



**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 LICENCIADA EN:**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

PLAN DE PROMOCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DEL CANTÓN  
QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2022

**AUTORA:**

FIGUEROA MORÁN SUSANA VIVIANA

**TUTORA:**

Lcda. AMAYA DÍAZ INES YOLANDA, Msc

**QUEVEDO – LOS RÍOS - ECUADOR**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a toda mi familia, principalmente a mis padres, mi esposo, por su trabajo, confianza y sacrificio a lo largo de estos años, y gracias a ellos he logrado con éxito una de mis metas. A mis amigos, a pesar de todo lo que pasó en el camino, siempre han estado ahí.

Gracias a mis abuelos que me inculcaron buenos valores y me dieron consejos para nunca rendirme y lograr todo lo que me proponga. Estas personas han sido los pilares fundamentales de mi formación personal y profesional.

FIGUEROA MORÁN SUSANA VIVIANA

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al hombre que me ayudó con esta investigación, Dios, por darme la sabiduría para superar cualquier adversidad, el coraje para seguir enfrentando nuevos desafíos y la fe para cumplir mis anhelos y anhelos.

Agradezco a los profesores que me guiaron en mi tesis, ya todos los profesores que han hecho un gran aporte en cuanto a conocimiento y responsabilidad. Agradezco a quienes de alguna manera brindaron el apoyo necesario para continuar y lograr un feliz orgasmo con mis compañeros.

FIGUEROA MORÁN SUSANA VIVIANA

## RESUMEN

En algunos lugares del Ecuador, debido a la falta de información o publicidad de los atractivos turísticos, y a la poca difusión de los atractivos hace que las personas no se den cuenta de las bellezas ocultas dentro del país, por lo tanto, este problema surge por el desinterés y la poca organización en fomentar el desarrollo turístico de las diferentes escenarios naturales y culturales que proporciona la biodiversidad del Ecuador.

El propósito de este estudio es desarrollar un plan de promoción turística para el cantón Quevedo, de esta manera ayudará a mejorar su visión turística y a su vez promover el desarrollo socioeconómico de sus habitantes y de la ciudad en su conjunto. Se encontró que Quevedo cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos y actividades por desarrollar, y algunas que aún no han sido promovidas, pero que harán un aporte significativo a su industria turística.

Para la implementación del plan fue necesario realizar un análisis actual del turismo en el cantón, así como una investigación bibliográfica de sus atractivos y datos más importantes. El estudio se desarrolló a partir de métodos cualitativos y técnicas de encuesta para conocer las perspectivas del turismo de la ciudad Quevedo.

**Palabras claves:** Plan de promoción, imagen, turismo, Quevedo, influencia.

## **ABSTRACT**

In some places of Ecuador, due to the lack of information or publicity of tourist attractions, and the little diffusion of the attractions makes people do not realize the hidden beauties within the country, therefore this problem arises from the lack of interest and little organization in promoting tourism development of the different natural and cultural scenarios that provides the biodiversity of Ecuador.

The purpose of this study is to develop a tourism promotion plan for the canton of Quevedo, thus helping to improve its tourism vision and in turn promote the socioeconomic development of its inhabitants and the city as a whole. It was found that Quevedo has a large number of tourist attractions and activities to develop, and some that have not yet been promoted, but that will make a significant contribution to its tourism industry.

In order to implement the plan, it was necessary to conduct a current analysis of tourism in the canton, as well as a bibliographic research of its most important attractions and data. The study was developed using qualitative methods and survey techniques to learn about the perspectives of tourism in the city of Quevedo.

**Key word:** Promotion plan, image, tourism, Quevedo, influence.

## Índice

Resumen	IV
Abstract	V
Introducción	1
Capítulo I	2
1. Desarrollo	2
1.1. Justificación	2
1.2. Objetivo	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.3. Sustento teórico	4
1.3.1. Plan de promoción	4
1.3.2. Importancia de un plan de promoción	4
1.3.2.1. Estrategias de un plan promoción	5
1.3.3. Promoción turística	5
1.3.5. Elementos fundamentales para la promoción turística	5
1.3.6. Imagen de un destino turístico	6
1.3.7. Imagen del destino desde la perspectiva del turista	6
1.3.8. Citymarketing imagen o marca de la ciudad	7
1.3.9. Cantón quevedo o ciudad del rio	7
1.3.10. Turismo en la ciudad de quevedo	8
1.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información	9
1.4.1. Tipos de investigación	9
1.4.1.1. Investigación bibliográfica	9
1.4.1.2. Investigación descriptiva	9
1.4.2. Métodos de investigación	9

1.4.2.1. Método cualitativo	9
1.4.2.2. Método deductivo	9
1.4.3. Técnicas de investigación	10
1.4.3.1. Encuesta	10
Capítulo II	11
2. Resultados de la investigación	11
2.1. Desarrollo del caso	11
2.2. Situaciones detectadas	18
2.3. Soluciones planteadas	19
2.4. Conclusiones	20
2.5. Recomendaciones	21
2.6. Bibliografía	22
Anexos	24

# INTRODUCCIÓN

Durante décadas, la industria del turismo ha experimentado un continuo crecimiento y profundización en diversificar hasta convertirse en uno de los sectores económicos en crecimiento más rápido del mundo. El turismo mundial está íntimamente relacionado con el progreso constante al desarrollo social, económico y ambiental, enfocándose en las ventajas consecutivas que inciden para las futuras generaciones, por lo tanto, esta dinámica ha transformado al turismo en un motor clave al progreso socioeconómico.

El cantón Quevedo, conocida como la famosa ciudad del río, por su tierra fértil, la calidez de sus habitantes, los recursos naturales e históricos; que hacen de este cantón un lugar privilegiado para los elementos que adornan la provincia de Los Ríos. Este trabajo de investigación nació de la necesidad de promover el turismo en el cantón de Quevedo a través de un plan de promoción, con el fin de incrementar el turismo y la actividad económica.

Por lo expuesto, en la presente investigación se busca aportar con un plan de promoción para fomentar los lugares turísticos, promoviendo un proceso interactivo que incluya a los actores directamente relacionados con el turismo, para medir el crecimiento económico que tendría las parroquias del cantón, promoviendo una economía a gran escala en los lugares turísticos. Además, se destacarán mediante un plan de promoción la interacción de las comunidades y turistas dándose un beneficio recíproco, distinguiéndose y alcanzando una identidad propia a la autenticidad, respetando el ambiente, además de fomentar la conservación de la cultura local, ya que el turismo favorece el progreso socioeconómico, incentivando de manera doble un mejor manejo del patrimonio natural y cultural del cantón Quevedo.

El desarrollo de este proyecto tiene como objetivo determinar la importancia de un plan de promoción y su influencia en la imagen turística del cantón, por lo cual se busca potenciar las diferentes actividades que se pueden realizar en cada lugar, de dicha forma se determinara el uso adecuado de las herramientas para promover las atracciones turísticas de la ciudad.

# CAPÍTULO I

## 1. DESARROLLO

### 1.1. JUSTIFICACIÓN

La ejecución de la presente investigación está enfocada en usar los recursos para mejorar las condiciones, en esta situación al sector turístico, permitiendo inculcar la concientización y participación a los indicadores que permiten fomentar la administración de la promoción del turismo en la zona. Considerando que en el Ecuador se desarrolla el fortalecimiento a la promoción del turismo, ya que es un aporte fundamental a los ingresos económicos, que han permitido fortalecer y generar fuentes de trabajo para la misma población, por esta razón el cantón Quevedo debe fortalecer la actividad turística aprovechando su variedad en los paisajes y participar en la concientización a mejorar las condiciones turísticas para beneficio a la imagen turística, que se tiene como cantón.

Actualmente el mundo está pasando por una situación crítica que perjudica a los sectores, no obstante, el sector turístico del cantón Quevedo busca el crecimiento en la imagen turística del cantón como actor clave para promover la ciudad a la cual permitirá beneficios económicos, además de incentivar el desarrollo de tácticas a la difusión de contenidos por medio de las redes sociales, blogs o páginas web, teniendo en cuenta que los beneficiarios directos de esta indagación serán los pobladores del cantón, contribuyendo de forma significativa al desarrollo turístico al dar variedad y creatividad a las diferentes actividades turísticas del cantón.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como efectividad dar a conocer los atractivos turísticos del sitio planteado que posibilite agrandar su desarrollo turístico y crear fuentes de ingresos, estableciendo interacción social y económica. Lo que permite, esta investigación ser un aporte al cantón Quevedo, permitiendo que la imagen turística de a conocer su potencial por medio de un análisis consistente en la indagación de la ciudad.

## **1.2. OBJETIVO**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Desarrollar un plan de promoción para mejorar la influencia en la imagen turística del cantón Quevedo.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar las necesidades turísticas que inciden en la imagen turística del cantón Quevedo.
- Establecer estrategias para mejorar el desarrollo de la imagen turística del cantón Quevedo.
- Diseñar un tríptico promocional para mejorar la imagen turística del cantón Quevedo.

## **1.3. SUSTENTO TEÓRICO**

### **1.3.1. Plan de promoción**

En lo mencionado por Kerly Daniela León Alume en su trabajo titulado Plan de Promoción Turística para el Cantón Quevedo, provincia de Los Ríos citado manifiesta que el plan de promoción es un conjunto de elementos que incluyen ventas personales, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas, para generar una estructura coordinada del mensaje, la cual se lleva a cabo con la finalidad de relacionarse con el cliente, generar la confianza y credibilidad e incentivar y aumentar las ventas del producto (León Alume, 2018, pág 9).

De acuerdo al sitio web Marketing de Affde manifiesta que básicamente, esto significa que un plan de marketing puede incluir varios planes promocionales según la naturaleza de cada campaña de marketing, como el lanzamiento de un nuevo producto, así como la estrategia general de marketing de la empresa. En otras palabras, el plan promocional incluye una serie de tácticas de marketing y actividades promocionales que el equipo de marketing de la empresa deberá emprender (Marketing de Affde, 2020).

### **1.3.2. Importancia de un plan de promoción**

En su artículo El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente escrito por el autor Marlene Peñaloza manifestando que la importancia de un plan promocional es frente al dinamismo y complejidad de los mercados globalizados, el marketing no sólo se ha convertido en herramienta de gestión sino en una filosofía empresarial, en una actitud fundamental en el comportamiento de las organizaciones orientadas al mercado (Peñaloza, 2005, pág 74).

De acuerdo al artículo Patrimonio cultural del cantón Santa Elena y su influencia en los medios de difusión turísticas escrito por los autores Álvarez, Benavides, Cedeño, & Bricio menciona que la promoción es una información proporcionada por los medios de difusión, hoy en día tiene una connotación relevante e insustituible, ya que es una forma de transmitir las diferentes bondades de los destinos turísticos, constituyéndose en una vía directa para

comunicar las diferentes características de un lugar, permitiendo así que el turista tenga un mayor nivel de satisfacción al momento de escoger un destino (Álvarez- Plua et al., 2018, pág 31).

### **1.3.2.1. Estrategias de un plan promoción**

De acuerdo al artículo estrategias comunicacionales en el sector turístico escrito por los autores Navarro, Almaguer, Moreno & Hernández manifiestan en la conclusión que en el ámbito del sector turismo, la comunicación es un elemento esencial en la interacción de sus diferentes componentes para poder generar acciones comunicativas, que conlleven a relacionar necesidades del consumidor con la satisfacción de las mismas; estas acciones representadas por estrategias comunicativas (Navarro Celis et al., 2020, pág 90).

### **1.3.3. Promoción turística**

Según el autor León Alume basado por la tesis Plan de Promoción turística para el cantón Quevedo manifiesta en la conclusión que la promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas del marketing describiendo los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. La promoción de un destino es como comunicar a los potenciales 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 de ir a visitarlo (León Alume, 2018, pág 9).

### **1.3.5. Elementos fundamentales para la promoción turística**

- **Publicidad:** Es una de las actividades que se pueden desarrollar en distintas organizaciones para comunicarse con el exterior de estas. De ahí que pueda adaptarse el proceso comunicación a la publicidad, donde el emisor sería el anunciante, el mensaje el anuncio, el medio los medios masivos y el receptor el público objetivo (León Alume, 2018, pág 10).
- **Materiales de apoyo:** Los materiales impresos sirven como apoyo para una excelente promoción para cualquier tipo de empresa, ya que brinda información clave sobre la

compañía, la presentan desde sus componentes gráficos y se establece una relación directa entre la institución y el público. (León Alume, 2018, pág 10).

- **Relaciones públicas:** Las relaciones públicas son una herramienta de la promoción que permite e influye en las decisiones de adquisición del consumidor o cliente prospecto, mediante el uso de técnicas idóneas, para dar a conocer el producto o servicio que la empresa oferta, generando una imagen positiva de la imagen institucional del producto (León Alume, 2018, pág 11).

### **1.3.6. Imagen de un destino turístico**

De acuerdo al artículo de revista titulado Imagen de destino turístico: Ilhéus/BA la perspectiva de visitantes y moradores escrito por los autores Domínguez & Sevilha manifiesta que la imagen de un destino turístico se puede medir tanto a partir de las impresiones de los visitantes como de los residentes. La literatura indica, sin embargo, que existen diferencias entre las percepciones de estos actores turísticos, y cuanto mayor es la interacción o conocimiento sobre el destino, más precisa es esta imagen que se tiene del lugar (Dominguez Santana & Sevilha Gosling, 2018, pág 70).

Según el artículo de revista titulado Importancia de la imagen de un destino turístico para su sostenibilidad: Caso Cartagena de Indias escrito por los autores Alvarado, Cifuentes & Osorio indicando que teóricamente se fundamenta desde el concepto que tiene el poder de la imagen que ofrece un destino, por este motivo es interesante la imagen que en el país y en el exterior se tenga para decidir qué destino turístico se quiere escoger (Alvarado Utria et al., 2017, pág 75).

### **1.3.7. Imagen del destino desde la perspectiva del turista**

De acuerdo al artículo Imagen del destino desde la perspectiva del turista escrito por los autores Castro, Palacios & Plazarte indica que la imagen facilita distinguir un destino de otro esta se forma en función del pensar, sentir, asociar, percibir e informar del visitante, la imagen es un conjunto de creencias, ideas, impresiones, expectativas, conocimientos, sentimientos y

pensamientos emocionales que la persona posee acerca del destino. Para que un destino turístico sea reconocido en un mercado competitivo su imagen ha de llamar la atención del viajero. (Castro Analuiza et al., 2020, pág 64).

### **1.3.8. Citymarketing imagen o marca de la ciudad**

De acuerdo a la tesis titulada Plan de promoción turística para el cantón Quevedo, escrita por el autor León Alume manifestando que la planificación estratégica es la base para elaborar un plan de Citymarketing y un instrumento fundamental para crear la imagen de una ciudad a partir de la definición y concreción del modelo de urbe deseado, de su visión del futuro. La imagen de marca es lo que va a definir una ciudad, de ahí que haya que proyectar una imagen coherente con el modelo de urbe. (León Alume, 2018, pág 20).

### **1.3.9. Cantón Quevedo o ciudad del río**

De acuerdo a la tesis titulada Investigación y evaluación sobre las actividades de promoción turística, con el fin de elaborar un plan de promoción turística en la ciudad Quevedo escrito por el autor Pacheco Vila Otto Salomón el cual menciona que Quevedo más conocida como la ciudad del río, se encuentra ubicada en la costa ecuatoriana, perteneciente a la provincia de Los Ríos, es considerada como la novena ciudad más importante del Ecuador. Esta ciudad es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia, constituyéndose como uno de los puertos fluviales más importante del país. El nombre del cantón Quevedo se debe al Sr. Timoteo Quevedo, en el año de 1938 penetra en las escabrosas y vírgenes 21 montañas, con el objetivo de realizar unas mediciones y levantar los planos de este sector conocido con los nombres de pasaje y alto palenque (Pacheco Vila, 2017, pág 20).

Según Pacheco Vila menciona que los habitantes de la ciudad se caracterizan por ser personas amables, entregadas, trabajadoras, con muchas ganas de triunfar. Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural. En las calles se puede observar distintas manifestaciones públicas; al recordar anécdotas de vivir pasado y leyendas con costumbres que están presentes hasta en las actuales generaciones (Pacheco Vila, 2017, pág 20).

### **1.3.10. Turismo en la ciudad de Quevedo**

De acuerdo al sitio web Ecuador turístico menciona que Quevedo es una ciudad turística de Ecuador, Quevedo está ubicada en la costa ecuatoriana, en la Provincia de Los Ríos. La ciudad de Quevedo se constituye como uno de los puertos fluviales más importantes del país. Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural. En las calles se puede observar distintas manifestaciones públicas; al recordar anécdotas del vivir pasado y leyendas con costumbres que están presentes hasta en las actuales generaciones (Ecuador turístico, 2015).

De acuerdo al sitio web Ecuador turístico menciona que en los alrededores de la ciudad de Quevedo se puede encontrar varios sitios turísticos, como el Parque Central, el Malecón y el terminal terrestre que es construido con una infraestructura moderna. También Quevedo invita a los turistas nacionales y extranjeros a disfrutar de la exquisita cocina quevedeña, en donde podrán encontrar la inmensa variedad de platos típicos de la zona y de las delicias internacionales (Ecuador turístico, 2015).

De acuerdo al sitio web Quevedo, la ciudad del río escrito por Larrera Edson menciona que la ciudad de Quevedo busca desarrollarse en el campo de la actividad turística sacando ventaja debido a su ubicación geográfica como un destino emergente, el turismo para Quevedo constituye también una significativa fuerza económica para el cantón, (Larrera, 2020).

## **1.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **1.4.1. Tipos de investigación**

#### **1.4.1.1. Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica aplicada se recopiló a través del uso de materiales como libros, publicaciones, revistas, internet y trabajos investigativos similares al estudiado; mediante la cual se busca adquirir información relevante a la información planteada al tema investigado promoción turística.

#### **1.4.1.2. Investigación descriptiva**

Mediante la investigación se ha recolectado información cuantitativa, la cual podrá ser analizada y descrita para comprender el área de promociones que podrá captar la atención de los residentes de la ciudad de Quevedo y futuros turistas.

### **1.4.2. Métodos de investigación**

#### **1.4.2.1. Método cualitativo**

Los métodos de investigación son las herramientas que nos brindan las herramientas necesarias para buscar soluciones a los problemas de investigación a través del desarrollo de este trabajo. En este sentido, los métodos aplicados en la investigación son cualitativos al igual que las aplicaciones deductivas en la recolección de datos con el fin de analizar la información obtenida a través de investigaciones detalladas y así facilitar su desarrollo.

#### **1.4.2.2. Método deductivo**

Mediante la aplicación de la encuesta se permite analizar los criterios de los diferentes habitantes de la ciudad, en este sentido se aplicó un análisis que permite identificar la capacidad de los diferentes problemas que enfrentan las ciudades y evaluar los resultados favorables para los ciudadanos y propietarios.

### **1.4.3. Técnicas de investigación**

#### **1.4.3.1. Encuesta**

La técnica de investigación aplicada para recolectar la información es una encuesta en la que se aplicó a una muestra de 50 personas de la población económicamente activa de la ciudad de Quevedo (PEA), entre turistas y vecinos de la ciudad, mediante un cuestionario aplicado que consta de 10 preguntas, a través de Google Forms con el fin de obtener resultados veraces para el desarrollo del tema estudiado.

## CAPÍTULO II

### 2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Desarrollo del caso

La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo o también conocida como la ciudad del Río en la cual se pudo analizar la situación actual del cantón, y de esta forma constatar de la afectación significativa al desarrollo socioeconómico de la ciudad y por ende a las actividades turísticas debido a la incidencia que ha provocado la pandemia a causa del covid-19. Sin embargo, con el tiempo, gracias a la gestión del GAD municipal del cantón Quevedo, su aspecto ha mejorado considerablemente, lo que ha hecho que la ciudad sea cada vez más visitada. Así, además de mejorar la imagen de Quevedo, se trata de determinar qué limitaciones tienen los turistas a la hora de visitar la ciudad.

Se determina que es factible promover la imagen turística a través de un plan de promoción que influyan en la misma, el cual permitirá realizar diversas actividades que beneficien el desarrollo del sector y la imagen turística, así mismo servirá de apoyo para futuros proyectos a las organizaciones públicas y privadas, de tal modo a las instituciones educativas con el fin de obtener una nueva visión y prosperidad a la ciudad del Río, encaminadas a mejorar la calidad de vida de los turistas.

Se identificó las necesidades turísticas del cantón Quevedo, por lo que se determina el beneficio oportuno al desarrollo económico y social con el fin de mejorar las actividades turísticas, lo cual beneficiara a la imagen del cantón para ello se debe plantear estrategias tácticas capacitaciones del personal y comunidad permitiendo establecer los factores claves para un plan de promoción turística.

Mediante aquello para el desarrollo de la investigación, se utilizó la técnica encuesta que se encarga de recopilar los resultados, la cual se aplicó a 50 personas mediante en línea a través de

la herramienta Google forms. Las aplicaciones de las encuestas permitieron conocer el punto de vista de las personas encuestadas, un gran porcentaje contestó que es indispensable el desarrollo de un plan de promoción turística para potenciar la ciudad Quevedo, además se determinó, a través de qué medio se puede llegar a aplicar la información turística permitiendo fomentar la adecuada promoción para tener un mayor impacto turístico.

El presente cuestionario de encuesta consta de diez preguntas cerradas con múltiples opciones, a la cual los encuestados pueden elegir respuestas según sus propios criterios para realizar la encuesta en línea a través de una herramienta de google.

*Tabla 1 Formulario de encuesta*

N°	PREGUNTAS
<b>1</b>	¿Conoce usted el cantón Quevedo?
<b>2</b>	¿Con qué frecuencia visita el cantón Quevedo?
<b>3</b>	¿Cuál es su principal motivación para visitar el cantón Quevedo?
<b>4</b>	¿Ha recibido información turística del cantón?
<b>5</b>	¿A Través de qué medio cree usted que debería fomentarse la información turística?
<b>6</b>	¿Cree usted que el cantón Quevedo cuenta con recursos turísticos útiles para el posicionamiento turístico?
<b>7</b>	¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos que posee el cantón Quevedo?
<b>8</b>	¿Considera que es indispensable el desarrollo de un plan de promoción turística para potenciar la ciudad Quevedo?
<b>9</b>	¿Cree usted que la ejecución de un plan de promoción turística aportará económicamente a los prestadores de servicios informales e indirectos al turismo?
<b>10</b>	¿Considera usted que al implementar un plan de promoción se mejorará la imagen turística de la ciudad?

**Elaborado por:** Figueroa Morán Morán Susana

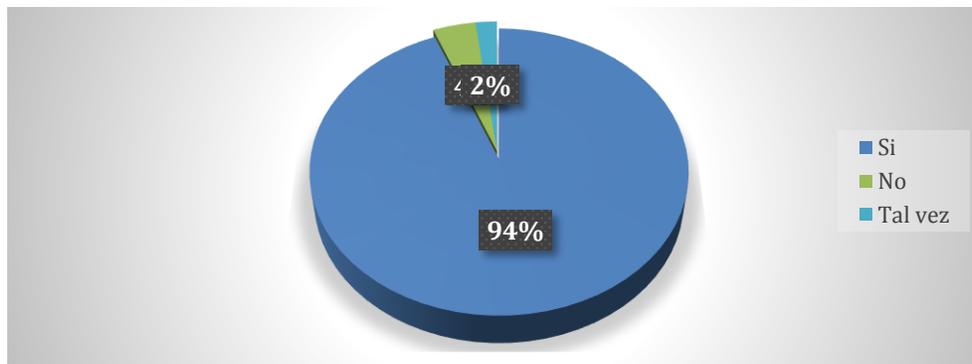
## Tabulación de las encuestas

### Pregunta 1.- ¿Conoce usted el cantón Quevedo?

**Análisis:** Mediante los resultados obtenidos se da a conocer que el 94% de los encuestados conocen el cantón Quevedo mientras que el 4% manifestó que no conoce dicha ciudad turística y el 2% de los encuestados manifiestan que tal vez.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 1



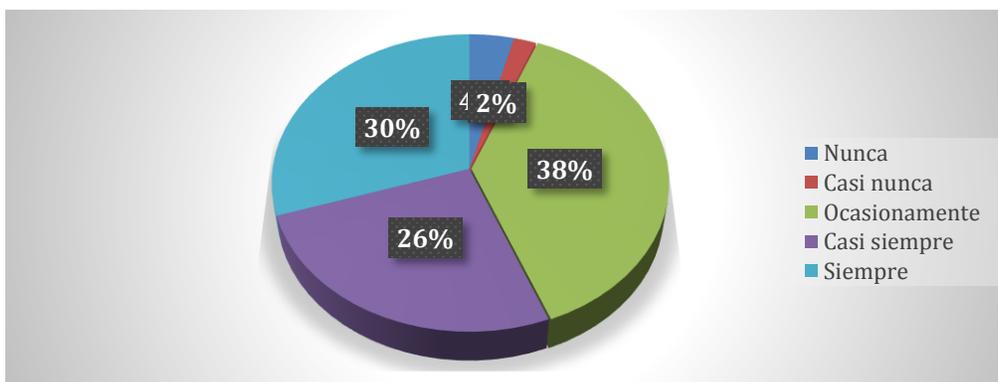
Elaborado por: Susana Figueroa Morán

### Pregunta 2.- ¿Con que frecuencia visita el cantón Quevedo?

**Análisis:** Según los datos obtenidos de los encuestados el 38% de las personas han visitado ocasionalmente la ciudad Quevedo, del mismo modo el 30% de los encuestados visitan con más frecuencia Quevedo, lo que significa una aportación al cantón.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 2



**Elaborado por:** Susana Figueroa Morán

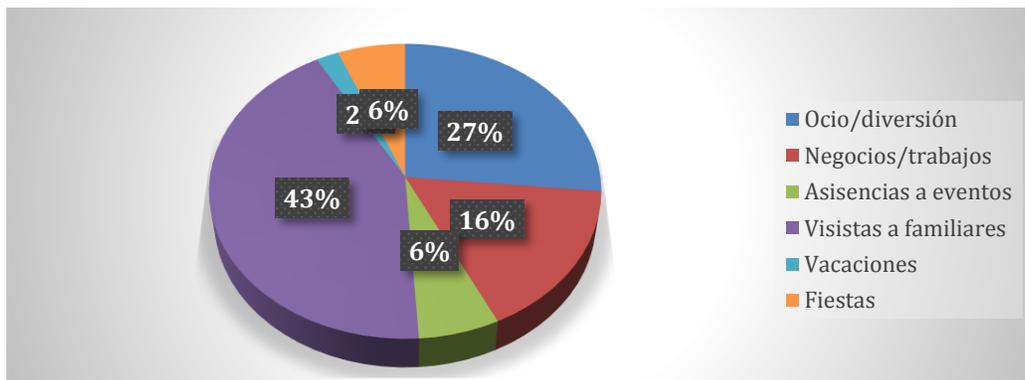
**Pregunta 3.-** ¿Cuál es su principal motivación para visitar el cantón Quevedo?

**Análisis:** De acuerdo a los resultados obtenidos el 43% de los encuestados visitan la ciudad Quevedo por visitas a familiares, sin embargo, el 2% de las personas visitan Quevedo como lugar de vacaciones.

*Fuente: Encuesta online*

*Gráfico 3*

**Elaborado por:** Susana Figueroa Morán

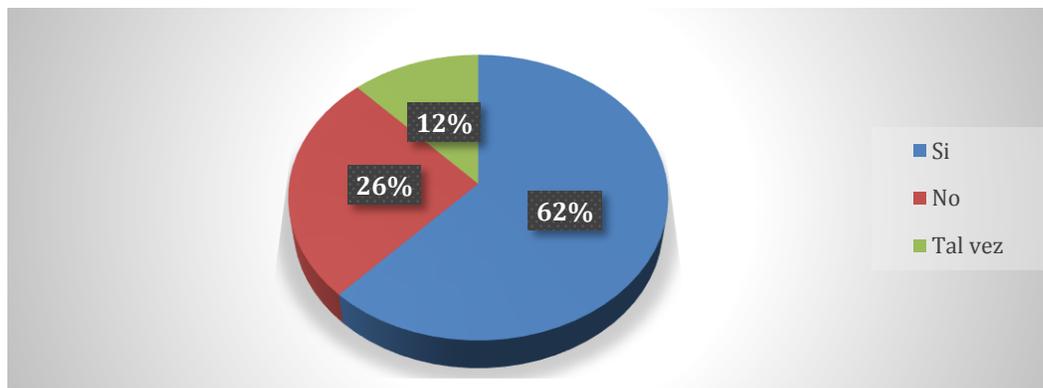


**Pregunta 4.-** ¿Ha recibido información turística del cantón?

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, sólo el 27% de los encuestados han recibido información turística de la ciudad Quevedo, mientras que el 11% dice que no, el 62% dice que tal vez, lo que demuestra una incidencia al desconocimiento a las personas aledañas y cercanas.

*Fuente: Encuesta online*

*Gráfico 4*



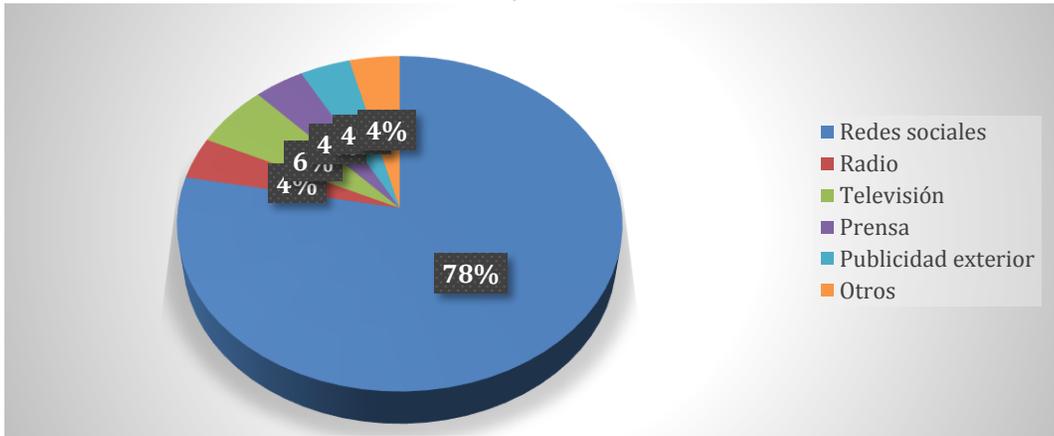
**Elaborado por:** Susana Figueroa Morán

**Pregunta 5.-** ¿Atraves de que medio cree usted que debería fomentarse la información turística?

**Análisis:** Los resultados muestran que el 78% de los encuestados consideran a través de las redes sociales se debería fomentar la información turística en la ciudad de Quevedo, mientras que el 6% dijo que era la televisión y 2% dijeron que no.

*Fuente: Encuesta online*

*Gráfico 5*



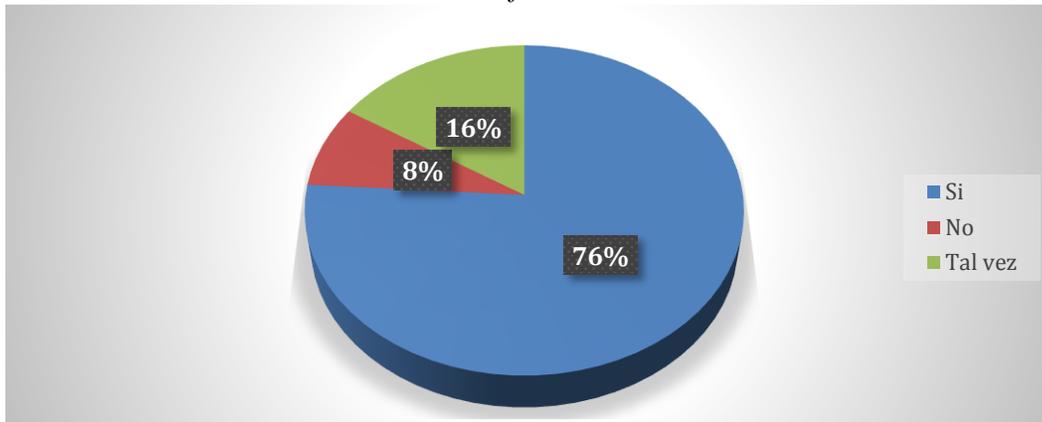
**Elaborado por:** Susana Figueroa Morán

**Pregunta 6.-** ¿Cree usted que el cantón Quevedo cuenta con recursos turísticos útiles para el posicionamiento turístico?

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, sólo el 76% de los encuestados mencionan que el cantón cuenta con recursos turísticos útiles para potenciar, mientras que el 8% dice que no y el 16% dice que tal vez.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 6



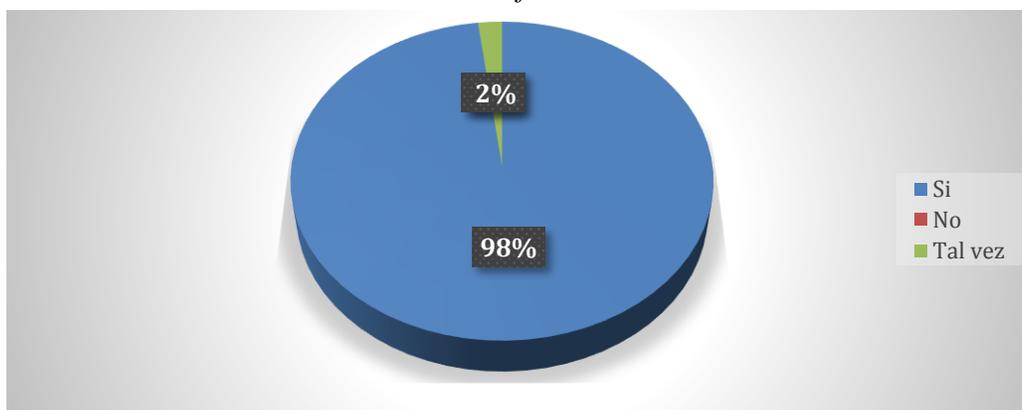
Elaborado por: Susana Figueroa Morán

**Pregunta 7.-** ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos que posee el cantón Quevedo?

**Análisis:** En esta pregunta se ha evidenciado que el 98% de los encuestados le gustaría visitar los atractivos turísticos que posee el cantón Quevedo, mientras que el 2% consideran que tal vez les gustaría visitar dicha ciudad.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 7



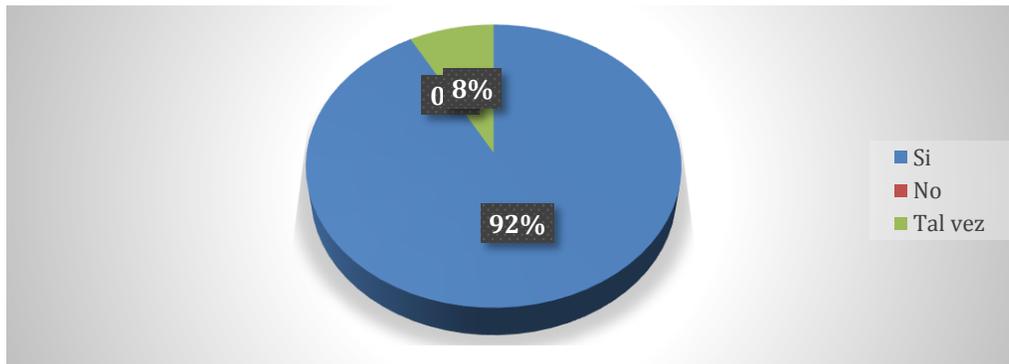
Elaborado por: Susana Figueroa Morán

**Pregunta 8.-** ¿Considera que es indispensable el desarrollo de un plan de promoción turística para potenciar la ciudad Quevedo?

**Análisis:** El 92% de los encuestados consideran que es indispensable el desarrollo de un plan de promoción turística para potenciar el cantón, mientras que el 8% mencionan que tal vez.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 8



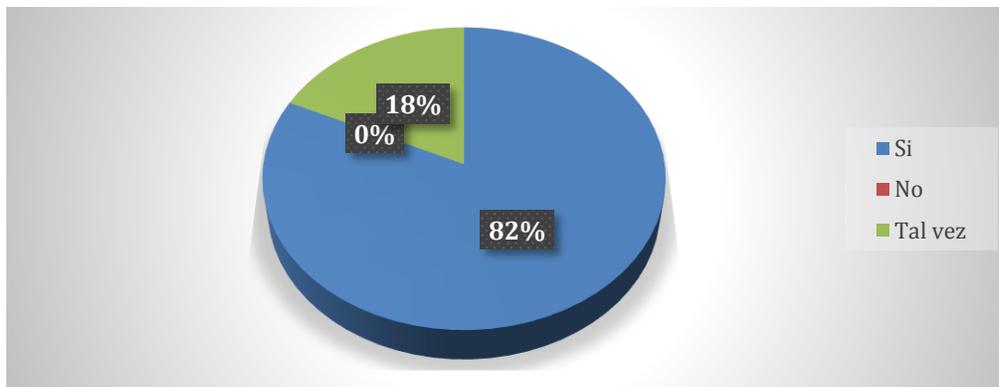
Elaborado por: Susana Figueroa Morán

**Pregunta 9.-** ¿Cree usted que la ejecución de un plan de promoción turística aportará económicamente a los prestadores de servicios informales e indirectos al turismo?

**Análisis:** El 82% de los encuestados mencionan que sí es importante la ejecución de un plan de promoción turística para los prestadores de servicios informales e indirectos al turismo, sin embargo, el 18% consideran que tal vez aportaría dicho beneficio.

Fuente: Encuesta online

Gráfico 9



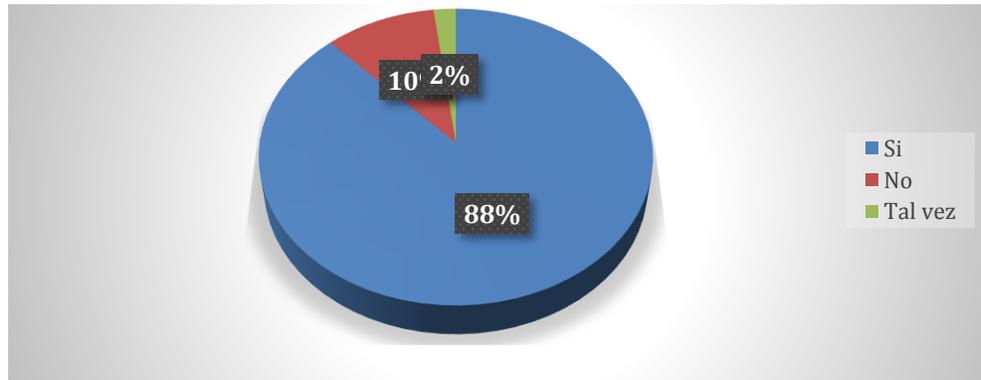
Elaborado por: Susana Figueroa Morán

**Pregunta 10.-** ¿Considera usted que al implementar un plan de promoción se mejorará la imagen turística de la ciudad?

**Análisis:** De acuerdo a los resultados el 88% de las personas encuestadas considera que si es necesario implementar un plan de promoción para la mejora de la imagen turística, del mismo modo el 10% dicen que no y el 2% mencionan que tal vez.

*Fuente: Encuesta online*

*Gráfico 10*



**Elaborado por:** Susana Figueroa Morán

## 2.2. Situaciones detectadas

Mediante la investigación realizada se pueden encontrar varios ejemplos de cómo un plan de promoción puede influir en la imagen turística del sector con el fin de comprender medidas alternativas para promover el turismo a través de la comunicación digital.

- ✓ Se identificó que Quevedo cuenta con una gran variedad de atractivos y actividades turísticas, no es muy reconocido a nivel nacional debido, a que muchas personas y operadores turísticos, no conocen los atractivos de la misma ciudad lo que incide en la desorientación de las prestaciones turísticas.
- ✓ También se encontró que muchos turistas no tenían una buena impresión del cantón debido al trato de varios establecimientos, preocupaciones por la seguridad ciudadana y una disminución en la participación de agencias de viajes comprometidas a operar en la misma ciudad.
- ✓ La realización de la encuesta en línea es fundamental para obtener el porcentaje de personas que conocen los atractivos turísticos del cantón Quevedo, y qué medios consideran los más adecuados para la promoción turística del sector.

### 2.3. Soluciones planteadas

Analizando los resultados de este tema planteado a la investigación, se proponen las siguientes soluciones:

- ✓ Fomentar estrategias a la mejora de la imagen turística del sector ya sea de manera directa o indirectamente, para aquello se busca el desarrollo de diversas estrategias publicitarias para promocionar los atractivos de Quevedo, por lo tanto, una de las estrategias es la actualización de publicaciones con contenido creativo e innovador que influya en las valoraciones del atractivo y críticas positivas para ayudar a la toma de decisiones de las personas.
- ✓ Incentivar la participación de diversas agencias locales de turismo y promover el desarrollo de diversas actividades turísticas, con la ayuda de las entidades pertinentes, tomando en cuenta las recomendaciones sobre cómo mejorar la seguridad de los diferentes atractivos turísticos.
- ✓ Motivar al desarrollo de diferentes talleres de participación ciudadana a través de actividades de divulgación propuestas para promover el perfil turístico a través de programas de divulgación que contarán con motivos e invitaciones para los residentes y visitantes del cantón.

## 2.4. Conclusiones

La presente investigación se concluye que la industria turística de Quevedo se ha visto afectado, pero se cree que a pesar de las situaciones de los habitantes del sector se ha logrado gestionar diferentes actividades turísticas y comerciales, que permite de dicha forma el acorde con las nuevas normativas para su desarrollo, debido a la pandemia y sus consecuencias, a pesar de aquello se determina que el cantón Quevedo existe una creciente demanda turística esto a consecuencia de las nuevas organizaciones y gestiones a la nueva administración, sin embargo aún existe una deficiente promoción turística de los atractivos, por lo tanto no se ha logrado el interés esperado por visitar este lugar.

Otro punto de interés es la actividad turística del cantón lo que ha logrado significativamente un crecimiento en los últimos años el nuevo alcalde electo, ha demostrado a través de esfuerzos ordenar, reactivar y promover el turismo en el sector demostrado mejoras en la infraestructura turística y la organización de programa de eventos para residentes locales, pero también para turistas.

Mediante los resultados obtenidos a la investigación se logró identificar como las necesidades turísticas han permitido fortalecer el sector turístico, lo cual inciden en la actividad turística, infraestructura, servicio, información que propicie mejorar la imagen turística del cantón Quevedo, para aquello se establece estrategias que fortalezcan el desarrollo turístico, tales que permitan el beneficio oportuno a los habitantes y visitantes al cantón, otros de los objetivos planteados a la investigación se enfoca en diseñar un tríptico promocional el cual incide en la difusión de los lugares más representativos, así como las actividades como mayor interacción para los visitantes. Puede determinar la importancia de desarrollar un plan de promoción, la cual se basa en promover el desarrollo de actividades organizadas y planificadas acorde a las necesidades del individuo e incluso de las instituciones privadas o públicas dentro del ámbito turístico esto facilitará la gestión del GAD Municipal ya que habrá una mejor visión a la situación actual y la finalidad especificada en la ejecución.

## **2.5. Recomendaciones**

Se recomienda aprovechar la existente demanda turística del sector determinado, la promoción turística de la ciudad Quevedo busca estimular el entusiasmo de los turistas, impulsando así el desarrollo de la región con una imagen turística capaz de solventar todas las necesidades del visitante.

Difundir información sobre cada uno de los atractivos a través de los medios de mayor aceptación y dar a conocer la belleza que tiene este atractivo turístico ya que cuenta con balnearios fluviales, canchas deportivas, espacios deportivos propios de la industria, y entre otras actividades turísticas por lo tanto, promocionarlo adecuadamente para evitar que los turistas se vayan del cantón en busca de actividades y entretenimiento, es muy importante encontrar formas de mejorar el desarrollo económico de Quevedo.

Se considera necesario fomentar el desarrollo turístico del cantón Quevedo como una obligación social demográfica, en la cual el sector turístico busca ofrecer una percepción diferente a lo conocido bajo la responsabilidad de todos brindando confianza y seguridad a los turistas. Al implementar un plan de promoción, es necesario diseñar una estrategia que garanticen una adecuada difusión de las actividades rurales y turísticas, por ello, se deben proponer nuevas herramientas de comunicación que faciliten y difundan los atractivos y actividades que ofrece el turismo en todas sus áreas. Finalmente, se recomienda la implementación de un plan de promoción turístico, lo que permite propiciar a la ciudad de Quevedo a estándares nacionales de esta manera fomentar los atractivos, actividades turísticas, alimentación, etc.; a su vez contribuye al desarrollo socioeconómico y a inculcar una nueva visión a la imagen del cantón y sus habitantes.

## 2.6. BIBLIOGRAFÍA

Alvarado Utria, Cifuentes Cifuentes, E., & Osorio Garrido, L. (2017). Importancia de la imagen de un destino turístico para su sostenibilidad: Caso Cartagena de Indias. *TEACS*, 9(20), 75. <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/764>

Álvarez- Plua, H., Benavides- Benítez, V., Cedeño-Pinoagorte, J., & Bricio-Samaniego, K. (2018, December 12). Patrimonio cultural del Cantón Santa Elena y su influencia en los medios de difusión turísticos. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación, Vol. VI No.2 (Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación)*, 6(2), 31. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v6i2.243>

Castro Analuiza, J. C., Palacios Pérez, J. M., & Plazarte Alomoto, L. V. (2020). Imagen del destino desde la perspectiva del turista. *Turismo y sociedad*, 26(2), 64. 10.18601/01207555.n26.02

Dominguez Santana, L., & Sevilha Gosling, M. (2018). Imagem de destino turístico: Ilhéus/BA na perspectiva de visitantes e moradores. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(2), 70. <https://doi.org/10.18472/cvt.18n2.2018.1301>

Ecuador turístico. (2015, Febrero). *Turismo en Quevedo*. Ecuador turístico. <https://www.ecuador-turistico.com/2015/02/turismo-en-quevedo.html>

Larrera, E. (2020, Febrero 8). *Quevedo, la ciudad del río que busca emerger en turismo*. Escafandra Magazine. <https://www.escafandra.news/quevedo-la-ciudad-del-rio-que-busca-emerger-en-turismo/>

León Alume, K. D. (2018). *UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO*. Plan de promoción turística para el cantón Quevedo, provincia de los Ríos año 2018. Retrieved March 20, 2022, from <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/4065/1/T-UTEQ-0081.pdf>

Loor Villavicencio, L. A. (2021, Febrero 25). *Repositorio Digital UTEQ: El turismo rural en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos. Plan de promoción turística y rural 2020*. Repositorio UTEQ. Retrieved March 20, 2022, from <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6375>

Marketing de Affde. (2020, December 19). *Cómo crear un plan promocional para su negocio (¡con plantilla!)* - Marketing de Affde. Marketing de Affde. Retrieved March 20, 2022, from <https://www.affde.com/es/promotional-planning-template.html>

Navarro Celis, F., Almaguer Covarrubias, R., Moreno Velazco, F., & Hernández Rocha, N. P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de ciencias sociales (Ve)*, XXI(1), 89. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104009/html/>

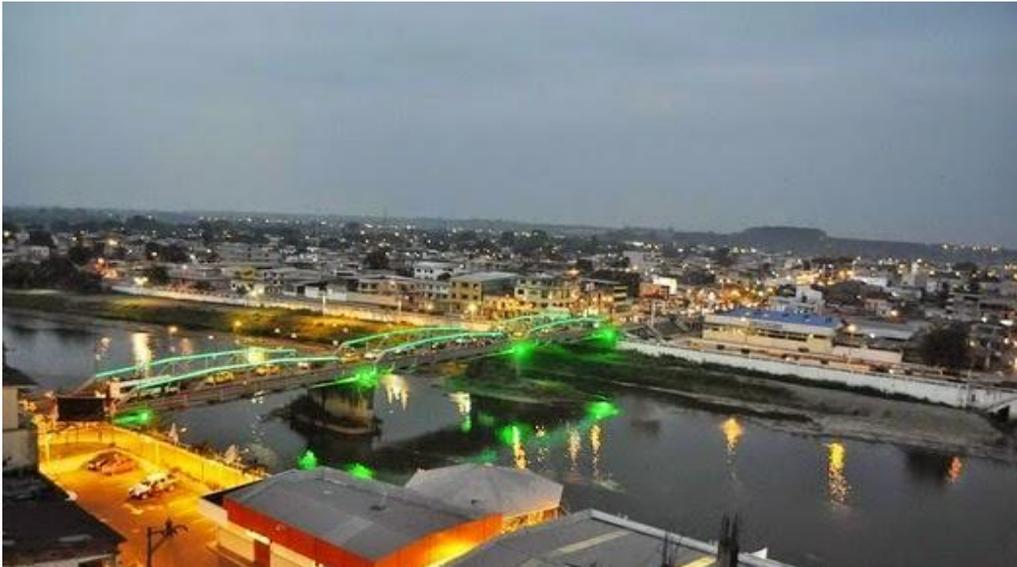
Pacheco Vila, O. S. (2017, Febrero 10). *Investigación y evaluación sobre las actividades de promoción turística, con el fin de elaborar un plan de promoción turística en la ciudad Quevedo, provincia de los Ríos*. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14733>

Peñaloza, M. (2005). El mix de marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Actualidad contable FACES*, 8(10), 74. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701007.pdf>

# ANEXOS

**Fotografía de los lugares turísticos de Quevedo**

**Figura N° 1** cantón Quevedo



*Ilustración 1 Ciudad de Quevedo*

**Figura N° 2** cantón Quevedo



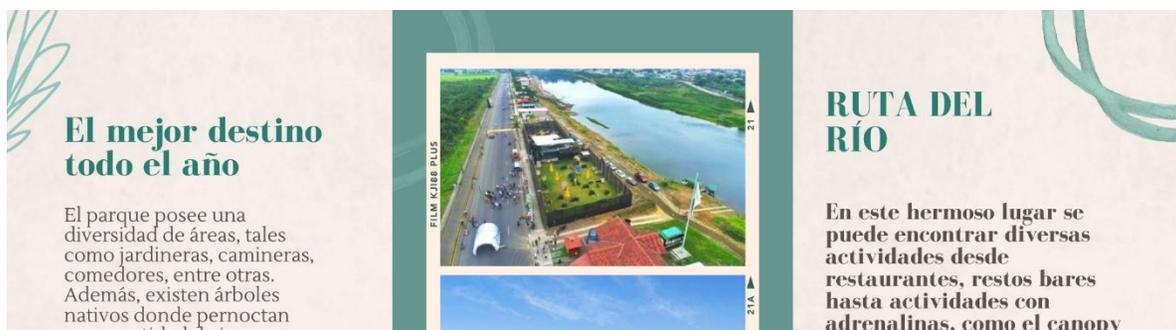
*Ilustración 2 Parque central de la ciudad de Quevedo*

**Figura N° 3** Tríptico promocional



*Ilustración 3 Tríptico del cantón Quevedo*

**Figura N° 4** Tríptico promocional (información de la ciudad de los ríos)



*Ilustración 4 información de los lugares turísticos del cantón Quevedo*