



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



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

PROBLEMA:

**EL PERFIL DEL VISITANTE Y LOS SERVICIOS
TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BABAHOYO 2020**

AUTORA:

ANGIE FERNANDA LOOR MORALES

TUTORA:

MSC. ROSA VICTORIA GUIJARRO INTRIAGO

BABAHOYO – 2020



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Msc. Rosa Victoria Guijarro Intriago, por guiarme y brindarme sus conocimientos durante la trayectoria académica de titulación, y poder culminar este estudio de caso con éxito. Así mismo, a mí querida Universidad Técnica de Babahoyo, por abrirme las puertas y tener el honor de representarla con mucho orgullo. A todos los docentes de la Carrera de Hotelería y Turismo por el conocimiento y las vivencias impartidas durante toda esta etapa universitaria.

Angie Fernanda Loor Morales



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



DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a Dios que me ha dotado de perseverancia, sabiduría, salud y fuerzas para seguir luchando en cada dificultad que se me ha presentado durante el transcurso de mi preparación académica.

A mi Madre Narcisa Morales Torres y a mi padre Wilmer Loor Castro, que han sido el motor fundamental de mi vida, sin ellos no hubiera podido llegar tan lejos. Así mismo, a mis dos hermanos Andrés y Jonathan Loor Morales y demás familiares.

Angie Fernanda Loor Morales



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



RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo investigativo se centra en el Perfil del Visitante y los Servicios Turísticos en el cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, tiene la finalidad de determinar la importancia del levantamiento del perfil del visitante e identificar los servicios turísticos para contribuir al desarrollo económico, social y turístico en el Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos.

Para proceder hacer el levantamiento de información sobre el Perfil del visitante y los servicios turísticos en el cantón Babahoyo, este estudio se basó en el método cualitativo y cuantitativo, por medio de la investigación exploratoria, descriptiva, documental y social, mismas que se sostienen mediante las técnicas de muestreo por conveniencia, encuestas vía online y observación, procediendo a la posterior tabulación de los datos obtenidos, se pudo establecer conclusiones y recomendaciones pertinentes, que indican que el Cantón Babahoyo, recibe diferentes tipos de visitantes, en su mayoría son visitantes de ocupación estudiantil, y por ende sus motivos de visita son de investigación o estudio, dejando de esta forma al Turismo en un segundo plano, en el caso de los servicios turísticos, cabe indicar, que los más utilizados son ajenos al ámbito turístico, dejando en segunda opción al servicio de restaurantes, y manifestando un nivel medio en grado de satisfacción en servicios prestados, de esta manera se considera al Cantón Babahoyo un lugar de poca afluencia turística, con carencia de visitantes que lleguen por razones de Turismo, en función de lo obtenido mediante la investigación, se procede a plantear una posible solución, la que contempla, crear un Blog de información turística para proporcionar facilidades de acceso a los atractivos que posee el Cantón Babahoyo.

PALABRAS CLAVES: Perfil del Visitante, Servicios Turísticos, Desarrollo Económico, Social y Turístico



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



SUMMARY

The development of this research work is focused on the Visitor Profile and Tourist Services in the Babahoyo canton, Los Ríos Province, it aims to determine the importance of raising the visitor profile and identify tourist services to contribute to economic development, social and tourist in the Canton Babahoyo Province of Los Ríos.

To proceed with the gathering of information on the Visitor Profile and tourist services in the Babahoyo canton, this study was based on the qualitative and quantitative method, through exploratory, descriptive, documentary and social research, which are supported by convenience sampling techniques, online surveys and observation, proceeding to the subsequent tabulation of the data obtained, it was possible to establish pertinent conclusions and recommendations, which indicate that the Babahoyo Canton receives different types of visitors, most of them are student occupation visitors, and therefore their reasons for visiting are for research. or study, thus leaving Tourism in the background, in the case of tourist services, it should be noted that the most used are outside the tourist field, leaving the restaurant service as a second option, and showing a medium level of satisfaction in services provided, in this way the Canton is considered Babahoyo a place with little tourist influx, with a lack of visitors who arrive for tourism reasons, based on what was obtained through the investigation, a possible solution is proposed, which includes creating a tourist information blog to provide access facilities to the attractions that the Babahoyo Canton has.

KEY WORDS: Visitor Profile, Tourist Services, Economic, Social and Tourist Development.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN.....	IV
SUMMARY	V
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO	3
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVO	4
OBJETIVO GENERAL	4
SUSTENTO TEÓRICO.....	5
PERFIL DEL VISITANTE.....	6
VISITANTES.....	6
TURISTAS.....	7
NECESIDADES DEL TURISTA	7
DEMANDA TURÍSTICA.....	9
MARKETING TURÍSTICO.....	9
SERVICIOS TURÍSTICOS	10
Alojamiento Turístico	11
Atracciones.....	11
Servicios Complementarios	12
Restaurantes	12
PRODUCTO TURÍSTICO.....	13
Atractivos Turísticos	13
Planta Turística	14
Infraestructura Turística.....	15
Imagen/Marca Turística	15
PROMOCION TURÍSTICA.....	15
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	17
TÉCNICAS APLICADAS.....	17
Técnica de muestreo por conveniencia.....	17
Encuesta	18
TIPO DE INVESTIGACIÓN A APLICARSE.....	18
Investigación exploratoria	18

Investigación descriptiva	18
Investigación social.....	19
Investigación bibliográfica-documental	19
RESULTADOS OBTENIDOS	19
ENCUESTA	19
SITUACIONES DETECTADAS HALLAZGOS.....	21
SOLUCIONES PLANTEADAS.....	22
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
BIBLIOGRAFÍA.....	25
ANEXOS	27

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de caso va orientado hacia el Perfil del Visitante y los Servicios Turísticos en el Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, tema que se sustenta en la línea de investigación de Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos, novena sub-línea, Proyecciones para el Mejoramiento de la Calidad de Productos o Servicios, de la Carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Esta investigación se direcciona en el área turística, a su vez cumple con los ejes del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida Eje 2: ``Economía al servicio de la sociedad``, Objetivo 5: ``Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria`` y con el Objetivo 8: ``Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía``.

Babahoyo considerada administrativamente como la capital fluminense, ostenta múltiples zonas de atractivos turísticos-naturales con gran biodiversidad y atractivos culturales, ancestrales, considerados como la cuna de la Cultura Precolombina del Ecuador, como lo es la cultura Chorrera dejando un legado histórico, social y cultural.

Acreditada como Capital Fluvial del Ecuador y conocida también como Bodegas, por haber sido el centro de acopio de los almacenes Reales, para el control comercial entre la ciudad de Guayaquil y las ciudades de la sierra ecuatoriana. Bañada por los estuarios de los ríos Caracol y San Pablo que forman el caudal del majestuoso río Babahoyo que aguas abajo se une con el ramal del río Daule, formando el caudaloso río Guayas, que desemboca en el Océano Pacífico.

Ciudad pujante y trabajadora con la amabilidad de su gente y su productividad Agroindustrial, tierras fértiles donde se cosecha el arroz, la soya, el maíz, el banano, el cacao, entre otros productos. Es la ciudad más importante de esta provincia, siendo la segunda más poblada.

La ciudad dispone de varios atractivos turísticos, navegar por el caudal del río Babahoyo es reconfortante, este hecho se convierte en un atractivo fluvial de la ciudad, así mismo alrededor de estas aguas se admira el paisaje natural rodeado de flora y fauna, región agrícola por excelencia. Dentro de este circuito se puede observar las antiguas casas flotantes que maravillan a los visitantes.

En la ribera derecha del río está ubicada la Casa de hacienda La Virginia apreciada como Patrimonio Cultural del Ecuador, donde el poeta y escritor Don José Joaquín de Olmedo firmó los versos del conocido Canto a Bolívar, alfabeto para un niño y escribió el himno al 9 de Octubre de la ciudad de Guayaquil, entre otros.

Para el proceso de este trabajo investigativo, los métodos cualitativo y cuantitativo fueron primordiales en su desarrollo, mediante la investigación exploratoria, descriptiva, documental y social se recopilaron datos de acuerdo al perfil del visitante y los servicios turísticos dentro del cantón Babahoyo, de esta manera se detallaron los diferentes aspectos en cuanto a las actividades turísticas que se desarrollan en el Cantón Babahoyo y las expectativas, preferencias y demás características propias de un visitante.

El aporte que pretende tener esta investigación es de carácter turístico, social y económico, mejorando de esta manera la calidad de vida de los habitantes del sector dentro de esto, se busca que las futuras autoridades e investigadores puedan conocer el perfil de visitante en Babahoyo y sus servicios turísticos.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se proyecta hacia el perfil del visitante y los servicios turísticos en el cantón Babahoyo.

El cantón Babahoyo tiene una gran variedad de atractivos turísticos para ofertar a los visitantes, clasificándose en, recursos naturales, culturales y sociales; no obstante las empresas turísticas forjan un producto para generar la relación entre el cliente y el operador turístico, incrementándose la oferta de los diferentes destinos. Una estrategia dinámica que se pone en práctica es la necesidad del servicio al cliente, de esta manera, el turista da a conocer las respuestas a las necesidades o falencias del servicio turístico para mejorar el producto.

Es fundamental conocer las necesidades de cada tipo de visitante, al momento de ofertar servicios a los turistas que llegan a un lugar en busca de satisfacción y placer, por eso es de trascendental importancia establecer el perfil del visitante, en todos los destinos turísticos y el Cantón Babahoyo no es la excepción.

El levantamiento del perfil del visitante es importante para saber qué servicio se puede ofrecer, que tipo de atención y a su vez diseñar productos que vayan de acuerdo a las características y necesidades del usuario y después de ello obtener resultados sobre sus gustos, sus preferencias, sus comportamientos y motivaciones.

De las características del perfil del visitante y los servicios turísticos a ofertar, crecerá el interés en invertir su tiempo de ocio y esparcimiento en el cantón Babahoyo y se sabrá lo que el turista está buscando, dando así un valor excepcional a los lugares existentes dentro del cantón, este es el impacto que pretende alcanzar el presente estudio, por lo tanto este proyecto es factible e

importante para incrementar la demanda del turismo, y a su vez, contribuir al desarrollo tanto económico como social y mejorar las oportunidades para el desarrollo del turismo en el sector.

OBJETIVO

OBJETIVO GENERAL

Determinar la importancia del levantamiento del perfil del visitante e identificar los servicios turísticos y su contribución al desarrollo económico, social y turístico en el Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos

SUSTENTO TEÓRICO

Marco Polo y Cristóbal Colon, fueron los primeros turistas, puesto que, el primero viajó de Venecia hacia China por negocio y el segundo buscaba llegar a oriente; sin embargo descubrió accidentalmente, lo que hoy se conoce como América, posteriormente varios conquistadores mostraban su interés por viajar, en busca de poder y riquezas, así mismo los nobles viajaban por motivo de educación, fue en el siglo XVI cuando las bases del turismo moderno dieron su paso con actividades de comunicación, tiempo libre y necesidad de autorrealización, en los albores del siglo XVIII el turismo realiza una importante transformación, social y económica, debido a la Revolución Industrial.

Actualmente el sector turístico es una de las actividades más importantes del país, esta actividad forja empleos y a su vez es motor que impulsa a la economía del Ecuador. Es importante conocer el perfil del visitante así como las actividades turísticas a realizar y el destino que visitaran, permitiendo alinear las ofertas a sus expectativas, teniendo en cuenta el marketing de las áreas de interés turísticas.

Las actividades turísticas tienen que ver con los procesos productivos que realiza la Industria Turística. Se dividen en: alojamiento, comercio, restaurantes y bares, manufacturas (incluyendo producción artesanal), transporte, servicios de esparcimiento y otros (revelado y servicio de fotografía, alquiler de automóviles, servicios de administración y promoción turística, entre otros.) (MINTUR, 2015).

Se puede mencionar que la temática de las actividades turísticas tiene como objetivo fomentar los procesos productivos de la industria turística y a su vez incentivar intrínsecamente en la motivación del visitante dejando buenas experiencias de autorrealización.

La industria turística se divide en alojamientos, comercio, restaurantes y bares, producción artesanal, transporte, servicios de esparcimiento, fotografía,

alquiler de automóviles, servicios de administración y promoción turística, entre otros.

PERFIL DEL VISITANTE

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos (Guano, 2017).

El perfil del visitante se obtiene mediante la indagación directa y se utiliza para definir las preferencias, los gustos, los rasgos culturales, sociales y demográficos que forman el perfil del turista, a diferencia a los visitantes de los clientes de una empresa o consumidor de una prestación de un servicio turístico.

Se puede mencionar que el turismo al igual que los turistas o visitantes son muy variados, esto ayuda a clasificarlos en tipos de personas que realizan actividades turísticas; una vez analizado el tipo de demanda que recepta determinado país, región o lugar se podrán mejorar los servicios ofertados, debido a que se conocerá exactamente las expectativas y necesidades específicas de cada tipo de visitante que llegue (Guano, 2017).

A diferentes lugares se transportan múltiples tipos de turistas, clasificándose el tipo de personas que viajan y realizan acciones turísticas, se pueden catalogar en el aspecto económico, social y cultural, dependiendo de los tipos de gustos y preferencias de un sujeto que visita un atractivo turístico.

VISITANTES

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) un visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por

una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (Rico, 2019).

TURISTAS

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) un turista es un visitante, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios (UNWTO, 2008).

NECESIDADES DEL TURISTA

Una de las cosas más importantes para el éxito de destinos y empresas turísticas, es entender los gustos y las necesidades, de turistas cada vez más heterogéneos. Las motivaciones y las necesidades de los viajeros están cambiando y evolucionando de forma constante, debido a diferentes tendencias y modas de cada sociedad.

Por otro lado, han surgido nuevos flujos turísticos de mercados emergentes como China, India o Rusia, que tienen gustos y costumbres diferentes, los destinos y las empresas turísticas, tienen que estar informados de cómo evolucionan los hábitos de consumo y las tendencias, de cada uno de sus mercados estratégicos.

Lo que es común para la mayoría de turistas es la creciente necesidad de contar con servicios tecnológicos de primer nivel y tener una comunicación directa y en tiempo real, con sus proveedores turísticos, ya sea la compañía aérea, el hotel, la agencia de viajes o la empresa de tours que usan en el destino. Y quieren servicios que puedan reservar directamente desde su móvil. (Lopez, 2016).

Las necesidades turísticas son las motivaciones que tienen los visitantes o turistas para dejar su lugar habitual de residencia y visitar nuevos parajes, de

esta forma vivir y sentir sucesos y experiencias afines a las necesidades que tengan cada uno de ellos, el Cantón Babahoyo, siendo la Capital Fluminense de la provincia de Los Ríos, posee gran potencial para desarrollarse turística y económicamente, esto motivaría a los visitantes locales, regionales y nacionales a visitar sus sectores.

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista (Antonietti, 2017).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las motivaciones de viaje prevalecen en actividades de ocio, recreación y vacaciones, de forma generalizada, sin embargo en cada destino se reciben turistas con diferentes perfiles y rasgos distintivos en el aspecto sociodemográfico como (procedencia, edad, género), y con gustos, preferencias, motivaciones de viaje, atractivos a visitar, sin olvidar al conjunto de gestores (restaurantes, agencias de viaje, empresas de transporte, entre otros) haciendo alusión al gasto promedio de los turistas en el destino (Diana Salazar, 2018).

Para el ser humano las necesidades son importantes y van de acuerdo a sus motivaciones, así pues, la necesidad de contactar con la naturaleza y la de obtener conocimientos y experiencias que se originan de una motivación personal, en cambio las motivaciones sociales y familiares, parten de la necesidad de la convivencia y establecer vínculos de afinidad más fuertes.

La satisfacción del turista está asociada a suplir sus necesidades, en el ámbito turístico para conocer lugares naturales y culturales saliendo de la rutina. Mediante las necesidades de los turistas, se obtiene el traslado masivo de individuos a diferentes lugares o destinos turísticos, permitiendo así un

mercado abundante de servicios que puedan atender las necesidades de los visitantes y satisfaciendo dicha necesidad.

DEMANDA TURÍSTICA

(Socatelli, 2013), menciona que la demanda es al acumulado de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que desean satisfacer sus necesidades de viaje, sean estos turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

De esta manera, la demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con incomparables tipologías sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos (Socatelli, 2013).

En el Cantón Babahoyo, existen diferentes servicios turísticos y a su vez diferentes lugares de recreación, la demanda de un atractivo, producto o servicio es la crecida de compras de los consumidores y en su mayor parte los servicios que el turista desea adquirir y logra para su satisfacción y disfrutar del atractivo turístico.

MARKETING TURÍSTICO

Según (Kotler, De Madariaga, Flores, John, & James, 2017), si el profesional de marketing comprende las necesidades del consumidor, desarrolla productos y servicios que proporcionan un valor superior para el cliente, fija precios, distribuye y comunica dichos productos y servicios de forma eficaz, venderá estos productos mejor al consumidor.

Nuestra definición de marketing es: «Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables».

Se puede concluir que la orientación del Marketing es hacia el cliente; por consiguiente, se debe determinar y satisfacer las necesidades o deseos que ellos demuestran al adquirir un servicio, debido a que los visitantes dan vida a la empresa turística siendo ésta a la vez un pilar fundamental para el desarrollo social, económico y sustentable de determinado país, región o localidad (Guano, 2017).

El uso de las nuevas tecnologías como herramienta en marketing del sector turístico es de suma importancia y crucial para la afluencia turística en destinos. Mediante el uso de las plataformas digitales contribuye al avance oportuno del marketing requerido.

SERVICIOS TURÍSTICOS

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores (Antonietti, 2017).

De acuerdo a (Colina, 2017), los servicios turísticos son referidos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo, empresas intermediarias, transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, entre otras.

De cierto modo, los servicios turísticos, que se pueden encontrar en el Cantón Babahoyo, son establecimientos de alojamiento turístico, dentro de la clasificación de alimentos y bebidas, se destacan los restaurantes y bares, cafeterías, fuente de soda, discotecas, y en operaciones e intermediaciones, sobresalen las agencias de viajes y las salas de recepciones y banquetes, todo esto sin dejar atrás a los parques de atracciones estables, con su respectivo balneario.

Alojamiento Turístico

(Antonietti, 2017), define un alojamiento turístico, como un establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, además puede ofrecer servicios complementarios. Es una expectativa que insta y produce agrado, esta va de la mano con el impulso, es un elemento crucial en la estimulación del turista a viajar, y habitualmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros.

De acuerdo al catastro del Ministerio de Turismo (2019), en la ciudad de Babahoyo se registran nueve establecimientos de alojamiento turístico.

Grand perla Verde Hotel, III Estrellas

Emperador Hostal, II Estrellas

Ciudad del Rio, Hostal, II Estrellas

Grand River, Hostal, II Estrellas

Cachari, Hotel, II Estrellas

Nuevo Cachari, Hotel, II Estrellas

Del Rio Dulce, Hotel, II Estrellas

Capitol I, Hostal, I Estrella

Capitol II, Hostal, I Estrella

Atracciones

Son empresas de servicios turísticos que complementan las necesidades del turista, aquí se incluyen los centros recreativos, parques temáticos, y servicios dedicados a la recreación y el esparcimiento, en este caso serían canchas deportivas, lugares culturales, y los que legalmente se clasifiquen como tales. (Antonietti, 2017).

En función de la información obtenida a través del catastro otorgado por el Ministerio de Turismo (2019), la ciudad de Babahoyo, posee lugares de

recreación y esparcimiento, dentro de la clasificación de Parques temáticos estables, están registrados como termas y balnearios, el Complejo Turístico ``San Pablo``, la Quinta de Abigail y el Complejo Vicsavany.

Servicios Complementarios

Además, (Antonietti, 2017), opina que los servicios complementarios, de cierto modo contribuyen a cumplir las necesidades del turista en cualquier área o zona turística, los servicios complementarios son: las Agencias de viajes, los puntos de información turística, Los Rent car, Guided visits, los servicios de comunicaciones y uso de casinos.

Los Servicios Complementarios registrados por el Ministerio de Turismo (2019), en la ciudad de Babahoyo, son tres establecimientos de operación e intermediación, las conocidas Agencias de Viaje, estas son las siguientes, Whith us Travel, Sol, Viajes y Turismo y Sol y Viajes Representaciones además la ciudad cuenta también con dos salas de recepciones y banquetes registradas, estas son Casa Blanca y Gaby.

Restaurantes

Es un establecimiento de comercio, en el mayor de los casos, público donde se subsidia por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local. Actualmente existen una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina (Antonietti, 2017).

Babahoyo cuenta con aproximadamente con más de cuarenta establecimientos registrados de Alimentos y Bebidas, refiriéndose a bares y restaurantes, cafeterías y fuentes de soda, entre los más destacados, se puede mencionar a Riola, Cantería, Donde Fercho, Industria, Pizzeria el Parcerito y Manglaralto.

PRODUCTO TURÍSTICO

Acerca del producto turístico (Colina, 2017), argumenta que el producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tan tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer los intereses de los turistas, el producto turístico es un sistema de componentes, idóneos para impulsar hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción.

Los productos turísticos están considerados como un conjunto de componentes, capaces de satisfacer física y emocionalmente las necesidades de los visitantes o turistas, un producto turístico está compuesto principalmente, por servicios, hospitalidad y libertad de elección en el momento de obtener la prestación del servicio.

Por tanto, el producto turístico, no puede ser desarrollado por una sola empresa, a diferencia de un producto fabricado que puede ser atendido por una sola corporación. Dado el caso de una aerolínea, la aerolínea es el servicio y los asientos son el producto del servicio, así mismo una agencia de viaje ofrece como producto la estancia y la reserva en un lugar turístico escogido.

Atractivos Turísticos

Según (Camara, 2014), los recursos turísticos reales o atractivos (en operación), son los recursos turísticos esenciales (conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son transformados en un producto turístico) y que, aisladamente o conjuntamente con otros, tienen la capacidad de generar las corrientes de turismo gracias a los servicios, instalaciones, equipamiento y servicios que le agregan valor, convirtiéndolo en un atractivo turístico.

A sí mismo (Camara, 2014), sostiene que los recursos turísticos potenciales (no están en operación), son los bienes naturales y culturales que pueden motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual y son susceptibles de

convertirse o transformarse en nuevos recursos turísticos reales o de interés local y no se encuentran todavía incorporados a la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructuras de apoyo.

El turismo ha evolucionado favorablemente a nivel global, existiendo gran variedad de atractivos turísticos, y practicar diferentes tipos de turismo, el Cantón Babahoyo, no es la excepción, en este sector prevalece la cultura como mayor recurso turístico, esta es la razón por la que se busca impulsar el turismo y de esta forma contribuir económica y socialmente, encontrando atractivos turísticos culturales como la Casa del poeta José Joaquín de Olmedo, el Malecón, denominado Plaza del Artista, la Iglesia Catedral, los Rodeos Montubios y atractivos turísticos naturales como el Cerro Cacharí y La Playa del Salto.

Planta Turística

(Flores, 2012), argumenta que la Planta Turística, es el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del visitante, bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro y giro comercial ofrecido, entre los cuales, se mantiene la prestación de alojamiento, alimentación, transportación y apoyos adicionales o secundarios, esta, está constituida en categorías de acuerdo a los servicios, personal, diseño, ubicación, infraestructura, estructura, especialización, procesos administrativos y operativos, así como, segmento de mercado, lo cual, es considerado para determinar las tarifas y esquemas de funcionamiento.

Cuando el visitante escoge un destino hacia donde viajar, requiere de bienes y servicios que lo puedan satisfacer, el transporte, el alojamiento, la alimentación, la recreación y los servicios de apoyo, forman parte del conjunto de instalaciones de la planta turística.

Infraestructura Turística

La infraestructura general de acuerdo al autor (Covarrubias, 2015), es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

Imagen/Marca Turística

La imagen/marca turística, según (Folgado & Oliveira, 2011) comentan que en una industria turística rodeada de cambios constantes, un desafío clave para las empresas es poner en valor su marca e imagen. Muchos lugares buscan implantar técnicas de promoción, a través de la marca y la imagen y así subrayar el carácter único de su destino.

Para (Pedrosa & Jambrino, 2013), la publicidad turística promueve los valores y la identidad del territorio o población, del lugar que se desea anunciar, la imagen de marca busca la diferenciación de un servicio determinado con los demás, provocando en el consumidor interés por consumir su marca.

PROMOCION TURÍSTICA

(Castillo & Castaño, 2015), mencionan que la promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la promoción tradicional y no tradicional.

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el

destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra (Castillo & Castaño, 2015).

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El presente trabajo de investigación posee un enfoque cualitativo y cuantitativo, cualitativo porque permite realizar observaciones, utilizando técnicas de recolección de información para determinar como resultado las características específicas que definan el perfil del visitante y los servicios turísticos en Babahoyo, mediante este enfoque se estudia la realidad del contexto, es cuantitativo por que analiza los resultados logrados estadísticamente de los tipos de visitantes que llegan al Cantón Babahoyo.

TÉCNICAS APLICADAS

Técnica de muestreo por conveniencia

Según (Ochoa, 2015), la técnica de muestro por conveniencia es una técnica comúnmente utilizada para seleccionar una muestra de la población accesible, es decir los sujetos empleados en la investigación se seleccionan, porque están fácilmente disponibles y porque pertenecen a la población de interés, no por que hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

Esta es la única técnica que se ajusta a las condiciones actuales, debido al Estado de excepción en todo el territorio ecuatoriano, con Decreto Ejecutivo 1074, con el propósito de contener la transmisión del coronavirus en esta emergencia sanitaria.

Mediante un muestreo por conveniencia, se efectuó una encuesta digital a un grupo determinado de personas, con fecha establecida del 19 al 24 de agosto del presente año, durante este lapso de tiempo se lograron recolectar 100 respuestas, después de esta fecha las respuestas obtenidas no se tomaron en cuenta.

A causa de este muestreo, los resultados obtenidos permitirán una visión de los visitantes que llegan a Babahoyo, su procedencia, el motivo de su visita, su

gasto o inversión, estos son datos muy importantes para analizar el perfil del visitante en el sector y el grado de satisfacción en cuanto a los servicios prestados.

Encuesta

Con el propósito de garantizar los resultados de la investigación, se aplicaron encuestas digitales a los visitantes del Cantón Babahoyo, las mismas constaron de 17 preguntas cerradas, de esta manera se logró recolectar datos sobre las características del perfil del visitante y el grado de satisfacción en cuanto a los servicios prestados.

TIPO DE INVESTIGACIÓN A APLICARSE

Investigación exploratoria

El famoso autor y metodólogo (Arias, 2008), en su libro, "El Proyecto de Investigación" ofrece un concepto puntual de la investigación exploratoria, la cual define así:

“La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos”.

Esta investigación logró un nivel exploratorio, se pudo conocer la realidad del lugar, y se logró almacenar cierta cantidad de aspectos generales en cuanto al estudio de caso establecido, (Perfil del visitante y los servicios turísticos en el cantón Babahoyo) y a su vez almacenando aspectos que deberían ser tomados en cuenta para futuras investigaciones.

Investigación descriptiva

Es descriptiva porque mediante esta investigación se pudo conocer, las actitudes, gustos y preferencias del perfil del visitante y los servicios turísticos, es decir se identificó las dos variables en estudio y su análisis.

Investigación social

La investigación social se encarga de alcanzar nuevos conocimientos en la realidad social o a su vez estudia una situación determinando las necesidades para una esencial transformación, por tanto es inevitable decir que los turistas son el eje primordial dentro de una sociedad, pues desarrollan actividades que ayudan al crecimiento económico, social y turístico del Cantón Babahoyo.

Investigación bibliográfica-documental

Según Baena (1985), la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información (Investigadores, 2020).

Su aplicación para este proyecto de investigación fue de mucha importancia, debido a que aquí se pudo constatar la historia, atractivos, los servicios turísticos entre otros del Cantón Babahoyo, por lo tanto fue muy útil para realizar el levantamiento de la información pertinente

RESULTADOS OBTENIDOS

ENCUESTA

El presente estudio de caso, tuvo lugar en la ciudad de Babahoyo, donde se realizó una encuesta digital a las personas que lo visitan, con el objetivo de determinar las características del perfil del visitante y el grado de satisfacción en cuanto a los servicios turísticos prestados, las que serán descritas a continuación.

Para hacer el levantamiento del perfil del Visitante y los servicios turísticos en el Cantón Babahoyo, se pudo conocer la apreciación de los visitantes que llegaron a la ciudad y se consideró varios factores, como el perfil socioeconómico, demográfico, sus intereses y su grado de satisfacción. Para

ello se encuestaron un total de 100 visitantes, los cuales arrojaron la información esencial para poder realizar la presente investigación.

De acuerdo a la investigación recolectada se obtuvo lo siguiente:

Las personas que arribaron a Babahoyo durante la investigación, lo hicieron sin compañía, con un 35% hombres y 65% mujeres, en su mayoría entre 21 a 30 años de edad. El motivo principal de visita, fue por estudios o investigaciones y por visita a familiares, los visitantes demostraron que son nacionales, siendo las provincias con mayor emisión de visitantes: Guayas (Guayaquil, Duran, Milagro, Jujan, El Empalme y San Jacinto de Yaguachi), Los Ríos (Vinces, Baba, Isla de Bejucal, San Juan, Pimocha, Ventanas y Urdaneta), Santo Domingo de los Tsáchilas, Pichincha (Puerto-Quito y Quito), Manabí (Jipi-Japa), Tungurahua (Ambato) y Bolivar.

El porcentaje de gastos o inversión durante su visita fue de 10 a 30 dólares, esto ocurre mayoritariamente en los establecimientos de Alimentos y Bebidas, (restaurantes), donde los visitantes acuden y consumen los servicios ofertados; siendo además un 69,2% de los visitantes encuestados estudiantes, 10,6% profesionales, un 7,7% comerciantes, un 7,7% empleados privados y un 3,8% empleados públicos, de esta manera se dice que el 99,9% de los visitantes planifican su viaje por cuenta propia.

Según el grado de satisfacción de los servicios turísticos prestados, el 19 % opina que la seguridad está en un alto rango de satisfacción, el 60% dice que está en un nivel moderado de satisfacción y el 21% que esta un nivel bajo, el 38% opina que el transporte tiene un nivel alto de satisfacción, el 54% un nivel medio y el 18% un nivel bajo de satisfacción y con respecto a la atención al cliente el 30% , dice que es alto, el 55% medio y el 15% un nivel bajo de satisfacción al cliente.

SITUACIONES DETECTADAS HALLAZGOS

- ✓ Mediante el desarrollo del presente estudio de caso se determina que el 99% de los visitantes deciden realizar su viaje por cuenta propia, se demuestra que Babahoyo es una ciudad de fácil acceso y la falta de inventarios de los atractivos o recursos que pueden ser utilizados como nuevos atractivos provoca el desinterés de las empresas públicas y privadas en ejecutar proyectos para despertar el interés de los visitantes y hacer de la ciudad un destino turístico y que se pueda ofertar a través de Agencias de Viajes a nivel nacional.
- ✓ Teniendo en cuenta que los atractivos turísticos son el motivo principal del desplazamiento de los turistas o visitantes, se evidenció que los motivos que inducen a las personas a visitar Babahoyo, en un mínimo del porcentaje (13,5%), corresponde a las actividades turísticas, la mayoría (69,2%) de los encuestados deciden hacerlo por Estudio o Investigación y visita a familiares, de esta manera se manifiesta que la ciudad posee servicios turísticos y atractivos, pero no son lo suficiente aprovechados.
- ✓ Mediante la elaboración de esta investigación, se pudo observar que la ciudad de Babahoyo, tiene un buen desarrollo social y económico, es visitado por una gran cantidad de estudiantes y comerciantes, además posee potencial para desarrollarse turísticamente, pero la falta de información publicitaria del lugar evita que los visitantes muestren un interés por conocer los atractivos del sector.
- ✓ De acuerdo al estudio realizado, hay aspectos como la salubridad, la accesibilidad, el transporte, la información y la seguridad, que mantienen un nivel medio de satisfacción, en cuanto a prestación de servicios, estos son factores que forman parte de los servicios turísticos y para llamar la atención del visitante deben ser óptimos, solo de esta forma se podrá impulsar el desarrollo turístico de la ciudad de Babahoyo.

SOLUCIONES PLANTEADAS

- ✓ Crear un Blog Digital de información turística para proporcionar facilidades de acceso a los atractivos que posee el Cantón Babahoyo.

- ✓ Implementar estrategias de promoción conjuntamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Babahoyo, las cuales a futuro permitan mejorar el desarrollo y crecimiento turístico, siendo los principales beneficiarios los habitantes del sector.

- ✓ Elaborar una ruta turística y un centro de información, donde la ciudad pueda ser visualizada e identificada claramente, esto contribuirá para que el sector sea más conocido, permitiendo el fácil acceso y bienestar de quienes lo visitan.

- ✓ Capacitar en temas de desarrollo turístico a los prestadores de servicios de la ciudad, esta actividad aportará para mejorar temas como atención al cliente, mismo que siendo bien empleado mejorará la calidad de los servicios a ofrecer y por ende la satisfacción de los visitantes que llegan a Babahoyo, para poder impulsar conjuntamente el desarrollo social, económico y turístico de la ciudad.

CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a la investigación, El Perfil del visitante del Cantón Babahoyo provincia de Los Ríos, las personas entre 21 a 30 años de edad llegan por motivos de estudios e investigación, compras y visita a familiares, por lo tanto inconscientemente realizan turismo gastronómico y de compras utilizando como medio de transporte autobuses y permaneciendo alrededor de más de 10 horas durante su estadía, en algunos casos llegan sin compañía y otras veces con sus familias, por lo consiguiente se presume que estas ayudan con las compras y/o investigaciones a realizarse ahí, gastando como mínimo un promedio de \$30 dólares, suponiendo que fueron invertidos en el viaje y en la compra de souvenirs, bebidas y comida. Los visitantes proceden de varias provincias del país como Guayas, Bolivar, Santo Domingo, Pichincha, Manabí y también de algunos cantones pertenecientes a la Provincia de Los Ríos.

- ✓ Babahoyo posee gran cantidad de servicios turísticos, es importante mantener una infraestructura, accesibilidad, y atención al cliente adecuada para generar una buena experiencia en el visitante y fomentar un turismo responsable e inclusivo para todos los visitantes que a diario llegan con grandes expectativas.

- ✓ Los servicios turísticos son de suma importancia en el ámbito del turismo, dado el caso que el turista, cuando visita un destino nuevo, desconoce la oferta turística del lugar, de esta manera los centros de información turística juegan un papel predominante en el desarrollo de las actividades y a su vez proporcionan información sobre los servicios turísticos que ofrece la ciudad.

- ✓ Los datos que se obtuvieron a través de la investigación, demuestran que la ciudad de Babahoyo puede desarrollarse turísticamente, promocionando sus atractivos naturales y culturales y así mismo sus servicios turísticos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Potencializar los establecimientos y servicios para lograr una mayor satisfacción y así recibir un target de mayor nivel, puesto que el cantón es visitado por diferentes tipos de visitantes.

- ✓ Potencializar la gastronomía en el cantón, siendo los restaurantes los lugares más frecuentados por los visitantes.

- ✓ Proponer que la comunidad turística se involucre con el perfil del visitante y los servicios turísticos, para mejorar las expectativas de las personas que visitan la ciudad de Babahoyo, creando mayores fuentes de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonietti, B. *Servicios Turísticos I [Universidad Tecnica Nacional]*. <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Arias, F. (2008). El Proyecto de Investigación. En F. Arias. Episteme. Obtenido de <https://tesisplus.com/investigacion-exploratoria/investigacion-exploratoria-segun-autores/>
- Camara, C. y. *Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France*. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005
- Castillo, M., & Castaño, V. *LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS*. Universidad de Medellin, Medellin, Colombia. Obtenido de [file:///C:/Users/laptop/Downloads/Dialnet-LaPromocionTuristicaATravesDeTecnicasTradicionales-5276637%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/laptop/Downloads/Dialnet-LaPromocionTuristicaATravesDeTecnicasTradicionales-5276637%20(1).pdf)
- Colina, J. M. *El Concepto del Producto Turístico*. Universidad para la Cooperacion Internacional. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Covarrubias, R. (2015). EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS. En R. C. Ramírez. Colimas, Mexico: EUMED,NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>
- Diana Salazar, M. G. (2018). <file:///C:/Users/laptop/Downloads/209-Texto%20del%20art%C3%ADculo-627-3-10-20181224.pdf>. Obtenido de <file:///C:/Users/laptop/Downloads/209-Texto%20del%20art%C3%ADculo-627-3-10-20181224.pdf>: <file:///C:/Users/laptop/Downloads/209-Texto%20del%20art%C3%ADculo-627-3-10-20181224.pdf>
- Flores, C. *Elementos Fundamentales en la Actividad Turística*. Universidad Autonoma del estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, Tizayuca, Mexico. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf
- Folgado, J., & Oliveira, P. y. (2011). INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES. En J. Folgado, & P. y. Oliveira, *IMAGEN DEL DESTINO Y MARCA TURÍSTICA: SINERGIAS E IMPLICACIONES*. Extremadura. Obtenido de <file:///C:/Users/laptop/Downloads/Dialnet-ImagenDelDestinoYMarcaTuristica-5018544.pdf>.

Guano, J. "EL PERFIL DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA HUAMBALÓ CANTÓN [Licenciatura en Hotelería y Turismo]. UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO, Ambato, Tungurahua, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25171>

Investigadores. (2020). *investigacioncientifica*. Obtenido de <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>

Kotler, P., De Madariaga, J., Flores, J., John, T., & James, C. (2017). *Marketing Turístico*. Madrid: PEARSON. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>

Lopez, R. G. (17 de enero de 2016). Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/352235364/Cambios-en-Las-Necesidades-de-Los-Turistas>

Ochoa, C. (29 de Mayo de 2015). *Netquest*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Pedrosa, d. I., & Jambrino, C. y. (2013). La imagen de marca como elemento. *V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Malaga, España. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/155_Heras.pdf

Rico, G. d. (2019). <https://jp.pr.gov/Econom%C3%ADa/Perfil-del-Visitante#:~:text=Visitante%2C%20de%20acuerdo%20a%20la,remunere%20en%20el%20ugar%20visitado>. Obtenido de <https://jp.pr.gov/Econom%C3%ADa/Perfil-del-Visitante#:~:text=Visitante%2C%20de%20acuerdo%20a%20la,remunere%20en%20el%20ugar%20visitado>.: <https://jp.pr.gov/Econom%C3%ADa/Perfil-del-Visitante#:~:text=Visitante%2C%20de%20acuerdo%20a%20la,remunere%20en%20el%20ugar%20visitado>.

Socatelli, M. *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles [Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica]*. <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>.

UNWTO. (2008). *Glosario de terminos turisticos*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ANEXOS

MATRIZ DE PROBLEMATIZACION

NOMBRE DEL PROYECTO: El perfil del visitante y los servicios turísticos en el Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos 2020

OBJETIVO: Determinar la importancia del levantamiento del perfil del visitante e identificar los servicios turísticos y su contribución al desarrollo económico, social y turístico en el Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos

Pregunta	Estrategia metodológica	Contenidos	Competencias	Indicadores	Productos
¿Cómo impulsar el turismo, mediante la importancia del perfil del visitante y los servicios turísticos en el cantón Babahoyo?	-Plantear actividades de interés al turista, a las autoridades seccionales y locales, contando con la participación de la población Babahoyense.	Actividades de percepción de los recursos turísticos naturales y culturales que se pueden encontrar en el cantón Babahoyo Crear un Blog de información turística para proporcionar	Los ciudadanos Babahoyenses visitan lugares de otros destinos turísticos, desmereciendo los propios.	Incremento de afluencia turística dentro del cantón Babahoyo. Incentivar en el interés del visitante en el ocio, actividades recreativas o negocios que	Encuesta, entrevista.
	-Capacitar mediante sitios Web's a la población en la importancia del levantamiento del perfil del turista y los servicios turísticos en el Cantón Babahoyo. - Aliados estratégicos del sector público y privado.	facilidades de acceso a los atractivos que posee el Cantón Babahoyo. GAD Babahoyo, Departamento de Turismo, Casa de la Cultura, núcleo de Los Ríos, Ministerio de Turismo Los Ríos.		dispone el Canton Babahoyo	

