



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



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

PROBLEMA:

LA FERIA DE LA COSECHA DEL MAIZ COMO ESTRATEGIA DE PROMOCION
TURISTICA DEL CANTÓN VENTANAS

AUTOR:

MICHAEL JOEL MIRANDA MOLINEROS

TUTORA:

MSC. NELLY ESTHER CASTRO MOLINA

BABAHOYO -2021



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



DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a Dios porque me permitió ser una de sus creaciones, me ha brindado inteligencia y perseverancia para llegar hasta donde estoy, a mis padres quienes con amor y esfuerzo me apoyaron para llegar a estas instancias de mi vida a mis hermanos Pablo, Anai, y Daniel quienes son mis ganas de seguir adelante, a mis amigos que fueron parte de este largo camino lleno de aventuras, risas, sin todas estas personas no hubiese sido posible este logro.

Michael Joel Miranda Molineros



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



AGRADECIMIENTO

Le agradezco en primer lugar a nuestro creador Dios por permitirme realizar unas de mismas anheladas metas, le agradezco mucho a mis padres Pablo Miranda Bajaña y Roció Molineros Espinoza por sus enseñanzas, guianza y comprensión, le agradezco a mi tutora la Nelly Esther Castro Molina por su paciencia y dedicación, por estar presente y brindarme su apoyo y compañía incondicional, siendo un pilar fundamental, y para cada uno de las personas que hicieron posible la realización del presente estudio de caso.

Les agradezco infinitamente sin ustedes no hubiera sido posible este éxito en mi vida.

Michael Joel Miranda Molineros



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



RESUMEN

La presente investigación analizara las estrategias de promoción turística de la feria de la cosecha del maíz del cantón Ventanas provincia de los Ríos, las estrategias de promoción son de suma importancia de esta manera ayudará al desarrollo del turismo de un terminado lugar apoyándose en el marketing turístico se puede promocionar este tipo de ferias que son tradicionales para el cantón Ventanas, el objetivo de esta investigación es identificar las estrategias de promoción turística para la feria de la cosecha del maíz del cantón Ventanas con el fin de motivar a los habitantes del cantón y sus alrededores hacer partícipe de este evento que aporta ingresos económico al cantón al atraer muchos turistas.

El estudio de caso posee la siguiente metodología de investigación como la de carácter cuantitativo y cualitativo aplicándole los métodos descriptivo y exploratorio se implementó la encuesta a 120 personas y una entrevista, se aplicó el uso de la investigación documental bibliográfica en la que se consiguió información relevante acerca de las estrategias a utilizar para la promoción las feria del maíz de Ventanas, se finaliza que es importante mantener un constante dialogo con las autoridades involucradas en esta feria para que apliquen nuevas estrategias de promoción que se mantengan en una constante innovación de acorde a las nuevas tendencias del mundo, hoy en día son las redes sociales ya que se encuentra en su mayor auge implementarla a través de videos de influencers publicidades, de esta manera se elevara significativamente la visita de turistas al cantón Ventanas.

Palabras claves: Turismo Cultural, Promoción turísticas, Estrategias, Feria del maíz.



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



SUMMARY

This research will analyze the Tourism promotion strategy of the corn harvest fair of the Ventanas canton, Los Ríos province, the promotion strategies are of the utmost importance in this way it will help the development of tourism in a finished place relying on tourism marketing. It is possible to promote this type of fairs that are traditional for the Canton Ventanas, the objective of this research is to identify the tourist promotion strategies for the corn harvest fair of the Canton Ventanas in order to motivate the inhabitants of the canton and its surroundings to participate in this event that provides economic income to the canton by attracting many tourists.

The case study has the following research methodology such as quantitative and qualitative, applying descriptive and exploratory methods, the survey was implemented with 120 people and an interview, the use of bibliographic documentary research was applied in which relevant information was obtained. Regarding the strategies to be used to promote the window corn fair, it is concluded that it is important to maintain a constant dialogue with the authorities involved in this fair so that they apply new promotion strategies that maintain constant innovation in accordance with the new trends in the world, today are social networks since it is at its peak to implement it through videos of influencers advertising, in this way the visit of tourists to the cantón Ventanas will rise significantly.

Keywords: Cultural Tourism, Tourism Promotion, Strategies, Corn Fair.



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



INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	V
INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	2
Justificación	2
OBJETIVO	2
Objetivo general	2
SUSTENTO TEORICO	3
Estrategias	3
Estrategias de promoción turística	3
<i>Optimizar la reputación online y el posicionamiento en Google</i>	5
<i>Marketing de influencers</i>	5
<i>Invertir en canales sociales</i>	5
<i>Implementación de la realidad virtual</i>	5
<i>Contenido acerca de la gastronomía del sector</i>	5
Promoción turística	6
Promoción Turista en redes sociales	6
<i>Facebook</i>	7
<i>Tik Tok</i>	7
<i>Instagram</i>	8
Economía Local	8
Ferias	10
Ferias agroalimentarias	10
Ferias a nivel nacional	12
Ferias regionales	12
Feria del maíz en el cantón de Ventanas	13
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN 13	
Tipos de investigación	14
<i>Descriptiva</i>	14



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



<i>Documental o Bibliográfica</i>	14
Técnicas aplicadas	15
<i>Encuesta</i>	15
<i>Entrevista</i>	15
<i>Observación</i>	15
Instrumentos de investigación	15
<i>Cuestionario</i>	15
<i>Población y muestra</i>	15
RESULTADOS OBTENIDOS	16
Situaciones detectadas	17
Soluciones planteadas	18
CONCLUSIONES	19
RECOMENDACIONES	19
REFERENCIAS	20
ANEXOS	22
ENCUESTA	22
TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA	24

INTRODUCCIÓN

El cantón Ventanas es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Los Ríos, sus tradiciones y costumbres, forman parte de su enorme riqueza cultural, la feria de la cosecha del maíz es un evento que se realiza anualmente y que hace resaltar la gastronomía local y cultura montubia del cantón Ventanas, además de generar fuentes de trabajo e ingresos a los comerciantes de las organizaciones agrícolas y por ende al Cantón en general.

La presente investigación está enfocada identificar las estrategias de promoción turística de la Feria del maíz enmarcada en la línea de investigación de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo “Planificación y gestión turística sostenible” con la sublínea “Aprovechamiento de recursos naturales en gestión turística”.

Actualmente las redes sociales juegan un papel muy predominante dentro de la sociedad y en la vida cotidiana de las personas ya que es una herramienta que facilita información a nivel global, a través de las redes sociales las entidades relacionadas al sector turístico tienen una mayor facilidad de promocionar sus productos y servicios.

El presente estudio de caso aplicó investigación documental bibliográfica que permitió investigar de diferentes fuentes de internet los distintos medios a considerar para la promoción de la ferias de la cosecha del maíz del cantón ventanas se implementó la metodología cualitativa y cuantitativa teniendo así un enfoque mixto con los métodos descriptivos y exploratorios lo que permitió desarrollar una encuesta a 120 personas de la población del cantón ventanas y sus alrededores y una entrevista realizada al organizador de las distintas ferias del cantón ventanas.

Como resultado de la investigación se identificó que la estrategia de promoción más atractiva para captar los visitantes a este evento sería el uso de las redes sociales por medio diferentes tips que atraigan a conocer y participar de esta feria gastronómica.

DESARROLLO

Justificación

La presente investigación es importante porque permitirá a la cultura montubia del cantón Ventanas, potencializar los platos tradicionales y típicos basado en la gastronomía del maíz, así como también poner en práctica saberes y experiencias ancestrales con respecto a este cultivo para incrementar de la actividad turística en el sector.

Los principales beneficiarios será la comunidad en general por cuanto se generarán fuentes de ingresos económicos, para el sector representará un mejoramiento de la calidad de vida de la población local, también se verán favorecidos los restaurantes y entidades relacionadas al sector turístico debido al aumento de la afluencia de visitantes tanto nacionales y extranjeros viéndose beneficiado el cantón Ventanas por ende también la provincia de los Ríos.

Esta investigación es trascendente porque a largo plazo se potenciará el desarrollo turístico del cantón, a través de las ferias que contribuirán al incremento del turismo estimulando a la población a la conservación y aprovechamiento de sus recursos naturales.

Es factible porque se trabajará de manera conjunta con autoridades del GAD municipal del cantón la prefectura de los Ríos, el Ministerio de Turismo y la comunidad permitiendo identificar nuevas estrategias de promoción y desarrollo turístico en el cantón Ventanas.

OBJETIVO

Objetivo general

Identificar estrategias de promoción turística dirigida a las ferias de cosecha del maíz del cantón Ventanas.

SUSTENTO TEORICO

Estrategias

Cabe recalcar que las estrategias de marketing son una cadena de procesos que permiten que las empresas se enfoquen en los recursos que disponen y los utilice de manera eficaz para poder así elevar las ventas y obtener ventajas sobre la competencia.

(Halten, 1987) Define que “Simplemente llegó a nuestro conocimiento entonces el proceso por el cual una organización establece metas y trabaja para lograrlas. La estrategia es el medio y los caminos son los medios para lograr las metas de la organización. Es un arte (habilidad.) Incorpora análisis interno la sabiduría que los líderes utilizar para crear valor a partir de los recursos y las habilidades que administran mientras que (Estrada, 2019) opina que una estrategia tiene que llevar a cabo estrategias menores que obtengan beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas.

Estrategias de promoción turística

En este caso las estrategias a utilizar son las estrategias de promoción turística, es uno de los pilares fundamentales dentro del campo de la Comunicación del Marketing Integrado (CMI) lo cual indica transmitir a los consumidores o turistas sobre una oferta turística la cual logre satisfacer sus deseos y estimulen la demanda.

De acuerdo a la estrategia de promoción de destinos se define como una de las actividades claves para poder tener un mayor alcance de turistas, ya que en vista de que en la promoción se ocupa la mayor cantidad de presupuesto por los respectivos organismos de turismo que son los dirigentes que promueven la oferta de los destinos turísticos, debido a esto, es de

vital importancia tener un conocimiento pleno y basto acerca de la promoción turística y de los instrumentos que aquella utiliza, para así poder administrarlos de la mejor manera posible.

La promoción es la unión de varias acciones en conjunto dentro de un plan de marketing establecido, el cual sirve para poder llegar a metas específicas mediante varios tipos de estímulos limitados en tiempo y espacio en donde sus principales beneficiarios serán los consumidores, vendedores, intermediarios y prescriptores, entre otros.

Según los conceptos utilizados por los autores podemos llegar a una conclusión de que quiere decir la promoción, es una herramienta del marketing de mucha importancia en la actualidad tanto a nivel local como mundial, ya que esta ayuda a difundir información a las empresas acerca de sus productos o en este caso servicios que se ofrecen como el servicio en el sector del turismo, para esto existen varias maneras para poder alcanzar a realizar las estrategias de promoción turística para motivar a las personas a adquirir el servicio ofertado por las empresas u organizaciones.

La promoción es un punto elemental junto con la combinación del marketing, dentro del marketing turístico adquiere una mayor importancia ya que como hemos podido notar, el producto que se comercializa está conformado por una serie de prestaciones de la cuales en su mayor parte son intangibles, que no pueden ser apreciadas por el comprador o turista sino más bien después de su compra. En general los destinos turísticos se ven obligados a realizar su mayor esfuerzo para poder posicionar su imagen en los mercados a los cuales se dirigen sus actividades de marketing. En consecuencia, de la gestión de marketing tenemos que los destinos corresponden a la promoción del mismo (Acerenza, 2011).

Existe una promoción turística que hoy en día está siendo utilizadas por todos ya que es de fácil accesibilidad y este es a por medio de las redes sociales, ya que, se abre una gran

posibilidad en crear contenido virtual, hoy en día son tan necesarias para negocios porque muchas personas se encuentran vinculadas a ellas.

En el mismo sentido, (Brell, 2018) aporta una serie de estrategias que pueden aplicarse en el turismo para que esta tenga un mayor crecimiento, a continuación, se muestran varias de estas técnicas:

Optimizar la reputación online y el posicionamiento en Google

Este navegador ejerce presión sobre el turismo; la mayoría de las personas usan Google para adquirir información sobre lugares a los que estén interesados visitar.

Marketing de influencers

El internet, y sobre todo las redes sociales han hecho uso de varios grupos de personas que actúan como promotores, y como excelentes guías de viajes por medios virtuales, permitiéndole así al resto del mundo conocer puntos turísticos.

Invertir en canales sociales

Las marcas reciben mayor compromiso e interacción en Instagram y en Facebook que en cualquier otro canal social, por lo que invertir en estos medios es inteligente y necesario.

Implementación de la realidad virtual

Con la realidad virtual el viajero obtiene una recreación que le aproxima a la experiencia que quiere vivir. De esta manera se puede alentar a los clientes a probar vivencias únicas que, de otra manera, no podrían conocer.

Contenido acerca de la gastronomía del sector

Publicar contenido a diario mostrando la gastronomía a partir del maíz en las distintas redes sociales, esto incrementara la visita de los turistas para degustar de los diferentes platos que ofrece en base al maíz.

Promoción turística

Para aclarar lo que es la promoción es imprescindible mencionar lo siguiente; es un factor que logra incluir dentro del procedimiento de lo que son las comunicaciones integradas de marketing (IMC), la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

Este es un desarrollo mediante el cual se representa algo más grande que un proceso de comunicación, se trata de un proceso integrador que se gestiona de forma holística para poder lograr metas estratégicas y específicas para así poder persuadir al consumidor llegando a la meta de adquirir nuestros productos ya sean estos tangibles o intangibles como en el caso del turismo llevar en la mente la experiencia de lo vivido.

Dentro del grupo de la promoción tradicional tenemos a los que están conformados por las ferias de turismo, los viajes educacionales, las relaciones públicas y la publicidad y en el caso de los no tradicionales encontramos a: los workshops que se tratan de reuniones en donde asisten un grupo de personas con un interés en común en este caso del sector turístico y los Buy que consiste en traer a uno o varios compradores potenciales a un determinado destino para conocerlo a fondo dentro de técnicas actuales de promoción también encontramos a los productplacement que se trata de destinos que están presentes en la TV en espacios publicitarios además de cinematográficos existen varios más como los conocidos famtrip o llamados también viajes de celebridades, además de organizaciones de eventos, ferias, patrocinios y/o conferencias.

Promoción Turista en redes sociales

Por medio de estas redes se han implementado la creación de las comunidades virtuales por marcas comerciales con el fin de llegar a más usuarios y estos adquieran lo que deseen por medio de las interacciones que ellos mismo apliquen. Es decir, las redes sociales son utilizadas

como un medio donde se puede dar a conocer mucha información sobre lo que el usuario busque, en este caso la promoción turística por redes sociales es necesaria para mostrarle a los turistas las promociones, los costos, lugares donde se puedan visitar, existen varias plataformas que se encargan de promover este tipo de información turística y estas son, Facebook, Tik Tok, Instagram, entre otras.

Es necesario hablar de cada una de ellas con el fin de conocer su importancia en el área.

Facebook

Hoy en día la mayor parte del mundo utiliza esta red social que tiene un gran impacto ya que no solo ayuda a la interacción de personas, con mensajes, videos, imagines, si no, que se encargan de promover por medio de fan Page publicidades donde se dan a conocer mucho sobre productos, turismo, hoteles, restaurante para emprender viajes, Facebook se ha convertido es una aplicación que promueve, toda promoción dada para los gusto de cada usuario. (Antonio, Angel, & Araceli, 2018)

Facebook hoy en día es un útil canal de comunicación de empresas de servicios turísticos y cliente ya que a través de esta app puede reservar ya sea un hotel, un paquete turístico, podrá conocer más acerca de la gastronomía que se brinda en el destino.

Tik Tok

Es una red social donde se puede crear y editar videos desde un dispositivo móvil aporta a la promoción de un destino a través de los conocidos hashtags usándolos adecuadamente puede generar una gran audiencia de esta manera lograra dar a conocer su servicio atrayendo a muchos turistas otra manera que aporta es la frecuencia de publicación que maneje este destino sin olvidar ser innovador.

Instagram

Instagram es la red social que nos permite compartir fotos y videos cortos a través de un Smartphone o computador aporta a la promoción turística de distintas maneras como: Planifica primero el contenido que se va utilizar a diario en lo que se quiere promocionar teniendo claros los diferentes objetivos planteados, sin olvidar lo innovador, temas de interés como la gastronomía que ofrece el cantón Ventanas, la implementación de videos cortos mostrando lo que ofrece la feria en general este contenido será muy llamativo para los seguidores esto implicara tener una buena imagen de este sector, además podemos utilizar las etiquetas (Hashtags) que son una herramienta muy favorable a la hora de dar a conocer un determinado lugar turístico.

Economía Local

El objetivo del desarrollo local es formar las capacidades a nivel de instituciones y de productividad dentro de un territorio definido, con frecuencia en una región en particular para mejora de su futuro socioeconómico además de la calidad de vida de sus habitantes (Banco de desarrollo de America Latina , 2012).

El desarrollo local incorpora una contribución clave a la mejora del desempeño económico dentro del territorio nacional. En la actualidad este tipo de desarrollo ha ido creciendo y tomando lugar debido a la creciente competencia global además de la movilidad poblacional y los avances tecnológicos. Un desarrollo local eficiente viene de la mano de la reducción de divergencias sociales generando empleos, incrementando empresas teniendo como consecuencia el aumento de la inversión total dentro del sector privado, aumentando la confianza de las estrategias dentro de la economía local.

Teniendo, así como consecuencia de estos conceptos que la economía local se genera debido a la contribución del aumento de las capacidades productivas más la ayuda de la parte institucional también para una mejora dentro del territorio en particular, para así lograr un bien común que sería el desarrollo socioeconómico de las comunidades en donde este se aplica.

Es de mucha importancia tratar de elevar los niveles de productividad de la agricultura para que haya un estímulo enfocado hacia el desarrollo industrial. Dicho desarrollo que se dedica a la producción de bienes manufacturados además de los tecnológicos (Jimenez, 2011)

De acuerdo al estudio de la calidad de vida existen varios segmentos del área socioeconómico dentro de los aspectos o características de los niveles de pobreza de un sector para poder dirigir ciertas políticas específicas, así como también planes para el desarrollo y mejora del bienestar de una región (Longhi, 2013). El desarrollo económico da paso al crecimiento industrial dentro de un territorio además del PIB que se percibe se debe estimar una parte hacia el ahorro para luego reinvertir y poder así obtener una economía dinámica.

Por otro lado, el nivel de crecimiento socioeconómico y desarrollo de una localidad se da mediante la conexión y sinergia de varios factores que trabajando en conjunto podemos tener como resultado el verdadero desarrollo económico local. En general la tendencia en los países en vías de desarrollo suele tener unas características generales en particular tales como apostar por la educación en conjunto con la comercialización de alto contenido de innovación además como la adaptación de tecnologías provenientes de otros países que constituyen a una función de producción de largo plazo.

Ferias

Las ferias son eventos públicos y frecuentes estos tienen como objetivo principal la muestra, exposición o difusión de la oferta de bienes o servicios dentro de un respectivo sector, con la finalidad de contribuir conocimiento o comercialización hacia quienes está dirigido.

Las ferias de turismo se originaron por los años sesenta como una manera de proximidad entre países ofertantes y demandantes de turismo, en aquel tiempo el objetivo del turismo era comercializar la identidad lo característico y típico de cada región tales como la gastronomía, folklore y artesanías locales era una constante en las ferias de aquella época (Fayos , Sanchez , & Sancho, 2011)

En la actualidad tenemos a las ferias turísticas con millones de personas visitantes entre ellos en su mayor parte profesionales del turismo, dichos eventos cuentan con un estimado dentro del 10 y 20 por ciento de los recursos mundiales destinados al marketing internacional turístico. Por lo general en la actualidad ya no son prioridad la mera función tradicional de comercialización y promoción sino más bien va más allá como la exploración de la información sobre el mercado, la parte tecnológica, gestión de los recursos y el aprendizaje que se debe conseguir para poder mantener una ventaja competitiva dentro del mercado.

Ferias agroalimentarias

El propósito de la realización de las ferias agroalimentarias es la comercialización de los productos agropecuarios, la diversificación de la producción agroindustrial y el desarrollo de nuevas opciones de turismo en los territorios rurales.

Este tipo de eventos tienen resultados positivos sobre la generación de empleo y oportunidades, así como ingresos y capacidades que generan efectos de vínculos sociales entre los productores, las comunidades rurales y los visitantes. De esta manera las ferias promueven el

turismo rural atrayendo turistas tanto nacionales como extranjeros hacia este tipo de comunidades o lugares aledaños teniendo como consecuencia la diversificación de la economía local y el desarrollo de esta.

Se podría decir que las ferias agroalimentarias son un fenómeno relativamente reciente que surge como respuesta al estímulo de la actividad del agro para que este no este solo enfocado en el ámbito interno o netamente local con el fin de expandirse y darse a conocer a los posibles y futuros consumidores potenciales, además de innovar e incentivar a fomentar el turismo rural hacia ciertas comunidades.

La diversidad dentro del campo de la producción, y los cambios dentro de los económico y social y las complicadas interrelaciones entre los actores sociales rurales entre los sectores tanto rurales como urbanos conllevan a la necesidad de impulsar e incentivar iniciativas para el crecimiento y desarrollo rural, actualizando los aprendizajes tradicionales de mirar el sector rural desde la agricultura y limitándola solo a las actividades del agro.

Este tipo de ferias desarrollan una relación social entre lo comercial y cultural que se establece mediante esta trilogía que son los productores, comunidad y visitantes, aumentando así el desarrollo socioeconómico de las comunidades rurales en donde se llevan a cabo este tipo de actividades llamadas ferias agroalimentarias. En donde también se logra promover una parte importante como lo es el turismo, este ha sido de gran importancia es una estrategia de promoción hacia el área rural, redimensionando los espacios rurales y llevándolos a dar una contribución en la generación de ingresos adicionales para los miembros de las comunidades es decir sus habitantes.

Ferias a nivel nacional

En el Ecuador actualmente se han venido implementando varias ferias a nivel nacional se trata de ferias inclusivas según indica el nombre se usa como mecanismo para poder integrar una serie de productores de todos los sectores tales como artesanales, micro y pequeñas empresas, y los demás actores de la economía popular y solidaria integrando también a proveedores de textiles y artesanías como sombreros de paja toquilla también en el área agrícola acuícola y pesquera además del sector turístico entre otros.

Las ferias inclusivas organizadas por el gobierno nacional son una herramienta de valor dentro del campo del desarrollo de las economías tanto urbanas como rurales trabajando en conjunto teniendo un espacio en donde poder llegar a tener lazos sociales con los ofertantes y demandantes además de con los turistas o visitantes de varios puntos del país (Ferias Inclusivas , 2014).

Tenemos que como objetivo de la organización de este tipo ferias es la adquisición de bienes y servicios de producción nacional, la meta a la que apuntan dichas ferias es dar a conocer lo que tienen para ofertar las comunidades para un posible consumidor o cliente potencial además de que estas ferias se han podido convertir en un espacio de articulación e intercambio de experiencias entre diferentes actores como integrantes de una economía alternativa generando ingresos extras fundamentada en el crecimiento socioeconómico de un sector en particular.

Ferias regionales

El ministerio del Turismo ha generado acciones en dirección a la reactivación de las actividades turísticas en donde se toman todas las acciones comerciales y promocionales basados en el mercado nacional e internacional en un proyecto denominado la Gran Feria Turística del Ecuador que tiene como propósito la generación y reactivación de la industria y de

la ciudadanía con el objetivo de generar una reacción inmediata a corto plazo entre los Ecuatorianos. (Ministerio de Turismo, La gran feria turistica del Ecuador, 2011).

Feria del maíz en el cantón de Ventanas

El ministerio de turismo creo una iniciativa para incentivar el turismo en la capital maicera del país en donde se busca reconocer la cultura montubia de la zona impulsando el desarrollo de la localidad de Ventanas en la Provincia de Los Ríos, en donde se va a incentivar eventos y potenciar el turismo dando a conocer la gastronomía local con la preparación de varios platos típicos reconocidos en el sector (Ministerio de Turismo, Feria del Maiz , 2018).

Lo que se busca en este tipo de actividades es dar a conocer la cultura del sector y la gastronomía teniendo como principal objetivo la presentación de la Cosecha del Maíz, actividad que es tradicional en el sector en donde se expone una gran variedad gastronómica tales como las reconocidas humitas, chicha de jora, mazamorra, tortillas, torta de choclo típicos del sector entre otros.

Esta feria además de promover el turismo busca también presentar la oportunidad de que productores, comunidad y visitantes se relacionen para crear lazos de comercio y de esta manera la socio-economía del sector mejore, esta feria se desarrolla consecutivamente en la vía Quevedo atrayendo a millares de personas a disfrutar de este tipo de turismo de evento.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La presente investigación tendrá un enfoque mixto por cuanto se desarrollarán entrevistas, y encuestas también se realizará una investigación documental al fin de conocer características, conocer porcentajes acerca de la apreciación que tienen los pobladores sobre la

feria e intervenir con cuál es la promoción adecuada y necesaria para el desarrollo turístico del cantón Ventanas.

Se aplicará el método descriptivo para la obtención de información por medio de las encuestas la misma que se aplicará una muestra por conveniencia con el fin de identificar cuáles son las estrategias de promoción turísticas de las ferias del maíz y el método exploratorio porque se desarrollará una entrevista al Ingeniero Carlos Palacios organizador de las distintas ferias realizadas en el cantón dando a conocer la importancia cultural y económica que tienen las ferias además saber cuáles son las estrategias que se usaran para la promoción de estas ferias muy tradicionales del cantón.

Tipos de investigación

Descriptiva

Se empleará este tipo de investigación para identificar los productos gastronómicos que se realizan a partir del maíz lo cual conlleva a desarrollar un potencial de las actividades turísticas debido a esto ayudara a mejorar económicamente al cantón Ventanas.

Documental o Bibliográfica

Según (Fidias , 2012) afirma que la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales (pág. 29).

La investigación que se realizará en el estudio de caso será documental, debido a que se buscará información de diferentes fuentes bibliográficas para conocer acerca de la promoción turística, estrategias de promoción, ferias agroalimentarias, ferias a nivel nacional, regional y la feria del maíz en el cantón Ventanas. La utilización de la investigación documental o

bibliográfica consistirá en encontrar posibles soluciones, para su realización, se ejecutarán consultas por medio de sitios web, libros, para recolectar información acerca de esta feria.

Técnicas aplicadas

Encuesta

Se aplicará una encuesta a la población de Ventanas para identificar cuáles son las estrategias de promoción turística a fin de dar a conocer la feria del maíz del cantón Ventanas y permita de esta manera mejorar el desarrollo turístico.

Entrevista

Se realizará una entrevista al Ingeniero Carlos Palacios quien es el organizador de las distintas ferias que se realizan en el cantón Ventanas para fundamentar la información de la investigación al fin de alcanzar un mayor conocimiento sobre las ferias de maíz y las estrategias necesarias para promocionar de forma turística al cantón Ventanas.

Observación

Se permitirá conocer la situación actual en la que se encuentra el cantón Ventanas respecto al desarrollo turístico dependiente de las ferias del maíz.

Instrumentos de investigación

Cuestionario

Se elaboró un banco de preguntas con ocho preguntas cerradas para aplicar una encuesta además de ocho preguntas para una entrevista donde se obtuvo información necesaria para cumplir con el objetivo de estudio.

Población y muestra

Para el presente estudio de caso se utilizará el muestreo por conveniencia también conocido como muestreo no probabilístico, se implementará debido a la situación actual de la

pandemia se encuestarán a 120 habitantes de la población del cantón Ventanas y sus alrededores a personas entre un rango de 18 a 55 años por medio de encuestas elaboradas por formularios de Google.

RESULTADOS OBTENIDOS

En el presente estudio de caso realizado acerca de las estrategias de promoción turística de la feria de la cosecha del maíz en el cantón Ventanas, se implementó la técnica de la encuesta y entrevista para obtener más información sobre el conocimiento que tiene la población acerca de la Ferias del Maíz.

La encuesta realizada en el Cantón Ventanas y sus alrededores, se aplicó a 120 personas desde el 13 de septiembre del año 2021 a las 20:00 pm, la misma que finalizó el 14 de septiembre a las 19:00 pm; las encuestas fueron aplicadas seleccionando una muestra por conveniencia con preguntas relacionadas al tema partiendo de la variable dependiente y la variable independiente; dando a conocer que:

El 55,8% de los encuestados tenían conocimiento acerca de la feria del maíz, mientras que un 35% lo desconoce en su totalidad y un 9,2% había escuchado acerca de este tipo de ferias.

Otra de las preguntas realizadas en la encuesta dio a conocer que un 87,5% de la población considera que es necesario mejorar la promoción de la feria del maíz, mientras que el 12,5% dio a conocer que tal vez sea necesario.

Un 84,2% de la población manifestó que es necesario la promoción de la feria del maíz a través de redes sociales como Facebook, mientras que un 10% optó por Instagram y un 5,8 por Tik-Tok.

El 77,5% de la población considera que se debe promocionar las ferias del maíz a través de influencers, el 18,3% considera que tal vez, mientras que el 4,2% se negó.

La entrevista realizada al Ingeniero Carlos Palacios organizador de las distintas ferias que se realizan en el cantón Ventanas mencionó que las ferias se han realizado de manera consecutivas hasta el año 2019 y por motivos de la pandemia no se ha podido seguir realizando, los encargados de la organización de las ferias son las organizaciones maiceras con el auspicio la prefectura de Los Ríos y la Municipalidad del Cantón Ventanas, los medios por los cuales se difunden son escritos, radiales y redes sociales; menciono que existe falta de apoyo por parte de las entidades públicas como privadas, que tiene relación con la actividad agrícola, el abandono del ministerio de agricultura en el ámbito de apoyar a los emprendimiento de los agricultores y la difusión de los mismos, mientras que los resultados obtenido por la realización de las ferias son la interrelación de los productores con las empresas, comercializadores de insumos, semillas y la industria que compra la producción del maíz, mientras que el número de visitantes que atrae esta feria datan de los 5.000 a 7.000 visitantes.

Situaciones detectadas

En la presente investigación se dio a conocer el desconocimiento de la población sobre las ferias del maíz que se dan en el cantón Ventanas.

El desinterés de las distintas entidades públicas y privadas y la falta de apoyo de las organizaciones agrícolas y maiceras no permiten el éxito deseado en el desarrollo de este tipo de evento turístico.

Existe escasa difusión a través de los distintos medios como las redes sociales, radiales y periodísticas sobre de la Feria del maíz, y las estrategias de promoción turísticas aplicadas anteriormente no han permitido su conocimiento a nivel regional y nacional.

La información documental sobre la realización de la feria del maíz es escasa para la promoción turística del cantón Ventanas, evidenciándose el descuido de la Municipalidad del

cantón Ventanas, la Prefectura de Los Ríos, el Ministerio de Turismo, las Organizaciones Maiceras y Agrícolas en el desarrollo de este evento.

Una las estrategias de mayor cobertura para promover de forma turística la feria del maíz, es el uso de las redes sociales consideradas la mejor alternativa para dar a conocer este evento.

La falta de implementación de los distintos recursos y medios como el uso de influencers que promocionen más acerca este evento

Soluciones planteadas

Las soluciones planteadas responden a la feria de la cosecha del maíz como estrategia de promoción turística del cantón Ventanas a partir obtención de datos a través del método exploratorio se dan a conocer las siguientes soluciones.

Promocionar las ferias del maíz mediante, redes sociales como Facebook, Tik Tok, Instagram, medios televisivos, radiales y periodísticos.

Incentivar a la población del cantón Ventanas a que asista a la participación de talleres para lograr el desarrollo del turismo cultural.

Mantener constante comunicación con las entidades públicas y privadas como el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ventanas, la Prefectura de Los Ríos y las Organizaciones Maiceras y Agrícolas, para promover la Feria del maíz y el desarrollo turístico del Cantón.

Implementación de un logotipo que represente la feria del maíz para la promoción turística del cantón Ventanas.

Crear un hashtag #Fería del maíz para promocionar y asociar las imágenes de este evento.

Crear historias innovadoras en las redes sociales que promuevan la Feria.

Segmentar el público de a quien llegará las publicaciones de la Feria del maíz.

Los contenidos deberán ser publicados a una hora estratégica en donde las personas se encuentren desocupadas de sus labores diarias.

CONCLUSIONES

Las ferias del maíz son parte de la cultura montubia del cantón Ventanas, pero es necesario diseñar nuevas estrategias innovadoras que logren llamar la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros, apoyándose en las redes sociales y los distintos medios de comunicación que son hoy en día unas de las herramientas más usadas para lograr una mayor afluencia de turistas al cantón.

Se logró identificar que las redes sociales, tienen un papel predominante en la vida diaria de las personas, por ende, para obtener una buena promoción de la Feria del maíz se debe hacer uso de estos distintos medios, en conjunto con las entidades relacionadas al turismo y al sector agrícola, para crear algo novedoso para los turistas interesados en la gastronomía local.

Se determinó las redes sociales tendencias, tips y estrategias para promocionar las ferias del maíz del cantón Ventanas, que permitirán captar la atención de los turistas, logrando ser más eficaz para informar y promocionar evento.

Para lo cual se propone crear contenidos como videos cortos, publicar fotografías de la gastronomía a base del maíz en las siguientes redes:

- ✓ Facebook
- ✓ Tik Tok
- ✓ Instagram
- ✓ Además de la colaboración de Influencers que den a conocer y promover la Feria del Maíz.

RECOMENDACIONES

Identificar las estrategias de promoción turística de las ferias del maíz del cantón ventanas para promover el desarrollo del turismo cultural con el fin de dar a conocer esta tradición del cantón para obtener mayor afluencia de visitantes.

Incentivar a las autoridades competente y órganos encargados de organizar las ferias del maíz, así como las organizaciones agrícolas a que apliquen otros medios que ayuden a promocionar turísticamente este evento utilizando los recursos y medios digitales adecuados para difundir a los turistas acerca de esta feria de esta forma incrementara la economía del sector.

Difundir a través de las distintas redes sociales la promoción de este evento que realza la cultura montubia del cantón Ventanas por ende esto impulsara a este evento a ser más reconocido a nivel nacional e internacional.

REFERENCIAS

Acerenza. (2011). *Promocion Turistica* . Mexico.

Antonio, G. M., Angel, S. J., & Araceli, G. C. (2018). *Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos*. España: Restos.

Banco de desarrollo de America Latina . (2012). *La economia local* .

Brell, J. (2018). *Estrategia de Marketing Turistico* . <https://www.braintrust-cs.com/10-estrategias-de-marketing-turistico/>

Cobarcos. (2011). Administracion de Servicios Turisticos. *Ediciones de la U*.

Ejarque, J. (2005). *Destinos Turisticos de Exito: Diseño creacion, gestion y marketing* .

Estrada, C. V. (12 de 1 de 2019). *catarina.udlap.mx*. catarina.udlap.mx:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ruiz_g_ml/capitulo2.pdf

Fayos , E., Sanchez , O., & Sancho, A. (2011). Ferias Internacionales de Turismo ¿Algo mas que un instrumento comercial?

Ferias Inclusivas . (2014). *Ecuador Compra* .

Guardia, S. (2020).

Guardia, S. (2020).

Halten. (1987). Dirección estratégica .

Jimenez. (2011). *Teorías del desarrollo económico*.

Kotler. (1999). *Principios de marketing*.

Kotler, Hayes, & Bloom. (2004). *Estrategias de Promoción Turística*.

Longhi, F. (2013). *Pobreza y mortalidad infantil. Una aproximación teórica al estudio de sus relaciones*.

Ministerio de Turismo. (2011). *La gran feria turística del Ecuador*.

Ministerio de Turismo. (2018). *Feria del Maíz . Ventanas*.

OMT. (2000). *Introducción al estudio del turismo*.

Stefan. (2012). *Considerations on the theory of economic growth and development*.

ANEXOS

ENCUESTA

1. Edad

Entre 18-25 () Entre 25-35() Entre 35-55 ()

2. Genero

Femenino () Masculino ()

3. Considera usted ¿Qué el maíz es un producto que representa la gastronomía del cantón Ventanas?

Si () No () Tal vez ()

4. ¿Conoce usted sobre la feria del maíz que se da en el cantón Ventanas?

Si () No () Tal vez ()

5. Considera usted ¿Qué es necesario mejorar la promoción de la feria del maíz del cantón Ventanas?

Si () No () Tal vez ()

6. ¿De qué manera considera que tendría que darse a conocer la feria del maíz del cantón Ventanas?

Redes sociales () Radio () Tv () Periódico ()

7. ¿A través de qué red social usted considera que debería promocionar más este tipo de ferias que se realizan en el cantón Ventanas?

Facebook () Instagram () Tik Tok () Twitter ()

8. ¿Considera usted necesario promover a través de influencers la feria del maíz del cantón Ventanas?

Si () No () Tal vez ()

9. ¿Considera necesario el uso de videos donde se aprecie la gastronomía a base de choclos para promover el turismo en la feria del maíz del cantón

Ventanas?

Si () No () Tal vez ()

10. ¿Considera usted que un logo que identifique la feria del maíz podría mejorar la promoción turística?

Si () No () Tal vez ()

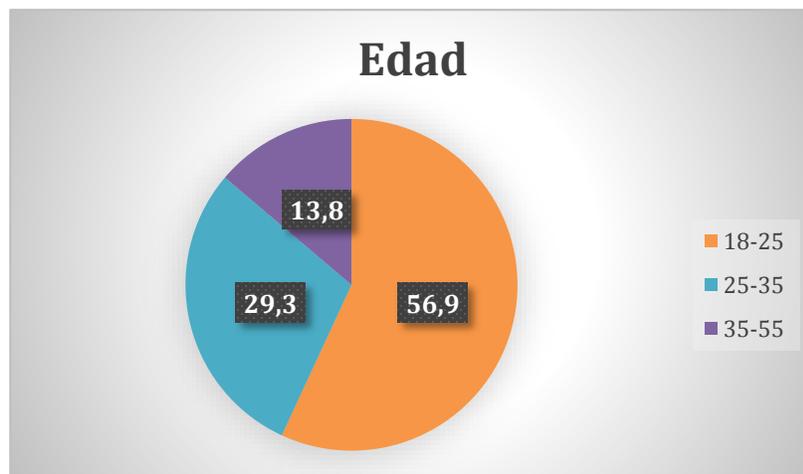
TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Edad?

Tabla N° 1

Indicadores	Porcentaje
18-25 años	56,9%
25-35 años	29,3%
35-55 años	13,8%

Gráfico N° 1

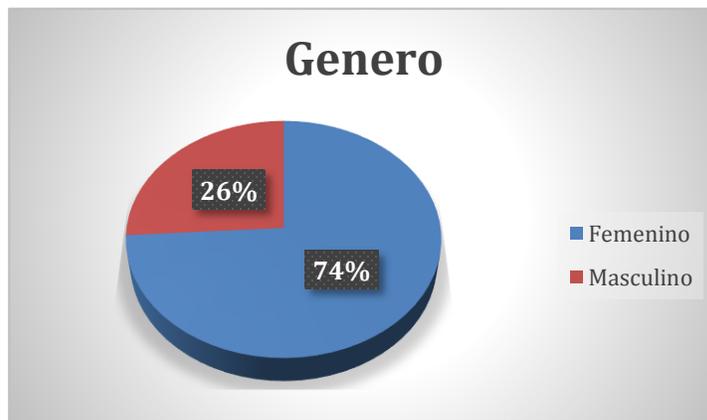


2. Genero

Tabla N° 2

Indicadores	Porcentajes
Femenino	74%
Masculino	26%

Gráfico N°2



3. ¿Considera usted ¿Que el maíz es un producto que representa la gastronomía del cantón Ventanas?

Tabla N° 3 El maíz representa la gastronomía del cantón Ventanas

Indicadores	Porcentajes
Si	90,2%
No	2,4%
Tal vez	7,3%

Gráfico N° 3 El maíz representa la gastronomía del cantón Ventanas



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

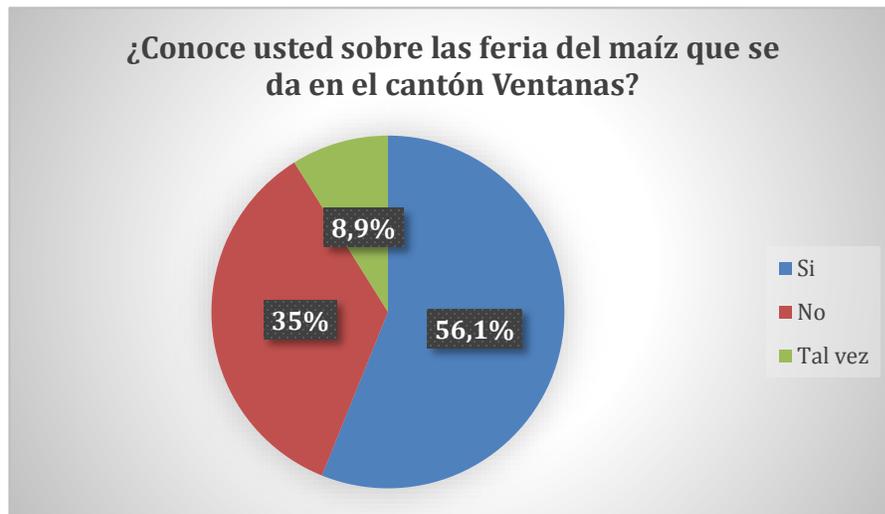
El 92,2% de los pobladores aseguro que el maíz si representa la gastronomía del cantón Ventanas, mientras que un 2,4% considera que el maíz no representa su gastronomía y un 15% dio a conocer que tal vez el maíz representa su gastronomía.

4. ¿Conoce usted sobre la feria del maíz que se da en el cantón Ventanas?

Tabla N° 4 conocimiento sobre la feria del maíz

Indicadores	Porcentajes
Si	56,1%
No	35%
Tal vez	8,9%

Gráfico N° 4 conocimiento sobre la feria del maíz



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

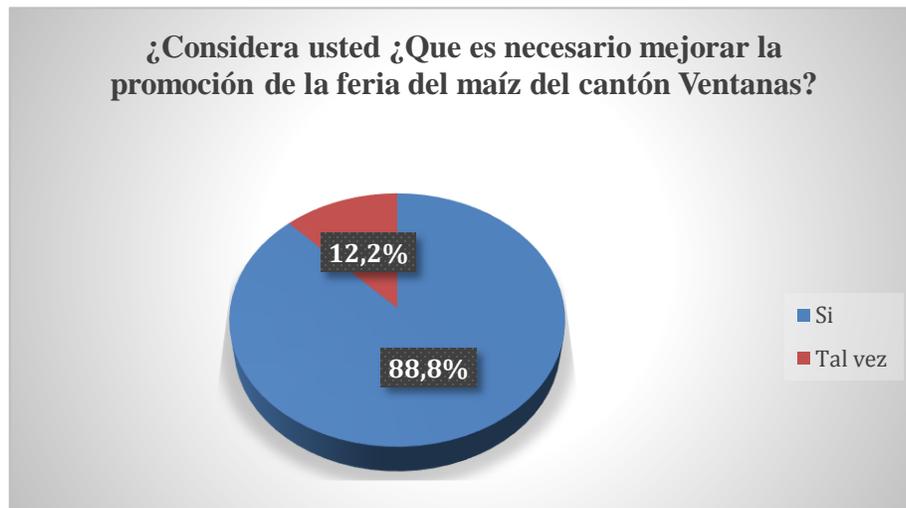
Sobre los conocimientos que tiene la población acerca de la feria del maíz del cantón Ventanas el 56,1% respondió que si conocía acerca la feria del maíz el 35% respondió no conocer esta feria y el 8,9% estuvo indecisos.

5. Considera usted ¿Que es necesario mejorar la promoción de la feria del maíz del cantón Ventanas?

Tabla N° 5 mejorar la promoción de la feria del maíz

Indicadores	Porcentajes
Si	87,8%
Tal vez	12,2%

Gráfico N° 5 mejorar la promoción de la feria del maíz



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

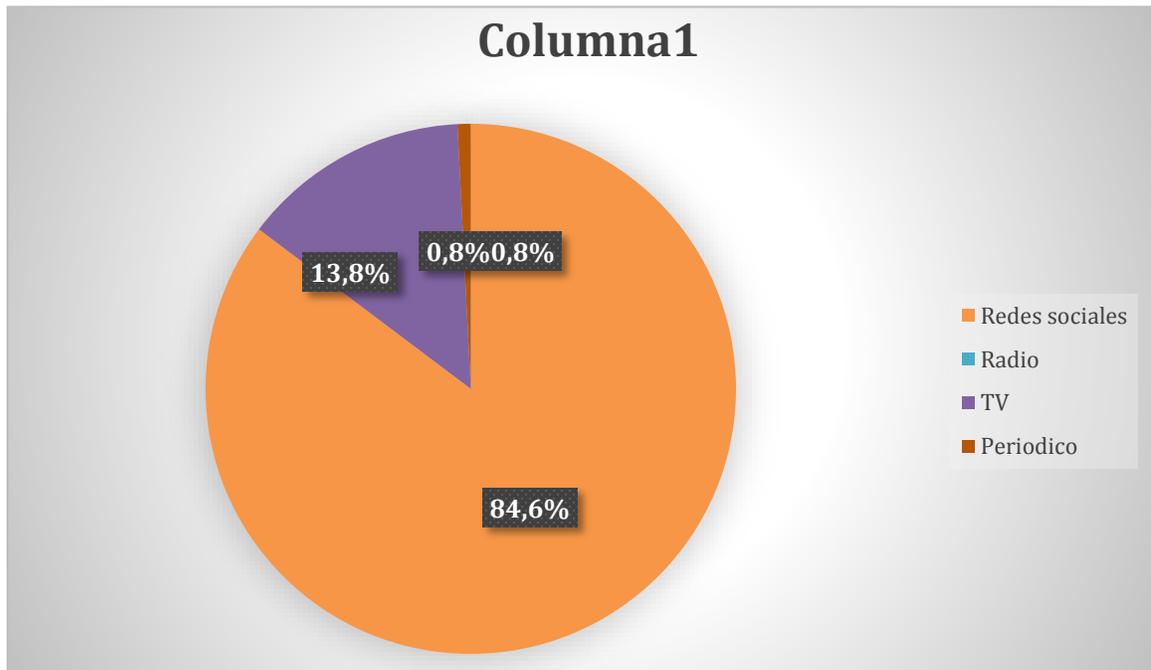
Al 88,8 % de los encuestados les gustaría que se mejore la promoción de la feria del maíz, mientras que al 12,2% opto por un tal vez

6. ¿De qué manera considera que tendría que darse a conocer la feria del maíz del cantón Ventanas?

Tabla N° 6 manera en que tendría que darse a conocer la feria del maíz

Indicadores	Porcentajes
Redes sociales	84,6%
TV	13,8%
Periódico	0,8%
Radio	0,8%

Gráfico N° 6 manera en que tendría que darse a conocer la feria del maíz



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

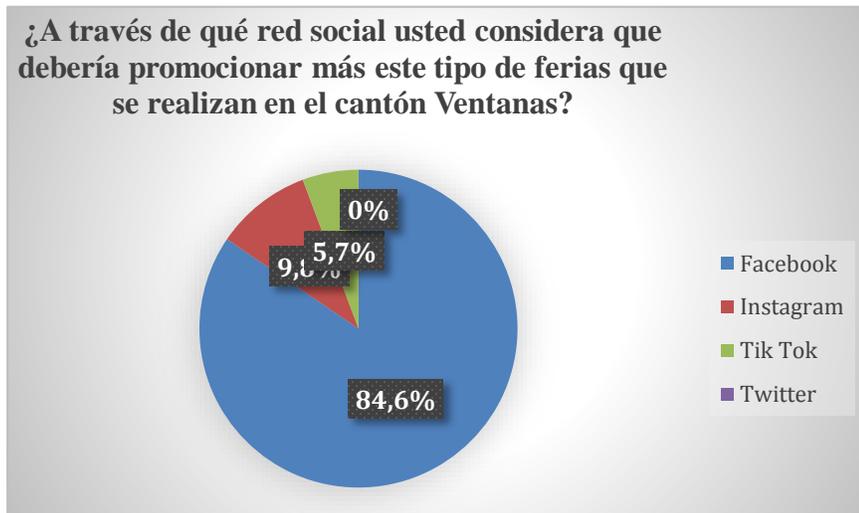
El 84,6% de la población considero que debía promocionarse más este tipo de evento por medio de las redes sociales, mientras que un 13,8% prefiere la Tv como medio de promoción, un 0,8% a través de la radio y el 0,8 opto por el periódico como medio de promoción.

7 ¿A través de qué red social usted considera que debería promocionar más este tipo de ferias que se realizan en el cantón Ventanas?

Tabla N° 7 Red social en la que se debería promocionar este tipo de eventos.

Indicadores	Porcentajes
Facebook	84,6%
Instagram	9,8%
Tik Tok	5,7%
Twitter	0%

Gráfico N° 7 Red social en la que se debería promocionar este tipo de eventos



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

El 84,6% de las personas encuestadas dieron a conocer que la red por cual se debería promocionar más este evento es a través de Facebook mientras que un 9,8% opto por Instagram y un 5,7% por Tik Tok.

8 ¿Considera usted necesario promover a través de influencers la feria del maíz del cantón Ventanas?

Tabla N° 8 debería promocionarse a través de influencers

Indicadores	Porcentajes
Si	76,4%
No	4,9%
Tal vez	18,7%

Gráfico N° 8 debería promocionarse a través de influencers



Fuente: Michael Joel Miranda Molineros

El 76,4% considera que si se debería promocionar a través de influencers mientras que el 4,9% de los encuestados menciono que no les gustaría y un 18,7% está en duda.