Cajal, 2019).

1.5.8.1. Importancia de un plan de marketing

Se caracteriza por medir las actividades de la empresa y crear un ambiente confortable para los clientes, mejorando los productos que ofrecen desarrollando buenos tipos de llegada a los clientes (Martinez, 2015).

Siendo así un plan de marketing es muy importante por cuales se detallan los siguientes motivos:

- Conocer las cuotas de los mercados
- Conocer a los competidores sobre todo a los point of buyers .
- Definir estrategias para la comunicación y plantear buenos objetivos a futuro.

- Planificar acciones a largo plazo
- Evitar accidentes a corto y largo plazo sobre los objetivos empresariales (Martinez, 2015).

1.5.8.2. Objetivos de un plan de marketing.

Es fundamental para definir los objetivos y metas principales de las empresas de manera profesional a corto y largo plazo, es muy importante que estos objetivos sean SMART: específicos, medibles, alcanzables, relevantes y definidos en tiempo (Martinez, 2015)..

1.5.8.3. Composición básica de un plan de marketing.

Se debe tener en cuenta que como todo plan de marketing debe desarrollarse adecuadamente donde se tiene sus siguientes definiciones:

Marketing analítico: investigación preliminar de la propia empresa, el mercado y la competencia.

Marketing estratégico: definir la estrategia del plan de marketing que seguiremos.

Marketing operativo: las acciones que realizaremos para implementar la estrategia y su viabilidad económica. En este punto se resuelven las 4 p del marketing: producto, precio, distribución y comunicación (Minarro, 2020).

1.6. HIPÓTESIS

H1: La implementación de un plan de marketing para la optimización del turismo en la ruta del río del cantón Quevedo, impulsara el desarrollo turístico de la zona.

H0: La implementación de un plan de marketing para la optimización del turismo en la ruta del río del cantón Quevedo, no impulsara el desarrollo turístico de la zona.

1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se realizará una encuesta a diferentes dueños de locales con un muestreo de 50 personas basado en una encuesta con 8 preguntas básicas y claras sobre el tema de investigación que nos permita analizar cuál sería la mejor estrategia para llegar a los ciudadanos promocionando los atractivos turísticos.

Método investigativo.

Los métodos varían de acuerdo a la investigación el cual, la investigación de acuerdo al tema se basa en información descriptiva-teórica los cuales se definen así:

Método analítico.

Se realizará una investigación analítica de textos, tesis y demás documentos que permitan fomentar criterio coherente y claro.

Método deductivo

Realizar una encuesta que permita analizar el criterio de diferentes habitantes de la ciudad y así poder determinar los diferentes problemas que afronta la ciudad y valorar un resultado favorable para los ciudadanos y los propietarios de locales.

1.7.1. Tipo de Investigación.

Esto se deben utilizar de acuerdo a los temas de investigación que se está realizando, con la funcionalidad de la empresa se definen las variables a investigar y que tipo utilizar.

Investigación descriptiva.

Se basa a partir de los objetivos planteados con las premisas de los problemas planteados en la investigación, teniendo como finalidad describir en su máximo esplendor las variables de estudio.

Investigación Explicativa.

Es utilizada para dar cumplimiento a los objetivos, siendo muy favorables como lo indica (Narvaez, 2009) que las investigaciones explicativas son más organizadas que las demás investigaciones lo cual implican propósitos explicativos y descripción correlacional.

1.7.2. Técnicas de Investigación.

Son las maneras de reconocer que formula se va a utilizar, tanto por el tema y la formulación de hipótesis y demás subtemas que integran la investigación. Para realizar la investigación se necesitan establecer datos los cuales determinen la influencia y relación de las variables de estudio.

Encuesta. Se trata de una técnica que permite obtener valores de forma impersonal sobre los problemas que comparten los habitantes de una zona u problemas mayores sobre las localidades.

Tabulación. Se utilizó un software libre –contable que permitió tabular los diferentes datos obtenidos con la encuesta realizada a 50 personas dentro de la zona de Quevedo.

CAPÍTULO II - RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DESARROLLO DEL CASO

Se desarrolló un análisis FODA para así identificar las virtudes y amenazas que tiene la localidad de la zona norte de Quevedo como lo es la ruta del río.

Tabla 1: descripción del análisis FODA sobre la ruta del río -Quevedo

AMENAZAS	FORTALEZAS
DESASTRES NATURALES DELINCUENCIA PANDEMIA -COVID-19 POCA FLUIDEZ DE PERSONAS MALAS ADMINISTRACIONES	UBICACIÓN DE LA RUTA DEL RIO ESPACIO POR CADA EMPRENDIMIENTO CONOCIMIENTO PUBLICO DE EMPRENDIMIENTOS
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
RIESGO DE COLICION DE INFRAESTRUCTURA RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS POR DEBAJO DEL 20% FALTA DE PUBLICIDAD	INVERSION PRIVADA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES E INTERPROVINCIALES. GENERAR EMPLEOS NUEVOS INGRESOS ECONOMICOS LOCALES

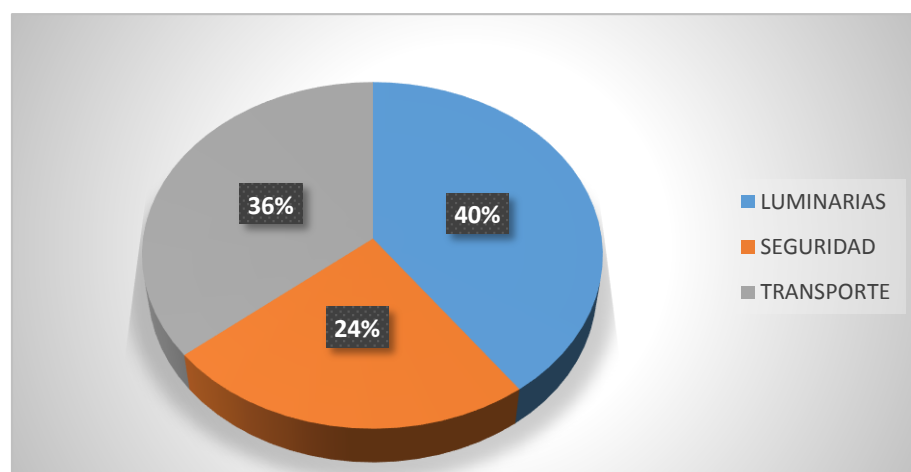
2.2. SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGO)

De la encuesta realizada a las 50 personas en la ciudad de Quevedo se obtuvieron los siguientes resultados donde se tabularon los datos en un programa de software libre (Microsoft Excel) dando los siguientes porcentajes.

Tabla 2: Cuál sería el factor más importante en la adecuación de la ruta del río.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LUMINARIAS	20	40%
SEGURIDAD	12	24%
TRANSPORTE	18	36%
TOTAL	50	100%

Ilustración 1. Cuál sería el factor más importante en la adecuación de la ruta del río.



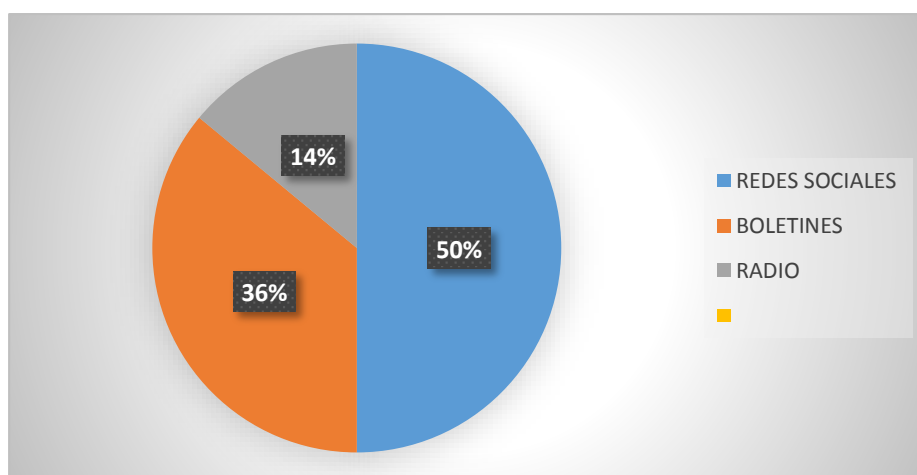
Análisis:

De acuerdo a la encuesta los resultados de la encuesta mostraron que un 40% de personas opinan que el factor más importante son las luminarias y el transporte con un 36% seguido de la seguridad con un 24% con respecto a las 50 personas encuestadas.

Tabla 3: Cual sería un buen marketing en la ruta del rio.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REDES SOCIALES	25	50%
BOLETINES	18	36%
RADIO	7	14%
TOTAL	50	100%

Ilustración 2: Cual sería un buen marketing en la ruta del rio.

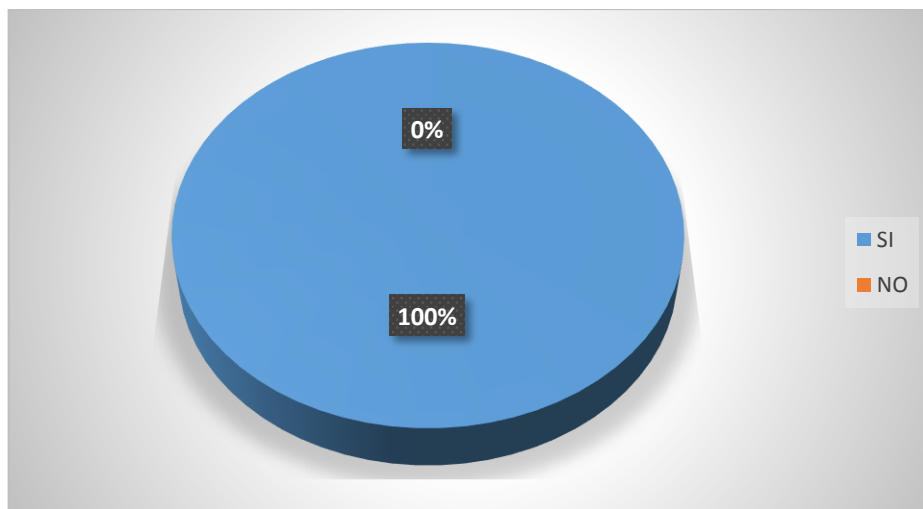


Muestra según la encuesta realizada que un 50% de personas optaron por redes sociales como marketing en la ruta del rio y un 36% con boletines, seguidos de 14% por medio de radio.

Tabla 4: Cree usted que sería importante que pase una línea de transporte urbano por la ruta del rio.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100%

Ilustración 3: Cree usted que sería importante que pase una línea de transporte urbano por la ruta del río.

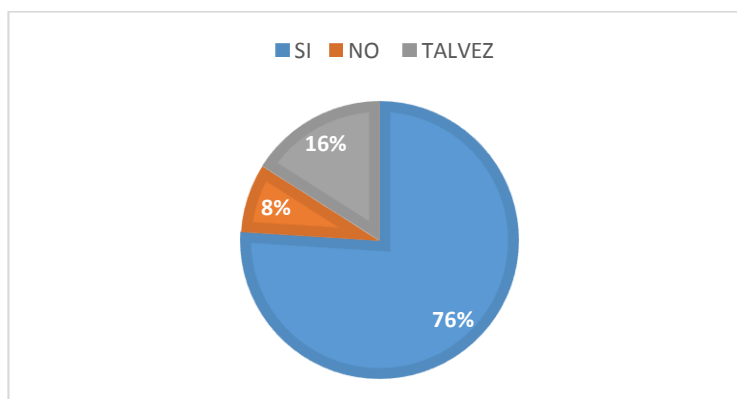


Las 50 personas encuestadas creen que es factible que una línea de bus urbano transite por la ruta del río para así fomentar el flujo de personas.

Tabla 5: Daría mayor seguridad la creación de un upc para mitigar la delincuencia.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	38	76%
NO	4	8%
TALVEZ	8	16%
TOTAL	50	100%

Ilustración 4: Daría mayor seguridad la creación de un upc para mitigar la delincuencia.

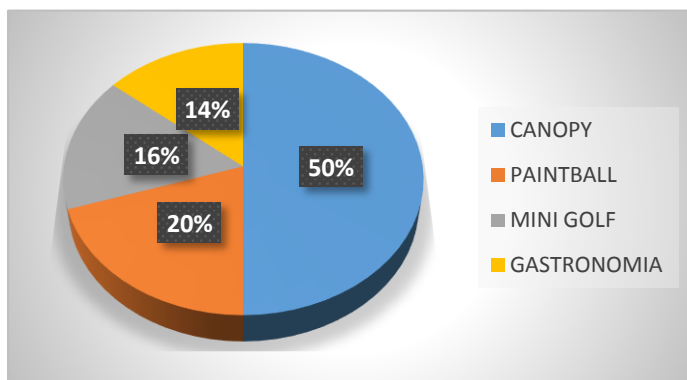


Los resultados de la encuesta muestran que para mitigar la delincuencia la creación de un UPC con un 76% de personas que dijeron que si y un 16% tal vez seguidos de un 8% de que un UPC no ayudaría a optimizar la delincuencia.

Tabla 6: Qué tipo de atracción turística sería de mayor agrado en la ruta del río

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CANOPY	25	50%
PAINTBALL	10	20%
MINI GOLF	8	16%
GASTRONOMIA	7	14%
TOTAL	50	100%

Ilustración 5: Qué tipo de atracción turística sería de mayor agrado en la ruta del río

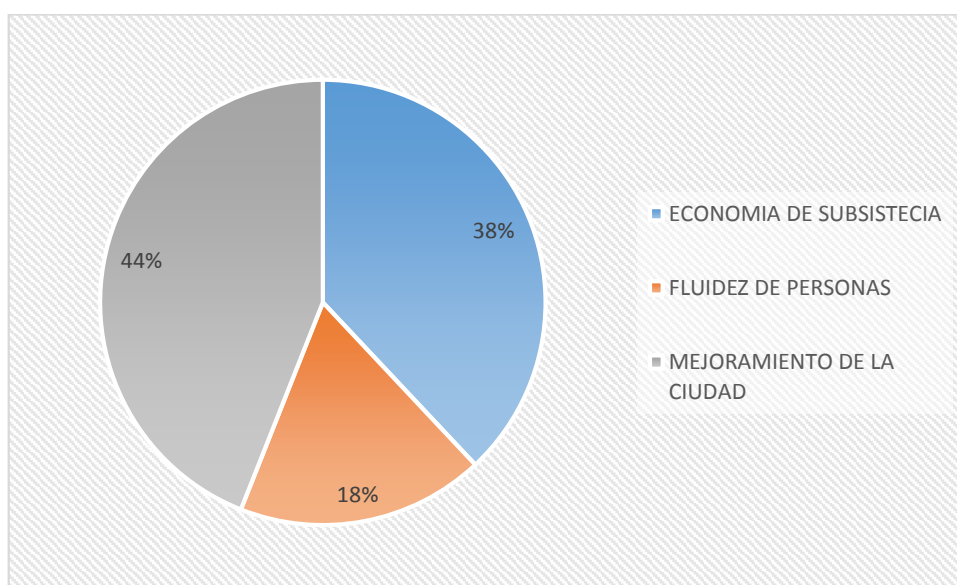


El mayor porcentaje de atracción según la encuesta es el canopy con un 50%, luego de con 20% de la atracción es el paintball, seguidos del mini golf con un 16% y por último la gastronomía con un 14%.

Tabla 7: De qué forma ayudaría al sector turístico la implementación de nuevos emprendimientos

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECONOMIA DE SUBSISTECIA	19	38%
FLUIDEZ DE PERSONAS	9	18%
MEJORAMIENTO DE LA CIUDAD	22	44%
TOTAL	50	100%

Ilustración 6: De qué forma ayudaría al sector turístico la implementación de nuevos emprendimientos:



La implementación de nuevos emprendimientos en la ruta del río ayudaría a las familias con su economía lo cual tuvo según la encuesta un 38% y el 44% de mejoramiento a la ciudad con un 18% que habrá mayor fluidez de personas en estas zonas.

Tabla 8: A visitado alguna vez la ruta del rio.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	90%
NO	5	10%
NO SABIA QUE EXISTIA	0	0%
TOTAL	50	100%

Ilustración 7: A visitado alguna vez la ruta del rio.

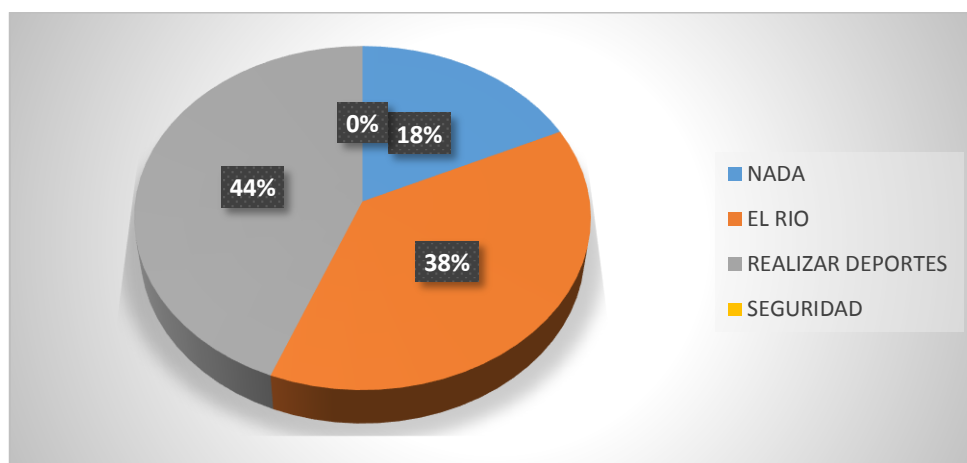


Con los datos de la encuesta de las 50 personas un 90% si conocen la ruta del rio y un 10% no la ha visitado por motivos desconocidos u otras circunstancias.

Tabla 9: Que es lo más agradable de la ruta del rio.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	9	18%
EL RIO	19	38%
REALIZAR DEPORTES	22	44%
SEGURIDAD	0	0%
TOTAL	50	100%

Ilustración 8: Que es lo más agradable de la ruta del rio.

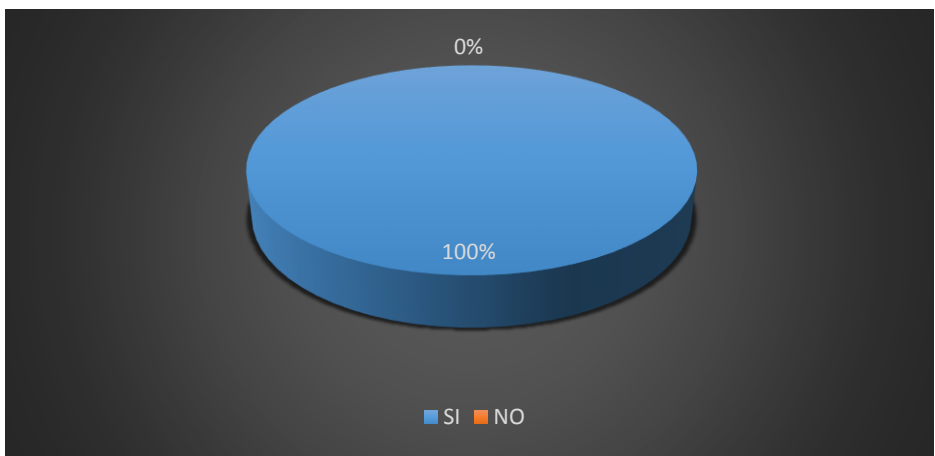


Con un 44% la actividad de realizar deportes es lo que más realizan la gente en la ruta del rio, seguido de visitar el rio con un 38% y 18% de personas dijeron que la ruta del rio no tiene nada agradable.

Tabla 10: Prefiere visitar otros lugares diferentes a los turísticos de Quevedo.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100%

Ilustración 9: Prefiere visitar otros lugares diferentes a los turísticos de Quevedo.

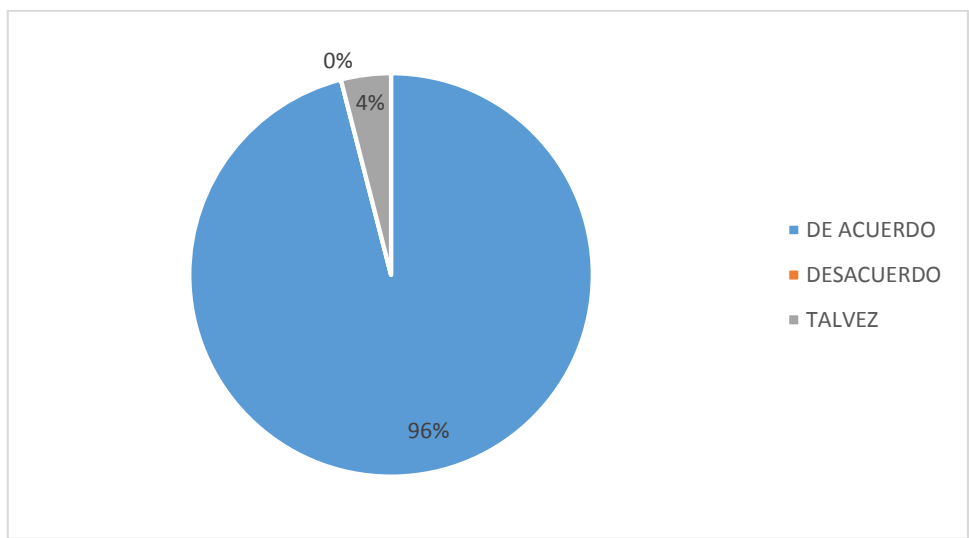


La mayoría de los Quevedeños encuestados optaron por la respuesta de visitar otros lugares diferentes a los que existe en la ciudad de Quevedo.

Tabla 11: Considera usted que la ruta del río necesita remodelación para ser un lugar turístico.

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE ACUERDO	48	96%
DESACUERDO	0	0%
TALVEZ	2	4%
TOTAL	50	100%

Ilustración 10: Considera usted que la ruta del río necesita remodelación para ser un lugar turístico.



Respecto a la pregunta 10 un 96% de personas encuestadas están de acuerdo con la remodelación de la ruta del río y así atraer turistas y solo un 4% de personas optaron por la opción tal vez teniendo el literal de desacuerdo un 0%.

2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS

Propuesta de plan de marketing para la zona norte de Quevedo “La Ruta del Río”

Estrategias para optimizar la zona	¿Qué?	¿Como?	¿Cuándo?
	Programa	Acciones inmediatas	Recursos necesarios
Mejoramiento de la zona	Orden de la zona	Limpieza de las áreas	Talento Humano
Construir nuevas infraestructuras	Generar nuevos emprendimientos	Plazas de trabajo	Financiero y talento humano
Diversificar la gastronomía	Nuevas culturas	Nuevos platos y decoraciones	Material y talento humano
Implementar salas de recreaciones	Implementos deportivos u distracciones para mayores	Juegos y distracciones de medio día y noche	Financiero , materiales y talento humano
Seguridad	UPC	Rodeo de las zonas por lo mínimo en 2 turnos	Talento humano, vehículos
Zona de salud	Brigada cruz roja	Personal presente en la zona	Personal de salud y medicinas.
Bomberos	Brigadistas	Siempre alerta a los accidentes	Talento humano, vehículos
Hoteles	Infraestructuras	Brindar buena atención	Financiero, talento humano y maquinarias
Buenos precios	Precios razonables	Materia de buena calidad a buen costo	Marketing y financiero
Personal capacitado	Atención al cliente	Buen servicio	Talento humano
Buenos planes publicitarios.	Herramientas de promoción.	Hacer la mayor publicidad posible.	Tecnología, talento Humano

2.4. CONCLUSIONES

La falta de incursión extranjera o nacional ha hecho que la localidad de la ruta del río se encuentre abandonada con poco flujo de personas que solo las visitan para realizar deportes u cualquier otra actividad que sea de su agrado mas no como un sitio turístico donde se puedan recrear las familias Quevedeñas.

El poco marketing de la ruta del río por la mayoría de los años solo es como su nombre lo dice una ruta que solo sirve como cruce vehicular para llegar a la ciudad de Quevedo, con la realización de una encuesta nos mostró información que indica que la ruta del río no es un sitio turístico más bien lo pocos locales comerciales se sienten desprotegidos por la falta de personas en el lugar.

El Cantón Quevedo cuenta con este espacio muy amplio el cual ayudaría a muchas familias que viven cerca de la ruta del río e incluso se manifestaría que si se incursiona un buen plan financiero del GAD Municipal y la empresa privada la ruta del río llegaría a ser un buen centro de distracción para familias donde se encontrarían diversidades a un buen costo atrayendo habitantes de otra zona, ingresando a Quevedo en el ámbito turístico que tiene el país sin afectar el medio ambiente.

2.5. RECOMENDACIONES (PROPUESTA PARA MEJORAR EL CASO)

Crear microempresas que fomenten atracciones turísticas para adultos, jóvenes y niños. Con la mayoría de los protocolos establecidos por la situación de la pandemia sars-covd-19 el cual ha golpeado de manera drástica el turismo, no obstante incursionar nuevas plazas de trabajo que permitan ayudar a las familias de Quevedo.

Generar o llevar a cabo una buena campaña publicitaria una vez realizada la inversión sin afectar a los demás negocios de la zona y por ende que sea amigable con el medio ambiente sobre todo el río de la ciudad de Quevedo.

Seguir fortaleciendo los negocios con marketing y promociones mensuales que permitan la fluidez de personas y que por medio de las redes sociales u otros medios de comunicación lleguen a más personas y hacer conocer este lugar turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Cajal, M. (6 de junio de 2019). *marketing y turismo digital*. Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Cañaveral, J. L. (2013). Tourism: a new post-recession scenario. *Dialnet* , 155-166.
- Coronel, J. I. (2016). Artículos científicos sobre turismo para personas con discapacidad en revistas. *redalyc* , 41-58. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642004>
- Duque, M. (2020). *expertos en comunicacion y marketing* . Obtenido de <https://www.manuduque.com/marketing/tipos-de-marketing/marketing-turistico/>
- Gurria, M. (1997). introduccion al turismo. En m. gurria. Mexico: Editorial Trillas.
- Martinez, L. M. (2015). *Marketing en el sector turistico*. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771860.pdf>
- Minarro, M. (14 de mayo de 2020). *Inboundcycle*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- Narvaez, V. P. (2009). Metodologia de la investigacion cientifica y Bioestadistica . Santiago de chile : Ril Editores .
- OMT. (2018). *unwto*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Pachala, M. (2017). *Monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml>
- Rios, G. A. (2012). *Prefectura de los Rios* . Obtenido de <http://www.losrios.gob.ec/phocadownloadpap/PlandeOrdenamientoTerritorial/FODA%20Modelo%20Actual%20Modelo%20Propuesto%20Proyectos%20Presupuestos.pdf>
- Silvana, b. b. (2017). *EL NIVEL DE ATENCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPRENSIÓN EN LA CIUDAD DE AMBATO*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24877/1/Barreno%20Benavides%20Silvana%20Maribel.pdf>
- Turismo. (02 de 21 de 2017). *Significado.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/turismo>
- turistico, E. (2018). *turismo en Quevedo*. Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com/2015/02/turismo-en-quevedo.html>
- UNWTO. (20 de enero de 2020). *unwto.org*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>

ANEXOS



ENCUESTA SOBRE LA PROBLEMÁTICA QUE SUFRE LA RUTA DEL RIO EN SU OPTIMIZACION DE TURISMO LOCAL Y NACIONAL.

NOMBRE: _____

FECHA: _____

SECTOR: _____

1. CUAL SERIA EL FACTOR MAS IMPORTANTE EN LA ADECUACION DE LA RUTA DEL RIO.

- A) LUMINARIAS
- B) SEGURIDAD
- C) TRANSPORTE

2. CUAL SERIA UN BUEN MARKETING EN LA RUTA DEL RIO.

- A) CARTELES
- B) BOLETINES
- C) RADIO

3. CREE USTED QUE SERIA IMPORTANTE QUE PASE UNA LINEA DE TRANSPORTE URBANO POR LA RUTA DEL RIO

- A) SI
- b) NO

4. DARIA MAYOR SEGURIDAD LA CREACION DE UN UPC PARA MITIGAR LA DELICUENCIA.

- A) SI
- B) NO
- C) TALVEZ

5. QUE TIPO DE ATRACCION TURISTICA SERIA DE MAYOR AGRADO EN LA RUTA DEL RIO

- A) CANOPY
- B) PAINTBALL
- C) MINI GOLF
- D) GASTRONOMIA

6. DE QUE FORMA AYUDARIA AL SECTOR TURISTICO LA IMPLEMENTACION DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS.

- A) ECONOMIA DE SUBSISTENCIA
- B) FLUIDEZ DE PERSONAS
- C) MEJORAMIENTO DE LA CIUDAD.

7. A VISITADO ALGUNA VEZ LA RUTA DEL RIO.

- A) SI
- B) NO
- C) NO SABIA QUE EXISTIA

8. QUE ES LO MÁS AGRADABLE DE LA RUTA DEL RIO.

- A) NADA
- B) EL RIO
- C) REALIZAR DEPORTES
- D) SEGURIDAD

9. PREFIERE VISITAR OTROS LUGARES DIFERENTES A LOS TURISTICOS DE QUEVEDO.

- A) SI
- B) NO

10. CONSIDERA USTED QUE LA RUTA DEL RIO NECESITA REMODELACION PARA SER UN LUGAR TURISTICO.

- A) DE ACUERDO
- b) DESACUERDO
- C) TALVEZ

