



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

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**MARKETING DIGITAL PARA EL FOMENTO DE UN TURISMO SOSTENIBLE**  
**EN EL CANTÓN EL EMPALME**

**AUTOR:**

**DELEG PLAZA ANGEL EDUARDO**

**TUTOR:**

**MSC. TUBAY MOREIRA MAXIMO FERNANDO**

**QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo esta dedico en primer lugar a Dios por darme la vida y permitirme llegar a esta etapa de mi vida muy importante de mi formación profesional.

A mi madre por el ser pilar más importante de mi vida y demostrarme su apoyo incondicional muy aparte de la distancia física que nos separa.

A mi familia y mis amigos que siempre han estado presente a lo largo de todo este periodo educativo.

**DELEG PLAZA ANGEL EDUARDO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis profesores por compartir su valioso conocimiento conmigo.

A mi tutor por guiarme en este proceso, por su ayuda, paciencia y dedicación.

A mis compañeros y amigos más cercanos que me han acompañado siempre y han sido parte de esta etapa tan importante.

**DELEG PLAZA ANGEL EDUARDO**

## **RESUMEN**

El Marketing Turístico se fundamenta en ofertar las mejores opciones de servicio o producto al comprador, cuidando cada detalle por medio de tácticas integradas en las últimas tendencias con la finalidad de brindar un excelente servicio que permite satisfacer las necesidades y los deseos del beneficiario. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo aplicar una estrategia digital para el Cantón El Empalme a través del marketing turístico es una de las opciones más benéficas para el sector estudiado, ya que favorece de manera positiva tanto como al turismo como al sector socio-económico.

A través de los métodos y técnicas de investigación se ha permitido el desarrollo del mismo de forma correcta y claras. Además se ha logrado encontrar las fallas y falencias que afectan el tema de estudio y de la misma manera se ha podido crear posibles soluciones que ayude a explotar el turismo sostenible del Cantón el Empalme utilizando todos los recursos que tienes dicho sector a través del marketing digital que se ha presentado en el presente trabajo de investigación .

### **Palabras claves:**

Marketing turístico

Turismo

Cantón El Empalme

Recursos

## **ABSTRACT**

Tourism Marketing is based on offering the best service or product options to the buyer, taking care of every detail through tactics integrated into the latest trends in order to provide excellent service that meets the needs and desires of the beneficiary. The present research work aims to apply a digital strategy for the Canton of El Empalme through tourism marketing is one of the most beneficial options for the sector studied, as it would positively favor both tourism and the socio-economic sector.

Through the research methods and techniques, it has been possible to develop it in a correct and clear way. In addition, it has been possible to find the flaws and shortcomings that affect the subject of study and in the same way it has been possible to create possible solutions to help exploit sustainable tourism in the canton of El Empalme using all the resources that the sector has through digital marketing that has been presented in this research work.

### **KEYWORDS**

Tourism Marketing

Tourism

Canton El Empalme

Resources

# ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	8
CAPÍTULO I .....	9
MARCO METODOLOGICO .....	9
1.1. Idea o tema de investigación .....	9
1.2. Planteamiento del problema .....	9
1.3. Formulación del problema .....	10
1.3. JUSTIFICACION.....	¡Error! Marcador no definido.
1.4. OBJETIVO .....	11
1.4.1. OBJETIVO GENERAL: .....	11
1.5. SUSTENTO TEORICO .....	11
Marketing .....	11
Marketing digital .....	11
Turismo .....	12
Turismo sostenible.....	13
Producto .....	13
Producto turístico .....	14
Servicio turístico .....	14
Redes Sociales .....	15
Página web .....	16
1.6. Metodología de la investigación .....	18
1.6.1. Modalidad y métodos .....	18
II. CAPÍTULO .....	20
2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....	20
2.1. Desarrollo del caso .....	20
2.2. Situaciones destacadas .....	22
2.3. Situaciones planteadas .....	22

<b>Conclusiones</b> .....	23
<b>Recomendaciones</b> .....	24
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	25
<b>ANEXOS</b> .....	27
<b>Encuesta a los habitantes del Cantón El Empalme</b> .....	28
<b>Tabulación de la encuesta online</b> .....	28

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Pregunta 1 de la encuesta realizada .....	28
Ilustración 2. Pregunta 2 de la encuesta realizada .....	28
Ilustración 3. Pregunta3 de la encuesta realizada .....	29
Ilustración 4. Pregunta 4 de la encuesta realizada .....	29
Ilustración 5. Pregunta 5 de la encuesta realizada .....	30
Ilustración 6. Pregunta 6 de la encuesta realizada .....	30
Ilustración 7. Pregunta 7 de la encuesta realizada .....	31
Ilustración 8. Pregunta 8 de la encuesta realizada .....	31
Ilustración 9. Pregunta 9 de la encuesta realizada .....	32
Ilustración 10. Pregunta 10 de la encuesta realizada .....	32

# INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad está cobrando fuerza y muy lento se convierte en un pilar fundamental de la economía de las naciones que poseen vocación turística, así como, de su propio desarrollo humano y de la sociedad, por lo que es fundamental ubicarlo en las esferas donde impacta de manera directa y de esta forma proponer novedosas alternativas de hacer turismo donde los puntos sociales.

Ecuador es un país definido como paraíso que se encuentra ubicada en el centro del mundo, multiétnico, multicultural, una vasta e inigualable riqueza natural y fauna además de lugares exorbitante para visitar. Este último es privilegiado por su clima exótico y muchas áreas verdes ricas de hermosos paisajes, además posee unos cien números de atractivos, servicios y productos turísticos accesibles a las necesidades y los gustos del turista o usuario.

El Empalme es un Cantón que se encuentra ubicado en la Costa Ecuatoriana de la Provincia del Guayas. Este Cantón se divide en parroquias urbanas como lo es Velasco Ibarra y rurales como el Rosario y Guayas. Es una tierra rica de pequeños valles que ofrece un clima tropical y agradable, además de ser una zona agrícola donde la población cultiva arroz, café, cacao y banano y un cien números de frutas tropicales. Se destaca por sus balnearios de agua dulce como es El Congo, El Limón, Macul o Mancha de Mate.

Tierra de pequeños valles y clima tropical agradable, su cantonización se concretó el 23 de junio de 1971, teniendo como cabecera cantonal a la ciudad de Velasco Ibarra, donde se asienta gran parte de su población. Se trata de una próspera zona agrícola donde se cultiva arroz, banano, cacao, café y una gran diversidad de frutas tropicales. Además cuenta con una producción de madera, pechiche, palo de balsa, guadua y pechiche entre otras cosas.

El presente trabajo de investigación se desarrolló en dos capítulos: el primero conceptualiza los términos básicos, explica el problema que afectan directamente del tema de estudio, el objetivo, la justificación donde se redacta la importancia de realizar la propuesta y las diferentes técnicas que se aplicaron, y en el segundo capítulo se explica el desarrollo del caso y los resultados que arrojaron de acuerdo a la encuesta aplicada..

# CAPÍTULO I

## MARCO METODOLÓGICO

### 1.1. Idea o tema de investigación

Marketing digital para el fomento de un turismo sostenible en el Cantón El Empalme.

### 1.2. Planteamiento del problema

El turismo es un factor fundamental para el desarrollo socio-económico de un país. Hoy en día este sector se encuentra en gran competencia debido a que la tecnología se moderniza y avanza a diario atrayendo una cantidad de usuarios. Es por tal razón que los países buscan formar una imagen formal y eficaz que genere curiosidad al público. Sin embargo debido a los problemas sociales y políticos que existen en Ecuador se ha dado origen a la criminalidad e inseguridad que hoy en día son un factor que afecta a todas las ciudades y esto conlleva a que se genere una imagen negativa.

El Cantón el Empalme es uno de los Cantones que conforman la Provincia del Guayas y se encuentra dividido en parroquias entre ellas Velasco Ibarra, Rosario y Guayas. Este sector está lleno de paisajes hermosos que no todas las personas conocen y han visitado. La falta de información por parte de los turistas no deja ver más allá de un lugar lleno de diversión, fiesta y alcohol ya que El Cantón El Empalme cuenta con diferentes recursos naturales.

Si bien es cierto los jóvenes hoy en día prefieren divertirse de otra manera que visitando un lugar lleno de recursos naturales. Sin hablar del clima que es favorable ya que es tropical y agradable y esto también hace que el Cantón tenga un gran número de frutas para degustar. Por otro lado las personas buscan explotar el turismo de otra manera sin darse cuenta que el turismo sostenible es una mejor opción para los usuarios que buscan relajarse al aire libre.

Es inevitable aplicar el marketing digital que ayude el crecimiento y desarrollo del turismo sostenible del Cantón El Empalme ya que hoy en día el internet y las redes sociales se han convertido en una herramienta principal para el desarrollo y crecimiento del sector turístico y económico.

### **1.3. Formulación del problema**

¿De qué manera influye el marketing digital para el fomento del turismo sostenible del Cantón El Empalme?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Para atraer a la mayor cantidad de turistas posible, existe una competencia feroz por parte del en Ecuador que es un país biodiverso, rico de atractivos turísticos que otros países desearían poseer. Es por tal razón que se desea llegar al público de manera más fácil para posicionar la imagen del País y de las ciudades que hacen parte de ella.

Hoy en día se conoce como tanto el internet y las redes sociales han tomado poder al nuestro alrededor para la satisfacción y las necesidades del turista o cliente. Si bien es cierto todo lo que tocamos y consumimos se basa en la utilización del internet y no es excepción que el Cantón El Empalme pueda utilizar este método para el fomento del turismo sostenible. Es por tal razón que el presente trabajo de investigación se desarrolló con el fin atraer como resultado el impacto positivo que tiene el marketing digital para el fomento del turismo sostenible en el Cantón El Empalme.

No es novedad decir que esta estrategia permitirá que el Cantón sea reconocido no solo a nivel local y provincial si no a nivel nacional. Además se debe tomar en cuenta que si se habla de hacer turismo se debe respetar el medio ambiente y los recursos que se utilizan ya que este factor afecta directamente a todos. Que mejor opción que un sector donde se fomente el desarrollo sostenible del mismo, usando el medio ambiente y los recursos que nos brinda para fomentar y satisfacer de una manera adecuada y responsable el turismo.

## **1.4. OBJETIVO**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL:**

Analizar la importancia del marketing digital para el fomento del turismo sostenible del Cantón El Empalme.

## **1.5. SUSTENTO TEÓRICO**

### **Marketing**

El marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente. (McCarthy, 2018)

Según el autor Carthy afirma que el marketing digital es la ejecución de las actividades que tienen como finalidad de organizar de acuerdo a los gusto y a las necesidades del usuario de acuerdo a un producto o servicio ofrecido que un producto presta al turista o cliente.

### **Marketing digital**

El marketing digital hoy en día se ha vuelto una herramienta eficaz y un facilitador de procesos para el comercio nacional e internacional, utilizando diversas técnicas se pueden idear modelos de negocios y estrategias orientadas a detectar oportunidades en los mercados globales, para lo cual exigen que las empresas desarrollen formas de comunicación y que integren un plan de marketing, con este fin las empresas logren segmentar sus mercados y conocer los medios sociales que se utilizan en cada país, los

profesionales en el campo del marketing digital, lo consideran que si un producto o servicio no se encuentra en Internet simplemente no existe. (Rodríguez, 2014)

Mientras que el Autor Rodríguez piensa que el marketing digital en la actualidad se ha convertido en una herramienta eficaz y facilitadora de los procesos comerciales tanto nacionales como internacionales, ya que se aplica diferentes técnicas que se acomplejan con modelos de negocios y estrategias orientadas a resaltar que los productos o servicio que no se encuentran en el Internet sencillamente no existen.

Las Redes Sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram son una nueva forma de llegar al cliente, muchas veces las personas piensas que estos son los principales medios para poder comercializar un producto o servicio, pero también es necesario contar con un Sitio Web y el apoyo de E-mail. (Rodríguez, 2014)

Además Rodríguez afirma que las redes sociales son una nueva forma de llegar directamente al usuario, ya que las personas especulan que estas misma son los principales medio para comercializar o vender un producto o servicio, con el apoyo de una página web y de un correo.

## **Turismo**

Turismo es el conjunto de acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal. (Krapf, 2020)

Según el Autor Krapf afirma que el turismo es el resultado de actividades, acciones, relaciones y fenómenos que se forman por el deslizamiento y persistencia de las personas fuera de su lugar habitual de residencia. y no estén motivo para una actividad productiva, fuera de la rutina y temporal.

## **Turismo sostenible**

El turismo sostenible se concibe sí como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista, quienes son los pilares importantes para el desarrollo del turismo en un lugar con vocación turística. (Jiménez, 2006)

En primer término, los empresarios y la administración pública en sus tres niveles, en segundo término, y todos en conjunto trabajar para formular planes estratégicos bajo un enfoque de desarrollo turístico sostenible, priorizando la creación de códigos de ética o conducta, para cada actor involucrado, tomando en cuenta los intereses en particular de cada uno, así como el segmento de mercado y condiciones del destino turístico al que se aplicará la sostenibilidad. (Jiménez, 2006)

Según el autor Jiménez afirma que el turismo sostenible se refleja como un modelo de desarrollo ligado al sector económico pero al mismo tiempo está orientado a la parte cultural, a los recursos naturales y al patrimonio cultural, siendo las personas receptoras de turismo y del turismo, las principales responsables del desarrollo del mismo en cualquier sector. Además de mencionar que se necesitan tres niveles para la sostenibilidad del sector mismo.

## **Producto**

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. (Farber, 2022)

Según el autor Faber el término producto está relacionado con que el usuario que presenta un determinado bien que desea satisfacer a través de sus necesidades o deseos. Además se relaciona el término producto a el conjunto de elementos físicos y químicos encargados de ofrecer al cliente la posibilidad de la utilización del mismo a través del marketing digital.

### **Producto turístico**

Kloter (2004) señala tres niveles de producto: el genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico sería aquel destinado a satisfacer la necesidad más básica del cliente. El producto esperado representa el conjunto de atributos que el consumidor espera recibir en relación con las expectativas y necesidades que éste tiene sobre el mismo. En relación con el producto mejorado, podemos decir que incluiría toda una serie de beneficios sobre el producto genérico y el producto esperado con el objetivo fundamental de diferenciarse de la competencia.

Según el autor Kloter existen tres niveles de productos turísticos: El genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico es el lugar a satisfacer de acuerdo a las necesidades básicas del cliente. El producto esperado es el que el cliente espera recibir de acuerdo a sus necesidades y expectativas y el mejorado es el conjunto del genérico y del esperado con el fin de resaltar en la competencia.

### **Servicio turístico**

El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística. Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes

de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (Cavassa, 2017)

Según Cavassa el servicio turístico son las actividades relacionadas con el fin de responder a las necesidades reflejadas por el sector económico que van de la mano con la interacciones humana, ya puede ser transporte, hospedaje, diversión, enseñanza, gastronomía, o cualquier otro factor que se relacione con el mismo.

## **Redes Sociales**

Según (Bartolomè, 2008) las redes sociales reflejan lo que en tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado así como el motivo aglutinador: desde el sexo a la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras.

Lo que la Web aporta es la capacidad de crear redes sociales uniendo a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que frente al tradicional criterio de poder de una red social, basada en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder. (Bartolomè, 2008)

Según es Autor Bartolomé las redes sociales proyectan lo que en tiempos anteriores se manifestaba a través de sociogramas: factores relacionados a los sujetos, en específico a los usuarios que están relacionados mediante líneas. El tema de la red social suele ser muy diferente ya que esta ligado con los viajes y con otros factores. Las páginas web aportan un poder social además de ser un factor clave que cambia los mecanismos del mismo.

## **Promoción turística**

La promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas del marketing y según la definición de (Kotler, 1999), la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

(Ejarque, 2005) Define la promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”. En relación a esto, se identifican dos grandes grupos de instrumentos de promoción de destinos turísticos: los tradicionales y los no tradicionales.

Según la perspectiva de Kloter la promoción turística es un factor integrador que se envuelve en las comunicaciones relacionadas con el marketing, además afirma que este término es la suma de las actividades más los atributos que se le aplica al producto y la manera de persuadir al usuario en la adquisición del mismo.

El Autor Ejarque piensa a su vez que la promoción de un sector es como proyectar la comunicación potencial que tiene el vendedor con el usuario de acuerdo a la oferta propuesta y a la capacidad de satisfacer las necesidades y deseos y demandas. De acuerdo a lo mencionado anteriormente se identifican dos opciones de promociones: tradicionales y no tradicionales.

## **Página web**

Una página web es un documento digital en el que se puede hallar información variada y numerosa. Esto se puede constatar con tan sólo teclear un tema en buscadores como Yahoo, Google, Altavista, Terra y Ozú, entre muchos otros. En ellos aparecen grandes listados de páginas web, en los que se puede localizar una gama de contenidos, cuya diferencia radica sólo en aspectos como la organización y la selección de la información. (Guzmán & Corona, 2007)

La diversidad de la información está dada porque las páginas web se publican en entidades académicas, instituciones públicas y privadas, empresas, agrupaciones civiles o editoras privadas, cuyos contenidos se presentan en diferentes formatos, además de texto: imágenes, sonido, video y animaciones, lo que las convierte en un medio independiente de publicación sencilla, ágil y flexible. (Guzmán & Corona, 2007)

Las páginas web, elemento básico de la World Wide Web (el servicio más exitoso de Internet), son documentos digitales dinámicos, pues hacen posible la ejecución de diferentes acciones, como ligas a otras partes de un documento y otras páginas web, además de tener servicios y aplicaciones que crean sitios más complejos. (Guzmán & Corona, 2007)

De forma institucional es importante mantener una homogeneidad en las páginas web de las dependencias universitarias, tanto editorial como descriptivamente. Por ello, existen lineamientos para propiciar el desarrollo de páginas web universitarias. (Guzmán & Corona, 2007)

La página web según el autor Guzmán y Corona es un documento donde se encuentra información múltiple y numerosa. Entre las páginas web está Yahoo, Google, entre otras, donde se puede seleccionar el contenido que es de interés y seleccionar la información adecuada.

La página web además tiene publicaciones de entidades académicas, públicas y privadas entre otras que contienen diferentes textos y formatos que proyectan la información que desea que los usuarios vean.

Mientras que el autor Corona afirma que las páginas web son un factor primordial además de ser un servicio exitoso son sitios web que desarrollan documentos digitales con el objetivo de promocionar o vender la información que el usuario necesita. Además estas páginas tienen un servicio y aplicaciones complicadas ya que son más los universitarios que hacen acceso a estas herramientas.

## **1.6. Metodología de la investigación**

### **1.6.1. Modalidad y métodos**

El presente trabajo de investigativo se desarrolló aplicando un método mixto ya que se habla del marketing digital y la influencia que este última tendría con el Cantón El Empalme, un tema donde se describe, se analiza, se deduce y se sintetiza aplicando las técnicas de observación, análisis de contenido y las encuestas online.

#### **1.6.1.1. Método Descriptivo**

La investigación descriptiva tiene la finalidad de determinar y describir como lo dice la palabra mismo el tema estudiado sin cubrir su porque. Con el siguiente método de investigación se realizó el marco teórico de una manera correcta analizando cada término teórico a elegir y a seleccionar conceptualizando cada uno de ellos y dando más formalidad al trabajo.

#### **1.6.1.2. Método Cualitativo**

La sencillez de cómo expresar los términos básicos de la manera adecuada es el nivel más grande de complejidad en cualquier teoría o tema estudiado. Por tanto, sin se puede definir la investigación cualitativa como el estudio de las personas en función de su habla y comportamiento en entornos sociales y culturales.

El presente método de investigación tiene como objetivo permitir que las personas tengan un pensamiento crítico de acuerdo a los textos y la investigaciones realizadas se los autores mencionados que es en este trabajo son el internet y su influencia con el turismo sostenible.

### **1.6.2. Análisis de contenido**

El análisis de contenido es una técnica de interpretación de textos, libros, revistas o páginas web que utiliza la lectura como herramienta de recopilación de información de manera sistemática, objetiva, reproducible y eficaz. De esta forma, seleccionamos la información correcta para el desarrollo de la investigación.

### **1.6.3. Encuestas**

La encuesta es una técnica que se realiza por medio del desarrollo de unas preguntas que forman un cuestionario a una muestra de individuos. En este trabajo la encuesta está dirigida a la población del Cantón El Empalme.

## **II. CAPÍTULO**

### **2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Desarrollo del caso**

Para el desarrollo de la siguiente investigación se logró tomar en cuenta todas las sugerencias y los resultados que arrojaron las investigaciones a través de los métodos y técnicas aplicadas, y sobre todo de la encuesta online realizada se evidencio las necesidades y los gustos tanto de los usuarios como de los habitantes del Cantón El Empalme Provincia del Guayas, año 2022.

Mediante del presente trabajo de investigación se pudo analizar y comprender las fallas y falencia de la propuesta presentada y de qué manera influiría la implementación del marketing digital en El Cantón El Empalme. A través de las técnicas y métodos aplicados para el desarrollo del caso se pudo obtener un resultado positivo que tendría la ejecución de la propuesta planteada para el sector de estudio.

La encuesta que se realizó en este trabajo fue vía online y está conformada por 10 preguntas de opciones múltiples donde las personas encuestadas contestaron a través de un link que se envió por correo. La edad promedio de las personas es entre 18 a 30 años y el 71% de las mismas es de género femenino. Según los resultado de las encuesta el 80% de las personas no visita el Cantón El Empalme como un lugar turístico o mucho menos se trasladan a él y saben de su existencia.

Y mucho menos lo consideran un lugar turístico ya que las personas encuestadas afirman que el lugar de estudio no tiene los suficientes recursos para definirse un Cantón con potencial turístico ya que carece de atractivos, servicios y productos para ofertar al

usuario, sin evidenciar y tomar en cuenta todos los recursos naturales que enriquece los paisajes del sector. En su totalidad el Cantón El Empalme es un lugar rico de áreas verdes donde los usuarios puedes respirar al aire libre o simplemente salir a caminar y disfrutar de la vista y los recursos naturales que ofrece este territorio.

Sin embargo los habitantes y los turista no aportan con la explotación de estos recursos y de tal manera no tiene la acogida debida. A través de la encuesta resultado favorable la acogida de la implementación de un plan de marketing digital que destaque las riquezas que tiene el Cantón y resalte las características y sus fortalezas.

Además si bien es cierto hoy en día el internet se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier tipo de producto, servicio ofrecido al público y resalta que a través de esta estrategia se puede llegar más rápido a las personas aplicando las redes sociales, sitios web o páginas aplicadas con el marketing digital.

Además esta herramienta favorecería tanto a los habitantes como a los usuarios ya que se convertiría en un potencial turístico y ayudaría con el crecimiento del sector social y económico. Sin hablar la afluencia turística ya que, a través del internet se obtendría una acogida tanto provincial, como nacional y en eventuales casos también internacionales. Siempre y cuando se trabajó de la mano de las entidades respectivas y se soluciones todos los problemas que afectan al tema de estudio.

De acuerdo a todo lo mencionado anteriormente es inevitable la aplicación de un marketing digital para el Cantón el Empalme, ya que se le ofrecería un turismo sostenible al usuario y se explotaría el máximo todos los recursos naturales que enriqueces el mismo aportando en el sector del turismo y utilizando una herramienta hoy en día factible para cualquier tipo de usuario.

## **2.2. Situaciones destacadas**

El Cantón El Empalme hoy en día no es frecuentado mayormente ya que debido a la inseguridad que se presenta en el sector y en todo el Ecuador las personas sienten miedo a salir de casa. Y además un Cantón pequeño como este no es conocido por muchas personas más que sus habitantes y los familiares de las personas que residen en ella. La falta de información influye en el desarrollo económico y social del mismo

Según las investigaciones realizadas, las técnicas y métodos aplicadas y a la encuesta online realizada a los habitantes del Cantón se constató que las personas desean visitar el sector estudiado aplicando espacios recreativos que conlleve a utilizar los recursos naturales y todas las riquezas que tiene para brindar el sector de estudio. Además explotar y fortalecer el sector turístico sostenible a través del marketing digital ya que tiene una acogida favorable de parte de las personas encuestadas

## **2.3. Situaciones planteadas**

Después de un arduo análisis y una encuesta online dirigida a la población del Cantón El Empalme se llegó a crear posibles soluciones al problema central del tema de estudio. A continuación se explicara las siguientes ideas:

Implementar el marketing digital al Cantón buscando experto en el tema para que puedan manejar las redes sociales y el internet para que creen la respetiva publicidad de todos los espacios, productos y servicio que ofrece el mismo destacando sus fortalezas y sus áreas más atractivas.

Mejorar la imagen del Cantón El Empalme implementando actividades recreativas en los espacios al aire libre para que las personas pueden visitar en compañía de sus amistades y familiares y puedan salir de la rutina ofreciéndole un servicio o producto diferente.

## **Conclusiones**

Luego de examinar exhaustivamente todas las falencias y problemas que presenta el tema de estudio del presente trabajo de investigación se pudo constatar una acogida favorable en la implementación del marketing digital ya que anteriormente se mencionó todos los inconvenientes de la misma manera se pudo formular algunas ideas que se deberían implementar para el desarrollo de la propuesta planteada.

Se pudo concluir que según las técnicas y los métodos aplicados al presente proyecto de investigación se pudieron diagnosticar con exactitud los factores que afectan directamente y que a través de la encuesta online se resaltó las necesidades y los deseos tanto de los habitantes como de los turistas del Cantón El Empalme y sus alrededores.

En la actualidad la mayor parte de las personas que visitan el sector son los mismos habitantes o familiares y se evidencia una carencia de afluencia de turista ya que las mismas personas del lugar de estudio no explotan los recursos naturales que enriquecen El Empalme y mucho menos posee atractivos, productos y servicios turísticos que logre reflejar un lugar turístico o llamativo a la vista del público.

En su totalidad se deberá tomar en cuenta todas las sugerencias presentadas por la población y personas aledañas al momento de realizar la propuesta ya que esto favorecería de manera positiva al Cantón además de incrementar con actividades recreativas o emprendimiento en el Cantón que ayuden a mejorar la imagen que se tiene el mismo y poder implementar el marketing para explotar el potencial en su totalidad que favorezca tanto el sector turístico tanto para el sector económico como para el sector social siempre y cuando se utilice los recursos naturales que posee el mismo y se logre llegar a los turistas tanto regionales como nacionales e internacionales.

## **Recomendaciones**

Para la realización del siguiente proyecto de investigación se analizó de la manera correcta todas las fallecían para la implementación del marketing digital para el fomento del turismo sostenible del Cantón El Empalme y se diseñó algunas estrategias para aplicar y hacer frente a los problemas presentados:

Mejorar la imagen del sector implementando establecimientos o emprendimientos que convierta el lugar frecuentado además explotar los recursos que enriquecen el mismo incrementando actividades recreativas en los espacios verdes y en los paisajes que embellecen del Cantón El Empalme para proyectar una mejor vista del mismo sector y brindarle un lugar llamativo, confortable que el usuario desee visitar a cada momento.

Implementar el marketing digital a través de un personal capacitado y experto en el tema ya que así se lograría destacar a través de la promoción turística en redes sociales, pagina o sitios web las fortalezas y las riquezas que existen en el Cantón el Empalme digiriendo a todo tipo de usuario ya sea provincial, nacional e internacional creando una mejor acogida y un incremento del turismo sostenible con sus riquezas.

Crear publicidad permanente mediante las páginas web sobre las actividades o eventos que se realicen en el sector de estudiar para sí brindar información en todo momento sobre el sector y que el turista tenga conocimiento de este espacio y pueda visitarlo en todo momento ya que en la actualidad existen personas que no saben de la existencia de este Cantón y mucho menos lo conocen y lo visitan.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bartolomé. (2008). *Sociales*. Obtenido de Sociales:  
<https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
- Cavassa, C. R. (09 de 2017). *SERVICIOS TURÍSTICOS I*. Obtenido de SERVICIOS TURÍSTICOS I.
- Ejarque. (2005). *LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS*. Obtenido de LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS:  
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Farber, B. y. (2022). Obtenido de  
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Guzmán, C. L., & Corona, A. E. (2007). *La pagina web*. Obtenido de La pagina web:  
[http://www.edicion.unam.mx/html/2\\_3\\_1.html](http://www.edicion.unam.mx/html/2_3_1.html)
- Jiménez, C. (11 de 05 de 2006). *Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada*. Obtenido de Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada:  
<https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Kloter. (2004). *EL PRODUCTO TURÍSTICO* . Obtenido de EL PRODUCTO TURÍSTICO :  
[https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido\\_u4.pdf](https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido_u4.pdf)
- Kotler. (1999). *LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS* . Obtenido de LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS :  
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Krapf, H. y. (20 de 01 de 2020). *Turismo*. Obtenido de Turismo:  
[https://www.google.com/search?q=definicion+de+turismo+segun+autores&rlz=1C1UUXU\\_esEC935EC935&sxsrf=APq-WBvObxm7ZBA8VGuGi64mYZ7YUaSGyA%3A1643818707229&ei=0676Y](https://www.google.com/search?q=definicion+de+turismo+segun+autores&rlz=1C1UUXU_esEC935EC935&sxsrf=APq-WBvObxm7ZBA8VGuGi64mYZ7YUaSGyA%3A1643818707229&ei=0676Y)

YvJDaHmxgGq\_564Ag&ved=0ahUKEwjL\_vnwteH1AhUhszEKHaq\_BycQ4d  
UDCA4&uact=5&oq=definicion+de+turismo+se

McCarthy, J. (11 de Enero de 2018). *Marketing*. Obtenido de Marketing:  
<https://asmpmarketing.com/que-es-el-marketing-definicion>

OMT. (2019). *¿Qué es el turismo sostenible?* Obtenido de ¿Qué es el turismo sostenible?:  
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>

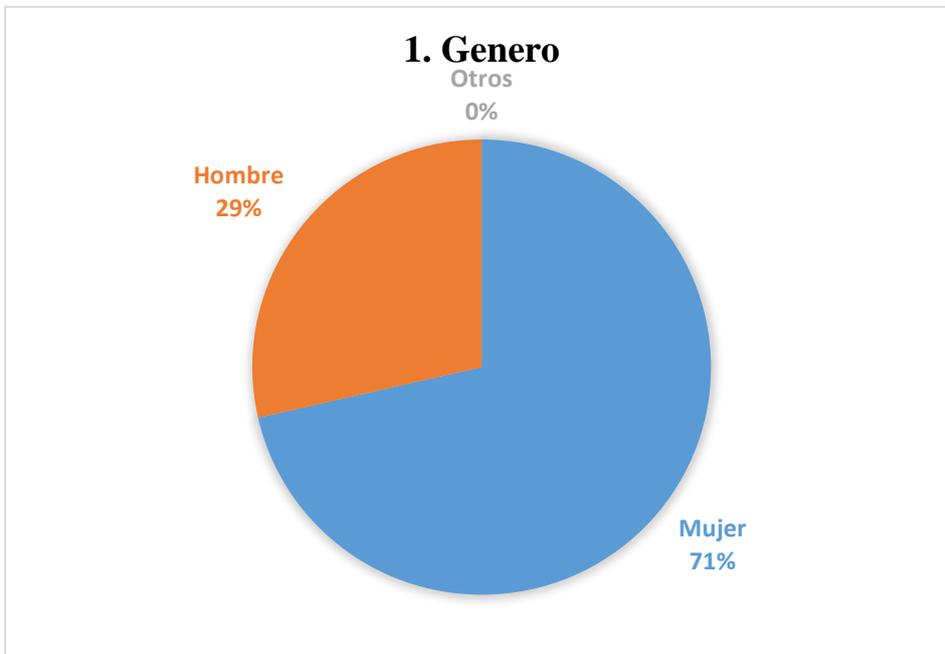
Rodriguez. (2014). *UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD* . Obtenido de UNIVERSIDAD Y  
SOCIEDAD : <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>

**ANEXOS**

## Encuesta a los habitantes del Cantón El Empalme

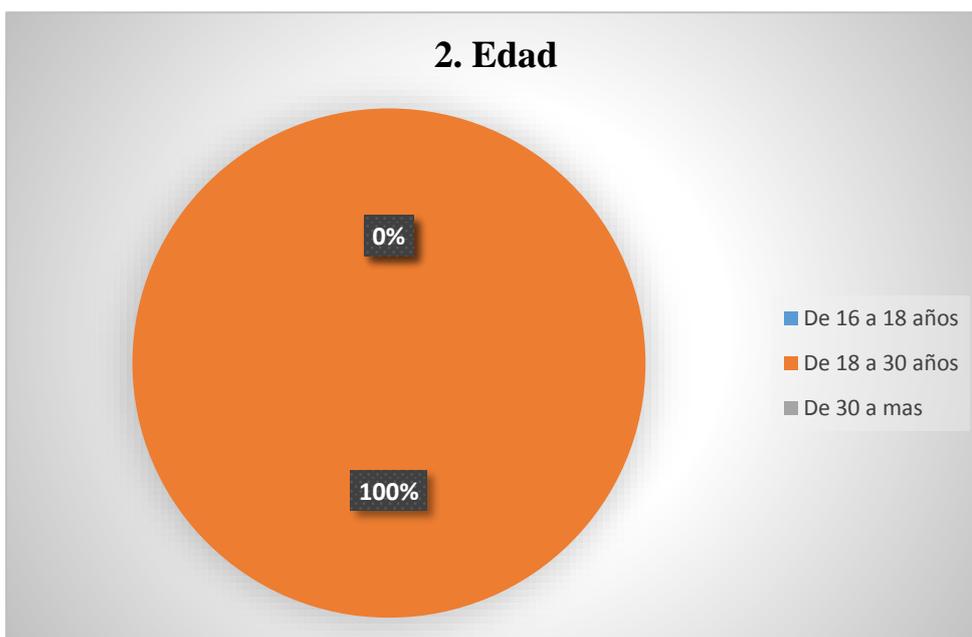
### Tabulación de la encuesta online

#### Ilustración 1. Pregunta 1 de la encuesta realizada

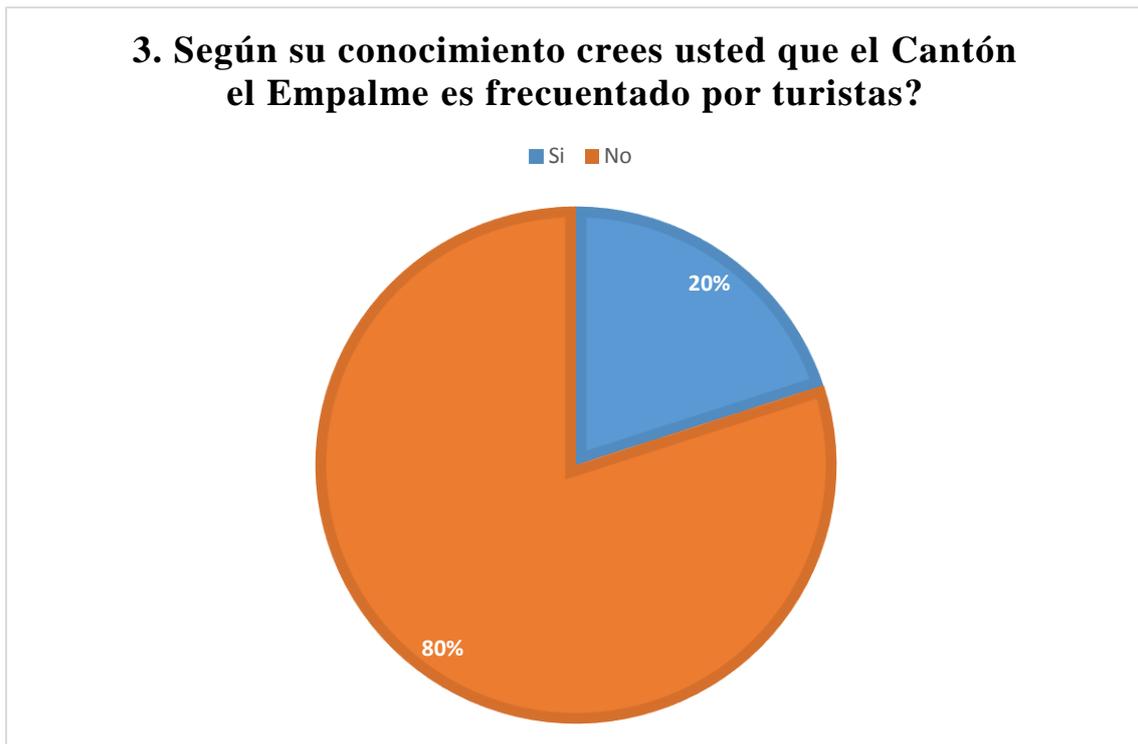


En la ilustración que nos muestra acerca de la encuesta realizada es que la mayor población es de mujeres con el 71% y la menor población es de hombre con el 29%

#### Ilustración 2. Pregunta 2 de la encuesta realizada

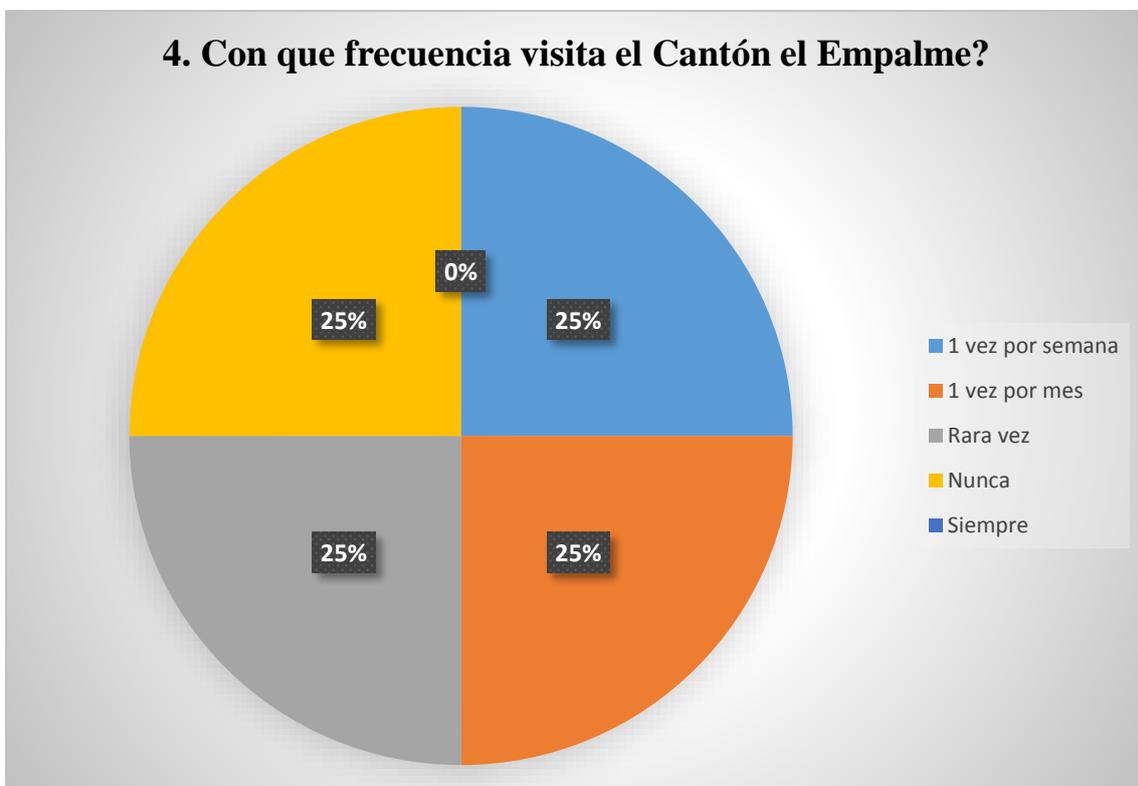


**Ilustración 3. Pregunta 3 de la encuesta realizada**  
En la encuesta realizada esta en el rango de 18 a 30 años



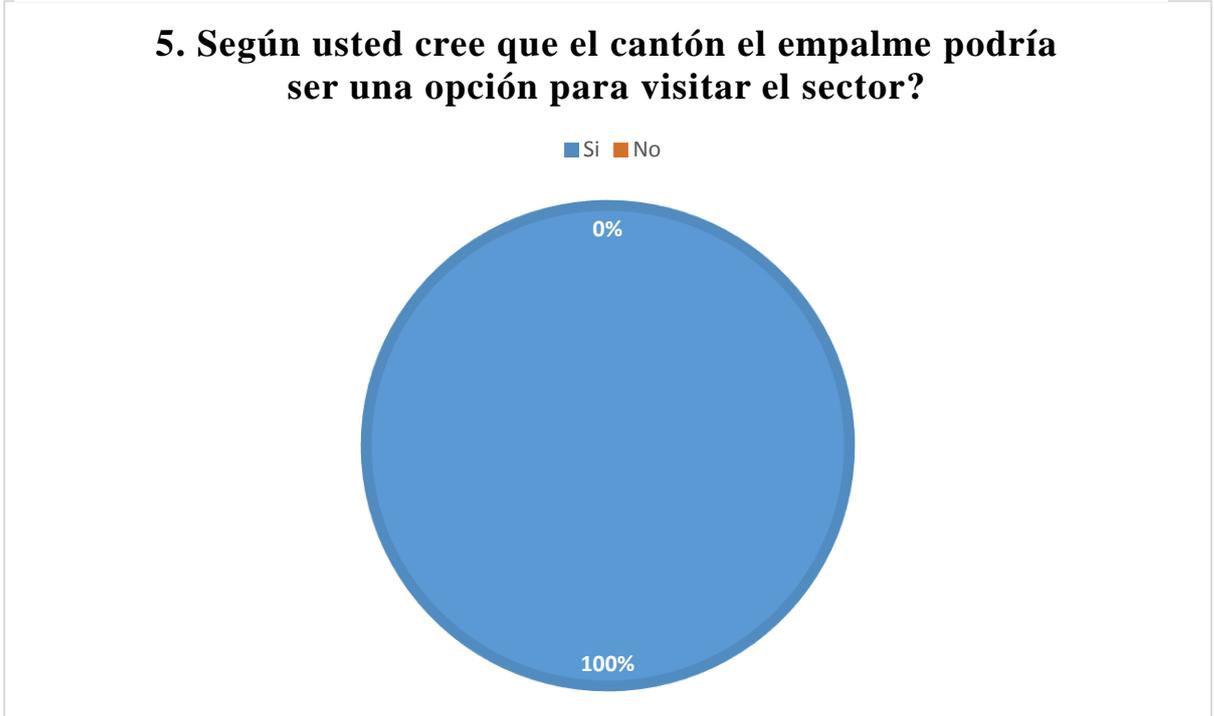
El 80% de personas aseguraron que si y el 20% aseguraron que aun falta mas publicidad

**Ilustración 4. Pregunta 4 de la encuesta realizada**



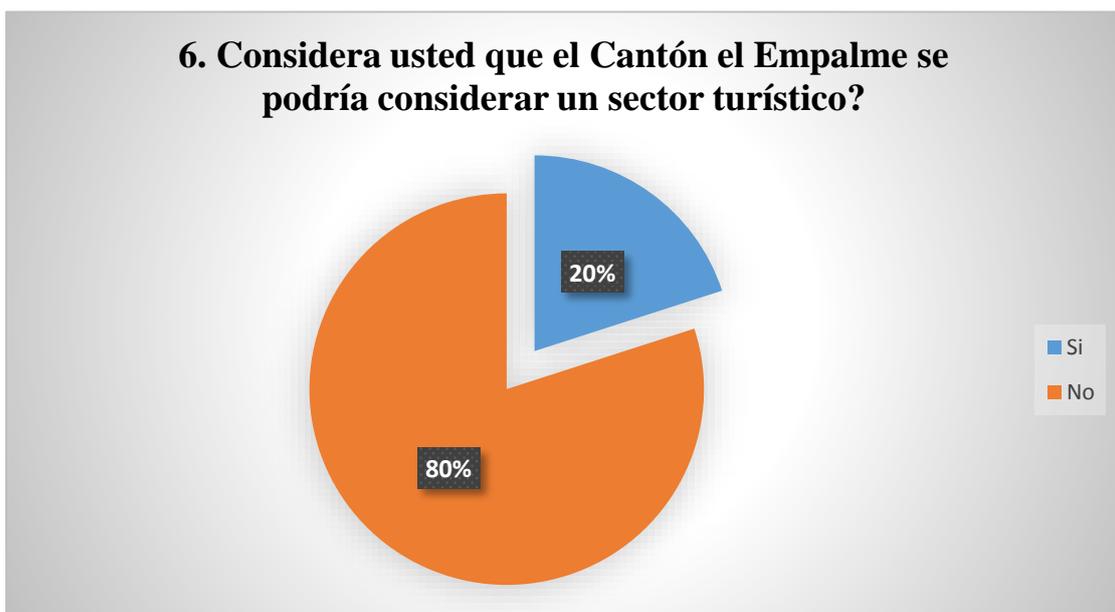
el 25% nunca lo visita el 25% una vez por semana el otro 25% una vez por mes y el restante del 25% rara la vez

**Ilustración 5. Pregunta 5 de la encuesta realizada**



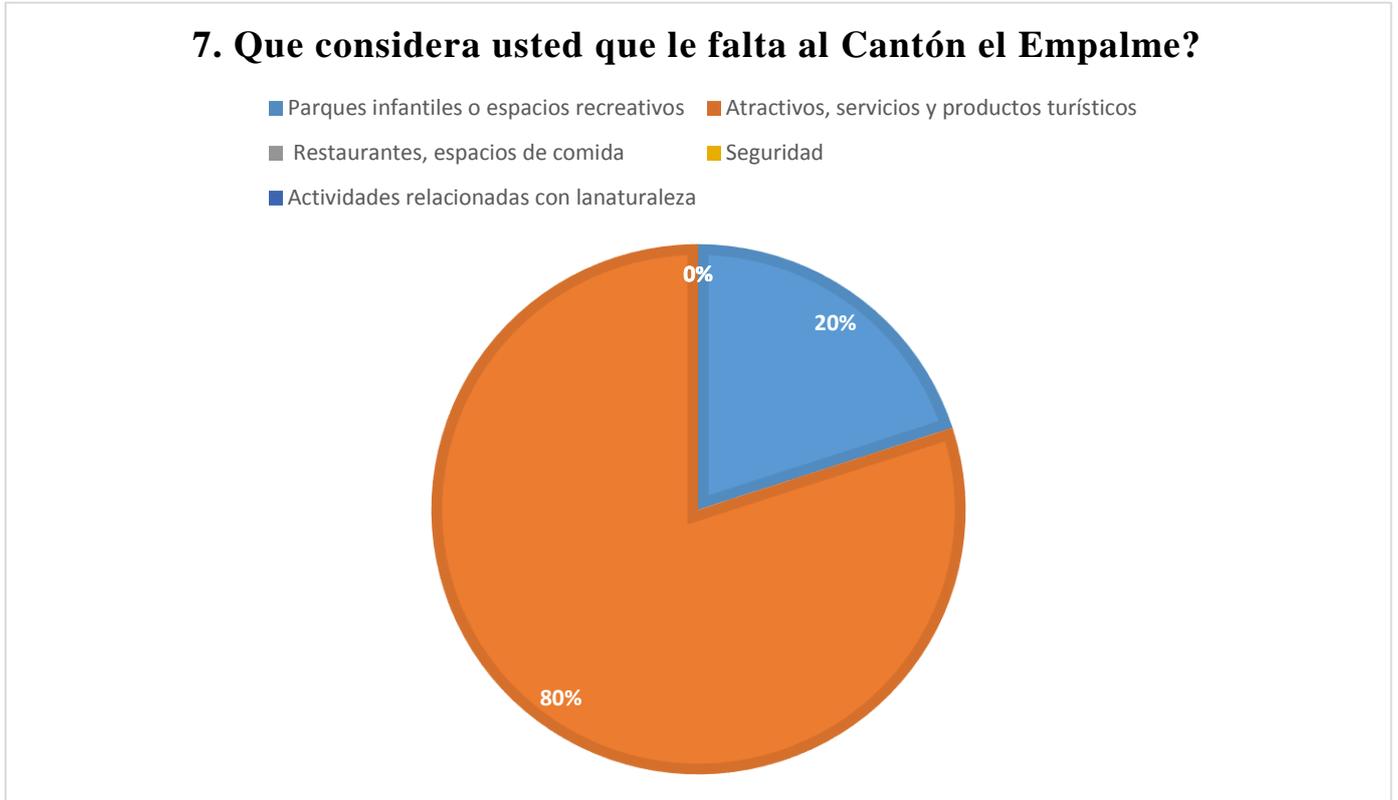
el 100% de las personas dijo que sería una buena opción visitar el sector del empalme

**Ilustración 6. Pregunta 6 de la encuesta realizada**



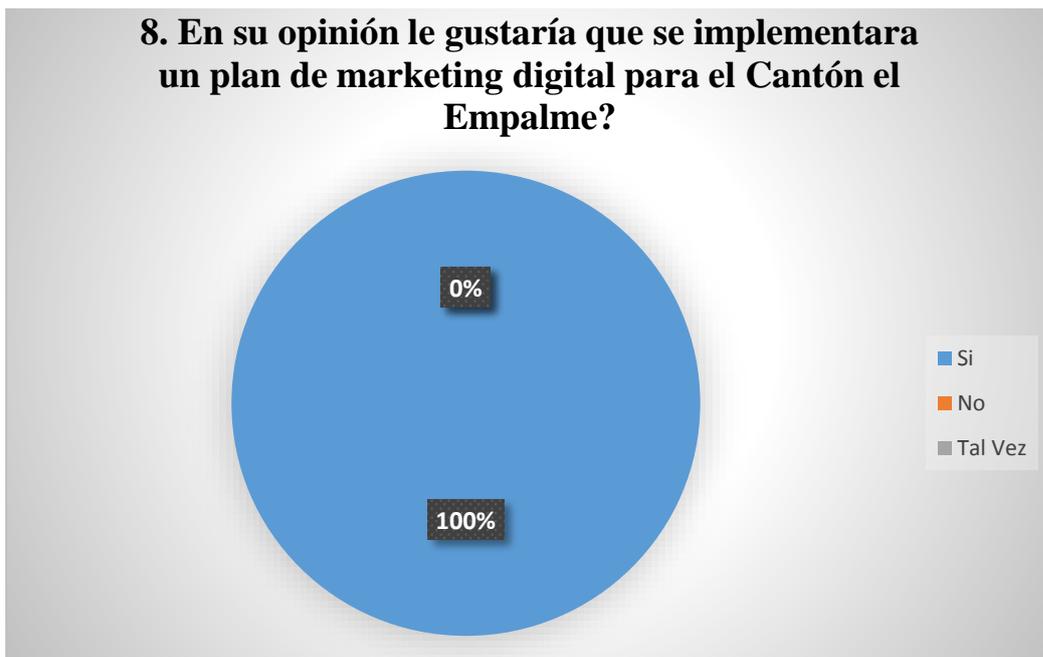
El 80% de personas considera que el cantón el empalme no esta acto para ser un sector turístico y el 20% si lo aprueba como una posibilidad

**Ilustración 7. Pregunta 7 de la encuesta realizada**



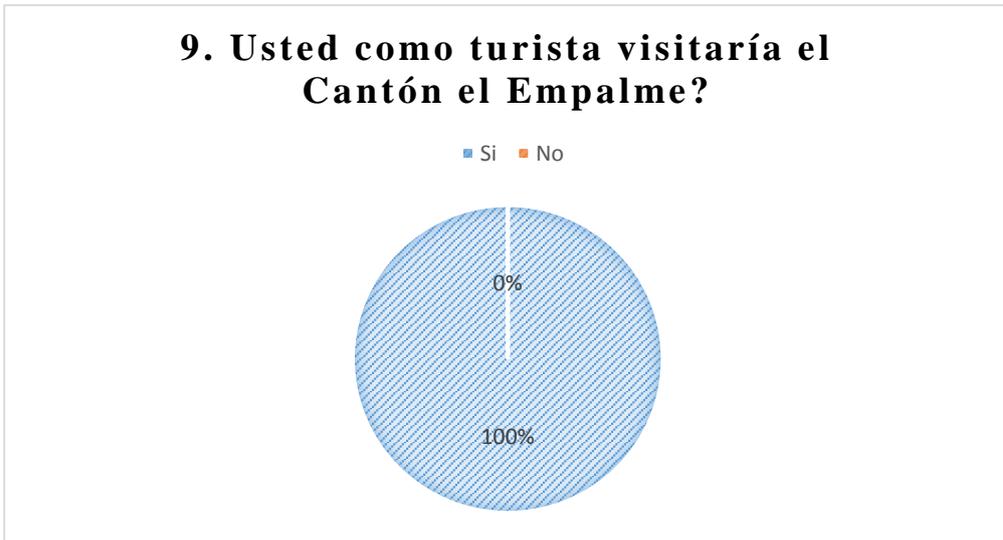
El 20% de personas están de acuerdo con espacios recreativos y el 80% para servicios y productos turísticos

**Ilustración 8. Pregunta 8 de la encuesta realizada**



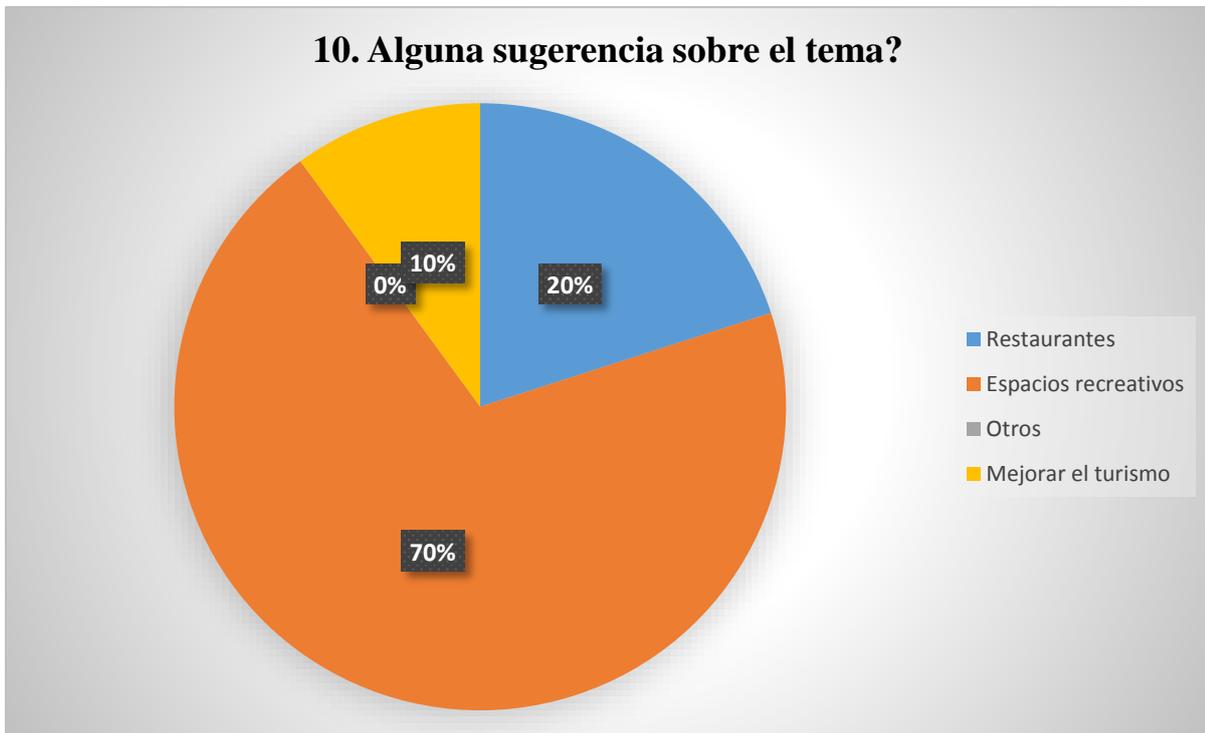
el 100% de personas estarían de acuerdo que se implemente un marketing digital para el cantón el empalme

**Ilustración 9. Pregunta 9 de la encuesta realizada**



La mayor parte de la población es decir el 100% estuvieron de acuerdo que si les gustaría

**Ilustración 10. Pregunta 10 de la encuesta realizada**



Algunas personas dieron a conocer sus necesidades por ejemplo el 20% desearía restaurantes el 70% les gustaría espacios recreativos y el 10% mejorar el turismo.