



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/O EN
HOTELERÍA Y TURISMO**

PROBLEMA:

ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICADAS PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL COMPLEJO
AGROTURISTICO MANGO TOUR DEL CANTÓN
PUEBLOVIEJO.

AUTORA:

DIANA MARLENE BUSTAMANTE FAJARDO

TUTORA:

MSC. ANA MARIA CANDELL SALDARREAGA

BABAHOYO – ENERO / 2020





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



Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por iluminar mis caminos en cada salida de campo y por seguir inspirándome en mis propósitos de vida, a mi madre MARLENE FAJARDO GUEDES por ser el pilar y complemento de mi existencia dándome fuerzas en el trayecto de mis estudios porque con sus oraciones y consejos hicieron de mí una mejor persona, mi padre TITO BUSTAMANTE CABRERA por corregir y guiarme en el camino correcto.

Mi abuela GRETA GUEDEZ CEREZO por cuidarme y brindarme todo su amor y apoyo incondicional al igual que toda mi familia en haberme dado ánimos para seguir preparándome y ser una profesional.

Es así que no puedo dejar detrás a mi hermano TITO DIEGO BUSTAMANTE FAJARDO por ser comprensible y sobrellevar aquellas situaciones difíciles que se nos ha presentado estando cada vez que lo necesito.

Gracias.

Diana Marlene Bustamante Fajardo



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



Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios por bendecir mi vida y la de mi familia que está siempre presente.

Agradezco a la Universidad, a los docentes de la carrera de hotelería y turismo y a mi tutora Ana María Candell por sus experiencias haberme orientado la investigación al encontrarse de igual forma con su etapa de gestación, esperando de todo cariño que su bebe nazca sano, fuerte, alto e inteligente con la bendición de Dios.

De manera especial a mi docente – amiga Victoria Guijarro con quien su valioso conocimiento realizo en mí un crecimiento día a día como persona y profesional, gracias por su paciencia, apoyo y amistad.

A mis compañeras y amigas entre risas, bromas y enojos hemos culminado con éxitos nuestra carrera profesional.

Diana Marlene Bustamante Fajardo



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



Resumen

La presente investigación va enfocada al “Estrategias de marketing aplicadas para el desarrollo turístico del complejo agroturístico mango tour del cantón Pueblo Viejo”, donde se pretende informar y dar a conocer sobre el complejo agroturístico Mango Tour, y así generar mayor afluencia de turistas.

El complejo agroturístico del cantón Pueblo Viejo km 6, vía Campo Alegre, ubicado en la provincia de Los Ríos, el cual ofrece una gran alternativa de recreación siendo su principal atracción el contacto directo con la naturaleza y la ruta del mango. Cuenta con 42 hectáreas conformadas por 5 etapas entre ellas solo dos están en funcionamiento, disfrutar de piscina, casa de árbol, paseo a caballo, actividad recreativa de la pesca deportiva y el recorrido de la ruta del mango con su degustación.

El proyecto de investigación está enfocada en las estrategias de marketing, por tanto se realizara una investigación cuantitativa y cualitativa mediante herramientas como; encuestas y observaciones para conocer las preferencias turísticas especialmente el agroturismo en los visitantes al complejo.

El presente estudio de caso pretende analizar las estrategias de marketing para el desarrollo turístico del complejo, permitiendo el incremento de turistas a través de diferentes actividades como, ruta del mango, pescas deportivas, camping, permitiendo un aporte económico a la población y al complejo, por su parte los visitantes gozaran junto a sus familiares y amistades de un momento de recreación, además la degustación de sabores tropicales y comida típica de la zona.

Palabras claves: estrategias de marketing, desarrollo turístico, agroturismo, complejo agroturístico, comida típica.



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



Summary

The present investigation is focused on "marketing strategies applied to the tourist development of the complex agroturístico mango tour of the canton Puebloviejo", where he intended to inform and to be informed about the complex agroturístico Mango Tour, and thus generate greater influx of tourists.

The complex agroturístico of Canton Puebloviejo km 6, track Campo Alegre, located in the province of the rivers, which offers a great alternative of recreation being its main attraction the direct contact with the nature and the path of the handle. Account with 42 hectares conformed by 5 stages between them only two are in operation, enjoy swimming, tree house, horseback riding, recreational activity of the sport fishing and the course of the route of the handle with your tasting.

The research project is focused on the marketing strategies, therefore performed a quantitative and qualitative research using tools such as; encuestas and observations to know the preferences attractions especially the agrotourism in visitors to the complex.

The present case study aims to analyze the marketing strategies for tourism development in the complex, allowing the increase of tourists through different activities such as, rusta of mango, sporting fishings, camping, allowing an economic contribution to the population and to the complex, for its part visitors enjoy next to their relatives and friends a moment of recreation, in addition the tasting of tropical flavors and typical food of the area.

Keywords: marketing strategies, development of tourism, agrotourism, complex agroturístico, typical food.

INDICE GENERAL

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Resumen	IV
Summary.....	V
Introducción.....	1
Desarrollo	3
Justificación.....	3
Objetivo.....	4
Sustento Teórico.....	5
Marketing.....	5
Marketing turístico.....	5
Plan de marketing	6
Estrategias de marketing	7
Desarrollo económico	8
Desarrollo sostenible.....	8
Desarrollo humano.....	9
Desarrollo turístico	10
Técnicas aplicadas para la recolección de la información	11
Métodos Investigativos	11
Observación	11
Analítico.....	11
Sintético	11
Inductivo	11
Deductivo.....	12
Técnicas.....	12
Encuesta	12

Población y muestra.....	13
Instrumentos Investigativos	12
Cuestionario	12
Resultados obtenidos	13
Situaciones detectadas (hallazgos).....	14
Soluciones planteadas	16
Conclusiones.....	18
Bibliografía.....	20

Introducción

El presente estudio de caso está enfocado en las estrategias de marketing y el desarrollo turístico del complejo agroturístico Mango Tour, centrándose en la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación “Educación y desarrollo social” y en la línea de investigación de la Carrera Hotelería y Turismo Desarrollo de productos y servicios turísticos. A su vez se enmarca en la octava sublínea de investigación de la carrera proyecciones para el mejoramiento de la calidad de producto o servicio.

El complejo agroturístico ofrece una forma distinta de turismo, orientándose a la exploración de los recursos naturales que posee; entre ellos se destaca la ruta del mango la que se destaca principalmente en el complejo, ofreciendo una gran variedad de frutos y a su vez degustación en todo momento, todo esto con el fin de lograr el desarrollo turístico e incrementar la afluencia de visitantes.

En el complejo agroturístico Mango Tour existe gran variedad de flora y fauna que constituye su población natural, además de eso existen piscinas de tilapias y cachamas, restaurantes con piscinas y juegos infantiles, cancha de futbol, parque acuático, áreas de picnic y puentes hechos de caña, lo que hace más grata la visita al turista.

Es de vital importancia establecer estrategias de marketing como los son publicaciones en redes sociales, eventos dentro del complejo, establecer ofertas para grupos, desarrollando turísticamente el complejo agroturístico Mango Tour, rescatando y multiplicando especies de frutas y variedades de árboles exóticos para vivir experiencias únicas dentro del mismo.

Se identificarán en el presente proyecto las causas que han ocasionado el problema de investigación, conjuntamente con las variables que son claves para la información basada en fuentes bibliográficas como Google académico, Cobuec, Dialnet, posteriormente se realiza la justificación haciendo referencia al objeto de estudio, descripción del problema y objetivo, además de los beneficiarios y factibilidad que obtendrá la investigación.

Se elaborará el sustento teórico donde se conceptualizan las variables desde lo más general a lo más específico donde se obtendrá una visión más amplia del problema, analizando investigaciones de diferentes criterios de autores tanto nacionales como internaciones donde mencionan las Estrategias de Marketing y Desarrollo Turístico.

El resultado obtenido en la investigación se obtendrá mediante las técnicas aplicadas que se utilizaran para analizar y evidenciar estadísticamente los resultados de las tabulaciones de las encuestas realizadas a los empleados del complejo agroturístico Mango Tour y visitantes para obtener una información más amplia del tema a tratar. Además, se desarrolla los resultados obtenidos, conclusiones y recomendaciones generales y específicas alcanzadas, al mismo tiempo se añade el contenido bibliográfico de la información científica utilizada en el presente proyecto y finalmente los anexos.

Desarrollo

Justificación

El presente trabajo investigativo trata de Estrategias de Marketing aplicadas para el Desarrollo Turístico del Complejo Agroturístico Mango Tour del cantón Pueblo Viejo km6, vía Campo Alegre, ubicado en la provincia de Los Ríos, el cual ofrece una gran alternativa de recreación siendo su principal atracción el contacto directo con la naturaleza y la ruta del mango. Cuenta con 42 hectáreas conformadas por 5 etapas entre ellas solo dos están en funcionamiento, disfrutar de piscina, casa de árbol, paseo a caballo, actividad recreativa de la pesca deportiva y el recorrido de la ruta del mango con su degustación.

El desconocimiento de la población fluminense y la escasa promoción turística del complejo agroturístico "Mango Tour" conlleva al desaprovechamiento de los beneficios y recursos naturales como el faunístico, paisajístico e identitario cultural, además el limitado desarrollo económico-social del Cantón Pueblo Viejo.

Desde el punto de vista teórico, se analizará las estrategias de marketing y el desarrollo turístico del complejo agroturístico "Mango Tour", expresando a los habitantes del Cantón Pueblo Viejo y a la Provincia de Los Ríos que cuenta con varios servicios de entretenimiento como paseo en botes, paseo en caballo, hamacas y pesca deportiva para los turistas internacionales, nacionales, regionales y locales satisfaciendo las expectativas a los visitantes y contribuyendo significativamente al desarrollo turístico y nuevas fuentes de empleo para fortalecer la economía de la localidad.

Mediante las estrategias de marketing y el desarrollo turístico se beneficiará especialmente el complejo agroturístico Mango Tour, donde tendrá la oportunidad de ofrecer más servicios turísticos, entre ellos no solo la oferta de full Day y la opción de camping, sino de llegada de turistas y queden a pernoctar, permitiendo potenciar el verdadero espacio que se encuentra en el lugar. Por otro lado aporta a los objetivos 3 y 5 del "Plan Toda una vida", que son "Garantizar los derechos de la naturaleza para sus actuales y futuras generaciones" e "Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria" involucrándose

directamente el Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Puebloviejo.

El caso de estudio goza de factibilidad, estableciendo los productos y servicios que el complejo agroturístico Mango Tour ofrece; con un control o mejora adecuada en su infraestructura, además diversificando sus servicios que provocará el incrementando el número de visitantes que buscan satisfacer sus necesidades de esparcimiento, ocio y por la pasión del disfrute de la naturaleza y degustaciones de platos típicos de la zona.

Objetivo

Analizar las estrategias de marketing aplicadas para el desarrollo turístico del complejo agroturístico Mango Tour del cantón Puebloviejo.

Sustento Teórico

Marketing

Proceso que se enfoca en la planificación del precio, la promoción y la distribución de ideas y servicios con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos particulares y de las organizaciones, teniendo en cuenta las necesidades y preferencias de los clientes (Rodríguez, 2016, pág. 17).

Se ha convertido en la herramienta clave para el desarrollo de estrategias de mercado, generan valor para el cliente. Las empresas tienden a cumplir con las necesidades del mercado y a su vez trabajar en ideas y planes estratégicos de marketing para crear valor y satisfacción para el turista, con una visión de establecer relaciones dinámicas

Según la Asociación Americana del Marketing, manifiesta que el marketing (Camacho, 2018)

Es la ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor, de modo que satisfaga al consumidor y cumpla con los objetivos de la Empresa (p. 11).

El marketing es un conjunto de herramientas, análisis, y estudios de mercados con la finalidad de visualizar los enfoques de proyecciones de las necesidades de la demanda. Además está presente en todas las actividades en el sector agroturístico independientemente del sector, tamaño o la actividad misma que se realice.

Marketing turístico

Está comprometido a la comercialización de productos o servicios de las empresas que se encuentran inmersas en el ámbito turístico. Las entidades privadas o públicas reconocen las necesidades y las expectativas del consumidor hacia el producto o servicio turístico, en el cual se planifican estrategias donde el consumidor queda satisfecho (Adrian, 2018, pág. 17).

Es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas, en la que emprenden negocios turísticos privados o estatales, sobre el plano internacional, nacional, regional y local, para la complacencia óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado. Dentro de ellos se encuentra inmerso la publicidad, promoción, organización de eventos, de comercialización para promocionar los productos turísticos (Pilco, 2017, pág. 20).

Es una modalidad dentro del marketing de servicios, que está orientado a la aplicación de los servicios turísticos para compensar los deseos de los turistas, como también logrando recompensar a los que entregan el servicio en el destino (Estefanny, 2019, pág. 38).

Se dirige a las normativas de los establecimientos turísticos cumpliendo e implementando el rendimiento y relaciones a las entidades, supliendo las necesidades del visitante brindándoles un servicio de calidad y experiencias inolvidables que les ofrece el destino seleccionado. El marketing turístico es muy importante en el aspecto agroturístico, debido que es muy importante a la hora de atraer y mantener al consumidor, basándose en las características de la flora, fauna, paisajes, además las experiencias de los consumidores siendo estas sus necesidades, gustos e inquietudes.

Plan de marketing

Documento que formula un plan para comercializar productos y servicios, estableciendo los objetivos de marketing y sugerir estrategias para alcanzarlos. Además el procedimiento para realizar la planificación del mercado permitiendo obtener el plan, evaluación y control de marketing (Muñoz C. , 2018, pág. 24).

Recoge todas las fases dentro de ellas están el análisis interno y externo FODA, fijación de objetivos, definición de estrategias y plan de acciones, donde aporten con claridad a la organización sobre cómo se debe hacer, de tal manera que incentiva a que las empresas y los ejecutivos encargados en la función muestren la disciplina necesaria para llevarlo a buen término (Marmolejo, 2018, pág. 18).

Promocionará la información que está orientado al fortalecimiento de la actividad turística, dando al visitante acceso a la información de los productos turísticos existentes como es la flora, fauna, paisaje e identitario cultural, además el potencial agroturístico artesanal mediante la participación activa de los actores.

Estrategias de marketing

Son importantes en el funcionamiento de la empresa y la comercialización notoria y eficaz de cualquier producto o servicio e incluso dentro de la propia empresa. Aquellas estrategias llevan tiempo, pero es tiempo bien invertido, las cuales proporcionan una visión clara del objetivo final y de los que se quiere conseguir en el camino requerido (Moran, 2019, pág. 7)

Son conocidas también como estrategias de mercadotecnia, donde se realizan acciones que llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, conociendo un nuevo producto, aumentando las ventas o lograr una mayor participación en el mercado (Morales, 2015, pág. 29)

Son acciones que determinan el objetivo del marketing enfocándose en la captación de clientes, incrementar las ventas y dar a conocer los productos, informaciones sobre sus principales características. Dentro de las estrategias de marketing se encuentran funciones que antes de diseñarlas se debe definir y analizar las características o perfil del consumidor que conforma el mercado objetivo, y luego analizar, seleccionar y formulando estrategias que mejor se adapten (Hartline, 2016, pág. 18).

Se establecen relaciones de marketing y estrategias, con los entes reguladores del área turística para obtener una mejor noción, evaluación y supervisión para diversificar sus productos y servicios turísticos. A su vez la elaboración y ejecución para optimizar las actividades propuestas.

Desarrollo económico

Consiste en mejorar las condiciones de vida que poseen individuo. El desarrollo define la mejora y efectiva de los procesos productivos que modifican de manera positiva el entorno de un complejo, además se da en función a la existencia de innovación y con una mejor combinación de los recursos naturales y culturales existentes (Díaz, 2017, pág. 24)

Es un proceso socioeconómico e integral que implica la expansión continua del potencial económico, el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce al proceso de transformación social e incremento en las condiciones de todas las personas o familias de un país o comunidad (Silva, 2019, pág. 28)

Suele verse involucrado con el proceso del desarrollo de las naciones, teniendo un vínculo automático entre el crecimiento económico y un elevado desarrollo humano. Forma parte de un desarrollo sostenible el cual garantiza las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de solventar necesidades a las futuras generaciones.

Desarrollo sostenible

Despliega las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las de las futuras, centrándose en el equilibrio social y ecológico y en primer lugar a las necesidades de los más pobres, también planea la satisfacción de las necesidades básicas de todos extendiendo las oportunidades de satisfacer sus aspiraciones a una vida mejor (Montoya, 2015, pág. 85).

Agrupar las necesidades de los turistas, suministrando oportunidades de crecimiento económico, optimizando la calidad de vida de la población y resguardar localizaciones físicas, a su vez impulsa la optimización de futuras coexistencias del desarrollo turístico y la eficacia medio ambiental, puesto que el turismo se ha basado en la comunidad y se ha convertido en algo de importancia para la gestión sostenible (Cedeño, 2019, pág. 9).

Es aquel que se manifiesta a todas las necesidades del presente de forma equitativa, sin implicar las posibilidades de sobrevivencia y prosperidad de las generaciones futuras.

Estableciendo que la pobreza, igualdad y, la degradación ambiental no pueden analizarse de manera aislada (Castillo, 2017, pág. 10)

El desarrollo sustentable va orientado al equilibrio social, ecológico, ambiental para alcanzar el buen vivir, optimizando las oportunidades futuras del desarrollo turístico en la conservación y preservación de los recursos naturales y culturales abasteciendo la sostenibilidad en las comunidades. De manera equilibrada obteniendo un crecimiento equitativo, reduciendo la desigualdad, optimizando mejores oportunidades de niveles básicos, promoviendo el desarrollo económico y centrándose en bajar los niveles de pobreza.

Desarrollo humano

Según la (ONU, 2012) Organización de las Naciones Unidas manifiesta:

El desarrollo humano es el proceso mediante el cual mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que representan los derechos humanos de todos ellos.

Proceso de ampliación de opciones, capacidades y libertades de las personas con el fin que puedan gozar de salud y bienestar, teniendo acceso a los conocimientos y a los recursos naturales y culturales para un disfrute pleno. Teniéndolo presente en las distintas áreas del proceso social, como la gobernabilidad democrática, la sostenibilidad ambiental y la construcción de sociedades más justas e incluyentes (Muñoz F. , 2014, pág. 25).

Se refiere al aumento de opciones para los habitantes de un país o región en diversos ámbitos como lo es; educativo, laboral, material, recreativo y cultural. El desarrollo humano implica las oportunidades para que cada persona pueda tener una vida plena, asumiendo la capacidad esencial para el disfrute de una vida larga y saludable, además acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad.

Desarrollo turístico

Es la consecución de la sustentabilidad en los planos económicos, sociales, culturales, políticos y ecológicos, teniendo en cuenta el turismo sostenible como modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, creando una mayor calidad de experiencia turística y mantener la calidad del medio ambiente (Conforme, 2016, pág. 10)

Es el equilibrio en las complejas interrelaciones entre visitantes, entorno turístico y comunidad local receptora; imprescindible en una comunidad permitiendo mejorar la calidad de vida de los pobladores, buscando el desarrollo que es de vital importancia y más aún si se cuenta con el potencial turístico (Lisbeth, 2016, pág. 61).

Se enfoca en el desempeño conjuntamente con los actores sociales, donde se planifica, gestiona de forma que no ocasione problemas ambientales o socioculturales. También se relaciona en tres aspectos muy importantes como lo son; los lugares turísticos, demandas turísticas y de las ofertas turísticas que se realiza en diferentes destinos (Perez, 2015, pág. 19)

El desarrollo turístico es la potencialización de las áreas turísticas a su vez determina el crecimiento económico, al mismo tiempo un progreso social y uso racional y conservación del medio ambiente. Así mismo se compone del atractivo, aptitud, accesibilidad, que son fundamentales para el desarrollo del lugar.

Técnicas aplicadas para la recolección de la información

Métodos Investigativos

Observación

Es el primer método a utilizar, puesto que se plantea un propósito que es ¿Que voy a observar? permitiendo recolectar datos de la realidad del complejo agroturístico lo que sirve para identificar la problemática de investigación.

Analítico

Se utiliza este método para determinar la parte de un todo, separarlo y posteriormente examinarlos, permitiendo observar las causas y efectos, a su vez se obtiene su parte central. Mediante el enfoque de análisis se obtendrá todo el dato disponible, es decir la composición del problema existente sobre las estrategias de marketing y el desarrollo turístico del complejo agroturístico Mango Tour.

Sintético

A través de este método se conocerá las estrategias de marketing y el desarrollo turístico, donde se obtendrá el proceso de razonamiento, comprendiendo los elementos que producen la base del resultado alcanzado previamente el análisis y así obtener un mejor conocimiento.

Inductivo

Se obtendrá las conclusiones específicas a partir de las variables que dispone el tema mediante la observación directa de hechos concretos de las actividades dentro del complejo, y se llegará a la conclusión que es el poco desarrollo turístico provocando las escasas estrategias de marketing en el complejo agroturístico Mango Tour.

Deductivo

Se detallará de manera holística el desarrollo de actividades en el sector agroturístico mediante las estrategias como son descuentos, publicidad, verificando de manera oportuna y verificar porque no se está desarrollando en el lugar, posteriormente sugerir soluciones.

Técnicas

Encuesta

Se realizara la encuesta a los habitantes del Recinto Campo Alegre comprendidas en edades de 16 en adelante, con base a eso da a conocer detalles sobre las estrategias de marketing y el desarrollo turístico en el complejo agroturístico “Mango Tour”, las necesidades dentro del lugar; posteriormente se procederá con la realización de la tabulación para poder determinar los resultados obtenidos mediante las preguntas realizadas.

Entrevista

Se ejecutara la entrevista al propietario del complejo agroturístico “Mango Tour”, y al guía del complejo con el propósito de incrementar información relacionada a las estrategias de marketing y el desarrollo turístico del lugar.

Instrumentos Investigativos

Cuestionario

Se utilizará el cuestionario con un número de 10 preguntas correspondientes a las variables dependientes e independientes del tema de investigación con el propósito de obtener información oportuna y veraz de los encuestados en base al proyecto desarrollado.

Población y muestra

El presente trabajo investigativo tuvo una población de mil doscientos personas quienes fueron los habitantes del Recinto Campo Alegre; comprendida en edades de 16 años en adelante, la muestra poblacional se obtuvo mediante la realización de una fórmula que dio como resultado ochenta y nueve personas encuestadas.

Resultados obtenidos

Luego de haberse ejecutado la investigación, se obtuvieron los resultados, a través de la utilización de técnicas e instrumentos como fue la encuesta para la respectiva recolección de información clave sobre el tema; Estrategias de marketing aplicadas para el desarrollo turístico del complejo agroturístico Mango Tour del cantón Puebloviejo.

Se determinó mediante el proceso de la encuesta con un 62% que las personas carecen de conocimiento sobre la existencia de sitios agroturísticos, además puedo mencionar que los recursos naturales que se encuentran en el complejo están siendo agredidos por la mano del hombre.

Se estableció en el proceso de la encuesta, que el 54% de las personas usan redes sociales e internet para tener mayor información sobre el complejo agroturístico Mango Tour, mientras que el otro 46% son a través de recomendación de personas que han visitado, mencionándole los servicios que ofrece el lugar.

Otra pregunta de la encuesta se menciona con un 60%, que los turistas desean visitar el complejo y realizar las actividades entre ellas destaca la visita a casa del árbol, puesto que es una actividad de adrenalina, además realizar la ruta del mango para poder degustar la variedad de mangos que existen en el complejo.

La mayoría de los visitantes llegan al complejo para poder salir de su rutina habitual, siendo estas tener un contacto con la naturaleza, aprovechando los beneficios y recursos faunísticos, paisajísticos e identitario cultural, intrínseco a ellos la gastronomía típica de la zona.

Situaciones detectadas (hallazgos)

- Se observó varias causas sobre la problemática central el desconocimiento de la población fluminense y la escasa promoción turística del complejo agroturístico "Mango Tour", provocando el desaprovechamiento de los beneficios y recursos naturales como el faunístico, paisajístico e identitario cultural.
- Se pudo detectar que existe una escasa limpieza en el lugar provocando que el turista se lleve una mala imagen del complejo, provocando una mala recomendación, además la escases de infraestructura turística impide que el turista quede a pernoctar y vivir una experiencia distinta en otro sitio del habitual.
- El complejo agroturístico tiene un espacio para albergar a más de 100 personas, también los servicios que se realizan son de 8:00 am hasta las 17:00 pm, mientras que el servicio de camping abraza el horario de 8:00 am hasta las 17:00 pm del siguiente día.
- El complejo agroturístico Mango Tour ofrece trabajo a los habitantes del sector solo cuando se realizan eventos de gran magnitud y necesita mayor personal.
- Se detectó que uno de los principales atractivos gastronómicos es la cachama y el mango orgánico que son empleados en diferentes variedades de platos. Además la época de posición de mangos de octubre a marzo los mismos que pueden ser degustados por los visitantes y también la existencia de otras frutas orgánicas.
- Se encontró la inexistencia de equipos recreativos para la actividad de kayak y la apertura no es todos los días, dándole un déficit de visitantes.
- Otra de las causas encontradas es la carencia de señaléticas turísticas para llegar al complejo, además la inexistencia de botes de basura ecológico lo que portaría al cuidado de la flora y fauna del complejo.

- Se observó que la atención que brindan los trabajadores es muy buena, puesto que tiene están capacitados en el área de turismo para la atención que brinden sea excelente y los clientes se sientan satisfechos en el complejo.
- La deficiencia del personal en el complejo, que no cuenta con experiencias en el área turística para ofrecer al visitante un servicio de calidad a los que visitan el complejo agroturístico Mango Tour.
- Se determinó que no tiene afluencia de turistas de otros sectores del país, esto se debe a la escasa publicación que se da al complejo.
- Los precios son muy elevados al momento de ofertar un paquete turístico, además la existencia de plagas que afectan a la flora del complejo así mismo provocando un daño a los mangos tropicales.

Soluciones planteadas

Las soluciones planteadas hacia la problemática que presenta el trabajo investigativo son:

- Realizar publicaciones en redes sociales, sobre promociones, eventos, talleres que vayan a realizar en el complejo, además la publicación e información sobre paquetes turísticos con el fin de mantener siempre informado a las personas.
- Dentro de las estrategias de marketing, se podría plantear el rediseño de la imagen comercial de la hacienda, obteniendo una mejor imagen visual, lo cual se adapte a las tendencias actuales para tener un toque moderno.
- Elaborar productos artesanales a base del mango entre ellos, mermeladas, helados, pulpas de mango jabones, lo cual le llamaría la atención a los visitantes y tener un pretexto para más afluencia de turistas locales, nacionales e internacional.
- Dentro del restaurante mostrar variedad de comida típica y a su vez platos hechos a base de mango y tener más opción de las cuales a elegir. Debido a que los full Day solo ofrece un almuerzo y una bebida, mientras que en el menú se puede poner varios platos y hasta cocteles o postres hechos a base de mango.
- Diseñar paquetes establecidos por un precio, el cual sea considerable para ser distribuido en agencias de viaje, entre ellas están las agencias de Babahoyo y Quevedo la cual serían las que se encarguen de promocionar el lugar y tenga afluencia de visitantes.
- Brindar información turística a la comunidad del Recinto Alegre sobre los servicios y productos que ofrece el complejo agroturístico Mango Tour, con la finalidad de promover y mantener los recursos naturales existentes en él.
- Realizar invitaciones formales a distintas autoridades municipales para que visiten el complejo y a su vez realizar actividades, siendo esta una estrategia para atraer a los visitantes debido a las publicaciones que se harán en sus páginas virtuales.

- Incrementar la afluencia de turistas con estrategias de mejorar la calidad en atención, siendo necesaria examinar las habilidades que poseen los trabajadores ayudando a la conservación y protección del medio entorno natural.
- Capacitar a los trabajadores del complejo agroturístico Mango Tour, en temas de atención al cliente, relaciones humanas, servicios turísticos y cuidado ambiental.
- Con la gran extensión de terreno con atractivos turísticos relacionados con la naturaleza se puede añadir opciones de turismo como, turismo rural, turismo comunitario entre otros.

Conclusiones

Se determinó que existe una gran gama de biodiversidad de flora, costumbres, tradiciones, puesto que se están debilitando y corren el peligro de perderse con el transcurso del tiempo, también se planteó proponer estrategias para incrementar la demanda de visitantes en el complejo agroturístico Mango Tour, siendo necesario promocionar actividades turísticas utilizando las redes sociales, periódicos, afiches y radio.

Establecer estrategias de marketing como son las redes sociales y paginas turísticas donde se muestre:

- ✓ Información del lugar; ubicado en el cantón Puebloviejo; km 6, Vía Campo Alegre en la Provincia de Los Ríos. Ofrece a los huéspedes un ambiente de naturaleza, sin contaminación, gastronomía típica, donde el visitante puede realizar diversas actividades totalmente alejadas del ruido de la gran ciudad.
- ✓ Servicios a ofrecer; recreación en casa de árboles, recorrido por senderos y degustación del mango tropical, recorrido por puentes rústico, paseo en bote por el lago, recorrido por la ruta del tamarindo, paseo en caballo, descanso en hamacas, juegos deportivos, pesca deportiva y baño en piscinas, además cuenta con un espacio para trabajar con computadores portátiles.
- ✓ Ofertas turísticas del complejo; paquetes turísticos Full Day con un valor de \$25 sin transporte, \$35 con transporte y \$ 50 camping 2 días 1 noche.

El complejo agroturístico Mango tour, posee un potencial turístico para crecer en la industria y dentro del cantón Puebloviejo, debido a que es el único complejo el cual oferta un producto gastronómico de mango dentro y a los alrededores del cantón.

Es por eso que se propone elaborar productos artesanales a base de mango como el helado, la mermelada y jabones de mango lo cual esto llamaría la atención a los visitantes y reflejaría gran afluencia turística en el complejo “Mango Tour” diseñando paquetes turísticos a un precio, el cual sea considerable para poder ser distribuidos en agencias de viajes y se puedan encargar también de promocionar el lugar.

Las actividades turísticas como son, camping, rutas de mango, degustación de variedad de mangos tropicales dentro del complejo se desarrollan correctamente, generando que los habitantes del cantón Pueblo Viejo tengan mayor aceptación de visitantes e interés sobre este tipo de turismo.

Con los datos obtenidos de las encuestas, piden que se implementen áreas de recreación para los infantiles, a su vez instalas las actividades atraerá más turistas de diferentes lugares, mejorando la demanda de visitantes en el recurso natural.

Según los datos obtenidos a través de las encuestas se determinó que existe carencia de señalética turística, botes de basura ecológica y la poca infraestructura para que el visitante pueda pernoctar.

Trabajar con estándares en los productos artesanales que se vayan a elaborar para su venta, ya que se deben tomar precauciones como higiene, sanidad, y la contaminación entre los alimentos.

Como recomendación sugiero que el complejo agroturístico Mango tour reciba turistas locales, nacionales e internacionales y no solo estar enfocados en la apertura del complejo por visitas de grupos ya determinados como son los paquetes turísticos de full Day.

Además recomiendo que la Universidad Técnica de Babahoyo en especial a los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo aborde temas relacionados en estrategias de marketing turístico, en agroturismo y desarrollo turísticos, mediante capacitaciones, simposio, talleres, eventos sociales valorando y conservando los recursos naturales que posee el lugar.

A la población se recomienda intervenir y participar conjuntamente con los departamentos de turismo para que ayuden a mejorar la situación del complejo o crear nuevos lugares turísticos con diferentes actividades, logrando un gran aporte al desarrollo socioeconómico.

Bibliografía

- Adrian, M. (2018). Plan de marketing y su influencia en la promoción turística del complejo recreacional Angelita, cantón Buena Fé, provincia Los Ríos, año 2017. Buena Fe.
- Camacho, M. (2018). Diseño de un Plan de Medios para la Quinta Agroturística" La Orilla", Cantón Milagro.
- Castillo, A. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las mipymes del Ecuador. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos., 10.
- Cedeño, C. (2019). Turismo comunitario y recursos naturales del humedal abras de mantequilla. Vines.
- Diaz, M. (2017). Seguridad ciudadana y desarrollo económico del distrito de Nueva Cajamarca, periodo 2010-2015.
- Estefanny, D. (2019). Plan de marketing para el fomento y desarrollo turístico en la comuna de Hijuelas. Valparaiso.
- Hartline, M. (2016). Estrategia de Marketing. Casos y textos.
- Maria, C. (2016). Plan estratégico para el desarrollo del turismo sostenible en el Cantón Montalvo. Montalvo.
- Maria, C. (2016). Plan estratégico para el desarrollo del turismo sostenible en el Cantón Montalvo. Montalvo.
- Marmolejo, A. (2018). Plan de marketing y su influencia en la promoción turística del complejo recreacional Angelita, cantón Buena Fé, provincia Los Ríos, año 2017.
- Montoya, J. (2015). Plan de educación ambiental para el desarrollo sostenible de los colegios de la Institución la Salle.
- Morales, M. (2015). La Aplicación de Marketing y su incidencia en la demanda de turistas en el complejo recreacional La Moya del Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua. Tungurahua.
- Moran, K. (2019). Estrategias de marketing para el desarrollo Agro-Turístico en la hacienda ganadera Delia.
- Muñoz, C. (2018). Plan de marketing comunicacional para el producto agroturístico en los cantones Buena Fe, Quevedo y Valencia, año 2017. Quevedo.
- Muñoz, F. (2014). Seguridad Ciudadana con rostro humano: diagnóstico y propuestas para América Latina.

- Muñoz, L. (2016). Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del cantón Chone. Calceta.
- Muñoz, L. (2016). Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del cantón Chone. Calceta.
- ONU. (2012). Desarrollo humano segun la ONU.
- Perez, A. (2015). Crecimiento y desarrollo turistico sostenible. .
- Pilco, J. (2017). studio de factibilidad para la implementación de una ruta turística como elemento dinamizador para el crecimiento y desarrollo económico en el Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo. Penipe.
- Rodriguez, C. (2016). Diseño de producto turístico rural finca" Rancho Paraíso" como iniciativa de desarrollo local.
- Silva, T. (2019). Gestion de operaciones turisticas para el desarrollo economico del canton Quevedo, año 2019. Quevedo.