



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA: HOTELERÍA Y TURISMO

**DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO.**

TEMA:

**LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN
BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

AUTORA:

VERA TAMAYO INGRID MARICELA

TUTOR

MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN

LECTOR

MSc. ARGUELLO TORRES LORENZO VALENTINO

BABAHOYO-LOS RÍOS

2016-2017

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mis padres por el esfuerzo y sacrificio que hicieron en darme la facilidad de estudiar, por guiarme por el camino correcto ya que fue la base para que llegar a esta instancia de la vida que creyeron en mí dándome un apoyo incondicional inculcándome ejemplos dignos de superación porque aprendí que nada es imposible si queremos lograr algo. Y a mi familia Guamán Vera en especial a mi hijo porque este pasó será el comienzo de un futuro mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios y a mis padres por darme la existencia y fortalezas para seguir adelante y ayudar a lograr los objetivos que me propusiera.

Agradezco a los docentes que en estos cuatro años han sido un pilar fundamental, porque compartieron todos sus conocimientos, nos supieron orientar, brindando los medios necesarios para la formación académica como docente.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA: HOTELERÍA Y TURISMO

DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO.

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Vera Tamayo Ingrid Maricela portadora de la cédula de identidad N° 120718033-0 estudiante egresada, de la carrera de Hotelería Y Turismo, declaro que la autoría del tema de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Hotelería Y Turismo cuyo tema es:

“LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS.” EL MISMO QUE ES ORIGINAL Y AUTENTICO.

Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación son de mi exclusiva responsabilidad.

Ingrid Vera

Vera Tamayo Ingrid Maricela

• **C.I. 120718033-0**

AUTORA



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

DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO.

CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

Babahoyo, 9 de Enero del 2017

Yo, MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN, en mi calidad de Tutor del proceso de investigación, designado por el Consejo Directivo, con oficio N° 0022-S-CS-HT-2016, con fecha 14-07-2016, mediante resolución RES- CD.FAC.C.J.S.E.S0-006-RES-002-2016 de la estudiante VERA TAMAYO INGRID MARICELA egresada de la Carrera de Hotelería Y Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales Y De La Educación – UTB; cuyo tema propuesto es: **“LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS”**.

Certifico que la postulante **VERA TAMAYO INGRID MARICELA** ha cumplido con todos los requerimientos estipulados en el instructivo de la Facultad para el desarrollo de la investigación con fines de graduación y titulación,

Particular que pongo a conocimiento para los fines legales pertinentes.

MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN

C.I. 1202954549

Tutor



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

DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO.

CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE LECTOR

Babahoyo, 9 de enero de 2017

Yo, MSc. ARGUELLO TORRES LORENZO VALENTINO, en mi calidad de Lector del proceso de investigación, designado por el Consejo Directivo, con oficio N° **0022-S-CS-HT-2016**, con fecha **14-07-2016**, mediante resolución **RES- CD.FAC.C.J.S.E.SO-006-RES-002-2016** de la estudiante VERA TAMAYO INGRID MARICELA, estudiante egresada de la Carrera de Hotelería Y Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación – UTB; cuyo tema propuesto es: **“LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

Certifico que la postulante VERA TAMAYO INGRID MARICELA, ha cumplido con todos los requerimientos estipulados en el instructivo de la Facultad para el desarrollo de la investigación con fines de graduación y titulación,

Particular que pongo a conocimiento para los fines legales pertinentes.

MSc. ARGUELLO TORRES LORENZO VALENTINO

C.I. 0911146983

Lector

vi



RESUMEN

La promoción y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Baba, es un tema relevante debido a que el desarrollo de las actividades turísticas en el Ecuador ha tenido un auge importante en los últimos años. Actualmente la actividad turística en el cantón es escasa por la desinformación sobre esta actividad y la poca promoción de proyectos que impulsen a su desarrollo, afectando directamente la pérdida de interés del potencial turista y generar nuevos ingresos económicos a la localidad. Por ello es imprescindible la implementación de estrategias de promoción turística y un adecuado sistema de información como la creación de sitios web para el desarrollo turístico de la localidad en conjunto con el GADMCB, que impulsarían al desarrollo turístico sostenible. El desarrollo de estas actividades abre al turismo como una nueva línea de desarrollo para promocionar actividades gastronómicas, culturales, entre otras que ayuden al desarrollo integral de la comunidad, mitigar la pobreza y contribuir a la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

El proyecto estuvo enmarcado en el tipo de investigación exploratoria y descriptiva con la aplicación de una serie de técnicas e instrumentos de recolección de datos, específicamente el análisis de fuentes documentales, la observación directa y las entrevistas hechas a personas residentes en el cantón Baba y funcionarias de la entidad gubernamental del cantón. De esta manera se pudo concluir que, implementando una estrategia de promoción turística adecuada para ofertar los servicios o productos, se desarrolla una actividad sustentable y responsable que beneficia localidad.

ABSTRACT

The promotion and its incidence in the tourist development of the canton Baba, is an excellent topic because the development of tourist activities in the Ecuador has had an important heyday in the last years. At present the tourist activity in the canton is scarce for the disinformation on this activity and few project promotion that they impel to its development, affecting straight the loss of interest of the potential tourist and to generate new economic income to the locality. For it there is essential the implementation of strategies of tourist promotion and a suitable information system like the creation of web sites for the tourist development of the locality as a whole with the GADM CB, which they would impel to the sustainable tourist development. The development of these activities opens to the tourism like a new development line to promote gastronomic activities, culture activities, between others that they help to the integral development of the community, to mitigate the poverty and to contribute to the conservation and improvement of the environment.

The project was framed in the type of exploratory and descriptive investigation with the application of a series of skills and instruments of compilation of information, specially the analysis of documentary sources, the direct observation and the interviews done to resident persons in the canton Baba and officials of the governmental entity of the canton. This way it was possible to conclude that, implementing a strategy of tourist promotion adapted to offer the services or products, there develops a activity sustentable and person in charge who benefits locality



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN.
CARRERA: HOTELERIA Y TURISMO.

RESULTADO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE TRABAJO INVESTIGATIVO
TITULADO “LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN
BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS”.

Presentado por la Srta. Vera Tamayo Ingrid Maricela.

La calificación de: _____

Equivalente a: _____

TRIBUNAL

Nombre

DELEGADO DECANO

Nombre

DELEGADO ESPECIALISTA

Nombre

DELEGADO H. CONSEJO DIRECTIVO

Abg. Isabela Berruz Mosquera

Secretaria FAC.CC.JJ.SS.EE



Babahoyo, 11, 01, 2017

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación de la Srta. **VERA TAMAYO INGRID MARICELA**, cuyo tema es: **LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[8%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the Urkund interface with the following details:

- Documento:** INGRID VERA TAMAYO-parte practica examen complejo.docx (D24942190)
- Presentado:** 2017-01-12 20:40 (-05:00)
- Presentado por:** fbravo@utb.edu.ec
- Recibido:** darellano.utb@analysis.orkund.com
- Mensaje:** revisión de la dimensión practica del examen complejo de Ingrid vera. [Mostrar el mensaje completo](#)
8% de esta aprox. 16 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 4 fuentes.

The similarity report at the bottom shows two sources:

40%	
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA: HOTELERÍA Y TURISMO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE EDUCACIÓN BÁSICA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN

DOCENTE DE LA FCJSE

X

X



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN.
CARRERA: HOTELERIA Y TURISMO.

INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND

MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN tutor dimensión práctica del examen complejo, a petición de la parte interesada.

Certifico que el presente proyecto elaborado por la estudiante VERA TAMAYO INGRID MARICELA con el tema “LA PROMOCIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL AVANCE TURÍSTICO DEL CANTÓN BABA, PROVINCIA DE LOS RÍOS”

El mismo que fue revisado asesorado y orientado en todo el proceso de elaboración, además fue sometido al análisis del software antiplagio URKUND cuyo resultado es de 8% cual se encuentra dentro de los parámetros establecidos para la titulación por lo tanto considero apto para la aprobación respectiva.

Certificación que contiene para fines legales

MSc. FAYTONG BRAVO FELIX AGUSTIN

C.I. 1202954549

Tutor

xi

Índice general

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE LECTOR	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
RESULTADO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ix
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	¡Error! Marcador no definido.
1. INTRODUCCIÓN	1
2.-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.	3
3. PREGUNTAS ORIENTADORAS PARA EL ANÁLISIS DEL PROBLEMA	6
4.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
4.1.-PROMOCIÓN TURÍSTICA	7
4.2.-DESARROLLO TURÍSTICO	9
4.3.-TURISMO	9
4.4.-RECURSOS TURÍSTICOS	10
5. METODOLOGÍA.....	10
5.1.2. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	11
5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.	11
5.2.1 MÉTODO DEDUCTIVO.	11
5.2.2 MÉTODO DE OBSERVACIÓN.	11
5.3. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.	11
5.3.1.- UBICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO.	11
5.3.2 ENCUESTA:	12
5.3.3 POBLACIÓN TOTAL	12
5.3.4 MUESTRA.....	12
5.3.5 ENTREVISTA:.....	13
5.4. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	13

6.2 PÉRDIDA DE RECURSOS TURÍSTICOS Y ECONÓMICO CONSECUENCIA DEL DESCONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	14
7. SOLUCIONES PLANTEADAS.....	16
8. CONCLUSIONES.....	18
9. RECOMENDACIONES.....	19
10. BIBLIOGRAFÍA.....	21

INDICE DE TABLAS

TABLA N-º 1: IMPACTOS ECONÓMICOS	15
TABLA N-º 2: POSIBLES SOLUCIONES AL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17

1. INTRODUCCIÓN

El turismo en Ecuador se encuentra en continuo crecimiento gracias a la aplicación de diversas estrategias de promoción siendo este la pauta para que la presente investigación pretenda exponer o abordar el tema, La promoción y su incidencia en el avance turístico ya que este ha tenido un auge muy impórtate en los últimos años en la que los prestadores de servicio turísticos emplean distintas formas de promoción turística y ser reconocidos en la industria del turismo.

El 15 de septiembre de 1747, los ciudadanos Babenses en históricos gestos de heroicidad y rebeldía se opusieron a dar fidelidad al Rey de España, Fernando VI. Estableciendo un verdadero primer grito de independencia en todo el Continente Americano, En el cantón Baba, llegó el libertador Simón Bolívar y el Mariscal Antonio José de Sucre. Baba, "la Noble y Torera" como se la conoce por su maravillosa historia, detuvo su progreso con la pérdida de su importante río y sede tuvo toda actividad fluvial, quien después de esto empieza a declinar su progreso hasta convertirse en lo que es hoy es una pequeña ciudad que recuerda su pasado con mucho orgullo.

El cantón Baba es considerado y conocido por ser el más antiguo de la provincia quien fue en sus mejores tiempo disputaba Guayaquil por la importante cuenca del rio guayas. La actividad turística en el cantón es escasa cuyo factor principal es la desinformación sobre esta actividad y la poca promoción de proyectos que se han realizado como el rescate cultural de la localidad factores que en si tienen que ver con apoyo de las personas de la localidad cuando se realiza algún proyecto en beneficio del turismo.

Es importante destacar que la promoción es una base fundamental de marketing para el acrecentamiento de la venta de un producto o servicio, actualmente vivimos en un mundo globalizado donde existe una gran demanda en el que el cliente se siente atraído por la cualidades mejor expresadas del servicio ofertado, frente a esto las empresas publicas tanto como privadas se ven a la necesidad de ser mayormente competitivas para mantener su producto y que generen mayor venta en el mercado.

En cuanto a lo que es promoción turística esta se centra a dar a conocer un destino turístico o servicio turístico a través de distintas estrategias con el objetivo de incrementar la llegada de turistas y a la vez de la economía del destino, ciudad o región, por lo tanto hay que tener en cuenta varios aspectos antes de diseñar una estrategia de promoción turística para que esta sea aceptado de una forma rápida por los turistas y propios. Existen gran variedad de formas de promoción turística como los son las ferias, eventos como casa abierta, congresos, fiestas entre otras en el que el objetivo principal es dar a conocer dichos lugares y que sea visitado por los turista.

La analizar la problemática es necesario citar las causa en el texto una de ellas es la falta de conocimiento de esta técnica o proceso para dar a conocer las diferentes actividades que se realizan, porque si no promocionan el producto o servicio como el cliente conoce sobre aquello y decide visitar el lugar turístico, por ello es necesario la práctica de las diferentes estrategias para un mejor resultado y beneficio tanto humano como económico.

Esta investigación centra interés en describir las principales estrategias de promoción turística de las empresas públicas y privadas y su impacto en el desarrollo del cantón Baba para incentivar a la población a que decida optar por la actividad turística y optimizar los recursos que poseen.

La presente investigación se realizaron diferentes técnicas de investigación como es la encuesta efectuada a personas residentes en el cantón Baba también se realizó una entrevista a funcionarias de la entidad gubernamental del cantón.

2.-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El turismo en la actualidad es uno de los tres grandes generadores de divisas en el Ecuador debido a que el empresario turístico realiza una serie de actividades, diseña estrategias innovadoras de difusión y promoción desarrollando nuevas tendencias en el turismo para poder competir en la industria turística, obteniendo la mayor acogida de turista, potencializando su zona y a la vez a todo el Ecuador.

La promoción turística es una estrategia de marketing ha intentado ayudar a que recursos o servicios turísticos sean mayormente visitados sin embargo es evidente que los medios de comunicación masivos son mayormente utilizados por las grandes ciudades como Guayaquil, Quito, Cuenca, pero en las pequeñas ciudades no se nota una acogida a estos medios de promoción para poder incrementar y fortalecer el turismo.

El cantón Babahoyo siendo la capital de la Provincia de los Ríos y eje principal confronta parte de esta problemática de promoción turística es muy escasa y no oportunidad a que sea reconocidos los atractivos turístico. Lo que menciona el autor es que “No se ha efectuado y ejecutado una excelente propuesta de promoción de los recursos naturales y culturales, aportando a esta falencia la falta de apoyo hacia este sector por parte de las entidades que son responsables”. (Monar, 2015, p.2).

Conllevado a que los demás cantones no cuentan con la iniciativa para promocionar sus sitios turísticos sin embargo esto se da, ya que no hay interés por parte de los gobiernos locales en darle importancia a la industria turística como base de la economía de la provincia.

El cantón baba se encuentra localizado al noroeste del cantón Babahoyo, provincia los Ríos, siendo uno de los cantones más antiguos de la provincia no es tan conocido en el ámbito turístico como lugar favorito para visitar por turistas nacionales y extranjeros.

El turismo en el cantón Baba pese a sus serios problemas producto de la deforestación que ha soportado, su campiña presenta atractivos naturales que sumados a la riqueza y calidez de la cultura montubia, de su población en general, podrían ser explotados en la actividad agroturística-comunitaria que en este

momento empieza a perfilarse en nuestro país con importante perspectiva. Esto dependerá de la visión tanto del sector público como del privado para que inviertan en el ámbito turístico y de esta forma se pueda explotar esta potencialidad existente. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baba, s.f.)

La actividad turística en el cantón Baba aun no es de gran potencialidad por causa de diversos problemas que ha atravesado el lugar y por la falta de interés tanto de las empresas públicas como de las empresa privadas de promocionar los recursos perdiendo la oportunidad de realizar proyectos para poder explotar los recursos turísticos y con esto poder proyectarse al futuro como atractivo turístico.

El GADM CB del cantón Baba cuenta con una amplia variedad de eventos folklóricos, celebraciones religiosas y diferentes actividades con el fin de rescatar la cultura y sus tradiciones, sin embargo estas actividades no están proyectadas con la finalidad de atraer al turista sino de simple goce de los habitantes.

La deficiente promoción que se manifiesta en este lugar es complicada, la mayoría de los visitantes no conocen los atractivos que ofrece el cantón debido a que no existe un diseño de promoción turística de los lugares, afectando directamente la pérdida de interés del visitante y con ello una posibilidad de que se desarrolle tanto la actividad turística y de que se genere nuevos ingresos económicos.

La empresa pública como lo son los GAD están encargados de promocionar proyectos de sistemas de información que beneficien a la comunidad en general preguntándose más allá de lo que tenemos en frente, para explotar al máximo los recursos turísticos necesarios, siempre y cuando se atenten dichas áreas.

Según lo menciona el Ministerio de Turismo (2007) PLANDETUR 2020 en uno de sus objetivos enfatiza en “Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas,” (PLANDETUR 2020, 2007, p.128)

Si bien es cierto las normas no se da en algunos casos pero con la implementación de estrategias de promoción turística y un adecuado sistema de información para el desarrollo turístico de la localidad en conjunto con el GADM CB lo que impulsaría el turismo de una manera considerable.

Según plantea el autor “Una promoción turística adecuada es necesaria para promover, impulsar y dar a conocer los atractivos naturales y culturales en un lugar de destino para que los turistas disfruten de ellas a, su vez motivar al turista” (Montesdeoca, 2014, p.9).

Uno de los principales productos estrella a promover sería el turismo cultural y agro-turismo siendo más que nada un recurso primordial de la zona y que comienza a consolidarse como uno de los productos prioritarios del turismo alternativo.

Por esta razón se ve a la necesidad de determinar las estrategias de promoción turística que se ejecuta en la localidad para mejorar la calidad de vida de la comunidad y así ser reconocidos nacionalmente de una manera más oportuna y precisa de promoción turística.

Es por ello que la promoción turística es una base fundamental e importante para el desarrollo de esta actividad en las diferentes localidades y posee como principal elemento la elección de un mercado objetivo que los guie a posicionarse como líderes en el mercado, con la ejecución del plan de marketing nos permitirá promover los recursos turísticos de la localidad restableciendo la economía y fortaleciendo la identidad cultural siendo esta una alternativa favorable para la comunidad en general.

3. PREGUNTAS ORIENTADORAS PARA EL ANÁLISIS DEL PROBLEMA

¿La escasa promoción turística mitiga el turismo en el cantón Baba?

¿Será que esto sucede por el desinterés tanto de la empresa pública como de la privada en invertir en la difusión de los atractivos turísticos?

¿Será que la despreocupación por la difusión de los atractivos turísticos en el cantón Baba causa esta problemática?

¿Baba se perderá como punto referencial turístico de la Provincia de Los Ríos afectando a los visitantes y por ende a la economía del cantón?

¿Se puede diseñar o crear una estrategia de promoción acorde a los avances tecnológicos?

4.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Según el gobierno autónomo descentralizado municipal de Baba.

La Noble y Torera" como la llamara el gran Historiador don Modesto Chávez Franco, estancó su progreso con la pérdida de su río quien hizo detener el tiempo y este a su pueblo, quien después de la independencia empieza a declinar su progreso hasta convertirse en lo que es hoy es una "pequeña ciudad que recuerda su pasado con mucho garbo, señorío y distinción. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baba, s.f.)

4.1.-PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción es el “Conjunto de técnicas que refuerzan y animan la oferta normal de la empresa, con el objetivo de incrementar la venta de productos a corto plazo” (Camino y de Juan Vigaray, 2002, p.17).

La promoción no es más que simplemente las estrategias de marketing que se realizan para poder llegar al consumidor o mercado objetivo y poder manipular, convencer por medio de estas y lograr obtener el objetivo de venta propuesto ya sea de un producto, un servicio entre otros. Los resultados de estas dependen tanto del empleador como del empleado en la voluntad que tengan de poder convencer al cliente darle una buena atención, un buen servicio y conseguir lo propuesto.

La promoción turística “es, pues, dentro del lenguaje del turismo, una herramienta indispensable para dar a conocer los servicios y productos que se quieren ofrecer al potencial turista o viajero 2.0, es decir, para comunicar y persuadir”. (Jiménez 2012, p. 145).

En términos generales si se cuenta con una estrategia de promoción turística adecuada y se estimula conjuntamente el interés de la población en que participe activamente en diferentes programas conllevaría a dar paso a un desarrollo turístico sustentable en la localidad.

En el plan nacional de buen vivir en este marco se establece el carácter participativo de la planificación como condición para el logro del Buen Vivir (arts. 275, 276, 278 y 279) se señala que:

Corresponde a todas las personas, colectividades y diversas formas organizativas participar en las fases y los espacios de la gestión pública, así como en la planificación del desarrollo nacional y local y en la ejecución y el control del cumplimiento de planes de desarrollo, que fomenten la participación y el control social, con el reconocimiento de las diversas identidades y la promoción de su representación equitativa en todas las fases de la gestión del poder público. (Desarrollo, S. N. 2013, p. 36)

Es importante destacar que con la participación de autoridades gubernamentales y la ciudadanía en general se dará apertura al mejoramiento de la infraestructura turística y en la recuperación de nuestra identidad cultural montubia.

La promoción de ventas es una técnica de animación comercial, destinada a atraer e incentivar al cliente al consumo. La promoción de ventas on line (e-promociones) constituye, también, un sistema de atracción y de captación de clientes a través de internet, elaborado de acuerdo con los principios de la animación visual. (Baubeta, 2010, P.77)

La promoción on-line en la actualidad es un estrategia de predominio en la promoción de cualquier producto o servicio, llevándolo al éxito de una manera fácil además está teniendo un auge de suma importancia en la sociedad y en la industria turística ya que muchos optan por esta iniciativa de promocionar sus productos y llevarlos a un nivel mayor al esperado y se

arriesgan, ya que muchas personas usan el internet para realizar compras por lo que la estrategia de promoción on- line cobra cada día más notabilidad en la sociedad.

4.2.-DESARROLLO TURÍSTICO

Desde que el turismo es se ha convertido en uno de las grandes generadoras de divisas para el mejoramiento de la economía de un país se ve a la necesidad de mejorar nuestra oferta turística ya que con el desarrollo del turismo es un proceso que da apertura al crecimiento global de un lugar o comunidad generando fuentes de empleo e ingresos económicos y el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados.

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista” (Pearce, 1991:14 citado por Varisco, 2008, P.61)

4.3.-TURISMO

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (Organización Mundial del Turismo, 2007 citado por Echeverría, 2015 P.17)

Según el ministerio de turismo la concentración del turista extranjero y nacional, la Provincia De Los Ríos representa el 5.50 % de visitantes nacionales y 0,90 son visitantes extranjeros dejando una tasa de porcentaje bajo con respecto a algunas provincias. Debido a muchos problemas y conflictos como la regeneración de la infraestructura y falta de puntos de información. (Ministerio de Turismo)

4.4.-RECURSOS TURÍSTICOS

Los recursos turísticos son el pilar fundamental para el desarrollo del turismo son la causa del por qué las personas decidan desplazarse hacia aquello con el fin de ocio, recreación entre estas tengan más peculiaridad ese dote único serán los preferidos por el turística introduciendo una mayor demanda de turistas.

Según el Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador menciona que “Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones”. (PLANDETUR 2011 -2014, p. 19).

5. METODOLOGÍA

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva e investigación exploratoria.

5.1.1. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Se escogió la Se escogió la investigación descriptiva ya que este tipo de investigación utiliza el método de análisis en donde se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades el mismo que permitirá diagnosticar específicamente las características de una población, las cualidades de algo en concreto, la investigación descriptiva consiste en conocer y observar las situaciones de un objeto o persona sin intervenir sobre ellos de una u otra manera se recogerá datos sobre una teoría y en la que se extrae información para contribuir en el conocimiento necesario para el desarrollo de la investigación. “La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: encuestas, casos, exploratorios, causales, de desarrollo, predictivos, de conjuntos, de correlación”. (Grajales, 2000, p.1).

5.1.2. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Mediante la investigación exploratoria se llevará a cabo una observación directa en los lugares más representativos de Baba lo cual permitirá recabar datos e información para lograr los objetivos del proyecto.

5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

5.2.1 MÉTODO DEDUCTIVO

En la Provincia de Los Ríos se realiza poca promoción turística para dar a conocer sus planes y proyectos turístico que se basan en el desarrollo del mismo, como consecuencia, las ciudades pequeñas como lo es el cantón Baba padece de la misma problemática que como se menciona anteriormente no se preocupan por dar mayor relevancia a estos proyectos.

5.2.2 MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Mediante la observación pudimos analizar que en partes de la carretera principal de ingreso al Cantón Baba y zona céntrica no existen letreros sobre turismo y en la página oficial de GADMB no se encontró información sobre los diferentes proyectos que se realizan a beneficio de la actividad turística.

5.3. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

5.3.1.- UBICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La investigación realizada sobre la promoción y su incidencia en el avance turístico del cantón Baba se Centrará en personas adultas entre mujeres y hombres de 18 a 60 años en la zona céntrica del cantón Baba y a la persona encargada de departamento de turismo del

GADB en la que conoceremos su opinión sobre la promoción turística que se ha venido desarrollando en el transcurso de estos últimos años.

5.3.2 ENCUESTA

Con esta técnica se recopilara la información para la investigación, ya que permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis del mismo y conocer el grado de conocimiento que la población del cantón tiene acerca de promoción turística y además cuál es el impacto actual de la situación turística del cantón Baba y como, implementando estrategias de promoción turísticas se puede mejorar el desarrollo turística del cantón Baba.

5.3.3 POBLACIÓN TOTAL

Para la presente investigación se tomará en cuenta como población total a los habitantes del cantón Baba zona urbana que cuenta con una población de aproximadamente 159 habitantes entre los rangos de las edades establecidas en este proyecto.

5.3.4 MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se realizó la siguiente formula la cual ayudó en obtener un número total de muestreo de la población el cual es de 100 personas.

$$n = \frac{N}{e^2(N + 1) - 1}$$

Dónde:

n= Muestra

N=Población

e=Error 6%

5.3.5 ENTREVISTA

Esta técnica de recolección de datos se realizó a la persona que está actualmente encargada del departamento de turismo y comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baba para conocer con exactitud la realidad de la situación actual del turismo y que piensa con la implementación del diseño de nuestra propuesta.

5.4. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación tiene como alcance la creación de un diseño de promoción turística con la finalidad de determinar su impacto en el desarrollo turístico del cantón Baba, como esta incrementa la llegada de turista y el comercio en la localidad. Se realizara específicamente en el departamento turístico de GAD Baba cuyos aspectos son la promoción en el desarrollo turístico.

6. SITUACIONES DETECTADAS

6.1 ESCASA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE RECURSOS TURISTICOS.

La promoción por medio del gobierno local es escasa no se registran letreros o guías que indiquen donde dirigirse a un sitio de interés turístico, del mismo modo en las redes sociales o páginas web no se encuentra información de desplazarse como visitante.

Si comenzaríamos con la iniciativa de la entidad gubernamental en el aprovechamiento de los recursos turístico, la historia del turismo en el cantón sería distinta aquellos recursos que poseemos se están perdiendo y quedando en el pasado y solo en la memoria de sus propietarios sin ser conocidos por el mundo de las maravillas históricas con las que posee él cuenta en cantón

El desconocimiento de los propietarias hace que no valoren lo que posee, de lo que se puede hacer con aquellos recursos tan apreciados para el turismo y no solo de los propietarios si no

del mal trabajo de las entidades encargadas de que el turismo se desarrolle en la localidad, ya que estas personas no son capacitadas no se practican charlas sobre la actividad turística y en sí de la poca promoción turística.

La condición actual del turismo no es muy favorable aunque se están dando proyectos para rescatar sitios históricos para mejorar la actividad aun no tienes respuestas claras de las entidades encargadas, aunque esto no es impedimento existen mil maneras para que el turismo de una localidad se desarrolle no solo esperando un sitio histórico, el cantón Baba es un lugar 100% agrícola al igual que los demás cantones de la provincia explotándose el turismo rural comunitario, el agroturismo un sin fin de alternativas.

Condición que es ocasionado prácticamente por el poco interés de las entidades en no ver por el progreso de sus pobladores no realizan un mayor esfuerzo en gestionar actividades dirigidas a la industria turística como lo menciona la ley de turismo en su Art. 33.-“Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones”.

De acuerdo a los razonamientos que se han venido realizando se puede decir que estas condiciones aún no se cumplen con el máximo rigor dado a que existe la despreocupación total por contribuir al mejoramiento de la situación actual del turismo.

6.2 PÉRDIDA DE RECURSOS TURÍSTICOS Y ECONÓMICO CONSECUENCIA DEL DESCONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.

El turismo hace una importante contribución a la economía de un lugar puesto que el crecimiento de este sector ha sido tan rápido, cabe agregar que con el desarrollo de la actividad turística atraerá inversionistas y con ello generación de fuentes de empleo.

Por lo que se refiere a la implementación de proyectos turísticos se manifiesta una escasa y limitada creación, teniendo sus impactos y consecuencia negativas puesto que genera la

perdida de estos recursos, mientras que más se dan proyectos como por ejemplo inflación, precios del suelo y vivienda, mantenimientos de carreteras, la construcción etc.

El apoyo institucional puede ser preciso para el éxito del proyecto de desarrollo turístico. Hay una posibilidad que las inversiones deban ser gasto público para el mejoramiento de la infraestructura y la responsabilidad de personal y equipos más allá de los medios que disponen las instituciones locales para reconocer y administrar el nuevo desarrollo económico pero que en final tendrá aspectos positivos para los interesados.

Derivado de la problemática es también la destrucción de la calidad paisajística de la infraestructura del cantón ya que las personas acuden a la modificación y destrucción de dicho lugares con lo moderno lo actual, dejando de lado la historia que estos recursos poseen. Ocasionando la pérdida económica en la creación de divisas para el cantón y no ser reconocida a nivel nacional, perdiendo la oportunidad de generar nuevas fuentes de empleos.

Tabla n-º 1: Impactos Económicos

POSITIVOS	NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleos. • Desarrollo de la industria turística y creación de más recursos turísticos. • Generación de inversión pública y privada. • Mejoramiento de la calidad de vida de la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación en la economía local. • Pérdida de recursos turísticos. • Poca inversión de empresas públicas y privadas.

Fuente. Elaboración propia del autor

El turismo depende de la existencia y permanecía de los recursos turísticos para que esto sea posible se necesita de muchos factores tanto económico, factor sociocultural, factor demográfico etc.

Más que nada de la colaboración de entidades locales y de la población en general, de cuidar lo nuestro de no destruir los recursos tan valiosos por solo tener lo moderno de concientizar a

la población de no perder nuestra identidad como verdaderos luchadores de la independencia de nuestro pueblo llegar más allá que ellos.

7. SOLUCIONES PLANTEADAS.

La promoción turística se centra a dar a conocer un destino turístico o servicio turístico a través de distintas estrategias con el objetivo de incrementar la llegada de turistas y a la vez la economía del destino, ciudad o región.

Tomar la iniciativa de promover y difundir un lugar puede ser algo difícil lograr la aceptación de los turistas toma su tiempo sin embargo si se maneja un estrategia de promoción eficaz y correcta esto puede cambiar tanto para interés del prestador turístico como del usuario.

Entre las posibles soluciones al tema abordado es la implementación de estrategias de promoción que ayuden al desarrollo del turismo de la localidad a que estas personas conozcan los beneficio que tiene la publicidad para poder sobresalir de entre muchos, poder avanzar como empresa y como ciudadanos.

Elaborar trabajos en conjunto desde la máxima autoridad y contribución y responsabilizar a los pobladores en mantener los recursos que poseen para mejorar su calidad de vida.

Además se realizaría una charla a las personas encargadas del departamento de turismo de la entidad gubernamental para que en conjunto con la entidad gubernamental dirigir a la población a que participe activamente en las capacitaciones sobre la actividad turística.

También realizar acuerdos tratar con los ciudadanos que cuentan con recursos turísticos que no los destruya y pasen a manos de entidades a cargo de esto como es instituto Nacional de patrimonio cultural y el GAD local y hacer cumplir las leyes que protegen estos recursos.

Realizar un inventario turístico para tener en claro con lo que el cantón posee como recursos turísticos para poder promocionarlos de una manera ordenada.

Tabla n-º 2: Posibles Soluciones al Problema de Investigación

Soluciones	Resultados
Implementación de estrategias de marketing turístico como creación de página web.	Crear una expectativa al viajero mediante la promoción del cantón y decida visitarlo.
Elaborar campañas de capacitación a las personas encargadas de departamento turístico y a la comunidad en general sobre la actividad turística.	Valoración de los recursos existentes y la creación de nuevos recursos.
Convenios con el Gobierno Autónomo del Cantón Baba y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y pobladores para mantener los recursos turísticos que existen en el cantón.	Rescate de patrimonio cultural y activar la actividad turística.
Efectuar un inventario turístico	Conocer a ciencia exacta los recursos turísticos que posee el cantón Baba para realizar una promoción adecuada.

Fuente. Elaboración propia del autor

Con la implementación de estas posibles soluciones que se basan en la investigación exhaustiva que se realizó para el mejoramiento y desarrollo turístico y económico de la localidad a que se mantengan dichos lugares.

8. CONCLUSIONES.

La promoción es una herramienta de marketing muy importante en el desarrollo turístico que permitirá generar y promover la actividad turística en el cantón Baba, sin embargo esta no ha sido una de las estrategias más utilizada por las empresas públicas y privadas para incrementar y fortalecer el turismo, a diferencia de otras estrategias turísticas existentes esta da a conocer y persuade sobre un destino turístico con el propósito de aumentar la llegada de turistas y mejorara la economía del destino promocionado, en consecuencia la falta de información que existe sobre la importancia de implementar la promoción ha sido uno de los más grandes conflictos que ha generado que haya poco turismo en el cantón, desprestigiando los recursos naturales y culturales que posee en cantón,causado por el desinterés por parte del gobierno municipal y los habitantes en invertir en el ámbito turístico y explotar esta potencial existente siendo uno de los principales productos estrella a promover el agro-turismo debido a que es un recurso primordial de la zona y que comienza a consolidarse como uno de los productos prioritarios del turismo alternativo con la finalidad de generar y promocionar el turismo, como parte del desarrollo del cantón Baba.

En el desarrollo de esta actividad se abre el turismo como una nueva línea de desarrollo, el cual incluye actividades gastronómicas, costumbres, aventuras, cultura, entre otras, de manera que se establezca la oportunidad de generar rentas y disminuir las desigualdades socioeconómicas de las zonas donde se realizan actividades de emprendimientos turísticos.

El turismo promueve el desarrollo integral para la comunidad y mitiga la pobreza, las desigualdades, evita la migración de los pobladores, fomenta la distribución justa de los ingresos y contribuye a la conservación del medio ambiente. Esta modalidad turística se desarrolla de forma dinámica con los principios que determina la Constitución en los derechos para pueblos y nacionalidades, es decir, socialmente solidario, ambientalmente responsable, económicamente viable y culturalmente enriquecedor, por tanto, constituye una alternativa eficiente para generar fuentes de trabajo (Decreto Legislativo 0. Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Implementar una promoción turística adecuada es, pues, indispensable para ofertar servicios o productos, demostrar la amplia variedad de eventos folklóricos, celebraciones religiosas y diferentes actividades desarrolladas con el fin de rescatar la cultura y sus tradiciones, no solo para al potencial turista o viajero sino también al goce de los habitantes, estimulando así el interés colectivo de participar activamente en diferentes programas dando lugar a un desarrollo turístico sustentable y responsable de la localidad.

9. RECOMENDACIONES.

Para la solución del problema de investigación planteado se recomiendan la siguiente propuesta para mejorar el caso.

- Difusión de los atractivos turísticos del cantón Baba por medio de la elaboración de un sitio web.

La propuesta que es el sitio web tiene como nombre: NOBLE Y TOTERA TURISMO BABENSE, por medio de esta página se quiere mantener y cuidar la propia cultura, su costumbres y atractivos turístico que puede ser potencializados ya que según estudios realizados el turismo cultural es uno de los mayores atractivos que motiva al turista, ellos desean conocer nuevas culturas, nuevas costumbres, en si las distinciones y características que posee cada localidad.

Actualmente el desarrollo de estas iniciativas son de suma importancia manteniendo familiarizados e informados a los pobladores de las actividades turísticas que se realizan y de la importancia que provee la promoción turística precisamente en el desarrollo que esta pueda generar en el cantón.

La identificación de las principales fuentes de importante desarrollo turístico seria clave para el trabajo autónomo que se desarrollará, para que los turistas aumenten el consumo de productos y servicios propios de la localidad, generando así una mejor economía tanto para pequeños y grandes prestadores de servicios.

La implementación de una promoción turística es indispensable para incentivar a la localidad al desarrollo de actividades gastronómicas, culturales, agro turísticas y otros aspectos como temas sobre la historia del cantón que son patrimonio cultural y sobre todo en áreas de belleza natural y de gran importancia cultural que posee el pueblo Babense, sin duda es primordial que la población mantenga su esencia y raíz para promocionarla.

Comenzando con que tanto las empresas públicas y privadas conjuntamente con la población mantener la iniciativa de hacer del cantón Baba un atractivo turístico que convenza a los potenciales consumidores-turistas que la oferta turística que se desarrollará es capaz de satisfacer sus exigencias, sus demandas; y que vale la pena ir a ese destino y visitarlo, que ayudara a preservar los recursos turísticos que se posee y además crear nuevos atractivos con la ayuda del GADM CB y la población.

Este sitio web contiene un mapa de los principales atractivos turísticos como Festividades del cantón, información sobre proyectos turísticos nuevos, rodeo montubio. Este sitio web se realizó mediante la aplicación google sites, será fácil de utilizar y fácil de acceder además se puede difundir por medio de las redes sociales cuyos objetivos son.

Objetivo General.

- Promover y difundir los atractivos turísticos del cantón Baba.

Objetivos Específicos.

- Incentivar a la población a que participe en el desarrollo del turismo del cantón.
- Rescatar y mantener los atractivos turísticos que posee en cantón.
- Establecer la efectividad de la promoción turística en el cantón.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Boubeta, A. I. B. (2010). *Promoción y Publicidad en el punto de venta*. Ideas propias Editorial SL. Recuperado de <https://books.google.es>
- Camino, J. R., & de Juan Vigaray, M. D. (2002). *La promoción de ventas: variable clave del marketing*. Esic Editorial. Recuperado de <https://books.google.es>
- Desarrollo, S. N. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de <http://documentos.senplades.gob.ec/>
- Echeverría Villamar, E. J. (2015). *Campaña de promoción turística para fortalecer el desarrollo económico del cantón Salitre año 2015-2016*. (Trabajo de grado) Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Grajales, T. (2000/03/27). Tipos de investigación. *Revista de Educación on*. Recuperado de <http://tgrajales.net/>
- Gobierno Autónomo descentralizado Municipal Baba. *historia*. Recuperado de <http://www.municipio baba.gob.ec/>
- Jaime, M., Katherine, L. (2015). *Estudio para la valorización de los recursos turísticos naturales y culturales del cantón Babahoyo como estrategias de desarrollo turístico*. (Proyecto de grado) Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Jiménez, F. S. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(4), 143-153.
- Ministerio de turismo Ecuador. (2007). *Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador "Plandetur 2020"* recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>

Ministerio de turismo Ecuador. (2008). LEY DE TURISMO (Ley No. 2002-97) Nota: En aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformativa Primera del Código Orgánico Integral Penal (RO 180-S, 10-II-2014), la denominación del " Código Penal" y del. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>

Montesdeoca Salgado, C. J. (2015). *Promoción de los atractivos turísticos inventariados y su importancia en el desarrollo del Turismo de la Parroquia de Pilahuín del Cantón Ambato de la provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa* (Tesis Doctoral), Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina.

Ramírez, O., Paúl, H., Véliz, N., Tania, I., Roldán Ruenes, A., y Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.

ANEXOS
ENCUESTA

1. ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE QUE ES PROMOCION TRUISTICA?

Si

No

2. ¿CONSIDERA QUE CON UNA PROMOCIÓN TURÍSTICA SE DESARROLLARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD?

Si

No

3. ¿CREE UD. QUE LAS PERSONAS DE LA COMUNIDAD LES INTERESAN EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL CANTÓN?

Si

No

4. ¿CREE UD. QUE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS ESTARÍAN DISPUESTOS EN FORMAR ASOCIACIONES CON LA COMUNIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL CANTÓN?

Si

No

5. ¿CREE UD. QUE EXISTAN LUGARES TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BABA?

Si

No

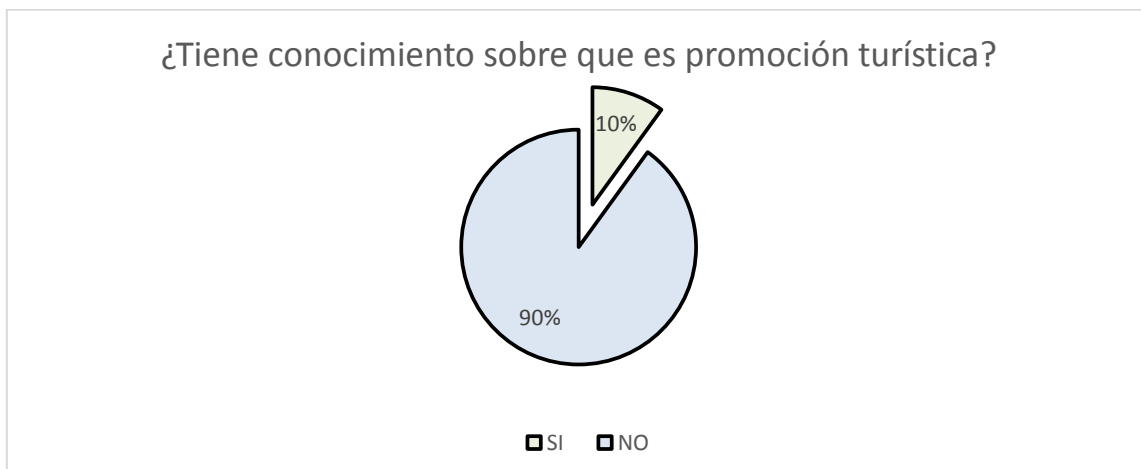
SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN EN EL ANÁLISIS DE LOS DATOS.

TABULACIÓN

PREGUNTA # 1

¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE QUE ES PROMOCION TURISTICA?

INDICADORES	PORCENTAJE
SI	10%
NO	90%

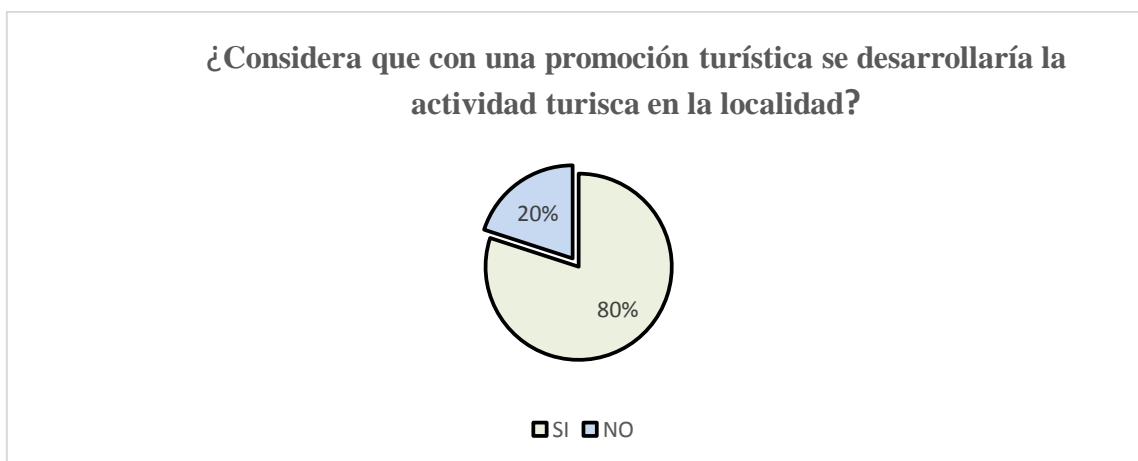


ANALISIS: Según el resultado obtenido en la encuesta el 90% de las personas encuestadas no poseen conocimiento de lo que son las promociones turísticas, y solo un 10 % de las personas encuestadas poseen claros conocimientos de la pregunta planteada.

PREGUNTA # 2

¿CONSIDERA QUE CON UNA PROMOCIÓN TURÍSTICA SE DESARROLLARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD?

INDICADORES	PORCENTAJE
SI	20%
NO	80%



ANALISIS: Un 80% de las personas considera que realizando una buena promoción turística se podría mejorar el desarrollo turístico en cantón Baba y es aproximadamente un 20% dijeron que no.

PREGUNTA # 3

¿CREE UD. QUE LAS PERSONAS DE LA COMUNIDAD LES INTERESAN EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL CANTÓN?

INDICADORES	PORCENTAJE
SI	30%
NO	70%

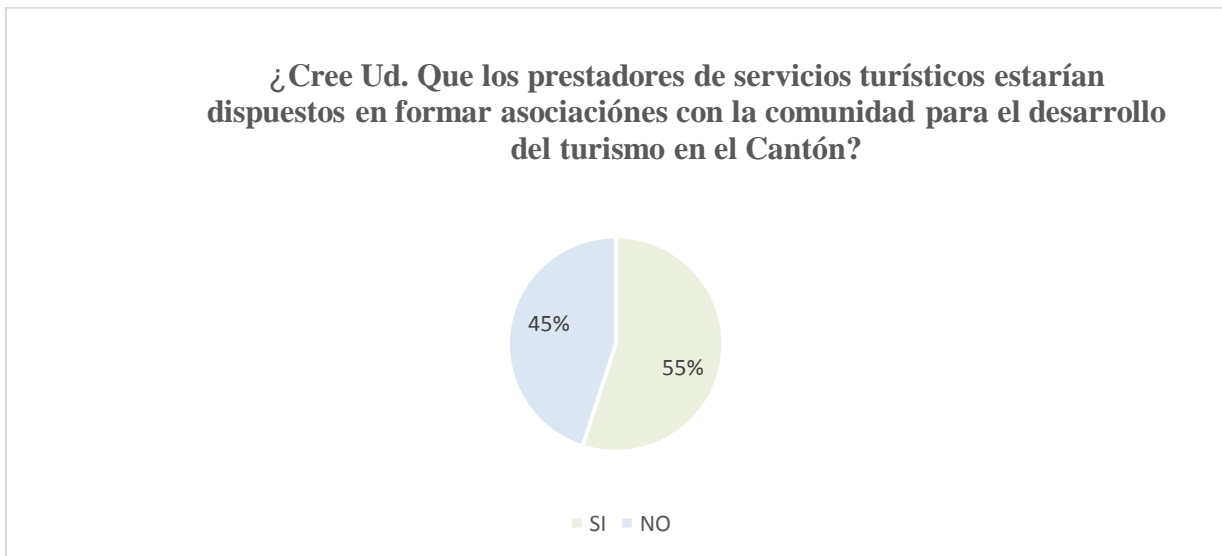


ANALISIS: De acuerdo con el número de personas encuestadas se puede decir que a un 70% de la población si les interesa que haiga un mejor turismo en el cantón que mejore el desarrollo del mismo y el resto, es decir el 30% de la población son indiferentes.

PREGUNTA #4

¿CREE UD. QUE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS ESTARÍAN DISPUESTOS EN FORMAR ASOCIACIONES CON LA COMUNIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEL CANTÓN?

INDICADORES	PORCENTAJE
SI	55%
NO	45%

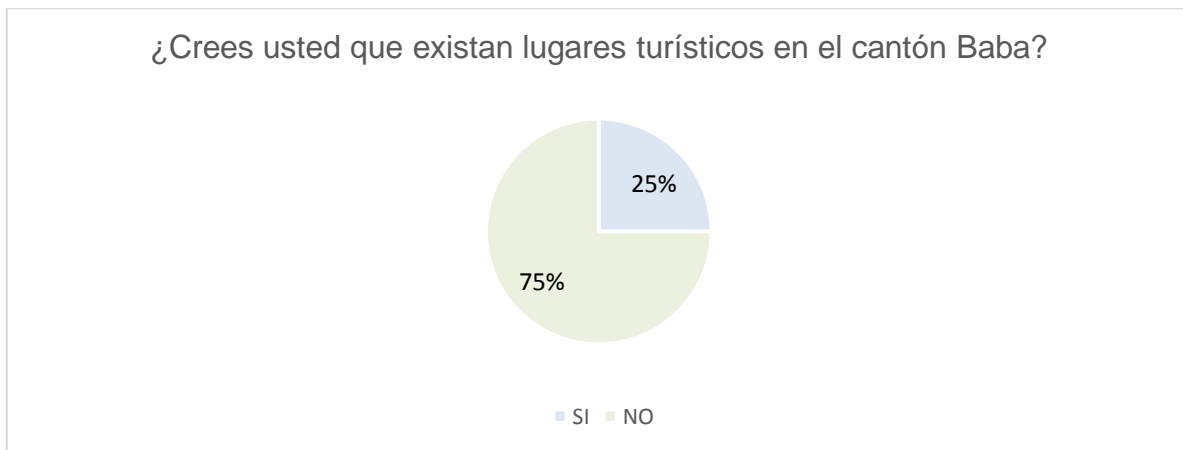


ANALISIS: Según lo observado se puede decir que un 55% de las personas encuestadas cree que si es posible que los prestadores de servicios turísticos formen asociaciones con la comunidad para que haya un buen desarrollo turístico en el cantón Baba, mientras que un 45% de los encuestados piensan que no estarían dispuestos a formar dichas asociaciones para mejorar el turismo.

PREGUNTA #5

¿CREE UD. QUE EXISTAN LUGARES TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BABA?

INDICADORES	PORCENTAJE
SI	25%
NO	75%



ANALISIS: De acuerdo con el número de personas encuestadas se puede determinar que un 25% de las personas cree y consideran que no hay lugares turísticos en la localidad, mientras que la población restante es decir, el 75% de las personas encuestadas cree lo contrario.

ENTREVISTA

Sra. Verónica Rivadeneira de Bajaña.
Departamento de Cultura, Deporte y Educación

¿Cuáles son las herramientas de promoción que utiliza el GADB para incentivar el turismo?

Existía una página de internet que se utilizó para hacer conocer los proyectos que realizábamos pero esta ha sido eliminada por diferentes exigencias ya que toda esta información debe manejarla un solo departamento.

¿Qué proyectos realiza el GADB para que se desarrolle del turismo?

Hemos venido trabajando desde el 2015 en el tema de afianzar los aspectos culturales del cantón Baba que son cuales, rescatar su cultura, sus tradiciones, también ciertos temas que son patrimonio cultural de baba y que baba no conoce. Tenemos un archivo de todo lo que básicamente lo comprende estatuas, las iglesias pero que nunca se ha trabajado en esto.

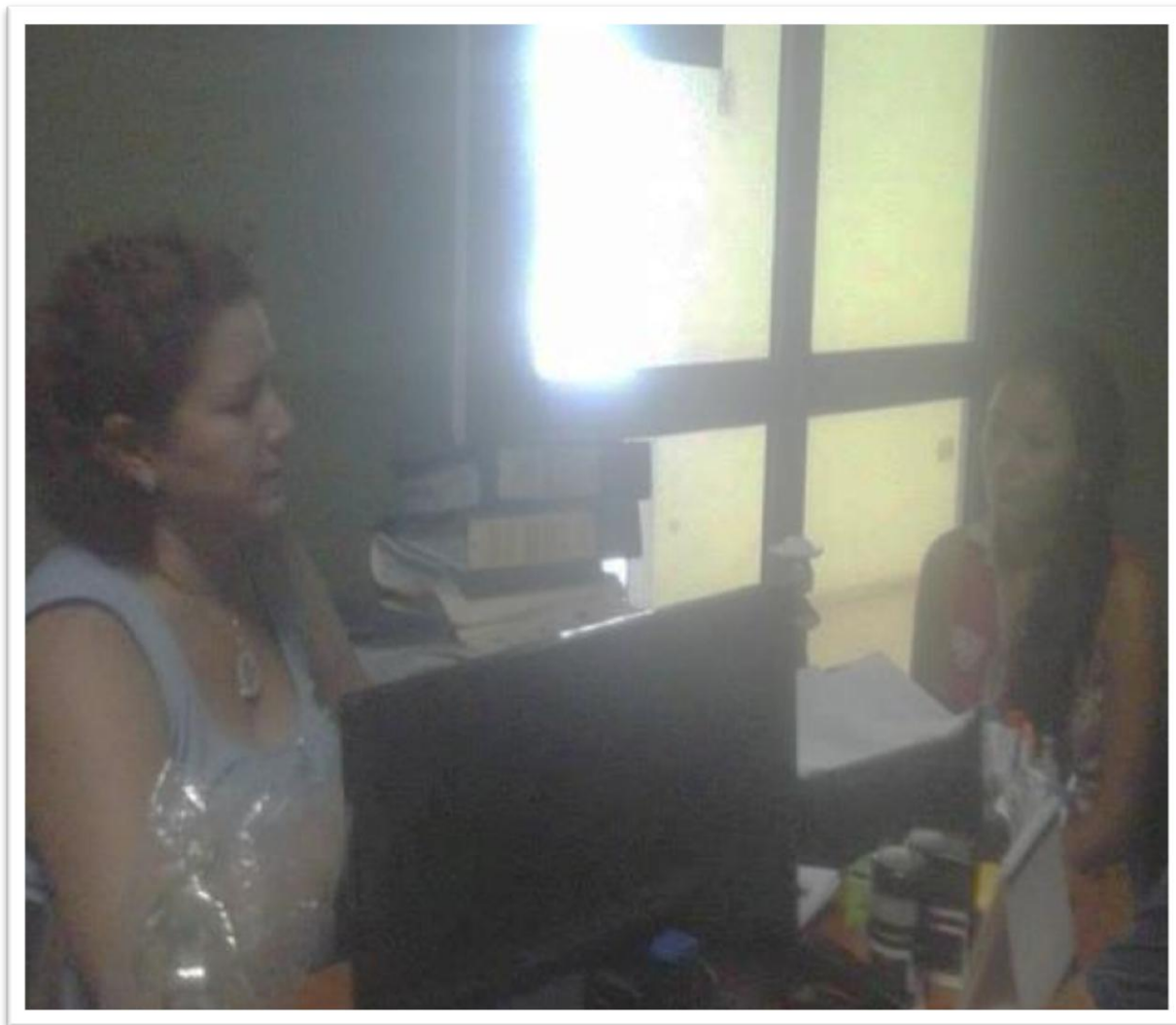
Entonces empecé a trabajar en una investigación por que esto no existen en el municipio, entonces tuve que acercarme al instituto de patrimonio y cultura a buscar toda la información necesaria que ellos tengan archivados, ello tiene un listado y un poco de ítems que son patrimonio de Baba el año pasado no nos alcanzó el tiempo para hacer la planeación porque nosotros como municipio tenemos la competencia y la obligación de verificar cual es el estado de los recursos culturales y patrimoniales que tenemos en Baba y para eso necesitamos movilización, de alguien del Instituto de Patrimonio y Cultura nos acompañe a verificar a que existen.

Como municipio en esta administración tiene la mirada en fortalecer un proyecto turístico cultural en baba que está en manos del instituto de patrimonio y cultura.

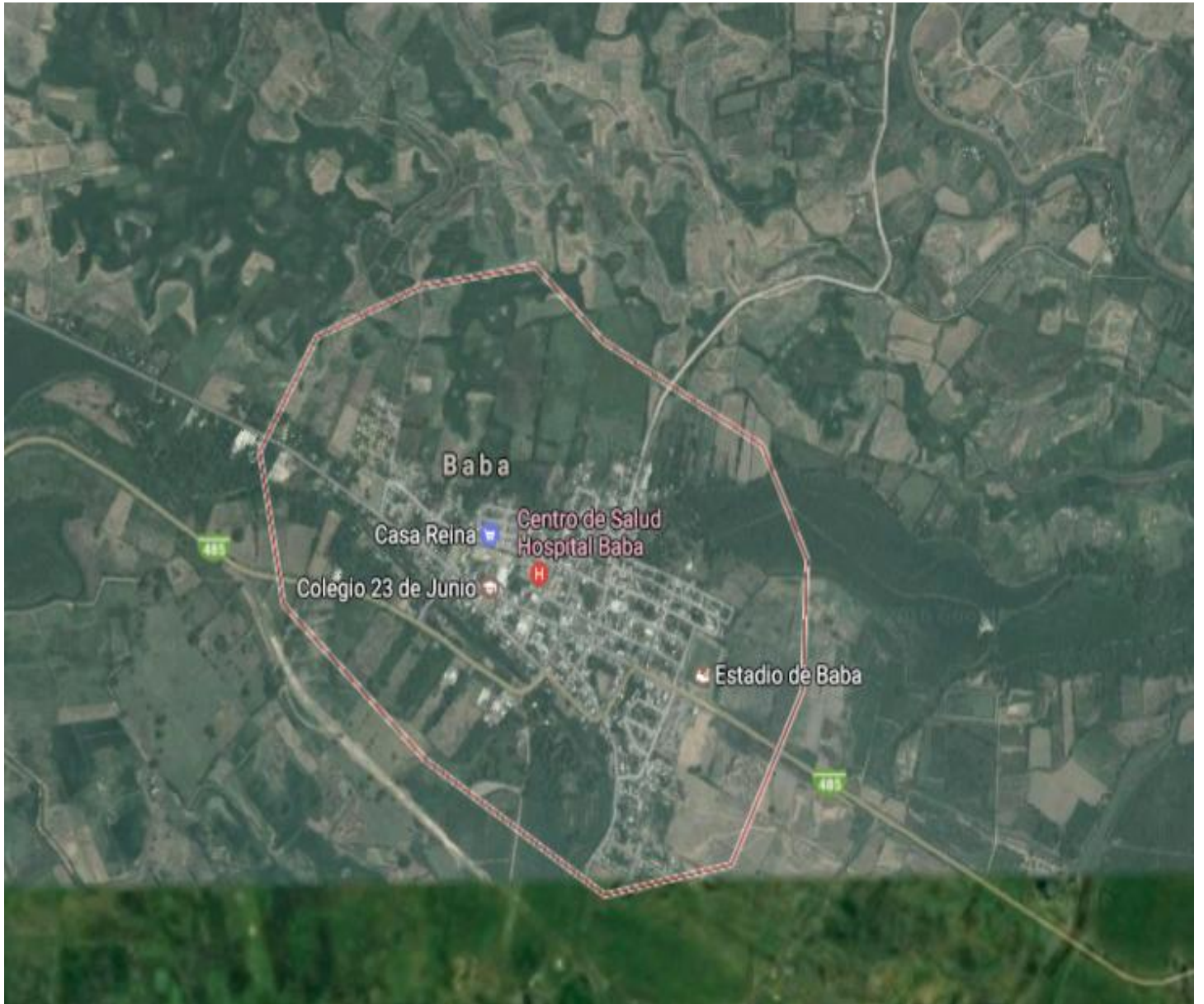
¿Por qué estos proyectos no son difundidos?

Estos proyectos han sido pasado e informados en el departamento de turismo y comunicación que pena que esto no se dé a conocer.

Entrevista A Sra. Verónica Rivadeneira de Bajaña.
Departamento turismo y comunicación.



IMAGEN#1 UBICACIÓN SATELITAL DE REALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: GOOGLE MAPS

MONUMENTO EL TORO Y EL TORERO EN REPRESENTACION AL MONTUBIO,
CANTÓN BABA



PEREGRINACIÓN BEATA NARCISA DE JESÚS CANTÓN BABA (GUAYABO)

