



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



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

PROBLEMA:

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL
BALNEARIO “LOS CERRITOS” UBICADO EN EL RCTO. CALABÍ,
CANTÓN QUINSALOMA.

AUTOR:

LEON CARRANZA LILIA KATHERINE

TUTOR:

ING. TUBAY MOREIRA MAXIMO FERNANDO MSc.

BABAHOYO - 2022

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo determinar la importancia de la implementación de estrategias para la promoción turística del Balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto. Calabí, cantón Quinsaloma. Por tales razones en el siguiente documento se presentó un análisis con la finalidad de fomentar el crecimiento turístico en el sector. Este proyecto se planteó a partir de que se reconoció el balneario como un atractivo turístico que atrae a propios y extraños; pero que a la vez no cuenta con estrategias de promoción publicitaria que atraigan a más turistas. La metodología aplicada para el proyecto consistió en investigación exploratoria mediante la utilización de encuestas, las mismas que permitieron tener un enfoque más claro del tema. Se mostraron los resultados mediante el desarrollo de casos que permitió observar las situaciones planteadas y detectadas; las mismas que permitieron al autor concluir sobre el trabajo investigado y recomendar alternativas que fomenten el crecimiento turístico del sector.

Palabras claves: estrategias turísticas, desarrollo turístico, actividades económicas, planes estratégicos, balneario

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the importance of the implementation of strategies for the tourist promotion of the "Los Cerritos" Spa located in the Rcto. Calabí, Quinsaloma canton. For these reasons, in the following document an analysis was presented in order to promote tourism growth in the sector. This project was raised after the spa was recognized as a tourist attraction that attracts locals and foreigners; but at the same time it does not have advertising promotion strategies that attract more tourists. The methodology applied for the project consisted of exploratory research through the use of surveys, which allowed for a clearer approach to the subject. The results were shown through the development of cases that allowed observing the situations raised and detected; the same that allowed the author to conclude on the work investigated and recommend alternatives that promote the growth of tourism in the sector.

Keywords: tourism strategies, tourism development, economic activities, strategic plans, spa.

INDICE GENERAL

RESUMEN	1
ABSTRACT	viii
INDICE GENERAL	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
MARCO METODOLÓGICO	2
1.1. Definición del tema del caso de estudio	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivo general	5
1.5. Fundamentación teórica.....	5
1.5.1. Cantón Quinsaloma.....	5
1.5.2. Turismo	5
1.5.3. Turismo rural	6
1.5.4. Desarrollo turístico en el cantón Quinsaloma.	6
1.5.5. Balnearios.	7
1.5.6. Atractivo turístico.	8
1.5.7. Tipos de balnearios o centros turísticos	8
1.5.8. Estrategias turísticas.....	9
1.5.9. Consejos claves para fomentar el turismo.....	9
1.5.10. Ideas para mejorar el turismo.	10
1.5.11. Promoción turística.....	11
1.5.12. Estrategias para promover el turismo	11
1.6. Metodología de la investigación.....	13
CAPITULO II	14
RESULTADOS	14
2.1. Desarrollo de caso.....	14
2.2. Situaciones detectadas	17
2.3. Situaciones planteadas	18
CONCLUSIONES	19
RECOMENDACIONES	20
BIBLIOGRAFÍA	21

INTRODUCCIÓN

La industria del marketing se vuelve más común a medida que avanza la tecnología, por tal razón el marketing en el turismo ha surgido como una necesidad y a la vez una herramienta que aporta de forma beneficiosa al desarrollo logrando convertir un sector determinado en un sector turístico altamente potencial. La presente investigación se encuentra orientada al análisis de estrategias que permitan fomentar el incremento del turismo de un sector local como lo es el balneario “Los Cerritos” permitiendo incentivar este sector y dinamizar actividades que se desarrollen con la única finalidad de dar a conocer el lugar, de aumentar el desarrollo turístico del sector y de beneficiar a la comunidad rural con actividades económicas viables para el progreso de los mismos.

Además, se analizó el tema utilizando 2 variables específicas: Estrategias turísticas y Balnearios; mediante las cuales por métodos bibliográficos se obtuvo información respecto al tema de investigación, de igual forma permitir cumplir el objetivo planteado con respecto a determinar la importancia de estrategias turísticas que permitan el desarrollo del balneario.

Por otra parte, está conformado por dos capítulos, en el capítulo I se hace referencia al marco metodológico donde se definió el tema del caso de estudio y se realizó el planteamiento del problema, además de que se estableció el objetivo general de la investigación y todo fue respaldado con la fundamentación teórica; donde se citaron a diversos autores que han trabajado con temas similares o cercanos al trabajo de investigación.

En capítulo II se hace referencia a los resultados obtenidos mediante encuesta aplicada, además de un análisis estadístico de los mismos, detallando todo en el desarrollo de caso, además de identificar las situaciones detectadas y las situaciones planteadas que permitieron finalizar esta investigación con conclusiones y recomendaciones en cuanto al tema investigado.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. Definición del tema del caso de estudio

Estrategias de promoción turística para el balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto. Calabí, cantón Quinsaloma

1.2. Planteamiento del problema

El turismo no sólo es una fuente de actividad económica de gran importancia a nivel mundial, sino que también es aquella herramienta que ayuda a conocer sitios de los cuáles no se tiene conocimientos en diversas localidades. Según Morales & Vallejo (2010) el desarrollo del turismo es una de las mejores actividades de generar recursos económicos y está compuesto por iniciativas de producción y productividad con mayores alcances por la diversidad que posee.

La implementación de estrategias turísticas en el Balneario “Los Cerritos” es de suma importancia ya que existen atractivos de calidad turística como el río, una playita, y la naturaleza vegetal; pero, debido al escaso conocimiento de sus moradores se ha ido perdiendo la actividad turística, además del desgaste de la infraestructura, causando que los ciudadanos del sector opten por otros lugares y no por el turismo propio de la zona.

Es necesario destacar que la ausencia de nuevas propuestas que se encaminen a involucrar a la comunidad en general y al desarrollo turístico es una carencia notable; siendo la comunidad la principal beneficiada de esta actividad deberían ser los pioneros en proponer ideas de cambio, innovación y desarrollo turístico, ya que el atraer más gente o turistas al destino incrementaría sus actividades económicas y sus ingresos, sería un aporte beneficioso en la comunidad.

Finalmente se indica el bajo interés por parte de moradores de fomentar el desarrollo turístico de la zona, por lo tanto, sería necesario formularse la siguiente pregunta que permita aportar al desarrollo de la investigación:

¿Cuál es la importancia de la implementación de estrategias turísticas para la promoción del Balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto Calabí, cantón Quinsaloma?

1.3. Justificación

En la actualidad el auge de la tecnología influye en la vida cotidiana de la mayoría de las personas, y esto combinado con el desarrollo del turismo se convierte en una herramienta de gran ayuda que traspasa fronteras. Tal es el caso de un estudio de Google Travel donde indica que el 74% de los viajeros planifican sus viajes por internet. Hoy en día la publicidad física como afiches, revistas, etc. Ya no son considerados una herramienta de gran alcance, caso contrario a la publicidad a través de sitios web, redes sociales, blogs viajeros que son considerados como herramientas con grandes alcances para promocionar un destino específico.

La justificación del presente proyecto investigativo está orientada al cumplimiento del objetivo general, determinar la importancia de estrategias de promoción turística para el Balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto. Calabí del cantón Quinsaloma. Al ser un sector rural que se encuentra alejado, en la actualidad no se potencia su desarrollo, por ende, dichas estrategias tienen como finalidad dar a conocer el lugar, crear zonas de entretenimiento y permitir a la comunidad obtener incrementos económicos de esta actividad turística.

Es importante establecer de manera clara y precisa el tipo de estrategias que se podrían aplicar y que a su vez otorguen beneficios positivos tanto para el sector como para la comunidad en general, teniendo en cuenta las características del lugar como ubicación, población, clima, accesibilidad, etc.

La finalidad de esta investigación consistió en acrecentar el turismo en una zona rural, para brindar una mejor estabilidad financiera a sus habitantes y convertir a el Balneario “Los Cerritos” en un sector de turismo conocido y recreacional. Al ser un sector poco explorado y conocido se justifica promover el turismo creando un entorno donde se favorezca el desarrollo del sector y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

1.4. Objetivo general

Determinar la importancia de la implementación de estrategias de promoción turística para el Balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto. Calabí, cantón Quinsaloma

1.5. Fundamentación teórica

1.5.1. Cantón Quinsaloma

Inicialmente, por decreto No. 66 del 15 de noviembre de 1979, fue erigida en parroquia rural del cantón Ventanas; posteriormente, el congreso de 1996 aprobó la ley de cantonización respectiva, pero el ex presidente Abdalá Bucaram la vetó totalmente. A principios del 2005, un comité de instituciones representativas de sus entonces 13.145 pobladores empezó a trabajar en pro de su cantonización, y aunque las autoridades de la provincia de Cotopaxi pusieron reparos a esta pretensión argumentando que se querían arrebatar 1.000 hectáreas pertenecientes al cantón Pangua y 1.200 a La Maná, logró finalmente que el 14 de noviembre de 2007 el Congreso Nacional aprobara la ansiada cantonización, que fue publicada en el Registro Oficial 215 del 20 de noviembre de 2007. (GAD Quinsaloma, 2020)

El Congreso Nacional, aprobó la cantonización de la parroquia Quinsaloma, perteneciente a la provincia de Los Ríos, once años después de que el ex presidente Abdalá Bucaram, vetara esta iniciativa. Los habitantes del nuevo cantón, que asistieron a Quito, celebraron la decisión legislativa, pues se cumplió una de sus aspiraciones. En la actualidad Quinsaloma es considerado como el cantón más joven de la provincia de Los Ríos. (Gaibor, 2018)

1.5.2. Turismo

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por los importantes factores a

los que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino. En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos. (Orgaz & Moral, 2016)

1.5.3. Turismo rural

Según Ortiz (2010) establece en su artículo que definir el concepto de turismo rural, requiere elaborar los cruces que esta actividad establece entre los ámbitos rural y urbano. Toda definición centrada en uno de los dos ámbitos siempre será una mirada parcial y mecánica que no responde a la complejidad del fenómeno, sino que polariza entre visiones a un futuro en la mejoría de las zonas rurales. Tampoco la relación responde a un simple dualismo campo-ciudad, sino que se expresa en términos más complejos y dialécticos, a partir de la contradicción, las crisis, la disonancia y la concordancia, que puede resumirse como una tensión que construye el ámbito del turismo rural. También hace referencia a que el fenómeno del turismo rural, ilustra la necesidad de enriquecer la visión de la dominación de la ciudad al campo, pensando esta relación a partir de la crisis, lo que se expresaría en términos de interacción y beneficio mutuos, con lo que se persigue la posibilidad de trascender las costumbres en que se encuentra atrapada la sociedad. Este autor también hace alusión a el desarrollo sustentable que potencia el turismo rural, ya que las conceptualizaciones desde diversos enfoques recaen sobre acciones estratégicas que den soluciones a las problemáticas específicas. En cuanto a desarrollo sustentable se define como aquel que satisface las necesidades de la presente generación sin comprometer a las generaciones futuras, es decir, agotar los recursos.

1.5.4. Desarrollo turístico en el cantón Quinsaloma.

El turismo se ha convertido en el eje de la actividad económica y social de varios países en el mundo, siendo este un instrumento para el desarrollo integral e inclusivo, la generación de empleo y la mejora en la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, emprendimientos, infraestructura, ingreso de divisas, etc. De acuerdo a cifras

de la Organización Mundial de Turismo¹⁵, en la actualidad el turismo contribuye al 10,3% del PIB mundial, además genera uno de cada once empleos en el mundo.

En el mundo, la industria del turismo actualmente es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región, y en el caso de Ecuador debido a su dinámica, ha experimentado un proceso de diversificación importante en corto tiempo, lo que ha motivado a que esta actividad se convierta en un eje fundamental en su desarrollo socioeconómico. El cantón cuenta con un listado de sitios turísticos ideales para compartir tiempo de calidad en familia, los sectores son:

- Barrió 12 de octubre
- Barrió la Crucita
- Barrió Las Palmitas
- Calopito río
- Los cerritos
- Pambilar de Calope
- Pambilar de Minuape (GAD Quinsaloma, 2020)

1.5.5. Balnearios.

Se trata de localidades turísticas que son muy visitadas durante la temporada de verano. La idea de balneario también se utiliza como sinónimo de parador o club de playa (es decir, de un espacio que brinda servicios como baños, sombrillas, sillas, restaurante, etc.).

Son localidades urbanas que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes, además cuentan con:

- Operadores locales.
- Información turística.
- Recreación.
- Servicios públicos: agua potable, drenaje, alumbrado, electricidad, salubridad, hospitales, seguridad y limpieza.
- Servicios de telecomunicación: Internet, teléfono, correo, telégrafo.
- Sistema de transporte local que comunique a todos los elementos que integran el centro turístico y el acceso a los atractivos turísticos incluidos en su área de influencia, conexión a la red nacional e internacional de comunicaciones y

transportes. (Entorno Turístico, 2017)

1.5.6. Atractivo turístico.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

Los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico de una localidad, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, es importante invertir en ellos para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita. (Lemoine, Castellanos, Hernández, Zambrano, & Carvajal, 2018)

1.5.7. Tipos de balnearios o centros turísticos

- **De Distribución:** Conglomerado urbano a partir del cual se visitan una serie de Centros Turísticos y atractivos de menos jerarquía que se encuentre en un radio de influencia con una permanencia que va de uno a tres días; los turistas regresan en esos centros touring.
- **De Estadía:** Son parecidos a los Centros de Distribución con la diferencia que estos centros turísticos se basan en un solo tipo de atractivo en los que el turista permanece en un período mayor a tres días, sin realizar desplazamientos adicionales, para visitar lugares al tipo de atractivo que se visita como motivo principal de viaje.
- **De Escala:** Como su nombre lo dice son centros turísticos con una conexión intermedia de recorridos de larga distancia o es el nodo donde se encuentran las líneas aéreas hubs.
- **De Excursión:** Centro que recibe turistas provenientes de un centro de distribución o de estadía, por un periodo menor a 24 horas, por lo general está relacionado directamente con un atractivo dentro del circuito que se visita.

Entre el listado de condiciones técnicas que deben satisfacer los centros turísticos, los atractivos ocupan un puesto muy importante, tanto, que podemos decir que constituyen la razón de ser de los centros turísticos; sin embargo, esta condición sólo es imprescindible para los centros de estadía, de excursión y de distribución. De hecho, la mayor parte de los centros de escala carecen de atractivos, porque su función es la de servir a los pasajeros en una etapa intermedia del viaje. (LilyTour, 2020)

1.5.8. Estrategias turísticas

El desarrollo de los denominados destinos turísticos inteligentes, exigen cambios en las estrategias empresariales y en general en la concepción del producto turístico en el escenario actual, donde los cambios disruptivos en tecnologías y en los hábitos de consumo de los diferentes segmentos del mercado turístico y, de los cambios climáticos, requieren de importantes modificaciones en los modelos de desarrollo territoriales. (Pancorbo, Castillo, Veiguela, Vega, & Leyva, 2019)

1.5.9. Consejos claves para fomentar el turismo.

- **Destacar en algo:** Debemos comenzar con un análisis situacional para saber los factores internos y externos que puedan influir en nuestro destino. En este punto podemos buscar la ventaja competitiva que ofrece nuestro destino contra el resto. Qué tenemos que los turistas no podrán encontrar en otras partes del mundo. Se debe pensar qué hace que tu ciudad sea única. Para ello, elabora una lista de las actividades y atracciones que actualmente están disponibles en la ciudad. De una lista amplia que puedas hacer, enfócate en las 3 principales actividades que sean específicas para tu ciudad y trabajando de la mano con un comité de planificación turística seguramente lograrás atraer más visitantes
- **Encuesta a los ciudadanos (investigación de mercado):** una encuesta puede ser una herramienta muy valiosa durante la planificación de destinos turísticos y es que esto te ayudará a recopilar información sobre la ciudad y te garantiza, asimismo, que la comunidad se ponga de acuerdo respecto a la marca y el marketing de la ciudad.
- Pregunta a los visitantes (investigación de mercado):** Es primordial conocer a quienes han visitado la ciudad, ya que esto es un buen respaldo para saber cómo

tratar a los futuros turistas. Para realizarles una encuesta puedes hacer entrevistas cara a cara en el centro de la ciudad, o bien pedirles su dirección de correo electrónico y enviarles la encuesta.

- **Establece metas y objetivos:** Es importante ponerse metas alcanzables a corto, mediano y largo plazo. Las metas visibles más importantes serán aquellas que representen un aumento en el número de turistas o mayor derrama económica para el destino en cuestión, pero esto no debe ser lo más importante, por el contrario, el beneficio que se pueda aportar a la comunidad y al desarrollo en la calidad de vida de las personas es todavía más importante.
- **Eslogan:** Tras esto, deberías crear un eslogan que haga que tu ciudad sea recordada por todos. Por ejemplo, seguro que conoces algunas frases turísticas como «Nueva York, la ciudad que nunca duerme» o «Lo que pasa en Las Vegas, se queda en Las Vegas». Mark Alazraki, actor, productor y director de cine comenta que un buen eslogan se forma a partir de un elemento único (del destino), le da una definición a la marca y puede perdurar en el tiempo. (Staff, Entorno Turístico, 2020)

1.5.10. Ideas para mejorar el turismo.

Tener una visión clara del destino: Todos los actores implicados en él deben participar de los proyectos, administraciones, empresarios y población local. Con el grupo de empresarios me refiero al tejido empresarial que trabaje de cara al público, no solo hostelería, incluimos comercios de todo tipo, etc. Y, por otro lado, la población local tiene un papel importante en la imagen de un destino. En primer lugar, para cuidar las infraestructuras y segundo, por la acogida y trato de los turistas, que marca la diferencia.

- **Claves de gestión para lograr el éxito empresarial:** Sobre esta temática vamos a hablar de conocimiento y su aplicación práctica mediante la innovación y la creatividad, la oportunidad de la comercialización directa y creación de productos segmentados de alta rentabilidad. La base de todo, el conocimiento y la formación representan los cimientos de una gestión exitosa; conocer las tendencias, tecnologías, el mercado turístico y saber hacia dónde tenemos que dirigir nuestro esfuerzo.
- **Comercialización turística:** El desarrollo de las nuevas tecnologías ha

convertido al turista en el protagonista, antes, durante y después de la realización del viaje. En lo referido a comercialización, diferenciamos dos partes:

- La comercialización a través de OTAs, portales especializados, TTOO y agencias
- La comercialización directa. (Mármol, s.f.)

1.5.11. Promoción turística

La promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas del marketing y, la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. Además de que son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudizan sus deseos y estimulen la demanda. En cuanto a la promoción de destino, se define como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo.

En este mismo sentido 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. (Chávez, 2016)

1.5.12. Estrategias para promover el turismo

Los autores Arias & Gomez (2011) en su informe Estrategias para promover el turismo dentro de la provincia del Guayas, indican los siguientes factores a tener en cuenta para aplicar el uso de estrategias:

- Aspecto geográfico
- Recursos naturales

- Clima
- Flora y fauna
- Gastronomía

Una vez tener claro cuáles son los pro y contras del lugar se establecen las siguientes estrategias:

- Difundir y crear apoyo en la comunidad para que tengan una mejor visión de lo que significa el turismo
- Adquirir apoyo presupuestario por parte de entidades publicas
- Crear capacidad técnica
- Dialogo continuo y constructivo entre la comunidad
- Trabajo en conjunto de la comunidad y organizaciones gubernamentales

1.6. Metodología de la investigación

En la presente investigación se realizó recopilación de información que permita obtener datos que respalden el proyecto investigativo y así dar cumplimiento a el objetivo propuesto y el problema planteado. La investigación fue realizada en la ciudad de Quevedo, pero con enfoque en el Balneario “Los Cerritos” ubicado en el Rcto. Calabí, provincia de Quinsaloma.

Con respecto al enfoque de la investigación se aplica el uso de investigación cualitativa haciendo referencia a la recopilación de información a través de fuentes bibliográficas y medios digitales aplicando el uso de herramientas tecnológicas como una computadora y del internet. Aplicando el uso de tecnologías informáticas se logró obtener información veraz que aporte de forma positiva en la investigación de este proyecto, recopilando datos de que permitan el análisis del desarrollo del turismo enfocado en el sector rural y en la implementación de estrategias que permiten fomentar actividades turísticas dentro del sector.

Cómo instrumento de investigación se aplicó la técnica de la encuesta para la recopilación de información o recolección de datos realizando un cuestionario de 5 preguntas con enfoque a los moradores de la comunidad y a los turistas. Ya que la investigación es de carácter exploratoria se aplicará la técnica de encuesta en línea a través de plataformas digitales, en este caso se utilizará Formularios de Google que serán compartidos a través de correos electrónicos.

Para el análisis estadístico de las encuestas y la obtención de resultados se utilizó el programa Excel para la realización de gráficas que permitan una mejor observación de los resultados obtenidos, utilizando gráficos pastel donde se observaron las respuestas en cuanto a las opiniones de los moradores y de los turistas encuestados.

CAPITULO II

RESULTADOS

2.1. Desarrollo de caso.

La diversidad de turismo junto a la publicidad ha generado altos grados de competitividad dentro del mercado nacional e internacional, creando exigencias cada vez mayores en el campo de las empresas o destinos turísticos; la adecuada satisfacción de estas exigencias estriba en primer lugar la posibilidad de obtener información confiable y precisa sobre las particulares relaciones que se establecen entre el consumidor y una determinada marca, en segundo lugar el diseño de estrategias más acertadas para mantener un alto porcentaje de participación en el mercado.

La actividad turística ha tenido múltiples calificaciones, como generadora de empleo, generadora de divisas, multiplicadora de beneficios. Más allá de eso, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos de nuestro país, ha permitido que los estudiantes puedan elaborar estudios que resuelvan los problemas que se generan en dicha actividad.

La investigación realizada con el tema “Estrategias de promoción turística para el balneario Los Cerritos ubicado en el Rcto. Calabí, cantón Quinsaloma” fue desarrollada con la finalidad de implementar estrategias que fomenten el turismo dentro del sector rural, además de incrementar las actividades económicas que favorezca a la comunidad. El principal problema detectado en esta investigación consistió en la ausencia de estrategias que permitan hacer del balneario un sitio turístico y conocido dentro de la ciudad.

A través de esta investigación se planteó el objetivo de determinar la importancia que tiene el implementar estrategias turísticas que promocionen el balneario; cabe recalcar que en la actualidad el turismo ha sufrido constantes cambios debido a pasar por una pandemia que disminuyó esta actividad, pero que paso a paso han ido agarrando fuerza en el país.

La tecnología es uno de los recursos que mayor influencia tiene en la actualidad, se podría decir que es de los principales para incrementar la promoción de un sitio turístico, a través de las redes sociales. Se conocen de sitios turísticos dentro de la ciudad de Quinsaloma que han sido conocidos por redes sociales como las cascadas de San Mateo, ubicadas en la ciudad de Las Naves. Se pueden indicar como un claro ejemplo de la promoción publicitaria ya que ha sido un atractivo bastante reconocido por la red social Facebook, la cual ha sido una herramienta que ha permitido dar a conocer el destino turístico dentro y fuera de la provincia.

En este trabajo realizado se analiza los resultados obtenidos mediante encuesta realizada a turistas y moradores del sector “Los Cerritos” donde la finalidad consiste en analizar el implemento de estrategias turísticas que permitan el desarrollo del sector y la promoción turística del mismo. Se realizaron 2 tipos de encuesta mediante la utilización de formularios de Google, la primera encuesta fue dirigida a la comunidad; la misma que contó con un cuestionario de 5 preguntas planteadas en la herramienta digital Formularios de Google y compartida a través de correo electrónico.

Se observó en cuanto a la encuesta realizada a la comunidad que las personas que respondieron a las preguntas un 80% corresponde a gente joven, entre los 20 a 30 años de edad, lo que indica que en el sector hay personas que podrían ayudar a mejorar e implementar el turismo aportando con ideas positivas. De igual forma se observó que las personas encuestadas en su totalidad fueron mujeres, quienes aceptaron responder al cuestionario de las preguntas planteadas.

Se planteó a la comunidad encuestada según su criterio personal cuál de las siguientes opciones consideran ayudarían a incrementar el turismo en la zona y el 60% respondió que la organización y apoyo de entidades gubernamentales sería un factor de gran ayuda, seguido de la mejora de infraestructura y de la creación de estrategias. Con respecto a las actividades económicas el 80% de las personas encuestadas respondió no cuentan con un negocio y el 20% si realizan actividades que generen ingresos económicos. Y en cuanto a la pregunta de la implementación de estrategias para promocionar el sector el 80% respondió que están de acuerdo.

De igual forma se planteó un cuestionario con 5 preguntas dirigidas a personas externas que conocen el lugar; para observar el criterio personal de cada uno de ellos, las preguntas de igual forma fueron respondidas a través de formularios de Google Forms enviadas por correo electrónico. En cuanto a las razones del porqué se visitaría el lugar con un 60% las personas encuestadas respondieron que porque se puede pasar un rato ameno entre amigos; ocupando un 40% que respondieron que es un lugar tranquilo para compartir en familia. Con un 100% las personas respondieron que el promocionar el lugar sería de gran ayuda para incrementar el turismo dentro de la zona.

2.2. Situaciones detectadas

- Mediante la investigación realizada se mostró que el balneario “Los Cerritos” es bastante conocido por las personas de los alrededores, cuenta con un río, cabañas y vegetación que llaman la atención de turistas, pero se necesita implementar estrategias que hagan de este lugar más conocido por personas de los alrededores.

- Se observó que esta comunidad no existe el apoyo necesario por parte de las entidades o autoridades competentes para promover el turismo dentro de la zona Los Cerritos.

- Por otra parte, se pudo identificar que la infraestructura del lugar no es la adecuada para el desarrollo del turismo ya que debido al tiempo esta se ha desgastado y no tiene en cuenta que puede haber algún tipo de accidente, a pesar de esto el lugar es muy concurrido.

- También se notó la poca comunicación entre moradores del sector haciendo notar la falta de comunicación y organización dentro del sector.

2.3. Situaciones planteadas

Las estrategias turísticas son un factor importante en el desarrollo de un determinado lugar, pero aún más se deberían implementar en el desarrollo del turismo rural, ya que permiten a las personas tener un acercamiento con lugares que muchas veces son desconocidos y en los cuáles se puede crear un entorno adecuado para compartir entre amigos y familiares.

Se espera que las autoridades tomen asunto y ayuden a promover a este lugar turístico ya que muchos de sus habitantes dependen económicamente de ello, cabe recalcar que las entidades turísticas son muy importantes al momento de hacer conocer las zonas turísticas.

La infraestructura turística permite el desarrollo turístico, por tal motivo debe haber planes estratégicos y gestiones para que este destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta muy cómodo con las instalaciones o servicios que este requiera.

A través del apoyo de los moradores del sector, su coordinación y organización se pueden crear mejoras que beneficien de forma positiva sus actividades económicas y financieras.

CONCLUSIONES

- Mediante la presente investigación desarrollada respecto a la implementación de estrategias turísticas en el Balneario “Los Cerritos” se concluye que el desarrollo del turismo rural es un área importante en la cual se deberían enfocar los gobiernos autónomos, ya que no sólo aporta beneficios en el área turística, sino que también dinamiza la economía local, dando a sus moradores una oportunidad de incrementar actividades económicas que les permitan generar ingresos múltiples.
- Desarrollar mecanismos de prevención y atención a los turistas que el cual garantice su seguridad y bienestar, por otra parte, incrementar la regulación, registro, control de las diferentes actividades, modalidades y servicios turísticos para establecer un modelo adecuado de servicio a nivel nacional.
- La infraestructura posibilita la explotación comercial de destinos turísticos naturales o creados. Por consiguiente, una mayor y mejor infraestructura turística mejora la oferta turística y aumenta el atractivo de cualquier lugar.
- Como última parte se concluye que el turismo es una actividad que genera ingresos económicos siempre y cuando se sepa explotar adecuadamente un sitio determinado; por lo tanto, la aplicación de estrategias que fomenten y promocionen un determinado lugar turístico siempre recibirán una excelente acogida, ya que en la actualidad las personas optan por lugares menos frecuentados y poco conocidos donde puedan compartir con sus familiares.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la comunidad del sector “Los Cerritos” fomentar más la organización comunitaria, crear grupos que les permitan comunicarse y elaborar estrategias que les permitan ser conocidos ante los turistas, ya que los únicos beneficiados serían ellos, debido a que mientras más personas visiten el lugar, mejorarían sus ingresos económicos.
- Según la investigación bibliográfica realizada el turismo se encuentra en cambio constante debido a el desarrollo de la tecnología, por lo tanto, se recomienda tener en cuenta dichas herramientas y utilizarlas para potenciar el desarrollo turístico del balneario “Los Cerritos”.
- Valorar críticamente la experiencia de los viajeros, teniendo en cuenta una retroalimentación para identificar a fondo los problemas o situaciones que se puedan encontrar y las formas para mejorar la experiencia.
- Dar potestad a autoridades, órganos u organizaciones responsables del seguimiento, asesoramiento y coordinación de la aplicación de los distintos programas, y velar por que se preste asistencia de manera adecuada a los turistas en cualquier situación.
- Establecer mecanismos y estrategias que inciten a los moradores del sector “Los Cerritos” a realizar actividades que ayuden económicamente a mejorar la infraestructura de dicho balneario, esto puesto que no existe un parqueadero donde los turistas puedan aparcar sus vehículos y dado a la gran demanda de vehículos en el país esto es necesario. También es necesario el mantenimiento de las baterías sanitarias que se encuentran en mal estado, y que sin duda es una necesidad en este tipo de atractivo turístico.
- Establecer un modelo propuesta dirigido al Gobierno Municipal del Cantón Quinsaloma, para solicitar mediante este que se adecue las vías que conducen a este atractivo turístico con la finalidad de tener una mayor acogida de turistas al sitio.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, M. H., & Gomez, L. C. (2011). *Estrategias para promover el turismo dentro de la Provincia del Guayas a los visitantes de paso en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/470/1/T-ULVR-0063.pdf>
- Chávez, W. M. (2016). *Estrategias de promoción turística para el complejo recreacional Tolas de Socapamba de la ciudad de Ibarra*. Ibarra - Ecuador: Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Recuperado el Marzo de 2022, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5019/1/PIUIETH002-2016.pdf>
- Cuadra, F. O. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Scielo*. doi:ISSN 1870-9036
- Entorno Turístico. (22 de Abril de 2017). *EntornoTuristico.com*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/>
- GAD Quinsaloma. (2020). *Actualización y alineación del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Quinsaloma*. Quinsaloma: RAMLA COMPLETE SOLUTIONS S.A (RACOMSOL S.A).
- Gaibor, L. S. (2018). Las ONGs y su impacto en la adopción de tecnologías: Caso de productores de cacao del cantón Quinsaloma, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 7, 158-171. doi:ISSN 1390-8049
- Leyva, J. A. (Diciembre de 2019). Retos y estrategias para el desarrollo del turismo de negocios en ciudades ecuatorianas. *Scielo*. doi:ISSN 1390-7247
- LilyTour. (2020). *Planificación del espacio turístico*. Lily Tour Líder.

- Mármol, D. (s.f.). *Andalucía Lab*. Obtenido de Red Competitiva Turística:
<https://www.andalucialab.org/blog/ideas-para-mejorar-el-turismo/>
- Morales, C. C., & Vallejo, C. A. (2010). *Estudio de los atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad La Calera del cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2238/1/FECYT%20837%20TESIS.pdf>
- Ortiz, H. T. (2010). Turismo en áreas rurales, hacia un enfoque de espacios compatibles entre el campo y la ciudad. *Artículos y ensayos de sociología rural*, 1(9), 65-78.
- Quintero, G. V. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos en el cantón San Vicente. *Scielo*. doi:ISSN 1870-9036
- Staff, Entorno Turístico. (10 de Septiembre de 2020). *Entornoturístico.com*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/como-fomentar-el-turismo-en-el-destino-que-vives-algunos-consejos-clave/>