



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

TEMA:

**Plan de Comercialización para la Eco-Hostería Cauchiche
en la Isla Puná**

AUTORA:

Espinoza Quimi Ruth Herminia

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Nancy Ricardo Domínguez, Mgs.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2020

Ecuador



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Espinoza Quimi Ruth Herminia**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Lcda. Nancy Ricardo Domínguez, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Espinoza Quimi Ruth Herminia

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de Comercialización para la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná**, ubicada en la provincia del Guayas, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2020

LA AUTORA:

Espinoza Quimi Ruth Herminia



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Espinoza Quimi Ruth Herminia

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Comercialización para la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná**, en la provincia del Guayas, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

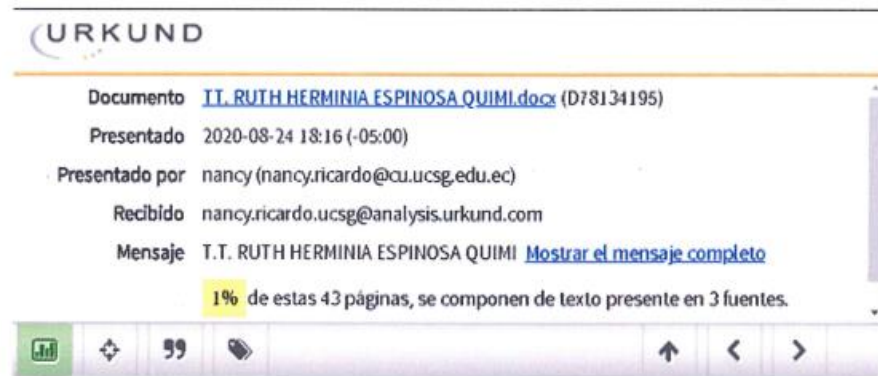
Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2020

LA AUTORA:

Espinoza Quimi Ruth Herminia

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Plan de Comercialización para la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná**, presentado por la estudiante **Espinoza Quimi Ruth Herminia**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Lcda. Nancy Ricardo Domínguez, Mgs.

TUTORA

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, por haberme dado la vida, sabiduría, guiado y permitido haber llegado hasta aquí, cumpliendo una meta más la cual es muy importante en mi vida; le agradezco también por las personas que puso y conserva en mi vida.

A mis padres, tíos, primas, familiares y amigos que me han acompañado en mi camino universitario, los cuales me han brindado su apoyo, comprendido y han motivado a seguir adelante y cumplir esta meta tan anhelada, importante y especial para mí que termina hoy.

A cada uno de mis profesores, por sus enseñanzas impartidas durante toda mi carrera universitaria, las cuales han formado en mí una persona preparada para desafiar las adversidades y retos que se me presenten en mi vida.

A mí estimada tutora Lic. Nancy Ricardo Domínguez por sus apropiados conocimientos, ayuda, dedicación, paciencia y apoyo incondicional que recibí día a día durante este proceso.

Ruth Herminia Espinoza Quimi

Dedicatoria

Mi tesis se la dedico a Dios por ser el motor fundamental en mi vida. A mi mamá por ser mi pilar fundamental, mi ejemplo a seguir, la persona que ha estado y apoyado siempre compartiendo mis momentos de alegrías, tristezas, enojos, aprendizajes, y sacrificios; gracias por ser mi motivación e inspiración día a día, gracias por ser mi compañera de vida, gracias por tu verdadero e incondicional amor, este logro es de ambas.

A mis ángeles, mis abuelitos – papás, Gladys y Nelsón que desde el cielo están guiando mis pasos, cuidándome y dándome ánimos cuando he querido renunciar. Estoy segura que desde allá arriba están orgullosos de mí, nunca los defraudaré.

Edgar gracias por el apoyo, ánimos y consejos que me has brindado día a día.

Abuelitos Amelia y Marcos; tíos Jessica, Raúl y Cecilia; hermanitos David y Nicole, ñaños Betty y Alfredo, primas – hermanas Andrea, Keyla y Tita; gracias a cada uno de ustedes por sus consejos, ayuda y apoyo incondicional que día a día me brindaron y me motivaron a seguir adelante.

Mejores amigas, mis hermanas que Dios y la vida me ha regalado Gaby, Melanie, Liliana y Karen este logro también va para ustedes, gracias por siempre estar conmigo, por su apoyo incondicional, sus consejos, gracias por todo y por tanto.

Northon esta tesis también es dedicada para ti, gracias por todo el apoyo que me has brindado hasta hoy, por tus ánimos y palabras de aliento, por tu ayuda y tiempo para lograr culminar mi tesis, porque sin tu ayuda creo que no lo hubiera logrado, gracias por ser mi ángel.

Gracias también a mis demás familiares y amigos que directa e indirectamente me brindaron su apoyo.

Esto va para ustedes; gracias a todos por creer en mí y no permitir que me rinda, gracias a ustedes felizmente hoy cumpla una meta importante de mi vida, soy una profesional.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Nancy Ricardo Domínguez, Mgs.

TUTORA

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Espinoza Quimi Ruth Herminia	

Lcda. Nancy Ricardo Domínguez, Mgs.

TUTORA

Índice General

<i>Introducción</i>	2
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema.....	5
Formulación del Problema	7
Justificación	7
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	9
<i>Capítulo I. Fundamentación Teórica</i>	10
Marco Teórico.....	10
¿Qué es un plan?	10
Tipos de Planes.....	11
Pasos para la Elaboración de un Plan de Comercialización según varios Autores.	12
Estructura del Plan	13
Plan de Negocios.....	15
Estructura General.....	15
¿Cómo formularlo correctamente?.....	16
Beneficios.....	17
Características Fundamentales	17
Plan de Comercialización.....	17
Elementos del Comercio	18
Tipos de Comercio	18
Plan de Marketing	20
Clientes	21
Expectativas de los Clientes	21
La familia	21
Turismo	23

Formas de Turismo.....	24
Oferta Turística	25
Clasificaciones del Turismo	26
Marco Conceptual.....	26
Marco Referencial.....	29
Marco Legal	31
Nivel Nacional.....	32
Nivel Internacional.....	37
<i>Capítulo II. Diagnóstico de la situación actual de la empresa.....</i>	<i>39</i>
Presentación de La Eco – Hostería Cauchiche.....	39
Estructura Organizacional	41
Logo y Eslogan.....	42
Análisis de los Instrumentos aplicados	42
<i>Capítulo III: Marco Metodológico</i>	<i>49</i>
Método de Investigación.....	49
Deductivo	49
Diseño de la Investigación	50
Descriptivo	50
Enfoque de la Investigación.....	50
Tipo de Muestreo	50
Población y Muestra.....	50
Muestra Probabilística.....	51
Población.....	51
Muestra.....	51
Métodos, Instrumentos y Procedimientos empleados.....	52
Métodos e Instrumentos	52
Métodos	52
Procedimientos	53
Análisis de Encuesta y Entrevista.....	54

Análisis de Encuesta	54
Análisis de Entrevista	60
<i>Capítulo IV. Plan de Comercialización para Promover la Visita de Familias a la Eco – Hostería Cauchiche</i>	70
Plan de Comercialización	70
Etapas OCE	70
Organización	71
Creación	72
<i>Conclusiones</i>	88
<i>Recomendaciones</i>	89
<i>Referencias Bibliográficas</i>	90
<i>Apéndices</i>	95
<i>DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN</i>	101
Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2020.....	101

Índice de tablas

<i>Tabla 1.</i> FODA Eco - Hostería Cauchiche - Isla Puná _____	43
<i>Tabla 2.</i> Actividades Ecoturísticas Comuna Cauchiche _____	47
<i>Tabla 3.</i> Capacitaciones al personal Eco - Hostería y Comuna Cauchiche dictadas por la Prefectura, Municipio, Ministerio de Turismo y Personal de salud. _____	72
<i>Tabla 4.</i> Proyecto 1: Creación de paquetes turísticos familiares dirigidos a empresas, estudiantes y turistas nacionales – extranjeros. _____	73
<i>Tabla 5.</i> Proyecto 2: Kits para las familias que realizan el recorrido de la Ruta Eco y Encanto _____	78
<i>Tabla 6.</i> Proyecto 3: Activación de redes sociales dirigida a empresas, estudiantes y turistas nacionales – extranjeros. _____	79
<i>Tabla 7.</i> Presupuesto Plan de Comercialización _____	86

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Ubicación Eco - Hostería, Comuna Cauchiche Isla Puná _____	6
<i>Figura 2.</i> Etapas del Negocio _____	11
<i>Figura 3.</i> Niveles de la normativa legal _____	31
<i>Figura 4.</i> Fotografías de la Eco - Hostería Cauchiche _____	39
<i>Figura 5.</i> Estructura Organizacional de la Eco - Hostería Cauchiche _____	41
<i>Figura 6.</i> Logo actual Eco - Hostería Cauchiche _____	42
<i>Figura 7.</i> Logo alterno _____	42
<i>Figura 8.</i> Puerto de Posorja _____	44
<i>Figura 9.</i> Islotes "Los Farallones" _____	44
<i>Figura 10.</i> Manglares _____	45
<i>Figura 11.</i> Entorno natural Isla Puná _____	45
<i>Figura 12.</i> Playas de la Isla Puná _____	46
<i>Figura 13.</i> Gastronomía Comuna Cauchiche _____	46
<i>Figura 14.</i> Actividades Comuna Cauchiche - Isla Puná _____	47
<i>Figura 15.</i> Fiestas de la Comuna Cauchiche _____	47
<i>Figura 16.</i> Rango de edad de personas _____	54
<i>Figura 17.</i> Género de personas _____	55
<i>Figura 18.</i> Personas que conocen la Isla Puná _____	55
<i>Figura 19.</i> Personas que conocen la Isla Puná _____	56
<i>Figura 20.</i> Visita de personas en familia a la Eco - Hostería Cauchiche _____	56
<i>Figura 21.</i> Tipos de turismo que prefieren realizar las personas en familia _____	57
<i>Figura 22.</i> Personas que se han hospedado en una Eco - Hostería en familia _____	57
<i>Figura 23.</i> Interés de las personas por conocer más de la Eco - Hostería Cauchiche _____	58
<i>Figura 24.</i> Medios por los cuales se puede dar a conocer la Eco - Hostería Cauchiche _____	58
<i>Figura 25.</i> Indicadores que consideran las personas al hospedarse en familia _____	59
<i>Figura 26.</i> Demanda turística de familias en la Eco - Hostería Cauchiche _____	60
<i>Figura 27.</i> Días que visitan más a la Comuna y Eco - Hostería Cauchiche _____	61
<i>Figura 28.</i> Tipos de turismos elegidos por las familias _____	61
<i>Figura 29.</i> Actividades preferidas por las familias _____	62
<i>Figura 30.</i> Atractivos por lo que es visitada la Eco - Hostería _____	63
<i>Figura 31.</i> Experiencias de familias _____	63

<i>Figura 32.</i> Presupuesto a pagar de familias _____	64
<i>Figura 33.</i> Valoración de la infraestructura de la Eco - Hostería _____	65
<i>Figura 34.</i> Cuidado del medio ambiente _____	65
<i>Figura 35.</i> Familias que se han preocupado por el cuidado de la flora y fauna ____	66
<i>Figura 36.</i> Frecuencia con que las familias realizan ecoturismo _____	66
<i>Figura 37.</i> Capacitaciones de ecoturismo al personal encargado de la Eco - Hostería _____	67
<i>Figura 38.</i> Triangulación de información _____	68
<i>Figura 39.</i> Plan de Comercialización Eco - Hostería Cauchiche _____	70
<i>Figura 40.</i> Paquete familiar empresarial _____	74
<i>Figura 41.</i> Paquete familiar estudiantil _____	75
<i>Figura 42.</i> Paquete familiar turístico _____	76
<i>Figura 43.</i> Kit familiar Ruta Eco y Encanto _____	78
<i>Figura 44.</i> Bosque de ceibos _____	79
<i>Figura 45.</i> Práctica de ciclismo _____	79
<i>Figura 46.</i> Fiesta Fundación de la Comunidad _____	79
<i>Figura 47.</i> Fiesta Virgen la Merced _____	80
<i>Figura 48.</i> Playa Subida Alta _____	80
<i>Figura 49.</i> Mirador de la Comuna Subida Alta _____	80
<i>Figura 50.</i> Valla publicitaria _____	82
<i>Figura 51.</i> Publicidad móvil _____	83
<i>Figura 52.</i> Publicidad medios de comunicación _____	83
<i>Figura 53.</i> Publicidad en jarros _____	84
<i>Figura 54.</i> Publicidad en bolígrafos _____	84
<i>Figura 55.</i> Publicidad en calendarios _____	85

Índice de apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta	<u>95</u>
Apéndice B. Guía de entrevista	<u>98</u>
Apéndice C. Certificación Eco-Hostería	<u>100</u>

Resumen

El trabajo de titulación presenta un Plan de Comercialización para promover la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche en la Isla Puná, como objetivo se propone diseñar un plan de comercialización, encaminado a dar respuesta a la categoría de visita desde una perspectiva del ecoturismo y el agroturismo.

El proyecto consta de IV capítulos, en el primer capítulo se elaboraron los planteamientos de los objetivos, en el segundo capítulo se realizó el análisis situacional de la empresa, cuyo enfoque investigativo está basado en el método deductivo, a través de una metodología mixta, el tipo de muestreo empleado fue el probabilístico, mediante métodos como: la encuesta y la entrevista con procedimientos basados en un cálculo porcentual, se realizó un análisis FODA: que determinó las principales inconsistencias que se presentan en la empresa , como: la falta de un plan de marketing para que los turistas conozcan de este sitio y se motiven a visitarlo, por las bondades que ofrece . En el tercer capítulo se describe el análisis de los instrumentos y los resultados. En el cuarto capítulo la propuesta del plan de comercialización basado en 3 etapas que la autora denomina OCE: Organización, Creación, Evaluación, cuya meta principal es motivar a los turistas y en especial a las familias a visitar el lugar, cumplir con sus expectativas y obtener satisfacción y fiabilidad.

Finalmente se realiza un análisis financiero sobre el Plan de Comercialización cuyo monto económico aproximado es de \$29,050.00 para llevar a cabo su ejecución.

***Palabras claves:** Plan de comercialización, hostería-comuna, visitas, familia.*

Abstrac

The degree work presents a Marketing Plan to promote the visit of families to the Eco - Hostería Cauchiche on Puná Island, the objective of which is to design a marketing plan, aimed at responding to the category of visit from an ecotourism perspective and agrotourism.

The project consists of IV chapters, in the first chapter the proposals of the objectives were elaborated, in the second chapter the situational analysis of the company was carried out, whose investigative approach is based on the deductive method, through a mixed methodology, the type of sampling used was probabilistic, using methods such as: the survey and the interview with procedures based on a percentage calculation, a SWOT analysis was carried out: which determined the main inconsistencies that occur in the company, such as: the lack of a plan marketing so that tourists know about this site and are motivated to visit it, due to the benefits it offers. The third chapter describes the analysis of the instruments and the results. In the fourth chapter the proposal of the marketing plan based on 3 stages that the author calls OCE: Organization, Creation, Evaluation, whose main goal is to motivate tourists and especially families to visit the place, meet their expectations and get satisfaction and reliability.

Finally, a financial analysis is carried out on the Marketing Plan whose approximate economic amount is \$ 29,050.00 to carry out its execution.

Keywords: *Marketing plan, inn-commune, visits, family.*

Introducción

Ecuador tercer país más pequeño de América del Sur con una extensión de 256.370 Km² es uno de los países más sorprendentes, posee miles de sitios y lugares turísticos con riquezas naturales y culturales inolvidables para visitar junto a su familia o amistades.

Entre los 17 países megadiversos del planeta se encuentra Ecuador, conocido también como el país de los cuatro mundos; sus Costas del Pacífico posee maravillosas playas, la Cordillera Andina con sus volcanes de más de 5.000 metros de altura, las Islas Galápagos con sus bellas playas de arena blanca, la mágica Amazonía con sus inmensas selvas y su diversidad de flora y fauna que dispone hacen de este país un paraíso. Ecuador es un país que deja huella de colores en cada uno de los corazones y memoria de las personas que lo visitan.

En la actualidad al hablar de turismo es centrarse en la contribución económica que el sector brinda al país, en el turismo se ha llevado a cabo varias estrategias y proyectos de innovación, del mismo modo el consumo, la tecnología, el comportamiento y las preferencias de los turistas han tenido una constante evolución. Es muy importante conocer las tendencias del sector, con el fin de que las empresas y negocios relacionados con la industria turística puedan prever el comportamiento de los consumidores, en la actualidad los negocios deben ganar competitividad al predecir el comportamiento no sólo de consumidores, sino también de cómo las demás firmas de este sector innovan y hacen negocios. En relación con aquello, el análisis de tendencias y diseño de un plan de negocio ayuda a conocer la dirección a la que va el comportamiento de oferta, demanda y al cumplimiento de los objetivos que cada negocio tiene; originando así información la cual puede ser aprovechada para innovar y abrir nuevas oportunidades de negocios, que beneficie también al consumidor al entregarle mejores servicios y experiencias inolvidables que cumplan e incluso superen sus expectativas.

Con el paso del tiempo se evidencia que el turismo es uno de los sectores que muestra un crecimiento sostenido. Así lo da a conocer el Plan Nacional de Turismo 2030; el turismo comunitario se está dando a conocer más con el pasar del tiempo en país; esta clase de turismo no solo proporciona beneficios materiales,

además es un orgullo cultural, concientiza a la comunidad sobre el medio ambiente y su valor económico, y así crear una diversificación de fuentes de ingresos.

La tecnología y las comunicaciones forman parte de los beneficios que impulsan el turismo comunitario, facilitan el acceso rápido a la información y crea un vínculo directo con el cliente en correspondencia a sus necesidades, con la posibilidad de convertirse en un medio relevante de transmisión cultural cuando sea apropiado.

El turismo comunitario rural en Ecuador establece una importante área estratégica en el sector turístico y la economía nacional; del mismo modo genera apoyos necesarios para trabajo, que se relacionan directamente con el desarrollo y convivir económico, social y político del mundo.

La Eco- Hostería Cauchiche está ubicada en la costa sur de la Isla Puná a 40 minutos de Posorja, llevando a cabo un viaje de 120 km desde Guayaquil, al llegar al puerto de Posorja, se debe tomar una lancha que nos llevará hasta Cauchiche en esta bella travesía por el mar se observarán los islotes Los Farallones, aves marinas y delfines.

Cauchiche recibió el certificado de registro como Centro de Turismo Comunitario (CTC), por parte del Ministerio de Turismo, el cual presenta una variedad de opciones para el turista, como hospedaje en la Eco-Hostería, gastronomía, traslados marítimos desde Posorja, observación de manglares y ofertas de servicios de calidad.

Con la entrega del certificado de registro se trabaja de manera formal y todos juntos para atraer a más turistas, a que conozcan y vivan una experiencia inolvidable y maravillosa en la isla.

El turismo comunitario es un modelo de gestión que la comunidad local aprovecha. El patrimonio natural y cultural que posee esta zona, ayuda a desarrollar y ofrecer un servicio caracterizado por la participación comunitaria.

Esta investigación incita a promover la visita de familias a la Eco-Hostería Cauchiche a través de un plan de comercialización diseñado con tales fines.

Antecedentes

Ecuador país conformado por una extensa e incomparable riqueza natural y cultural, consta de 4 regiones y se divide en 24 provincias, con una diversidad de maravillas, que las caracterizan y la ubican en los ámbitos nacionales e internacionales. Esto permite el desarrollo de la actividad turística, con la finalidad de convertirse en uno de los sectores de mayor importancia para el país.

Según el análisis que realiza el Panorama OMT (Organización Mundial del Turismo) del turismo internacional, Plan Nacional de Turismo 2030 y otras normativas sobre el turismo comunitario y sustentable, al hablar de turismo se hace referencia a la economía que este sector aporta al país, la promoción del turismo ecuatoriano fortalece la integración e intercambio turístico en el mundo, y crea nuevas oportunidades de empleo, divisas y reconocimientos. Validez que permite al Ecuador seguir desarrollándose e innovando en el sector turístico.

La Isla Puná se encuentra ubicada en la desembocadura del Golfo de Guayaquil, pertenece al cantón Guayaquil como parroquia rural; fue parroquializada el 13 de octubre de 1845, su patrona es La Virgen de las Mercedes, se considera la isla más grande del Ecuador con una extensión de 920 km². A tan solo 40 minutos del puerto de Posorja, para acceder a la isla se debe hacer por medio de una lancha, la isla se divide en 4 comunas turísticas: Bellavista, Estero de Boca, Cauchiche y Subida Alta.

Cauchiche está al sur de la Isla Puná, y es una comuna con más de 700 habitantes. En el trayecto en lancha que dura 40 minutos, se puede observar delfines, apreciar los islotes “Los Farallones”, distintas clases de aves y manglares. La isla cuenta con un clima tropical seco, por influencia de la corriente de Humboldt, este lugar es ideal para convivir con la naturaleza y desconectarse de todo, es habitado por pescadores, recolectores de concha, agricultores, en este lugar se ubica la Eco-Hostería Cauchiche, que inició con cabañas hechas a base de caña guadua, madera de muyuyo, con techo de hoja de palmas, actualmente cuenta con una infraestructura de cemento que brinda una tranquilidad y logra un clima agradable al interior. Es considerado un destino turístico por sus atractivos naturales y culturales, que ofrece: ecoturismo, agroturismo, variedad de flora y fauna, gastronomía, sus tranquilas playas, su historia, la amabilidad de sus habitantes, el contacto con la naturaleza y sus zonas ricas en arqueología.

La pesca es uno de sus principales recursos, los paseos a caballos, deportes acuáticos, pesca deportiva; el estudio realizado en esta Comuna motiva a diseñar un plan de comercialización para promover la afluencia de los turistas nacionales y extranjeros que desean conocer este paraíso y que obtengan una experiencia inolvidable y maravillosa, sin lugar a dudas, este sitio es privilegiado por su naturaleza.

El principal objetivo del plan de comercialización es la promoción de la visita de familias a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná, que sirva de referencia para que el visitante nacional y extranjero conozca y se motive a disfrutar de las bondades que se pueden encontrar en este destino turístico.

Planteamiento del Problema

Al hablar de la Isla Puná, se está dando a conocer un paraíso escondido, en el cual los turistas pueden apreciar y ser partícipes de sus maravillas naturales como: sus paisajes, su flora, fauna, bosques, playas; además la Isla Puná genera mucha importancia dentro del ámbito histórico y cultural. Sin lugar a dudas es un sitio muy privilegiado digno de ser visitado.

El (GAD PARROQUIAL DE PUNÀ, 2015), junto con el GAD Municipal de Guayaquil trabajan conjuntamente por el bienestar de la parroquia, investigando mecanismos estratégicos de comunicación con la finalidad de vincular a otras instituciones de carácter social, productivo y ambiental, procesos vinculados con el Buen Vivir. Han diseñado una planificación estructurada y visión a largo plazo que oriente la actuación no solo del GAD, sino también otros niveles de Gobierno como son el Municipal y el Provincial. Las actividades hasta el momento implementadas se han ejecutado de manera segmentada tanto institucional como territorialmente.

La Isla Puná ubicada en la desembocadura del Golfo de Guayaquil, perteneciente al Cantón Guayaquil está constituida en: la Zona Norte por los Islotes ubicados en el Golfo, la Zona Centro formada por la Cabecera de la Parroquia Puná y la Zona Sur se constituye por las comunidades: Subida Alta, Puná Vieja, Cauchiche, Campo Alegre, y otros asentamientos cercanos. (pp. 11 - 12)

Con respecto a su origen físico se establecen varias opiniones, una de ellas se refiere a la época del período cuaternario, en la cual se da a conocer que la isla era

parte del continente y luego se redujo por un rompimiento del Istmo de Puná; otra opinión afirma que la isla es de origen volcánico submarino, pero la hipótesis más cercana es la que explica sobre el movimiento desde hace millones de años el cual se produce por la suspensión de las placas tectónicas que actúan en la zona del Pacífico y por la acción de los ríos que desembocan en el Golfo de Guayaquil.

Tiene una extensión aproximada de 3285.72 km, dividida en 1708.32 área de islote y en 1577.44 en área marítima; al Norte se encuentra la Parroquia Urbana Ximena; al Sur el Océano Pacífico; al Este los Cantones Balao y Guayaquil y al Oeste la Desembocadura Estuario Golfo de Guayaquil.

Cauchiche está al sur de la Isla Puná, en este lugar existe una Eco-Hostería la cual brinda los servicios de hospedaje y alimentación; cuenta con una infraestructura muy cómoda en la cual el turista se puede sentir como en casa, sin embargo, existen dificultades que se relacionan con:

- ❖ La falta de promoción basada en el ecoturismo y agroturismo de visita de familias a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná.
- ❖ La falta de un plan de marketing para promover la visita de familias a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná.
- ❖ El bajo nivel de conocimiento sobre la geografía de la comuna Cauchiche en la Isla Puná, su existencia como recorrido turístico y por lógica toda la generosidad que brinda; a partir de las opiniones que ofrecieron los comuneros, estudiantes y personas naturales.

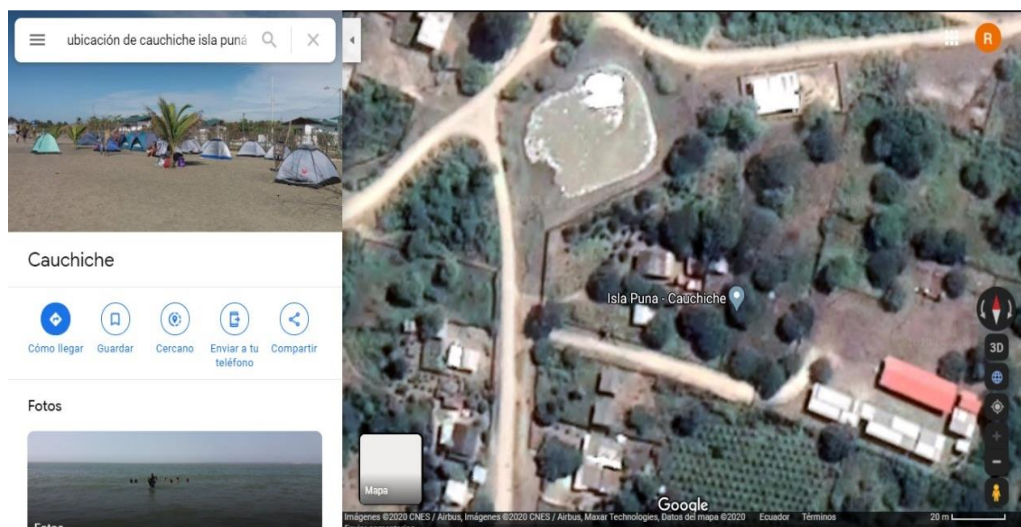


Figura 1. Ubicación Eco - Hostería, Comuna Cauchiche Isla Puná

Formulación del Problema

¿Qué solución puede plantearse para promover la visita ecoturística y agroturística de familias a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná?

Justificación

En estos últimos diez años, a pesar de la crisis económica de muchos países, el turismo ha tenido un desarrollo que lo convierte en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel mundial, elementos que se corroboran con las estadísticas del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de Turismo, así como cifras de la Organización Mundial del Turismo sobre el desarrollo del turismo en Ecuador en atención a ello, autores como:

(Chàvez , Fernàndez , & Gòmez , 2017) señalaron que:

Al estudiar los principales indicadores relacionados con el desarrollo del turismo del país, en los últimos diez años se consigue evidenciar un crecimiento sostenido en el arribo de visitantes extranjeros, reflejado en los ingresos generados por la actividad turística, el aporte generado al Producto Interno Bruto (PIB), a la exportación de bienes y servicios en el país. Destacan que estos indicadores tienen una proyección muy positiva para los próximos años, lo que tributará a consolidar a Ecuador como destino turístico de la región. Estadísticas que muestran que el turismo en Ecuador es un importante sector económico y que debe continuar su política de desarrollo a escala nacional. (p. 276)

(Benítez , Gutièrrez, & Gonzàlez , 2018) determinan que: “El turismo en el Ecuador representa el tercer ingreso no petrolero para la economía, por lo tanto, la promoción turística interna como externa son esenciales para alcanzar los resultados esperados”. (p. 633)

Vilaseca (2007). Citado por (Benítez , Gutièrrez, & Gonzàlez , 2018) indican que la promoción turística:

Se convierte en el medio idóneo para obtener información y compartir opiniones sobre determinada empresa, producto o destino turístico. La Red presenta un mundo de posibilidades antes inimaginable que ha

generado una reestructuración del sector empresarial ante un nuevo panorama que enfrenta un cambio no solo del mensaje sino de las estructuras organizacionales que los generan. (p. 634)

El crecimiento importante que se ha dado en la comunicación turística, con el desarrollo del Internet, las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs), conllevan a un cambio de escenario en las relaciones entre el turista y el entorno, estas relaciones al inicio se producían en un ambiente relativamente controlado, en la actualidad se proporciona en un entorno en el cual los viajeros y la comunidad pueden comunicar su satisfacción o insatisfacción, en esta nueva relación cada turista puede ser un medio de comunicación, algo que resuelve completamente el concepto de relación empresa - turista.

Ecuador es considerado como destino turístico debido a su mega diversidad ambiental, esto permite que su imagen y posicionamiento internacional se fortalezcan y origine un crecimiento de la actividad en el país.

En la planificación de la Eco- Hostería Cauchiche, se presentan falencias en la capacitación del personal que está a cargo de la infraestructura, para brindar un mejor servicio a los turistas que la visiten, para que el turista se sienta satisfecho e incluso se superen sus expectativas con respecto a este lugar maravilloso. En el cual se encuentra: un entorno natural conservado, culturas, gastronomía, playas, bosques, paisajes, flora y fauna.

Entre las ofertas de la Comuna Cauchiche está la visita a la comarca Campo Alegre lugar donde fue extraída la piedra ceremonial o también conocida como la piedra de sacrificio de los Punáes; además de los corredores turísticos y los bosques primarios.

Las personas que cuentan con lancha ofrecen los paseos por el Golfo de Guayaquil, donde se visualizan las diferentes especies marinas que habitan en este lugar. Cuenta también con playas llamativas y tranquilas, en las cuales existen lugares donde se puede extraer el agua dulce mediante pozos. Sus habitantes cultivan: mango, tamarindo, cerezas, chirimoyas, pitahaya, grosellas, ciruelas, melón, sandía, hortalizas y coco.

En este sitio existen piscinas de camarón, además se puede realizar algunas actividades como el agroturismo y acuiturismo, en las cuales el turista junto con los

habitantes encargados pueda realizar la captura del cangrejo, concha, peces y vivan una experiencia inolvidable. Su deliciosa gastronomía se basa en el marisco, seco de chivo, seco de gallina criolla, cuenta con una bebida tradicional conocida como Tumbachola.

Sin embargo, perduran dificultades en el desarrollo turístico que se demuestra en: la poca afluencia de visita de familias, la falta de marketing, el mejoramiento de su infraestructura, la falta de un sitio social en el cual se brinde la conexión de internet y otros servicios, la falta de agua potable, recolección de basura, las vías de acceso, la falta de hospitales, además la escasa promoción para la visita a Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná.

Objetivo General

Diseñar un plan de comercialización para promover las visitas a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná.

Objetivos Específicos

❖ Diagnosticar la situación actual de la empresa Eco- Hostería Cauchiche, para la ejecución de un plan de comercialización, orientado a la promoción de la visita de familias.

❖ Determinar el comportamiento de la visita de familias a la Eco- Hostería mediante técnicas que faciliten la recolección de datos, la demostración estadística.

❖ Elaborar un plan de comercialización, para promover la visita de familias a la Eco- Hostería Cauchiche en la Isla Puná.

Capítulo I. Fundamentación Teórica

Esta investigación tiene como objetivo principal elaborar un plan de comercialización, para la Eco-Hostería Cauchiche con la finalidad de cumplir cada uno de los objetivos propuestos, contribuir a la solución de problemáticas, mejorar los servicios turísticos que se ofrecen.

Marco Teórico

En el marco teórico se realiza la explicación de los criterios relacionados con: un plan de comercialización, oferta turística, la familia, clientes y turismo. La argumentación relacionada de cada uno de estos términos presentados, ayuda a la comprensión de la investigación y llevar a cabo los objetivos que se presentan al inicio.

¿Qué es un plan?

Según Hernández y Torres (2016). Citado por (Carrasco Guevara, 2019) Establecen que:

La palabra plan quiere decir altitud o nivel; proviene del latín “Planus” y puede traducirse como “plano”. Un plan es una serie de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito dirigido en una dirección, el proceso para diseñar un plan se conoce como planeación o planificación. (p. 4)

La planeación es una actividad que requiere de distintos elementos para poder llevarse a cabo, se conceptualiza según Fernández (2007). Citado por (Stanton , 2017) como la: “Sucesión de actividades programadas; para realizar estas actividades es necesario contar con los recursos que ella misma requiere. En este aspecto, los recursos más importantes con los que debe contar una empresa son: recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos”. (p. 119)

El Plan se puede ubicar en diferentes ámbitos ya sean nacionales o internacionales y a su vez en situaciones específicas como: en lo económico, social, salud, educación, regionales, agrícolas, industriales, etc. Al originar la idea de negocio se inicia por conformar un plan de negocios estratégico, el cual es “la base

para determinar programas, proyectos, funciones, actividades o tareas”. (González , 2016, pág. 40)



Figura 2. Etapas del Negocio

Tipos de Planes

Según Ambrosio (2000). Citado por (Stanton , 2017) “existen tres niveles importantes de planeación: El estratégico, el táctico y el operacional”. (p. 119)

Para Oliveira (2007). Citado por (Secco, da Cunha, Spers, Galeano, & da Silva , 2016):

❖ **La planeación estratégica:** “Es un proceso gerencial que proporciona una dirección para la empresa, posibilitando la formulación de objetivos con respecto a la selección de las acciones a seguir”. Esta planeación abarca aspectos globales, amplios, genéricos y de largo plazo. La planeación estratégica es muy importante, el planear es decidir ahora lo que hará más adelante, especificando entre otras cosas cómo y cuándo lo hará, sin un plan no se puede realizar las cosas con la eficiencia adecuada, puesto que no se sabe lo que se va a realizar ni cómo llevarlo a cabo.

❖ **La planeación táctica:** “Busca perfeccionar determinada área de resultado, trabajando con los objetivos establecidos en la planificación estratégica”. Abarca una unidad de la organización; puede ser un departamento o una división, los

planes tácticos se concretan en el mediano plazo. Calificación que también depende de varios factores, como las características del negocio, mercado y de la organización, es común que los planes tácticos se fijen en un plazo de 12 meses.

❖ **La planeación operacional:** “Está orientada a implementar las acciones establecidas en la planificación estratégica, con la intervención de los gerentes de cada unidad en que se formulan los planes”. La planeación operacional se materializa en planes operacionales, como procedimientos, presupuestos, programas y reglamentos; vigilando la rutina, para asegurarse de que todas las personas ejecuten las tareas y operaciones determinadas por la organización. (p. 110)

Pasos para la Elaboración de un Plan de Comercialización según varios Autores.

Los autores Hernández, Olmo y García (2000). Citado por (Martínez , 2018), hacen referencia en que los objetivos de un plan de comercialización pueden ser resumidos de siguiente forma:

- ❖ Presentación del entorno de la empresa
- ❖ Control de gestión
- ❖ Captación de recursos
- ❖ Optimizar el uso de recursos limitados
- ❖ Organización y temporalidad
- ❖ Análisis de problemas y oportunidades futuras

Estos autores plantean otro proceso para la elaboración de un plan de comercialización con los siguientes pasos:

❖ **Condiciones generales:** hacen referencia a las circunstancias que influyen en todo el sistema económico o a todo el sector a que la empresa pertenece.

❖ **Condiciones de la competencia:** se desprende del acto de ser los únicos que integran el entorno y que van actuar de forma deliberada contra los intereses de la empresa.

❖ **Condiciones de la propia empresa:** hace referencia a las debilidades y fortalezas de la empresa. (p. 19)

Estructura del Plan

Según Hernández, Olmo y García (2000). Citado por (Martínez , 2018) plantean los siguientes aspectos:

- ❖ Análisis del mercado objetivo
- ❖ Problemas y oportunidades
- ❖ Objetivos y metas
- ❖ Desarrollo de las estrategias de marketing
- ❖ Desarrollo de tácticas de marketing
- ❖ Ejecución y control
- ❖ Resumen
- ❖ Apéndices

Por otro lado, Kotler (2016:20), manifiesta que la planificación es: Un canal para lograr un futuro más innovador y seguro, el cual debe ser extendido a toda la organización y no ser los objetivos de un pequeño grupo de personas cercanas a las altas esferas directivas, es decir este debe ser parte del clima de la organización. Se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos para un plan:

- ❖ Resumen ejecutivo: se plantea los rasgos del plan para que sea interpretado de manera rápida y precisa.
- ❖ Análisis de la situación actual: es la información más destacada acerca de mercado, producto, competencia, distribución y micro entorno.
- ❖ Análisis de FODA: se determina las principales oportunidades y amenazas, aspectos fuertes y débiles y los temas fundamentalmente claves con los que confronta el plan.
- ❖ Objetivos: establecer los objetivos que el plan busca lograr en concordancia con el volumen de ventas cuotas de mercado y beneficios.
- ❖ Estrategias de marketing: fundamenta las técnicas del marketing que serán empleadas para la consecución de los objetivos del plan.
- ❖ Programa de acciones: este responde las siguientes preguntas: ¿Qué se realizará? ¿Quién lo realizará? ¿Cuándo se realizará? ¿Cuánto costará?

- ❖ Declaración de beneficios y pérdidas esperadas: estima los resultados financieros que se esperan una vez ejecutado el plan.

- ❖ Control: muestra cómo se controlará el plan.

El autor Muñiz (2005). Citado por (Martínez , 2018, pp. 20 - 21); en su propuesta determina que los siguientes pasos:

- ❖ Resumen ejecutivo
- ❖ Análisis de la situación
- ❖ Entorno
- ❖ Imagen
- ❖ Cualificación personal
- ❖ Mercado
- ❖ Red de distribución
- ❖ Competencia
- ❖ Producto
- ❖ Política de comunicación
- ❖ Determinación de objetivos
- ❖ Elaboración y selección de estrategias
- ❖ Plan de acción
- ❖ Establecimiento de presupuesto
- ❖ Métodos de control

Según las múltiples investigaciones realizadas existen varios aportes teóricos de cómo realizar un plan de comercialización, autores no tan contemporáneos como Hernández, Olmo y García (2000). Citado por (Martínez , 2018); en el documento lo describen como una idea más de una integración de la organización sin considerar mucho los factores externos que pueden influir.

Por otro lado, Kotler (2000). Citado por (Martínez , 2018) Señala al plan de comercialización como:

Una oportunidad íntegra del marketing mix, mismo que le da una especial fuerza a la Plaza, que es de donde aparecen los canales de distribución y nuestro mercado objetivo, quedando para el plan de comercialización la estrategia de cómo utilizar estos dos elementos.

Mientras que, Muñiz se muestra más estratégica al revisar técnicas de cómo usar los canales de distribución. (p. 21)

Plan de Negocios

Es una herramienta clave e indispensable para el éxito de los emprendedores y empresarios. Es una forma de especificar claramente las características que tendrá el negocio a futuro, además en ese sentido manifiesta la visión que el emprendedor o empleador tiene del negocio.

Es importante indicar que se entiende también por emprendedor a una persona que identifica una oportunidad de negocio y determina organizar los recursos necesarios para ponerla en acción en su futura empresa, sea pyme o startup.

El plan de negocio es:

Una guía para el inicio de operaciones y desarrollo de las actividades de una empresa cuyo objetivo principal es permitir abordar oportunidades y dificultades esperadas o inesperadas que presenta el futuro, con la finalidad de navegar exitosamente por medio del entorno competitivo particular del negocio, pueda de que se trate de un negocio de reciente creación o para uno que ya está operando y tiene planes de crecimiento. (Peña Cardozo , 2018, pàrr. 1)

Estructura General

Se pueden utilizar diversos formatos, debido a que no existe una estructura universalmente aceptada para su elaboración, se debe adaptar a cada negocio. Los negocios y proyectos grandes necesitan de planes de negocios con mucha información detallada y con diferentes escenarios, desde el más pesimista hasta el más optimista, puesto que, el plan de negocios disiente cuando inicia una empresa de otra que ya está en funciones y aspira crecer.

La estructura general de un plan de negocios es el siguiente:

❖ **Resumen ejecutivo:** muestra una impresión general del proyecto, contiene datos claves y los resalta, debe aportar al lector todos los elementos relevantes, en un máximo de tres páginas.

❖ **Descripción del producto o servicio:** el plan de negocio debe comenzar conociendo la necesidad que se va a cubrir y la propuesta de solución que no es más que lo se piensa desarrollar.

❖ **Equipo directivo:** los inversionistas creen más en personas con experiencia o que conozcan muy bien el negocio, además se interesan por el compromiso de cada miembro que trabaja en el desarrollo del proyecto.

❖ **Análisis del mercado:** debe identificar el mercado, valorarlo, segmentarlo, ponerlo en dimensión geográfica, investigar la competencia y posibles entrantes nuevos, no solo competidores directos sino sustitutos y complementarios.

❖ **Plan de marketing:** definir las estrategias sobre las cuatro P, buscando cubrir las necesidades de los clientes y estar por encima de ellas.

❖ **Sistema de negocio:** detalla los pasos, procesos necesarios para fabricar el producto u ofrecer el servicio, interacciones y elementos; incluyendo la planificación del personal, elementos de management desarrollo y cultura organizacional.

❖ **Cronograma:** expone una planeación realista del proyecto, define la ruta crítica y los hitos del mismo.

❖ **Análisis FODA:** reconocer Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, cómo impulsar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para afrontar los negativos.

❖ **Financiación:** punto clave, debe ser un análisis detallando la situación financiera del negocio, incluyendo las necesidades de financiamiento, los resultados esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados, ratios financieras generalmente usados. Puede incluir una valoración inicial del negocio, a través de flujos de caja descontados si lo que se busca es capital de riesgo se deben proponer alternativas de salida a los inversionistas.

❖ **Conclusiones:** destaca los factores claves realistas incluyendo riesgos.

¿Cómo formularlo correctamente?

- ❖ Posición estratégica actual de la empresa.
- ❖ Conocer las oportunidades y riesgos.
- ❖ Visualizar el futuro de la empresa.
- ❖ Planificar innovaciones a generarse.

- ❖ Perfeccionamiento de las estrategias a tomar para lograr los objetivos planteados.

Beneficios

El plan de negocios ayuda a que el futuro de la empresa tenga la similitud de lo que se quiere y no lo que el destino depara, se identifican los siguientes beneficios:

- ❖ Ayuda a planificar el inicio de operaciones o crecimiento de la empresa.
- ❖ Permite la captación de nuevos socios.
- ❖ Facilita la negociación para conseguir nuevos recursos con inversionistas, instituciones financieras y proveedores.
- ❖ Facilita detectar los errores y corregirlos con antelación.
- ❖ Identifica las oportunidades y riesgos.
- ❖ Permite la evaluación y medición de los resultados esperados.

Características Fundamentales

- ❖ Define diversas etapas que facilitan la medición de los resultados.
- ❖ Establece criterios de medición para medir avances y logros.
- ❖ Nítido, no deja ideas en el aire, utiliza términos exactos.
- ❖ Identifica posibles oportunidades para aprovecharlas en la realización.
- ❖ Previene las dificultades que pueden presentarse y posibles medidas correctivas a tomar.
- ❖ Tiene programas con actividades, personal responsable, recursos financieros y técnicos disponibles para su realización.
- ❖ Claro, conciso, concreto e informativo.
- ❖ Presentación impecable.

Plan de Comercialización

Según el (Diccionario etimológico, Etimología de COMERCIO, 2020) de la palabra comercio proviene del latín “commercium”, cuyo significado es compra y venta de mercancía, a la vez se deriva de las palabras “merx” y “mercis” que significan mercancía. Este término es utilizado también para denominar a todo establecimiento, tiendas, sitios donde se realicen actos de comercio. (Pérez , Definición de Comercio, 2020, párrs. 1- 3)

El movimiento comercial se relaciona más bien con los intermediarios pues la compensación de los recursos y los productos entre todos los entes que los engloba es mayor cada día en beneficio de los ciudadanos, los países y las regiones a nivel mundial.

De igual manera se describe todo movimiento que incluye la compensación de los recursos o los productos mediante el acto de compra y venta en el cual vendedor y comprador se benefician.

El comercio ha sido y es una pieza fundamental en la vida del ser humano, estos últimos años han acontecido una nueva revolución en el comercio, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, el comercio ha sido uno de los grandes abanderados de esta revolución.

Elementos del Comercio

La actividad comercial, contiene diversas nociones que hacen permisible que este proceso se lleve a cabo como son: el fabricante, el distribuidor y el consumidor.

❖ **El fabricante:** es el primero que inicia un movimiento de negocio dentro de la empresa, pues tiene la responsabilidad de desarrollar la producción que se presentará en el mercado a partir de la materia prima que utiliza.

❖ **El distribuidor:** es quien compra de forma directa al fabricante, puede llevar y repartir la mercancía producida a los que realizan compras al por menor o minoristas, y son los encargados de vender la producción al consumidor final.

❖ **El consumidor:** es la persona que solicita un servicio a los proveedores a cambio de dinero, puede ser un individuo natural o jurídico. Los productos que adquiere le servirán para compensar las necesidades que se les presenta en su vida cotidiana o para el bien de su empresa.

Tipos de Comercio

Según (Pèrez , Definición de Comercio , 2020) distingue tres clases:

➤ **Comercio mayorista**

Es aquel que compra a los fabricantes o agentes y los revende a otros distribuidores o personas que compran por cantidades. El mayorista vende los artículos en grandes cantidades y sus precios por unidad suelen ser más económicos.

➤ **Comercio minorista**

Se caracteriza por la venta directa de productos individuales o en pequeñas cantidades a los consumidores, los cuales pagan los impuestos que se agrega al valor total del producto.

➤ **Comercio electrónico**

Gestiona la compra y venta de artículos a través de dispositivos electrónicos y redes de comunicación masiva, la herramienta principal utilizada es el internet. El e-commerce como también es conocido este tipo de comercio, puede ser una opción de venta de una empresa física, empresa virtual o plataforma, en las cuales millones de usuarios pueden comprar y vender de forma libre. Existen varios tipos de comercio electrónico:

❖ Empresa – Consumidor (B2C Business to Consumer): se refiere al negocio entre la empresa y consumidor, es la aplicación al mercado virtual de las estrategias habituales de venta del mercado tradicional. Es el tipo más conocido y utilizado por el usuario particular. Se puede poner como ejemplo: Amazon como uno de los gigantes de este tipo.

❖ Empresa - Empresa (B2B Business to Business): se relaciona al comercio entre empresas. Es una de las más antiguas relaciones basadas en este tipo de soportes, consiguiendo una fuerte implantación en España con el Intercambio Electrónico de Datos (EDI). Es la mayor forma de comercio electrónico debido en parte al abastecimiento entre empresas.

❖ Consumidor a consumidor (C2C Consumer to Consumer): se refiere al comercio entre consumidores, este tipo de comercio aparece como un mercado de segunda mano o para productos elaborados artesanalmente.

❖ Consumidor a empresa (C2B Consumer to Business): se relaciona al intercambio, mediante el soporte tecnológico de Internet, de información sobre el consumo a cambio de alguna compensación. Este modelo es menos común, pero está en crecimiento constante.

➤ **Comercio nacional**

El comercio nacional o interno es el intercambio de productos dentro de un país, que puede ser local o regional. Este tipo de comercio se ajusta de acuerdo a las normativas del país donde se ejecute el mismo, lo que lo convierte en comercio formal; se establece de dos maneras:

- ❖ Comercio mayorista o al mayor
- ❖ Comercio minorista o al detal

➤ **Comercio internacional**

Es el tipo de comercio de bienes y servicios que incorpora todas las compras y ventas que realiza un país con el resto del mundo, da la oportunidad a los países a ganar espacio en el mercado y pueden llegar a ser reconocidos a nivel mundial. Se clasifica en:

- ❖ Comercio de exportación: venta de productos que un país realiza a otra nación.
- ❖ Comercio de importación: compra de productos que un país realiza a otra nación. (párrs. 39 - 56)

Plan de Marketing

Según Philip Kotler (2014). Citado por (Castro Lozano , 2018) un plan de marketing es:

Un documento escrito en el que se escogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos del marketing mix que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia a nivel corporativo, año a año, paso a paso. (p. 24)

Es decir, es un documento escrito en el cual se desarrollan los planes o proyectos comerciales a realizar en una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Sanz (1974). Citado por (Lara , 2019) afirma que:

El plan de marketing es un documento escrito en el que, de una forma sistemática y estructurada y previos los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, así como se desarrollan los programas y los medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto. (p. 5)

Cientes

Es fundamental conocer y entender a los clientes de la Eco-Hostería Cauchiche, es recomendable realizar una descripción y análisis de los mismos para determinar la diversificación o posible dependencia que se pueda tener sobre algunos; como, por ejemplo: es importante saber si la Eco-Hostería tiene pocos clientes con muchas visitas o si por el contrario el total de todos los servicios que ofrece están distribuidos entre mucho.

Expectativas de los Clientes

Es indispensable conocer las expectativas que tiene los clientes con los servicios, productos ofrecidos en la Eco-Hostería y qué es lo que se debe mejorar, realizar para lograr su máxima satisfacción sobrepasando sus expectativas.

La familia

Según el (Diccionario etimológico, Etimología de FAMILIA, 2017) la palabra familia no ha podido ser establecida de modo preciso. Es una palabra derivada de “famulus” que significa sirviente o esclavo. Dicha palabra era equivalente a patrimonio e incluía no solo a los parientes, sino también, a los sirvientes de la casa del amo. La etimología tradicional vincula la voz famulus y la palabra familia a la raíz de famēs (hambre). Como afirma (Hidalgo Colin, 2019) también puede ser un conjunto de familiares, sean consanguíneos o sirvientes domésticos, para hacer referencia a aquellos que sacian su hambre en una misma casa o a los que un padre de familia debe alimentar. (p. 8)

Según Febvre (1961). Citado por (Pineda Algarra, Niño Cortès, & Leòn Sosa , 2019) la familia es “el conjunto de individuos que viven alrededor de un mismo lugar” (p. 50)

(Hernández Rosales, 2016) Define a la familia como “La estructura familiar originada en el matrimonio o unión de hecho de una pareja, en la que uno o ambos de sus integrantes tienen hijos provenientes de un casamiento o relación previa” (p. 4)

La familia es la célula primordial de la sociedad y el medio natural necesario para la protección de los derechos y desarrollo integral de sus miembros, sin familia no hay sociedad, por esta razón la familia debe recibir el apoyo y protección del estado, para que cada uno de sus integrantes pueda practicar plenamente sus derechos y asumir sus obligaciones.

En la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) plantea acerca de la familia en el:

Art. 67.- En su primera línea señala que “Se reconoce la familia en sus diversos tipos”, además de la familia matrimonial, cuya fuente sin duda alguna es el matrimonio existe la familia extramatrimonial, misma que surge de la unión sin vínculo matrimonial entre un hombre y una mujer, y se comportan ante los demás como esposos.

Art. 68.- Manifiesta “La unión estable y monogámica entre dos personas libres de vínculo matrimonial que formen un hogar de hecho, por el lapso y bajo las condiciones y circunstancias que señale la ley, generará los mismos derechos y obligaciones que tienen las familias constituidas mediante matrimonio”. (pp. 19 - 20)

Según (Barahona , 2015) al hablar de la familia se refiere a la diversidad de aspectos de orden histórico, social, político y jurídico que con el pasar del tiempo han venido evolucionando y conservan determinados elementos constituyentes. Indudablemente la familia es el grupo primario de pertenencia de los individuos, que permite el planteamiento de relaciones dinámicas de sus miembros entre sí y con otros, otorgando la conformación de la sociedad y el Estado. La familia como unidad de la sociedad ha sufrido la imposición de modelos que establecen su desarrollo, como el modelo nuclear de familia, conformada por hombre, mujer e hijos. (p. 70)

Turismo

El turismo es uno de los fenómenos socioeconómicos más importantes, y sus antecedentes, según varios autores se remonta a la época de la antigua Roma. Los términos “turismo” y “turista” tienen sus inicios en la tradición europea del gran tour.

Para la Academia Internacional de Turismo de Montecarlo, que coincide su definición con la Academia Española de la Lengua, el vocablo turismo se distingue del viaje porque implica el hecho de viajar de un lugar a otro, además, la preocupación exclusiva de satisfacer su placer; el vocablo turista se relaciona a toda persona que visita durante un período superior a 24 horas, una localidad o país distinto al que reside.

Se puede visualizar al turismo como un acuerdo que favorece la interacción entre las comunidades del mundo, por medio del turismo se coordina el desplazamiento humano y los servicios requeridos como: hospedaje, alimentos, entretenimiento, etc.

(Gòmez , 2019) Refirió que “el turista es interino, extranjero u oriundo”. (p. 12)

Siguiendo su criterio se puede precisar que el turismo son las actividades que realizan las personas al desplazarse a un lugar diferente al de su entorno habitual, por un tiempo menos determinado o por un motivo principal divergente al de ejercer una actividad.

La Organización Mundial de Turismo. Citado por (Acosta Enriquez , 2018) define al turismo como:

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. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (pp. 29 - 30)

(Malavè Flores & Guillèn Cueva, 2019) Efectúan una clasificación de las motivaciones turísticas, las cuales son:

- **Motivos Personales:**
 - ❖ Vacaciones, recreo, ocio
 - ❖ Visitas a familiares o amigos
 - ❖ Educación y formación
 - ❖ Salud y atención médica
 - ❖ Religión y peregrinaciones
 - ❖ Compras
 - ❖ Tránsito
 - ❖ Otros motivos
- **Negocios y motivos profesionales:**

Con el pasar del tiempo la cultura turística ha ido desarrollándose, y el turismo ha diversificado su oferta tomando en cuenta las necesidades, en la actualidad esta variedad es abundante es un fenómeno económico muy importante que fortalece a la mayoría de países del mundo y entre estos países se encuentra Ecuador. (pp. 16 - 17)

Formas de Turismo

Según (Agüè Lòpez, 2015) en Ecuador se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

- ❖ Turismo interno: se refiere a los residentes del país, que viajan únicamente dentro del país.
- ❖ Turismo receptor: lo realizan los no residentes que viajan dentro del país.
- ❖ Turismo emisor: se relaciona con los residentes del país que viajan a otro país. (p. 22)

No obstante, la (OMT - UNWTO, 2008) analizó como tipos de turismo en el país los siguientes:

- ❖ Turismo interior: Engloba el turismo interno y turismo receptor.
- ❖ Turismo nacional: Abarca el turismo interno y turismo emisor.

- ❖ Turismo internacional: Incluye el turismo receptor y turismo emisor.

El turismo dispone de varias clasificaciones, cada una de ellas orientada a una necesidad específica, a continuación, se da a conocer algunas de ellas ajustándose a la investigación y al tema planteado.

Oferta Turística

La oferta turística manifiesta el proceder de los vendedores para que los consumidores puedan comprar bienes y servicios. En el sector turístico existe una asimetría en la definición del producto turístico por el lado de la demanda y de la oferta. En la demanda, el turismo es un bien muy complejo formado por todos los bienes y servicios que el turista consume cuando se desplaza fuera de su hogar, mientras que por oferta el producto turístico es fácilmente identificable por el oferente.

La oferta turística es “la unión de bienes y servicios, de recursos e infraestructura que se ordenan y se estructuran de manera armónica, apreciables cuando están disponibles en un mercado para el consumo, disfrute, deleite y uso de los turistas”. (Gòmez , 2019, p. 11)

La oferta turística demuestra las cantidades que los vendedores de producto turístico están dispuestos a ofrecer a distintos precios, para que un servicio turístico se convierta en oferta turística es muy importante que el consumidor potencial conozca su existencia, caso contrario ese producto no cumple con el requisito de haber ingresado en el mercado por un periodo determinado.

El sistema de oferta turística incluye los lugares, destinos, agencias de viaje, servicios de alojamiento, restauración, transporte y demás instalaciones y servicios útiles que determinan los intereses, motivación y decisión del viajero.

Los recursos turísticos son fundamentales para que los visitantes accedan sin dificultad al destino turístico que se les ofrece. Es importante señalar que los atractivos turísticos que posee la comuna Cauchiche son muy llamativos, sus bellas playas sirven de motivación para los turistas. Se entiende por oferta turística a los recursos naturales, históricos, gastronómicos, que seguramente desde la primera visita el turista deseará volver a este maravilloso lugar, si el trabajo es constante con

el plan de comercio que se quiere llevar a cabo en la Eco-hostería con la intención de incrementar las visitas.

Clasificaciones del Turismo

➤ **Turismo de descanso (Sol y playa)**

(Quirumbay Reyes , 2015) al referirse al turismo convencional plantean que:

También es conocido como turismo de sol y playa, ya que es un producto de la sociedad urbana cerca de balnearios costeros cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, aplicado desde el punto de vista de la oferta y generalizado desde el punto de vista de la demanda. (p. 20)

➤ **Ecoturismo**

Al respecto (Gòmez , 2019) consideró que el ecoturismo es: “Un viaje donde se accede a un ambiente o entorno natural, así como a la cultura y tradiciones de las personas visitadas, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar.” (p. 22)

Conocido también como turismo ecológico, es la nueva tendencia de viajes para realizar actividades recreativas en las que se aprecie y se conozca más a la naturaleza, a través de la interacción con la misma, sin dañarla, este tipo de turismo consta de una variedad de actividades como: observación de flora, fauna, senderismo interpretativo, la toma de fotografías.

➤ **Turismo agrícola o agroturismo**

El turismo rural participa en la diversificación de ofertas de sus productos para sustentar la economía de las comunidades rurales, con la finalidad de que el turista tenga una oportunidad de conocer los rasgos de aquellas actividades: paseo en bicicleta, a caballo y se alimente de productos frescos y sanos.

Marco Conceptual

Conceptos tomados del glosario terminología turística publicado por la (OMT - UNWTO, 2008)

Actividad turística: conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.

Atractivos turísticos: es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes.

Calidad: partiendo de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, en función de costumbres, y culturas.

Consumo turístico emisor: consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia.

Consumo turístico interno: consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia.

Consumo turístico nacional: consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico emisor.

Consumo turístico receptor: consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia.

Empresa: unidad institucional que se dedica a la producción de bienes o servicios. Puede ser una sociedad, una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida jurídicamente. Las empresas constituidas jurídicamente y las instituciones sin fines de lucro son unidades institucionales completas. En cambio, una empresa no constituida jurídicamente se refiere a una unidad institucional: un hogar o unidad gubernamental, solo en su condición de productor de bienes y servicios.

Encuesta: una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística.

Encuesta por muestreo: es una encuesta que se realiza utilizando un método de muestreo.

Encuesta piloto: el objetivo de esta encuesta es poner a prueba el cuestionario (la pertinencia de las preguntas, la comprensión de las preguntas por los encuestados, la duración de la entrevista) y detectar diversas fuentes posibles de errores muestrales y no muestrales: por ejemplo, el lugar donde se realizan las encuestas y el método utilizado, la identificación de cualquier respuesta omitida y la razón de la omisión, los problemas de la comunicación en distintos idiomas, la traducción, el mecanismo de recopilación de datos, la organización de los trabajos sobre el terreno, entre otros aspectos.

Oferta turística: es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

Producto Turístico: es la esencia de la actividad turística. Surge de la integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Promoción Turística: conjunto de acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.

Servicios: actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

Sustentable: el turismo desarrollado en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar beneficios perdurables, tanto para las generaciones presentes, como para las futuras. La sustentabilidad aplicada en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Turismo emisor: comprende las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor o de un viaje turístico interno.

Turismo interno: incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo nacional: abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Turismo receptor: engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Estos conceptos tomados son de suma importancia para la comprensión de la investigación y para el diseño del plan de comercio que se propone.

Marco Referencial

Múltiples investigaciones han abordado el tema relacionado a la implementación de diferentes estrategias para promover el desarrollo turístico, se toman de referencia el Plan de negocios para un hotel en Puerto López en Colombia, Guía práctica del plan de exportación Puerto Rico, Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná provincia del Guayas, y Plan de marketing para promover la visita a la Comuna A'í Cofán Dureno Cantón Lago Agrio.

Colombia

(Luque Valderrama , 2017) presentó un Plan de negocios para un Hotel en Puerto López en el cual se realiza un acercamiento al sector hotelero en Colombia, cuya misión es poder obtener un modelo de negocios totalmente desarrollado como guía básica para el desarrollo del proyecto, lograr un entendimiento profundo del sector hotelero y de los competidores fundamentándose en el turismo e industria hotelera que son herramientas esenciales para promover el desarrollo económico en las regiones, mejorar los ingresos en zonas rurales y urbanas, reducir la brecha de la pobreza. (p. 15)

Además, fomentar la cultura llanera en Puerto López y lograr destinos interesantes que atraigan turistas, motivados por una cultura de ecoturismo, con impacto positivo para el medio ambiente.

Puerto Rico

La compañía de comercio y exportación de Puerto Rico diseñó una Guía Práctica del Plan de Exportación (2015) cuyo objetivo es facilitar al empresario puertorriqueño el entendimiento sobre cómo elaborar un plan de exportación que le permita establecer la viabilidad de las metas de exportación que pueda tener. El plan de exportación es una herramienta que favorece al empresario poder prever riesgos, identificar oportunidades, establecer estrategias y la toma de decisiones basadas en información.

Se reconoce que cada empresa es única, esta guía no intenta crear un documento predeterminado, más bien presenta una estructura general con las partes claves de un plan de exportación que se sugiere incluir en el desarrollo del mismo.

Ecuador –Guayas

(Briones Mera & Carranza Paredes , 2016) Presentaron una propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas. Realizaron un proyecto cuya propuesta se basa en el desarrollo de servicios turísticos en la comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná, con el objetivo de promover y establecer el turismo en dichas comunas, ligando la prestación de servicios como operadores de turismo con los servicios turísticos ya establecidos en las comunas, realizando paquetes que sean satisfactorios y cómodos para el turista; sin referirse a las visitas que recibe la Eco-Hostería ubicada en la Comuna Cauchiche y los servicios que ofrece a las familias que visitan este fabuloso lugar y se animan a vivir experiencias inolvidables realizando actividades como el ecoturismo, el agroturismo y el turismo comunitario.

Ecuador –Sucumbíos –Lago Agrio

(Gòmez , 2019) Plan de Marketing para promover la visita a la Comuna A'i Cofán Dureno, del Cantón Lago Agrio. Ejecutó un plan de marketing cuyo objetivo principal es planear acciones para la promoción de las visitas a la comuna A'i Cofán –Dureno. La elaboración del plan focaliza su atención en un diseño único de tres etapas: formulación estratégica, operaciones, seguimiento y la evaluación. De este modo se distingue por sus características: seguridad, variedad, confort y cordialidad.

En el diseño de la matriz FODA se revelan las principales debilidades y amenazas que están afectando las visitas de los turistas a la comuna. Se establece un estudio de mercado, programas y actividades; así como una metodología para la evaluación de impacto y la revelación de un plan de mejoramiento permanente.

Marco Legal

La normativa legal de la investigación consta de tres niveles, cada uno con sus documentos correspondientes que sirven de apoyo.

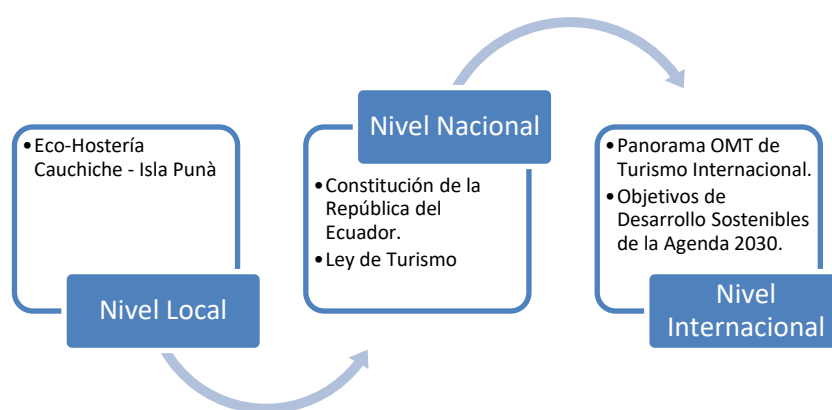


Figura 3. Niveles de la normativa legal

Eco –Hostería Cauchiche - Isla Puná

Junto con el apoyo del GAD Rural, Municipal, Ministerio de Turismo y demás instituciones, nace como un proyecto turístico la Eco –Hostería Cauchiche ubicada en la comuna Cauchiche con la finalidad de generar ingresos para la comuna y que se conozca de este lugar en el cual se encuentra ubicada y que los turistas que la visiten vivan experiencias inolvidables. Este lugar es atractivo debido a que posee de bellezas naturales, clima agradable, tranquilas y seguras playas; sin duda, alguna es el lugar ideal donde pasar unos días, desconectarse de todo y conectarse con la naturaleza.

La Eco -Hostería, brinda la mejor atención a quienes la visitan, ofreciendo un servicio de hospedaje de calidad, deliciosa gastronomía, paseo en el golfo, avistamientos de delfines, visita a las comunas, además ofrece el turismo comunitario, ecoturismo, agroturismo, muestra lo inigualable y lo más exquisito que tiene este lugar de Ecuador.

En la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) se plantea el:

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

a) Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.

b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.

d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.

f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales con el carácter de organizaciones territoriales de base.

g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. (p. 49)

Nivel Nacional

Ecuador fue y es una parada de turismo que con el pasar de los años ha ido creciendo, el turismo es una actividad fundamental para la economía ecuatoriana. Su variedad de flora y fauna que posee condicionan el desarrollo turístico según la región. A la luz de la Constitución de la República se hace notorio señalar artículos esenciales para la investigación.

La (Constitución de la República del Ecuador, 2008) en los:

Art. 24.- Establece que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 238.- Manifiesta que los GAD gozan de autonomía política, administrativa y financiera.

Art. 276.- Numeral 7 determina que se debe proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.- Numeral 5, determina que para la consecución del buen vivir el Estado debe impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley; y, el numeral 6 indica que es deber del Estado promover e impulsar la ciencia, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 278.- Numeral 2, establece para la consecución del buen vivir que se debe producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 377.- Indica que el sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 383.- Certifica el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Art. 395.- La Constitución de la República del Ecuador reconoce que:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

Los GAD municipales tienen autonomía para la proyección de sus estrategias turísticas que propendan a su desarrollo. Su organización se dirige hacia el desarrollo permanente y al manejo adecuado de los recursos naturales; en este sentido el Código que estipula el funcionamiento se describe a continuación.

El (Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización, 2012) (COOTAD) expresa en sus:

Art. 54.- Las Funciones de los Gobiernos Autónomos Municipales son las siguientes:

a. Promover el desarrollo sustentable de la circunscripción territorial cantonal para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

g. Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.

m. Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él la colocación de publicidad, redes o señalización.

Art. 55.- Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal:

g. Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la Ley.

h. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para éstos fines.

k. Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.

j. Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas de lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la Ley.

Art. 135.- El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

En el marco legal se encuentra la Ley de Turismo, con principios identificados y objetivos precisos que condicionan el desarrollo turístico en la nación.

➤ (Ley de Turismo , 2008) como redentora de la actividad turística:

Art 3.- En el Principio de la actividad turística en el inciso b se hace referencia a:

b. La participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

Art. 4.- Establece que se debe cumplir con los siguientes objetivos, en cada uno de ellos se encuentra implícita la actividad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, pero se hace especial énfasis en los incisos:

d. Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e. Promover la Capacitación Técnica y Profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f. Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g. Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 5. Objetivos: Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la Ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Nivel Internacional

Según el (Panorama del turismo internacional , 2019) en los estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo declaran que el sector turístico es una verdadera locomotora mundial de crecimiento económico y desarrollo, que impulsa la creación de puestos de trabajo, además sirve para promover la innovación y el emprendimiento. El turismo contribuye a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras. (p.2)

Este crecimiento implica tomar una mayor responsabilidad a la hora de garantizar una gestión efectiva de los destinos que minimice cualquier efecto adverso del turismo. Gestionar el turismo de manera sostenible y en favor de todos, en la actualidad es más importante que nunca, principalmente para los países en vía de desarrollo.

La innovación, digitalización, mayor factibilidad y ciertos cambios sociales seguirán dando forma y mejorando a este sector, por lo tanto, los destinos como las empresas tendrán que adaptarse para seguir siendo competitivos y a la vez hacer que el turismo contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a construir un futuro mejor para todos.

La (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2019) aprobaron en acuerdo la Agenda 2030 por entero y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el año 2015; originándose con ello una gran responsabilidad de lograr alcanzar las metas propuestas. Esta Agenda está compuesta por 17 ODS los cuales aspiran erradicar la pobreza extrema, combatir la desigualdad e injusticia, enfrentar el cambio climático, alcanzar un desarrollo sostenible de forma equilibrada e integrada y permitir a los países trabajar bajo sus diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo, acatando sus políticas y prioridades nacionales.

Los ODS que se relacionan más con el turismo son los siguientes:

ODS 8. Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenido, el pleno empleo productivo y el trabajo decente para todos.

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

ODS 14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

ODS 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica. (pp. 1 - 2)

Según la (Organización Mundial del Turismo UNWTO , 2014) sus pronósticos a largo plazo presentan que: la llegada de turistas internacionales a escala mundial crecerá un 3,3% al año a lo largo del período comprendido entre los años 2010 hasta el 2030 logrando alcanzar los 1.800 millones. (p. 2)

La información que hasta aquí se ha estructurado favorece la sustentación de la investigación. Al manifestar que el turismo es esencial para el desarrollo sostenible de nuestro país y demanda de un plan de comercialización que ayude con el aumento de visitas de familias en la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná provincia del Guayas.

Capítulo II. Diagnóstico de la situación actual de la empresa

Presentación de La Eco – Hostería Cauchiche

La Eco - Hostería es un proyecto turístico que se encuentra ubicada en la comuna Cauchiche en la Isla Puná; este programa se lleva a cabo con la finalidad de generar ingresos para la comuna, que mejore la calidad de vida de sus habitantes y que los turistas que la visiten conozcan de este destino maravilloso y se lleven experiencias inolvidables.

En las funciones de la Eco – Hostería se encuentra el presidente quien asume la responsabilidad de gerente, la tesorera el rol financiero, meseros, recepcionistas y personal de la salud dando un total de 16 trabajadores encargados de la atención al turista. Sus áreas comunes destacadas son: playas, comedor y lugar de conferencias; cuenta con habitaciones dobles y familiares con un máximo de 5 personas actualmente; los precios que se presentan incluye hospedaje y alimentación, con un valor de \$30 que incluye 2 días y 1 noche por persona.

La Eco –Hostería ofrece una atención de calidad a turistas extranjeros y nacionales, familias, estudiantes, pequeñas y medianas empresas; ofrece algunos servicios y actividades turísticas como: hospedaje, playas, gastronomía, paseos en el golfo, avistamientos de delfines, visita a las comunas; además la práctica de ciertos tipos de turismo, entre ellos, el ecoturismo mostrando así lo inigualable, lo bello y la tranquilidad que se encuentra en este lugar.



Figura 4. Fotografías de la Eco - Hostería Cauchiche

Misión: Liderar, servir y promocionar la actividad turística, generando un desarrollo sostenible, consciente y competitivo para la comunidad. Mediante conexiones estratégicas con el sector público y privado para el mejor desempeño y desenvolvimiento de los habitantes.

Visión: El turismo alcanzará actividades sustentables en la comunidad Cauchiche y comunidades aledañas siendo así un proyecto que se alcance para el año 2025 con el fin de mejorar los ingresos económicos locales, elevar la calidad de vida de sus habitantes, a través de un desarrollo social- ambiental alcanzable y posesionarse como uno de los destinos turísticos más atractivo y seguro de la provincia Guayas.

Valores

❖ **Solidaridad:** contribuir al desarrollo de los habitantes de la comuna; con la finalidad de lograr los objetivos y metas anheladas para el bienestar de la comuna.

❖ **Respeto:** a la naturaleza, los habitantes, turistas y grupos de interés; tomando en cuenta sus peticiones con la finalidad de brindar una atención cortés y de calidad.

❖ **Responsabilidad:** hacerse cargo de que cada acto realizado generará una consecuencia, al estar relacionado con la ética y un excelente servicio a los turistas.

❖ **Disciplina:** poner en práctica el orden y la constancia, con la finalidad de llevarse a cabo las actividades turísticas y lograr ser reconocidos como un destino turístico importante.

Estructura Organizacional

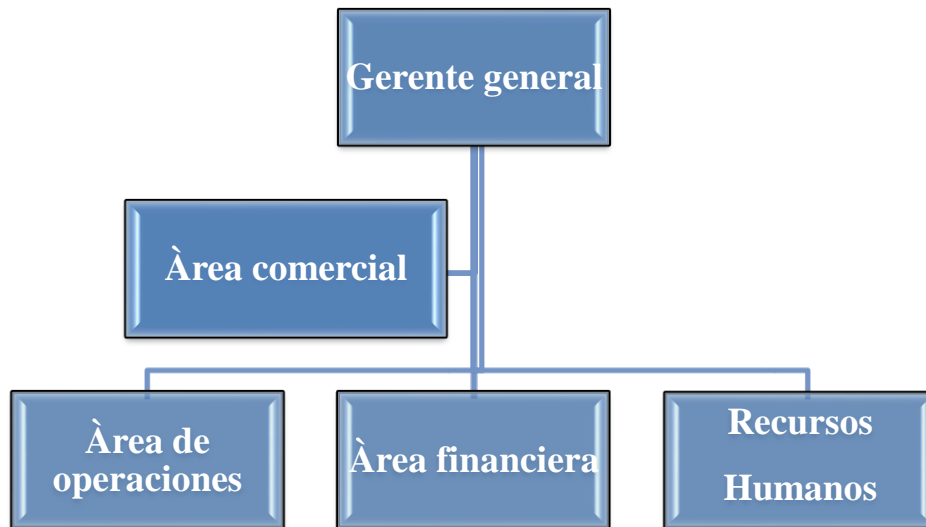


Figura 5. Estructura Organizacional de la Eco - Hostería Cauchiche

Funciones

Gerente general

Es el encargado de supervisar los servicios y actividades que se brindan a los turistas, cumple con los valores y objetivos diseñados para ofrecer un servicio de calidad y que los turistas se sientan satisfechos, se lleven experiencias inolvidables y deseen volver.

Área comercial

Esta área es la encargada de las ventas y generar publicidad donde el turista se anime a conocer el lugar que se promociona.

Área de operaciones

Área dedicada a transformar los recursos que se tiene en producto o servicio final, que se ofrecerá al cliente.

Área financiera

Área fundamental de una empresa; garantiza la supervivencia económica, promoviendo su desarrollo y crecimiento.

Recursos humanos

Organiza el desempeño de los empleados, con la finalidad de aumentar la productividad, a través de la: comunicación, motivación, buena relación, capacitaciones y evaluaciones.

Logo y Eslogan



Figura 6. Logo actual Eco - Hostería Cauchiche



Figura 7. Logo alternativo

Componentes del Logo Alternativo

- Imagen que representa al turismo del Ecuador y lugar donde se encuentra ubicada la Eco – Hostería Cauchiche.
- Delfín que representa el ecosistema marítimo de la Isla.
- Palmeras, arena, sol y mar representan tranquilidad y descanso.

Análisis de los Instrumentos aplicados

Para concretar el primer objetivo específico, relacionado con el diagnóstico de la situación actual de la empresa Eco –Hostería Cauchiche, se elaboró una matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) en la cual se determinan aspectos esenciales.

(Reggiani , 2020) Considera a la oferta Turística como: “El conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas”. (p. 18)

Tabla 1. FODA Eco - Hostería Cauchiche - Isla Puná

F	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Lugar tranquilo ❖ Espacio libre de perturbación ❖ Entorno natural diverso 	Factores Internos
O	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Proyecto comunitario. ❖ Realizar nuevas oportunidades y vivir nuevas experiencias. ❖ Impacto positivo en el aprendizaje de los habitantes de la comunidad, al brindar un servicio de calidad al turista. 	
D	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No disponen de un muelle ❖ Carecen de un buen marketing ❖ Señal deficiente de internet, tv cable y celular. 	Factores Externos
A	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La falta de ingresos económicos ❖ La contaminación 	

Se considera a la oferta turística como un grupo de elementos disponibles para el beneficio de los turistas. Luego de realizar el análisis de la Eco –Hostería se explican los factores internos que se relacionan a la oferta turística: Es un lugar tranquilo alejado de toda la perturbación de la ciudad, cuenta con un entorno natural diverso, como hermosas playas, en este lugar se puede realizar algunas actividades turísticas y llevarse experiencias y aprendizajes inolvidables, el trato que los comuneros brindan a los turistas hace que uno se sienta como en casa y desear volver a este increíble lugar.

Mientras que, en los factores externos, la oferta turística es amenazada por muchos elementos entre ellos tenemos: no tener la disponibilidad de un acceso rápido, debido a que carecen de un muelle, la falta de ingresos económicos para el mejoramiento de la Eco –Hostería; ausencia de un personal que fomente el

marketing; no cuentan con una señal buena, lo cual perjudica la comunicación; la contaminación de la playa es provocada por el dragado y embarcaciones.

Al especificar las ofertas turísticas que ofrece la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche encontramos:

1. **Paseos al Golfo en bote:** se convierten en una increíble e inolvidable aventura a lo largo del mar, donde se puede observar a delfines, diferentes tipos de aves marinas como: Piqueros de patas azules, fragatas, pelicanos y gaviotas los cuales se encuentran en los Islotes “Los Farallones”, también se realiza recorridos por los manglares.



Figura 8. Puerto de Posorja



Figura 9. Islotes "Los Farallones"



Figura 10. Manelares

2. **Entorno natural:** cuenta con hermosas playas, bosques tropicales, se puede realizar actividades que permiten estar en contacto directo con la naturaleza, al realizar caminatas por las playas se llega hacia las otras comunidades entre estas comunidades se encuentra Subida Alta la cual cuenta con atractivos turísticos en los que se puede apreciar las maravillas del sitio, aquí se encuentra un muelle, unos senderos, un mirador y cabañas de hospedaje. También se aprecia la flora y fauna: sembríos de palmas de coco, ciruelas, guayabas, limones, tamarindo, pechiche, chirimoya, pitahaya, vegetales, sandía, melón y zapallo; animales como: chivo, borrego, vacas, cerdos, caballos, burros y en lo silvestre el venado.



Figura 11. Entorno natural Isla Puná



Figura 12. Playas de la Isla Puná

3. **Gastronomía:** Los alimentos que se encuentran en este lugar son: seco de chivo, ceviche de camarón, concha y mixto, conchas asadas, ensalada de cangrejo y una diversidad de platos preparados a base de mariscos. En las bebidas encontramos el Agua de Coco y la Tumbachola.



Figura 13. Gastronomía Comuna Cauchiche

4. **Actividades:** en este lugar se pueden realizar muchas actividades las cuales favorecen el progreso turístico: paseos en bicicleta, paseos en motos, paseos en botes; además se puede realizar pesca deportiva, buceo, senderismo, deporte en las playas, recolección de ostras, conchas y cangrejos.



Figura 14. Actividades Comuna Cauchiche - Isla Puná

Tabla 2. Actividades Ecoturísticas Comuna Cauchiche

Tipos de Actividades

Senderismo	Acampamiento
Visita de los bosques	Deportes en la playa
Visita a sitios históricos culturales	Caminatas en la playa
Observación de la flora	Observación de la fauna

Fiestas: se festeja cada 24 de Julio la Fundación de la Comunidad; en el mes de septiembre se celebra a la Virgen de la Merced, además se dan festivales educativos los cuales son realizados en vísperas de la Fundación de la Comunidad.



Figura 15. Fiestas de la Comuna Cauchiche

El análisis del FODA, permite identificar que la oferta turística es encantadora e interesante, la cual posibilita el diseño del plan de comercialización para la promover las visitas de familias y turistas a la Eco - Hostería Cauchiche en la Isla Puná, como un destino turístico valioso de la Provincia del Guayas.

Capítulo III: Marco Metodológico

El marco metodológico se basa en la descripción de la investigación, se parte de un diseño y enfoque. El siguiente estudio está basado en una investigación descriptiva, se emplea una metodología mixta con un diseño no experimental. En la cual se determina la muestra, describe los métodos, instrumentos y procedimientos empleados para definir el estado actual de la Eco-Hostería Cauchiche en cuanto a las visitas de turistas que recibe, finalmente se realiza el proceso de la información obtenida para el desarrollo del Plan de Comercialización para solucionar el problema que se ha identificado.

Método de Investigación

Deductivo

Según Barchini (2006). Citado por (Ramon Campoverde, 2018) menciona que el método deductivo consiste en:

Extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados, en síntesis, este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico, comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos. El método deductivo cuenta con un enfoque el cual es el cuantitativo. (p. 2)

Este método de investigación resulta ser empírico, ofrece recursos para enlazar la teoría y la observación, además facilita deducir a partir de la teoría los fenómenos que habrán de observarse, permite obtener resultados los cuales sean graficados estadísticamente descriptivos, se logra analizar, verificar, aprobar los datos y plantear relaciones con los objetivos del trabajo presentado, da a conocer los resultados de manera mixta, sustentado en números y gráficos los cuales permiten una explicación y un razonamiento mejor.

La encuesta y la entrevista que se aplicaron, manifiestan la información que permite determinar el comportamiento de la visita de familias a la Eco-Hostería mediante técnicas que facilitaron la recolección de datos y la demostración estadística, cumpliendo con el segundo objetivo específico planteado.

Diseño de la Investigación

Descriptivo

Esta investigación asume un diseño descriptivo, el tipo de diseño se basa en describir la estructura y comportamiento de los estudios del tipo de investigación que se lleva a cabo, al facilitar la información detallada numérica y gráfica de la realidad que se estudia y la presentación de los hallazgos obtenidos de una manera verídica.

Enfoque de la Investigación

Jick (1979). Citado por (Ortega , 2018)

Introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de los mismos.

El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos. (p. 19)

Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo es el probabilístico, debido a que se utilizan métodos que buscan que todos los sujetos de una población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para representarla y formar parte de la muestra, permite que la población alcance mayor nivel de relevancia.

Población y Muestra

Lepkowski (2008). Citado por (Sampieri, Collado, & Lucio, 2017) define a la población como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Mientras que la muestra es el subconjunto de elementos que pertenecen al conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (pp. 174 - 175)

Estos autores determinan que las muestras deben ser representativas y que se clasifican en probabilística y no probabilística, la investigación realizada se llevó a cabo mediante una muestra probabilística ya que se tuvo en cuenta también un segmento específico de la población.

Muestra Probabilística

Define que:

Todos los elementos de la población son considerados con la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se los obtiene definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra; por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo o análisis. (Hernandez Sampieri , Fernàndez Collado, & Baptista Lucio , 2017:175)

Población

La población que se ha identificado está conformada por las familias que han visitado la Eco -Hostería Cauchiche en el año 2019, esta información fue obtenida a partir de la entrevista realizada al presidente de la Eco – Hostería el Sr. César Solano, mismo que indicó que el aproximado de familias que llegaron al sitio fue de 240; a cuyo grupo considerado se le realizó una división de 5 integrantes por cada familia dando como resultado 48 familias aproximadamente que la visitaron durante el año 2019; sobre este resultado se aplica una muestra probabilística para obtener el total de personas que se les realizaría una encuesta.

Muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: probabilidad de que ocurra un suceso

q: probabilidad de que no ocurra un suceso

E: margen de error

Z: nivel de confiabilidad

Valores de las variables:

$$N = 48$$

$$p = 80\% = 0.8$$

$$q = 1 - p = 0.5$$

$$E = 5\% = 0.05$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

Sustitución en la fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$
$$n = \frac{48 \cdot 0.8 \cdot 0.5}{\frac{(48-1)0.05^2}{1.96^2} + 0.8 \cdot 0.5} = \frac{19.2}{\frac{(47)0.0025}{3.8416} + 0.40} = \frac{19.2}{0.55} = 44.65 = 44$$

Conclusión:

n = 44 representa el número de personas a ser encuestadas por vía online como parte de la muestra probabilística, se estableció este medio de comunicación digital para así lograr enviarla masivamente a personas naturales, empresarias, estudiantes y viajeros de la ciudad Guayaquil

Métodos, Instrumentos y Procedimientos empleados

En esta investigación se utilizan métodos empíricos desde una posición científica y objetiva. Facilita un conocimiento de la realidad y reconocer el fenómeno en toda su dimensión y dinámica, revela sus causas y finalmente contribuye a la solución del problema que se ha identificado.

Métodos e Instrumentos

Métodos

➤ Encuesta: Se realizó de manera online, dando como resultado de respuestas de 84 personas naturales, empresariales, viajeros y estudiantes encuestadas en la Ciudad Guayaquil, resultado superado del mínimo de la muestra probabilística establecida para obtener la información que permitió saber que tanto

conocen y han visitado la Eco – Hostería Cauchiche ubicada en la Isla Puná, los tipos de turismo que les gustaría realizar en familia en este sorprendente lugar, además de cómo se daría a conocer más la Eco-Hostería y el maravilloso sitio donde se encuentra ubicada, finalmente cuáles son los factores que toman en consideración al hospedarse en una Eco – Hostería en familia, cuya descripción se realiza en el capítulo III y preguntas que se incluyen en el (Apéndice A)

➤ Entrevista: Se realizó al presidente de la Eco – Hostería Cauchiche, representantes de la Eco –Hostería, habitantes y personal encargado de realizar el traslado hasta la Isla Puná por vía fluvial, dando como resultado 80 personas entrevistadas de manera presencial, para así obtener información acerca de las expectativas y satisfacciones que tienen los turistas que han visitado el lugar. Información incluida en el capítulo III y preguntas que se incluyen en el (Apéndice B)

Instrumentos aplicados: Encuesta y entrevista elaborado por la autora.

Procedimientos

➤ Cálculo porcentual: favoreció la valoración de los resultados de la aplicación de los instrumentos elegidos para esta investigación.

➤ Triangulación de la información: permitió la recogida y el procesamiento, desde varios puntos de análisis procediendo a la comparación de la misma, se llevó a cabo un control cruzado entre múltiples fuentes de datos, contribuyendo así el incremento de la objetividad del análisis realizado.

Análisis de Encuesta y Entrevista

La encuesta y la entrevista fueron realizadas a personas naturales, empresariales, estudiantes, habitantes de la comuna, presidente y trabajadores de la Eco – Hostería y personal encargado de realizar el traslado por vía fluvial hasta la Isla Puná. En las cuales se obtuvo la información que permite determinar el comportamiento de la visita de familias a la Eco- Hostería mediante técnicas que faciliten la recolección de datos y la demostración estadística, cumpliendo con el segundo objetivo específico planteado.

Análisis de Encuesta

1. Seleccione su rango de edad

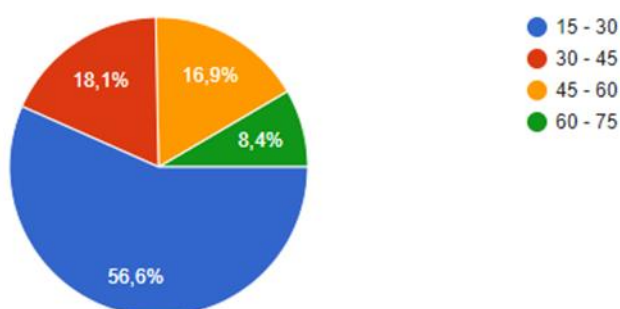


Figura 16. Rango de edad de personas

Como se logra visualizar en el gráfico, las edades de las personas que fueron encuestadas se determinan por cuatro categorías. La categoría entre los 15 a 30 años está representada por el 56,6 %; la de 30 a 45 años por el 18,1%; la de 45 a 60 años por el 16,9% y la de 60 a 75 por el 8,4%.

2. Género

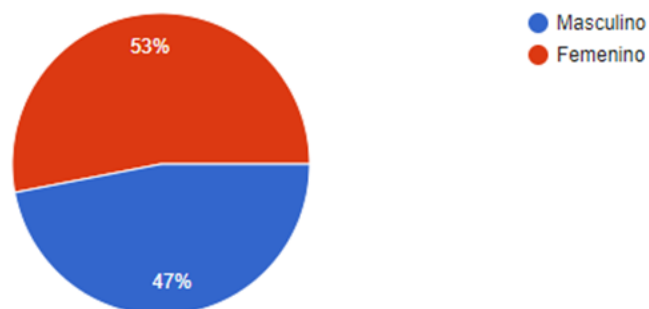


Figura 17. Género de personas

Es evidente indicar que la mayor cantidad de personas encuestadas pertenecen al género femenino correspondiente al 53% mientras que, la menor cantidad pertenece al género masculino que representa el 47%.

3. ¿Conoce usted la Isla Puná – Cauchiche?

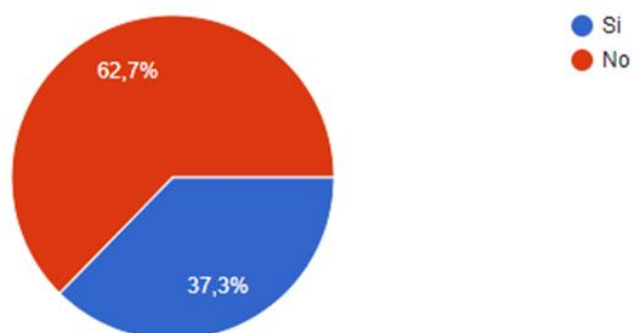


Figura 18. Personas que conocen la Isla Puná

En el gráfico se observa que el 62,7% de las personas encuestadas no conocen la Isla Puná mientras que, el 37,3 % si la conocen.

4. ¿Conoce usted qué es Ecoturismo?

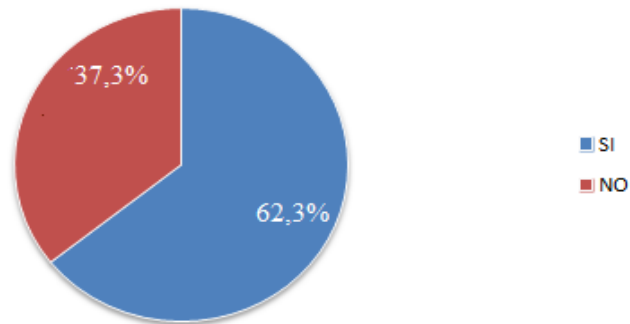


Figura 19. Personas que conocen la Isla Puná

Las personas que indicaron que conocen el ecoturismo representan el 66,3% lo conocen y mientras que, los que no lo conocen representan el 33,7%

5. ¿Ha visitado la Eco – Hostería Cauchiche en familia?

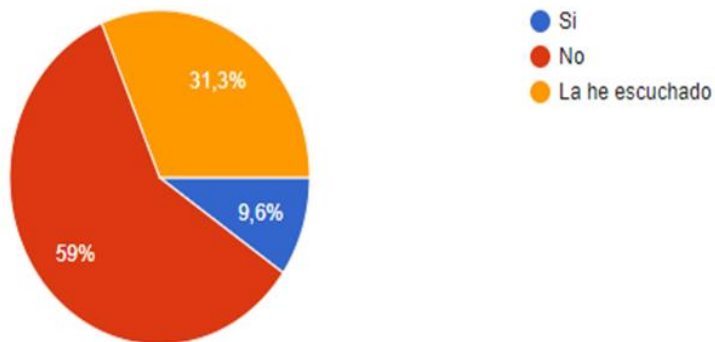


Figura 20. Visita de personas en familia a la Eco - Hostería Cauchiche

La mayoría de personas no han visitado la Eco – Hostería en familia representando el 59% mientras que el 31,3% la ha escuchado, pero no la han visitado y solo el 9,6% la ha visitado en familia.

6. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en familia?

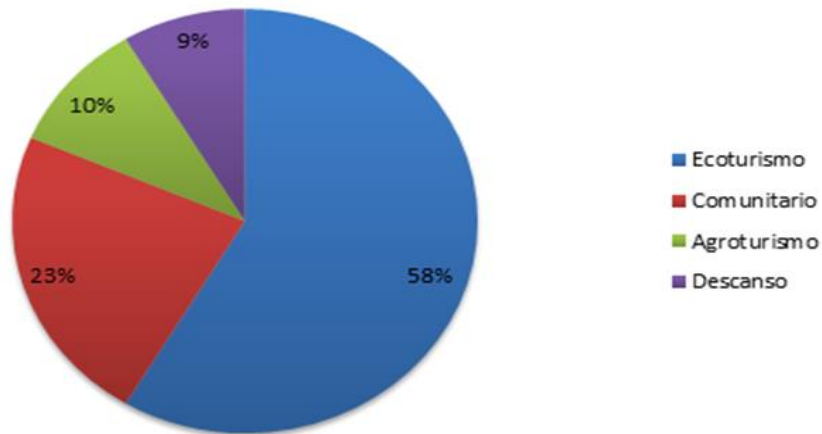


Figura 21. Tipos de turismo que prefieren realizar las personas en familia

El gráfico muestra que las personas prefieren realizar en familia el ecoturismo con un porcentaje del 58%, seguido por el turismo comunitario con el 23%; mientras que, en menor cantidad queda el agroturismo representando el 10% y el turismo de descanso con el 9%.

7. ¿Se ha hospedado en una Eco – Hostería en familia?

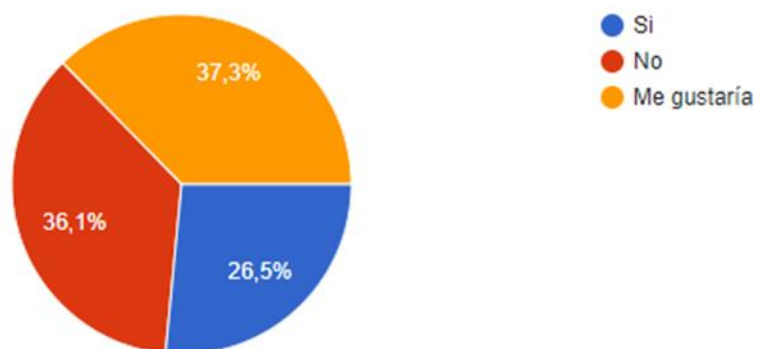


Figura 22. Personas que se han hospedado en una Eco - Hostería en familia

El mayor porcentaje de personas les gustaría hospedarse en familia en una Eco –Hostería representando así el 37, 3%, mientras que el 36,1% representa a las personas que no se han hospedado en una Eco –Hostería y el 26,5% si se han hospedado en una Eco –Hostería en familia.

8. ¿Le interesaría conocer más de las actividades turísticas que ofrece la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche?

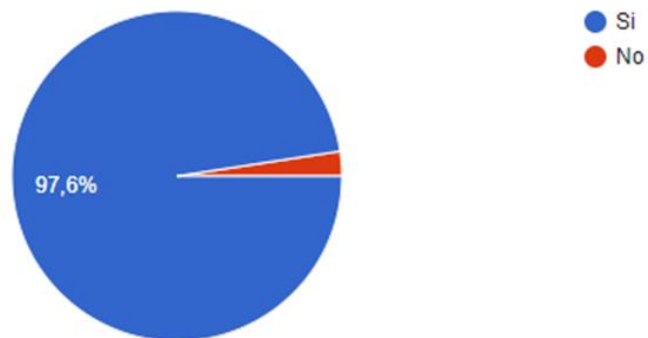


Figura 23. Interés de las personas por conocer más de la Eco - Hostería Cauchiche

En el gráfico se visualiza que el 97,6% de las personas encuestadas están muy interesadas por conocer más sobre la Eco –Hostería Cauchiche, mientras que el 2,4% no lo están.

9. Menciona 3 medios por los cuáles se debe dar a conocer más sobre la Eco – Hostería

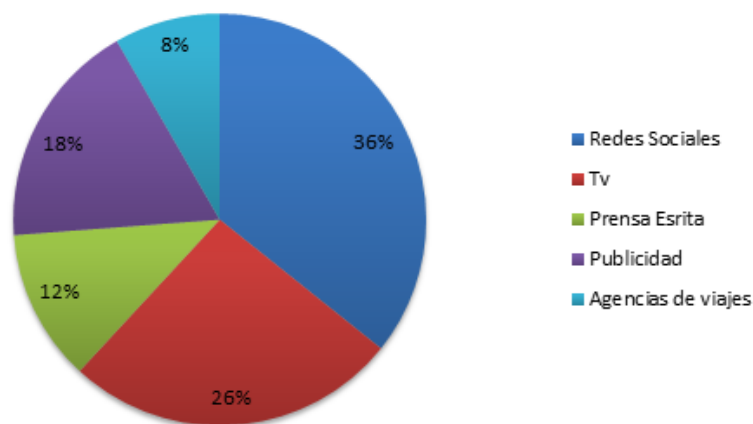


Figura 24. Medios por los cuales se puede dar a conocer la Eco - Hostería Cauchiche

Según las personas encuestadas la Eco – Hostería se debe dar a conocer por redes sociales con un 36% de respuestas, seguido por la Televisión con un 26%; la prensa escrita con un 12%; publicidad con un 18% y un 8% de las agencias de viajes.

10. ¿Qué factores toma en consideración al momento de elegir un sitio para hospedarse en familia?

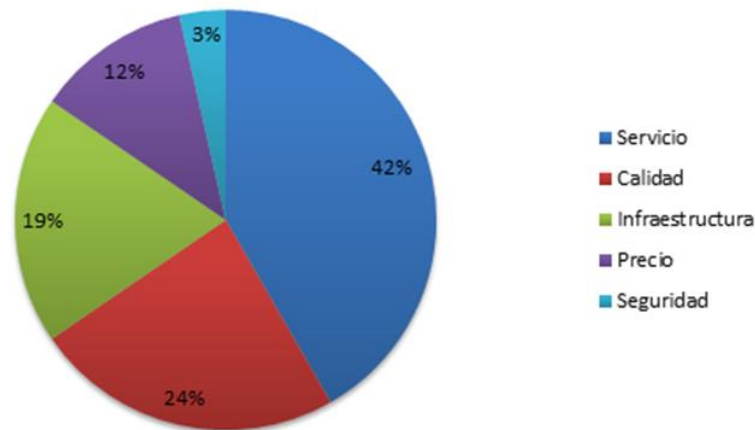


Figura 25. Indicadores que consideran las personas al hospedarse en familia

Las condiciones que toman más en consideración las personas al momento de hospedarse en familia son las del servicio representado con un 42% y la calidad con un 24%, seguidas de su infraestructura con un 19%, precio con el 12% y la seguridad con un 3%

Después de realizar la encuesta a 84 personas se constató que los turistas que más visitan la Eco-hostería son jóvenes y adultos que se encuentran en el rango de edad entre los 15 y 30 años representando el 56,6 %, del total de personas encuestadas se destacó el de género femenino con un 53%. El gráfico 3 representa el 37,3 % de los encuestados que conocen la Isla Puná. Pero solo el 9,6% lo ha hecho en familia. Sin embargo, un 58% dice que le gustaría realizar ecoturismo en familia y en menor grado otros tipos de turismo. Se concluye que el 97,6% de las personas encuestadas están muy interesados en conocer más sobre la Eco –Hostería Cauchiche. De igual manera, el 36% considera que se puede dar a conocer más la oferta turística por las redes sociales. Por lo que se considera que la Eco-hostería puede ser un potencial turístico para pasar en familia.

Análisis de Entrevista

Resultados generales

La entrevista se llevó a cabo en la Comuna Cauchiche – Isla Puná, misma que se le realizó al presidente de la Eco – Hostería Cauchiche, habitantes de la comuna, personas delegadas de la Eco – Hostería y personas encargadas de los botes. Dando como resultado un total de 80 personas de ambos sexos: 45 personas de género masculino que representan al 56 % y 35 personas de género femenino que representan el 44 %, las personas entrevistadas se ubican en el rango de edad entre 30 a 65 años, llevándose a cabo el cumplimiento de normas establecidas para la ejecución de la entrevista.

Pregunta No.1

¿Cuál es la demanda turística de familias que existe en la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche?

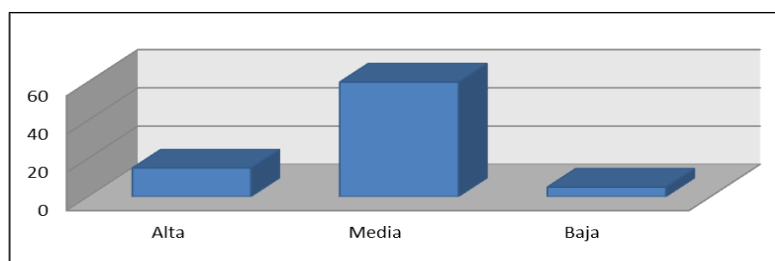


Figura 26. Demanda turística de familias en la Eco - Hostería Cauchiche

De las 80 personas entrevistadas, 60 personas indicaron que la demanda turística de familias que visitan la Eco – Hostería Cauchiche es media representando el 75%, mientras que 15 personas indicaron que es alta representando el 19% y 5 personas indicaron que es baja lo que representa el 6%. Uno de los factores que incide que la demanda turística no sea alta es la falta de conocimiento o promoción de este lugar.

Pregunta No.2

¿Qué días visitan más a la Comuna y Eco – Hostería Cauchiche?

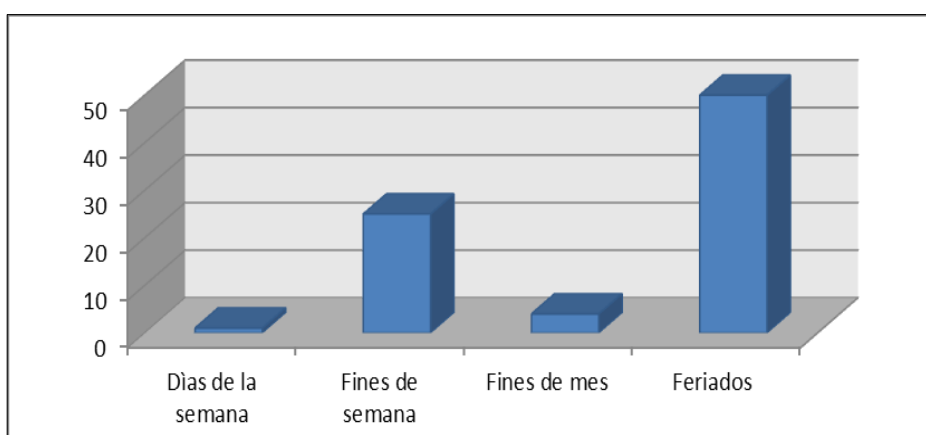


Figura 27. Días que visitan más a la Comuna y Eco - Hostería Cauchiche

Es notable que el 63% equivalente a 50 personas entrevistadas expresaron que los turistas visitan más la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche los días de feriados, el 31% representa los fines de semana indicaron 25 personas, mientras que 4 personas manifestaron que las visitas se dan los fines de mes representando el 5% y solo 1 persona expreso los días de semanas representando el 1%.

Pregunta No.3

¿Qué tipos de turismo prefieren las familias que han visitado la Eco – Hostería y Comuna?

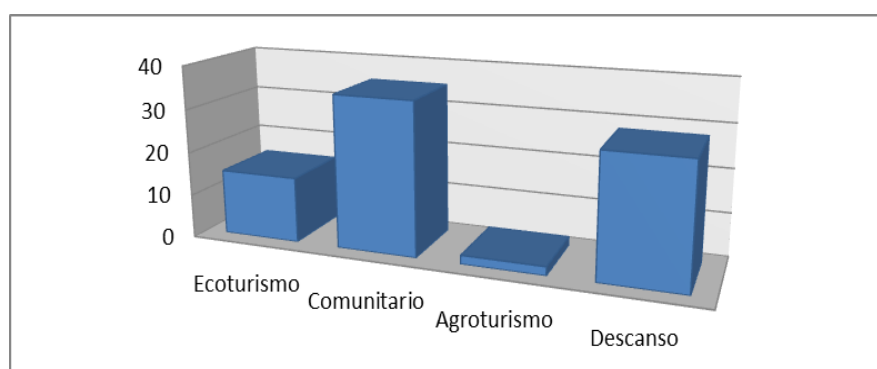


Figura 28. Tipos de turismos elegidos por las familias

Con un porcentaje del 44% se establece que 35 personas entrevistadas indican que el tipo de turismo elegido por las familias que han visitado la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche es el comunitario, 28 personas manifestaron que las

familias prefieren el turismo de descanso representando el 35%; mientras que el 19% correspondiente a 15 personas expresaron que eligen el ecoturismo y solo 2 personas representando el 2% indicaron que las familias prefieren el agroturismo.

Pregunta No.4

De las siguientes actividades ¿Cuáles han do las preferidas de las familias?

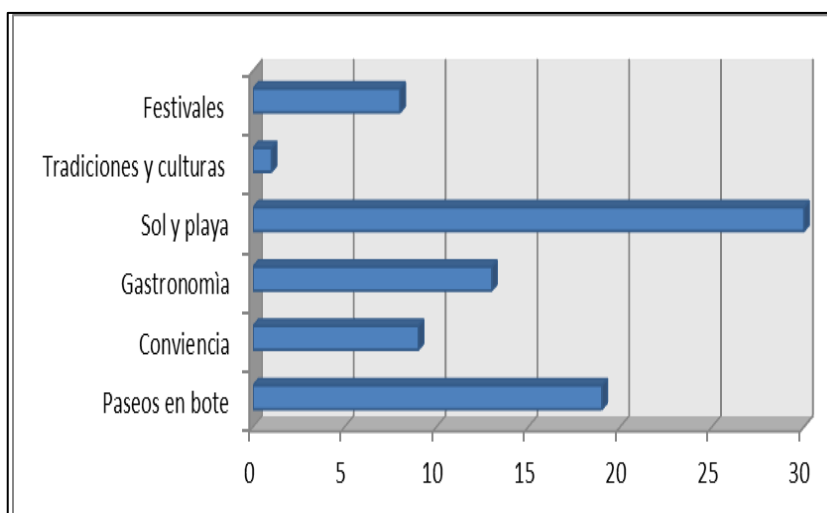


Figura 29. Actividades preferidas por las familias

La diversidad de actividades que se ofrecen en la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche son realmente increíbles; 30 personas entrevistadas indicaron que las familias que han visitado este lugar han preferido la actividad de sol y playa representada con el 38%; una de las actividades también elegida de las familias son los paseos en bote representada con el 24% equivalente a 19 personas entrevistadas; seguida de su gastronomía como indicaron 13 personas representando el 16%; la convivencia, también es escogida por familias con un porcentaje del 11% correspondiendo a 9 personas entrevistadas, mientras que el 10% eligen la actividad de festivales como expresaron 8 personas y solo una persona indicó que la actividad de tradiciones y culturas la prefiere el 1% de familias.

Pregunta No.5

Razones o atractivos por los cuales es visitada la Eco – Hostería

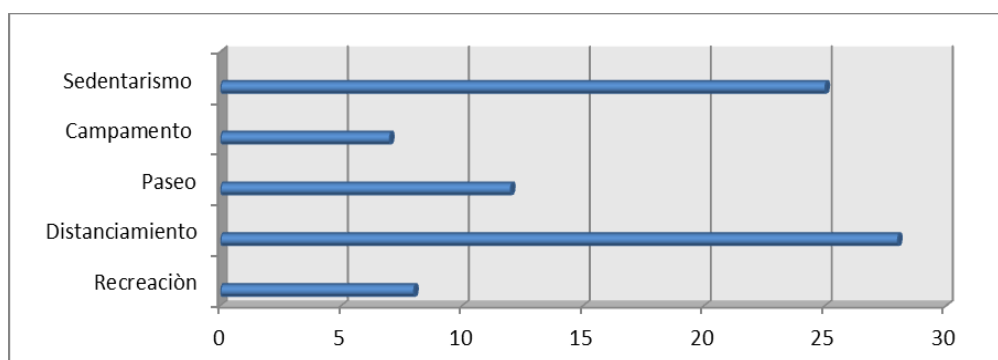


Figura 30. Atractivos por lo que es visitada la Eco - Hostería

En el gráfico se visualiza que el atractivo por lo que es visitada la Eco – Hostería es el distanciamiento, es decir la tranquilidad que tiene este maravilloso lugar, indicaron 28 personas correspondientes al 35%; seguida de la actividad del senderismo con el 31% representando a 25 personas; los paseos en botes también corresponden a los atractivos como expresaron 12 personas correspondiente al 15%, que representa al 10% de 8 personas forma parte de uno de los atractivos la recreación y finalmente los campamentos son parte de los atrayentes por lo que es visitada la Eco – Hostería con el 9% como indicaron 7 personas.

Pregunta No. 6

Las familias que han visitado la Eco – Hostería ¿Qué experiencias se han llevado?

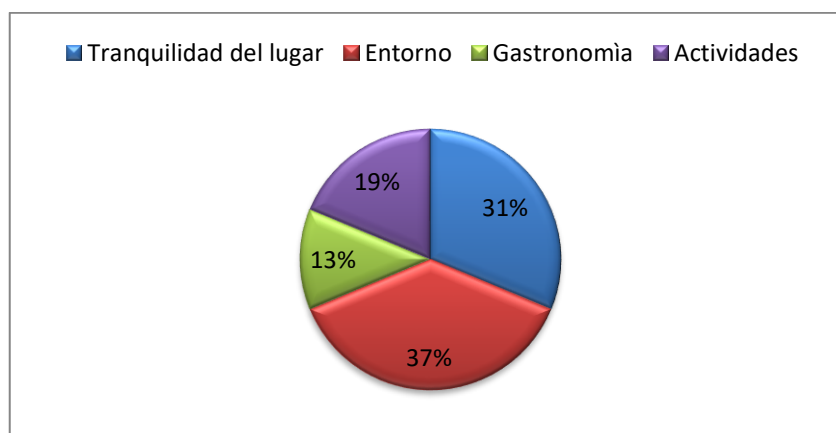


Figura 31. Experiencias de familias

Como indicaron la mayoría de las personas con el 37% equivalente a 30 personas; una de las experiencias que se han llevado los turistas que visitan la Eco – Hostería es la belleza de su entorno natural, 25 personas expresaron otras experiencias como la tranquilidad del lugar, la relajación que permite el lugar representando el 31%; el 19% indica el sinnúmero de actividades que se puede realizar en este sitio como expresaron 15 personas, su gastronomía es otra experiencia que se llevan los turistas, el disfrute de la variedad de platos que se ofrecen representando el 13% como indicaron 10 personas.

Pregunta No.7

¿Cuál es el presupuesto disponible a pagar de cada familia al visitar la Eco – Hostería?

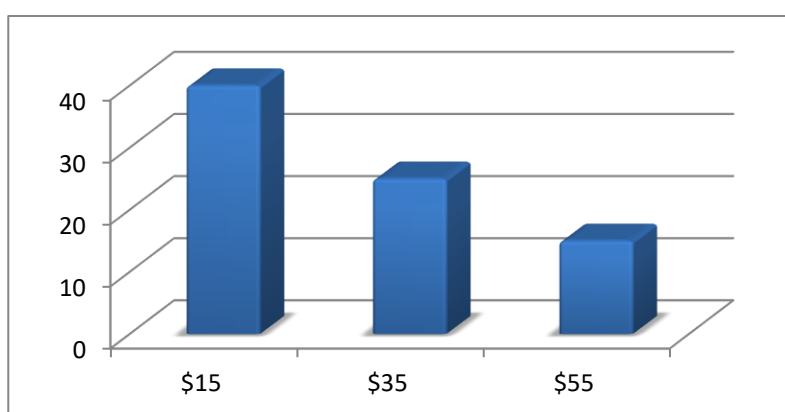


Figura 32. Presupuesto a pagar de familias

Dentro de las 80 personas entrevistadas, se logra visualizar que 40 personas correspondientes al 50% indican que el presupuesto disponible de las familias al visitar la Eco – Hostería es de \$15 por persona, el 31% equivalente a 25 personas expresaron que es de \$35 por persona y 15 personas indicaron que es de \$55 por persona, esto depende de los servicios que adquieran.

Pregunta No.8

¿Cómo valoran la infraestructura de la Eco – Hostería?



Figura 33. Valoración de la infraestructura de la Eco - Hostería

El 100% corresponde a las 80 personas entrevistadas las cuales expresaron que los turistas que han visitado la Eco – Hostería, han valorado su infraestructura como buena, acogedora y lo más destacado de ella es que es amigable con el medio ambiente.

Pregunta No.9

¿Ud. Cree que las familias que visiten la Comuna y Eco – Hostería Cauchiche deben ser más responsables en cuidar el Medio Ambiente?

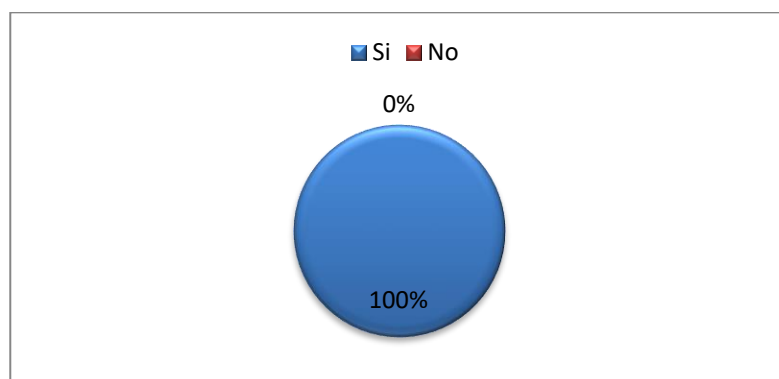


Figura 34. Cuidado del medio ambiente

Las 80 personas entrevistadas representan el 100%, indicaron que las familias que visiten la Comuna y Eco – Hostería Cauchiche deben ser más responsables en el cuidado del medio ambiente.

Pregunta No.10

¿Las familias que han visitado la Eco – Hostería y Comuna se han preocupado sobre el cuidado de la flora y fauna que posee este lugar?

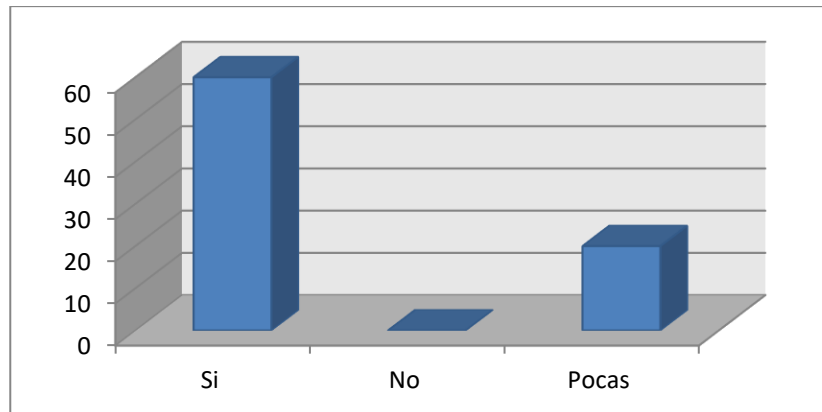


Figura 35 Familias que se han preocupado por el cuidado de la flora y fauna

De las personas entrevistadas 60 que representan el 75% indicaron que la mayoría de familias que han visitado este lugar se han preocupado del cuidado de la flora y fauna mientras que, el 25% equivalente a 20 personas expresaron que también han tenido familias que se han preocupado muy poco sobre el cuidado de su entorno.

Pregunta No. 11 ¿Con qué frecuencia realizan ecoturismo las familias en la Comunidad Cauchiche?

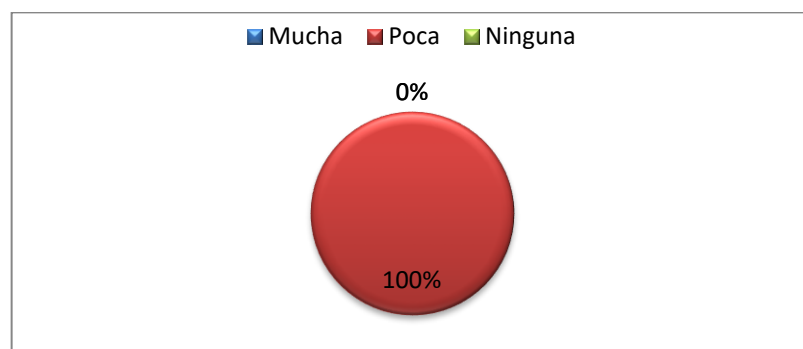


Figura 36. Frecuencia con que las familias realizan ecoturismo

El gráfico muestra que las 80 personas entrevistadas correspondientes al 100%, indican que la frecuencia de las familias al realizar ecoturismo en la Comunidad Cauchiche es poca.

Pregunta No.12

¿Desearía que se realicen capacitaciones al personal encargado de la Eco – Hostería sobre el ecoturismo?

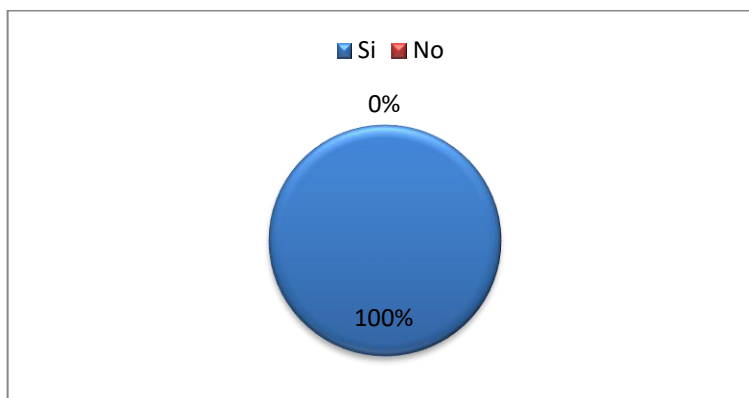


Figura 37. Capacitaciones de ecoturismo al personal encargado de la Eco - Hostería

EL 100% representando las 80 personas que fueron entrevistadas, expresaron que si le gustaría recibir capacitaciones sobre el ecoturismo y otros temas, que ayudarán al mejoramiento y calidad del servicio que brinda la Eco –Hostería hacia el turista.

En resumen de las 80 personas entrevistadas, 60 personas reflejan que la demanda turística de familias es media representando el 75%, dentro de los factores que inciden esta promoción del lugar, las personas eligen ciertos tipos de turismo cuando visitan la Eco-hostería en familia sin embargo prefieren el descanso, por la tranquilidad del lugar y el distanciamiento, y en menor rango el ecoturismo y agroturismo, seleccionaron dentro de las actividades las de sol y playa, paseos en bote, senderismo, su gustosa gastronomía, los festivales, tradiciones y la cultura., Por otra parte un aspecto favorable para el sitio lo constituye que de 80 personas 40 que corresponde al 50% indicaron que el presupuesto disponible de las familias es de \$15 por persona, en dependencia del servicio adquirido. Un elemento a destacar es que el 100% de los entrevistados indicaron que las familias que han visitado la Eco – Hostería han valorado como buena su infraestructura, acogedora y amigable con el medio ambiente. Otro aspecto que incide, es que el 75% de las familias que han visitado el lugar se han preocupado del cuidado de la flora y fauna. EL 100%

representando las 80 personas que fueron entrevistadas, expresaron que le gustaría recibir capacitaciones sobre temas variados.

Los resultados obtenidos permiten triangular la información:



Figura 38. Triangulación de información

• **Mercado:** conjunto de ofertas (vendedores) y demandas (compradores) referentes a un bien o servicio. Se posiciona en cualquier espacio ya sea virtual o físico, en el cual las personas sustituyen servicios o productos, permaneciendo de por medio la parte monetaria.

- Lugares: Playas, bosques tropicales, cerros, manglares, islotes.
- Servicios: Hospedaje, actividades turísticas, gastronomía, paseos.
- Compradores: Turistas nacionales y extranjeros, estudiantes, empresas.
- Vendedores: Comuneros y turismo.

• **Posicionamiento:** impresión que tienen los turistas en relación a la eco – Hostería, comuna, servicios y productos que se ofrecen en este sitio. El propósito fundamental es que los turistas que visiten el lugar lo prefieran por encima de otros. Es aquí la importancia del plan de comercialización con la finalidad de atraer a los turistas y en especial a las familias desde su apropiada ejecución estratégica.

• **Competidores:** lugares que ofertan servicios y productos similares a los de la comuna.

Se concluye que la mayoría de las personas que no conocen sobre la Eco – Hostería Cauchiche, su ubicación y cuáles son sus ofertas turísticas que ofrecen, se debe a la falta de información sobre este lugar; la falta de un buen marketing y

publicidad ha generado que pocas personas conozcan de su existencia y poderlo recomendar como un destino turístico, ubicado en la provincia del Guayas, donde se puede pasar momentos increíbles, aprender algo nuevo, realizar actividades, practicar ecoturismo y obtener experiencias inolvidables en familia, amigos y demás personas.

Estos resultados obtenidos impulsan a que se proporcione más atención al acondicionamiento, logística, infraestructura de la eco – hostería y actualmente se implementen equipos de bioseguridad que permitan brindar una seguridad a las familias que visiten la Eco – Hostería y Comuna; además que se brinde capacitaciones a la comunidad, a las personas emprendedoras, guías y personas encargadas de la Eco – Hostería; con la finalidad de promocionar más la visita de las familias a la comuna de una forma segura, responsable; obteniendo un perfil de turista responsable y que aporte a la Comuna y Eco – Hostería.

Capítulo IV. Plan de Comercialización para Promover la Visita de Familias a la Eco – Hostería Cauchiche

Plan de Comercialización

Actualmente nos encontramos en medio de una pandemia causada por el Covid 19, la cual ha generado consecuencias de crisis sociales, económicas y políticas a nivel mundial, viéndose afectado el sector turístico. La pandemia ha posibilitado generar otras nuevas formas de comercio y descubrir nuevos potenciales en medio de esta crisis y transformar de manera responsable y segura para brindar ofertas de calidad en situaciones adversas. En este capítulo se plantean etapas que faciliten alcanzar los objetivos propuestos, denominadas OCE cada una opta responsabilidad y seguridad que coadyuvar a las familias animarse a visitar la Eco – Hostería Cauchiche en este tiempo



Figura 39. Plan de Comercialización Eco - Hostería Cauchiche

Etapa OCE

La etapa OCE (ECO) está dividida en: Organización, Creación y Evaluación, cada etapa cumple funciones que facilitan el cumplimiento del plan de comercialización que se ha planteado brindando seguridad a las familias y turistas de una manera responsable.

Organización

En esta etapa es fundamental organizar reuniones de trabajo con el directorio de la Eco – Hostería, empresas particulares, Ministerio de Turismo, Prefectura del Guayas y GAD Municipales; para así dar a conocer la situación actual de la empresa, organizar procedimientos que se deben tomar y llevar a cabo actualmente como es la seguridad de las familias, turistas; con la finalidad de alcanzar las metas propuestas; realizando un análisis de los objetivos planteados y las líneas estratégicas donde se cumple el tercer objetivo específico el cual se basa en la elaboración de un plan de comercialización, para promover la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche en la Isla Puná.

Objetivos del Plan de Comercialización

Objetivo general

Originar acciones seguras para la promoción de la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche.

Objetivos específicos

- ❖ Reconocer las líneas estratégicas como una guía para promover la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche.
- ❖ Establecer las promociones, publicidad, ventas y costos; que contribuyen al plan de comercialización.
- ❖ Determinar señales para el cálculo del impacto y la creación de mejoras.

Líneas Estratégicas

En el diagnóstico realizado, se da a conocer los problemas que han sido detectados y se lleva a cabo soluciones para los mismos. Estos se identifican en el análisis de la matriz FODA, que se encuentra en el segundo capítulo, donde se plantea:

- ❖ Promocionar a instituciones educativas, empresas, turistas extranjeros y nacionales el entorno natural, los servicios y actividades turísticas que ofrece el sitio; además los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar en él, entre ellos se encuentra el ecoturismo; motivando así a los turistas que lo visiten en familia, que

se lleven experiencias memorables, de otro contexto más amigable rodeado de la naturaleza o del medio ambiente. Teniendo en cuenta y llevándose a cabo todas las medidas de bioseguridad que se debe tomar actualmente y brindando una total seguridad a las familias que visiten la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche. Se toma en consideración la certificación de la Eco – Hostería, la cual respalda el apoyo a la investigación que genera un alto impacto (Apéndice C). Y además el apoyo a través de las redes sociales, página web, señaléticas, publicidades en vallas, buses interprovinciales, artículos y medios de comunicación.

Creación

Los pasos esenciales que se diseñaran para que el Plan de Comercialización tenga un resultado satisfactorio son: brindar capacitaciones a las personas encargadas de la Eco – Hostería, establecer proyectos promocionales que lleguen hasta los turistas y los motive a visitar este sitio admirable, por sus atractivos naturales; con la finalidad de alcanzar un alto nivel de objetividad, operatividad y practicidad. Al proporcionar una información directa al turista de una manera muy sutil, segura, sin que se convierta en un desagrado para ellos y ganar su fiabilidad.

Capacitaciones

Tabla 3. Capacitaciones al personal Eco - Hostería y Comuna Cauchiche dictadas por la Prefectura, Municipio, Ministerio de Turismo y Personal de salud.

Capacitaciones a personal		
Descripción	Responsables	Presupuesto
Brindar capacitaciones al personal de temas como: la seguridad y salud ocupacional, habilidades generales, atención al cliente, gestiones, continuidad de negocios y sobre la gestión ambiental.	Presidente de la comuna Cauchiche, autoridades encargadas y empresas de ayuda.	\$ 400.00
Observación: El presupuesto es un valor aproximado por el alquiler de equipos audiovisuales, servicio de alimentos, transporte y hospedaje.		

Proyectos

Tabla 4. Proyecto 1: Creación de paquetes turísticos familiares dirigidos a empresas, estudiantes y turistas nacionales – extranjeros.

Título	Momentos inolvidables en familia en la Eco – Hostería Cauchiche. Tu descanso junto al mar.	Observaciones
Objetivo	Motivar a empresas, estudiantes y turistas extranjeros y nacionales a que visiten la Eco – Hostería y sea la mejor opción para su descanso de una manera muy segura.	Brindándoles una seguridad adecuada, llevándose a cabo todas las medidas de bioseguridad para todos los visitantes.
Descripción	Tres tipos de paquetes turísticos familiares. Contienen: Información de lo que contiene cada paquete, imágenes, precios.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Paquetes promocionados vía internet. ➤ Diseñados para familias, con un precio adecuado. ➤ Imágenes reales (no de internet).
Observaciones	Información clara y precisa.	

Paquete Familiar Empresarial



Eco - Hostería Cauchoche
Tu descanso junto al mar!!!

Momentos inolvidables en familia

Incluye:

- Transporte
- Cena
- Paseos
- Uso de las instalaciones

NIGHT
\$68 Incluido impuestos Por Persona

Figura 40. Paquete familiar empresarial

Momentos inolvidables en familia. Night

Incluye:

- ❖ Transporte fluvial de llegada y salida desde la Eco – Hostería
- ❖ Uso de todas las instalaciones
- ❖ Actividades recreativas
- ❖ Paseo en bote
- ❖ Tipos de turismo a elegir (Sedentarismo, comunitario, ecoturismo, descanso)
- ❖ Cena
- ❖ Camping
- ❖ Hospedaje

Además del 25% de descuento en pagos a contado por 2 noches. Máximo de 5 personas.

Paquete Familiar Estudiantil



Figura 41. Paquete familiar estudiantil

Momentos inolvidables en familia. Plan Day and Night

Incluye:

- ❖ Transporte fluvial de llegada y salida desde la Eco – Hostería
- ❖ Uso de todos los servicios de la instalación
- ❖ Desayuno Continental
- ❖ Paseo en bote
- ❖ Almuerzo (Entrada y plato fuerte)
- ❖ 12 horas de actividades turísticas
- ❖ Caminatas por las playas
- ❖ Tipos de turismo a elegir (Sedentarismo, comunitario, ecoturismo, agroturismo, sol y playa y descanso)
 - ❖ Visita a las comunidades
 - ❖ Visita a los bosques tropicales
 - ❖ Cena
 - ❖ Hospedaje

Además, el 15% de descuento para grupos familiares de 5 personas máximo.

Paquete Familiar Turístico

Momentos inolvidables en familia

Eco - Hosteria Cauchiche
Isla Pasa
Tu descanso junto al mar!!!

FULL DAY
Incluido impuestos
Por Persona
\$50

Incluye:

- Transporte
- Alimentación
- Paseos

Figura 42. Paquete familiar turístico

Momentos inolvidables en familia. Full Day

Incluye:

- Transporte fluvial de llegada y salida desde la Eco – Hostería
- Desayuno Continental
- Almuerzo (Entrada y plato fuerte)
- Paseo en bote
- Caminata por las playas
- Visita a las comunas
- Ecoturismo
- Observación de la flora y fauna
- Coffee break

Hora de llegada: 08:00 AM. Hora de salida: 17:00 PM

Además del 10% de descuento en niños menores de 5 años. Máximo de 5 personas.

Proyecto 2. Ruta Familiar Eco y Encanto dirigida a empresas, estudiantes y turistas nacionales – extranjeros.

Objetivo: realizar recorridos asistidos por un guía.

Ruta Familiar Eco y Encanto procedimiento que se puede llevar a cabo para promocionar a empresas, estudiantes, turistas nacionales y extranjeros; el magnífico entorno que posee y las actividades que se puede realizar en el mismo. Estos recorridos son implementados con todas las medidas de bioseguridad, brindando así a las familias que la visiten en este tiempo una seguridad confiable. En esta ruta los grupos familiares de un máximo de 5 personas, que pueden visitar:

- ❖ Bosques tropicales
- ❖ Playas
- ❖ Manglares
- ❖ Visita a las comunas
- ❖ Mirador de la Comunidad Subida Alta

Realizar actividades como:

- ❖ Paseos en bote
- ❖ Observación de la Flora y Fauna
- ❖ Ciclismo
- ❖ Pesca deportiva
- ❖ Bucear
- ❖ Recolección de conchas, ostras y cangrejos

Ser partícipe de sus eventos:

- ❖ Fundación de la Comunidad: 24 de Julio.
- ❖ Fiesta Virgen la Merced: 25 de septiembre.

Se ofrecen kits familiares a quienes se animen a realizar esta ruta.

Tabla 5. Proyecto 2: Kits para las familias que realizan el recorrido de la Ruta Eco y Encanto

Kits Ruta Eco y Encanto

Descripción	Responsables	Presupuesto
<p>Cada Kit familiar para cinco personas incluye:</p> <p>Equipos de bioseguridad:</p> <p>Gel antibacterial, mascarillas, visores, camisas, gorras, pulseras de identificación, mapa de recorrido y certificado con el respectivo logo de la Eco – Hostería Cauchiche.</p>	<p>Presidente de la comuna Cauchiche, junto a la colaboración de los presidentes de las otras comunas, guías encargados de la ruta.</p>	<p>\$2,250.00 para la compra de 50 kits familiares al por mayor.</p>
<p>Observación: El presupuesto es un valor aproximado por compra al por mayor de los kits y hospedaje de las familias.</p>		



Figura 43. Kit familiar Ruta Eco y Encanto



Figura 44. Bosque de ceibos



Figura 45. Práctica de ciclismo



Figura 46. Fiesta Fundación de la Comunidad



Figura 47. Fiesta Virgen la Merced



Figura 48. Playa Subida Alta



Figura 49. Mirador de la Comuna Subida Alta

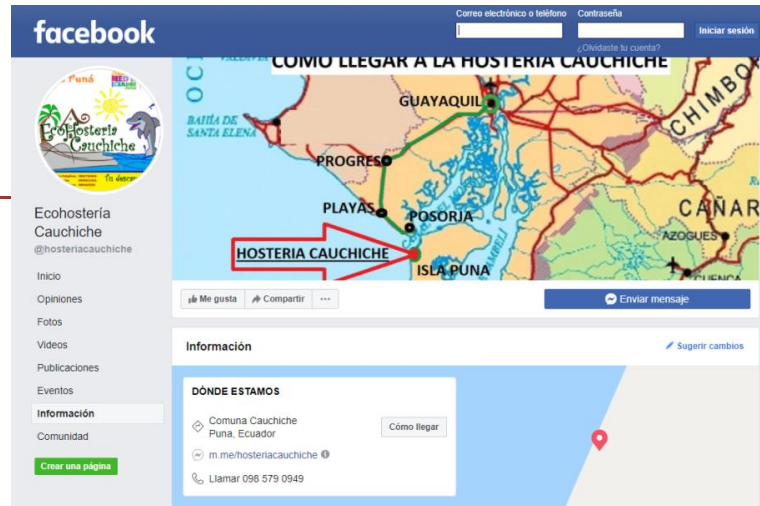
Tabla 6. Proyecto 3: Activación de redes sociales dirigida a empresas, estudiantes y turistas nacionales – extranjeros.

Objetivo

Propiciar la visita de familia a la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche, de una manera responsable a través de las redes sociales, con la finalidad, de brindar seguridad a las familias que se motiven a visitar este destino y llegar a ser considerado como uno de los mejores sitios de hospedaje, seguro y confiable que posee el sitio. Logrando captar a huéspedes responsables con el medio ambiente, Eco – Hostería y Comunidad.

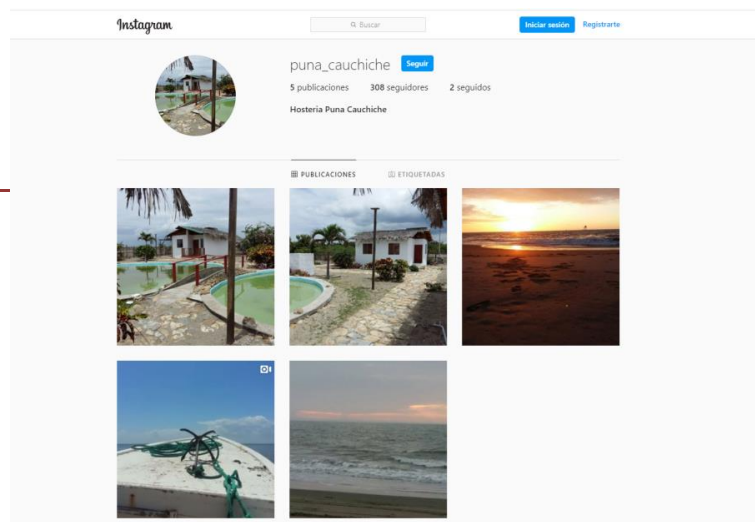
Facebook

https://www.facebook.com/pg/hosteriacauchiche/about/?ref=page_internal



Instagram

https://instagram.com/puna_cauchiche?igshid=ddmamkqw7or4



Reservaciones [César Solano Telf.0969621052](tel:0969621052)

Email hosteriacauchicheventas@outlook.com

Observaciones

Presupuesto \$600.00 para la activación de las redes sociales, compartiendo información responsable y segura que motive en este tiempo a las familias a que visiten la Eco – Hostería y Comuna.

Proyecto 4. Promociones

La promoción es una herramienta fundamental a la hora de crear una publicidad, cuya meta es informar, convencer y recordar a los turistas los servicios que ofrece la Eco – Hostería Cauchiche, anhelar la fidelización de los invitados y que se animen a visitar el sitio, vivan experiencias inolvidables y coleccionen momentos en familia extraordinarios de este lugar de una manera responsable y segura.

A continuación, se presentan las publicidades y artículos diseñados con sus respectivos costos.

La valla publicitaria tendrá una dimensión de 15 m x 6 m. cuyo costo es de \$400.00 se las ubicarían en lugares estratégicos de la Provincia del Guayas y en la vía de la carretera a Posorja, con el apoyo de la Prefectura del Guayas, Municipalidad y si es posible del Ministerio de Turismo.



Figura 50. Valla publicitaria

La publicidad móvil se implementará en los buses interprovinciales de la Costa y Sierra. El costo del diseño para cada unidad de transporte es de \$100.00 en la Costa; mientras que en la Sierra es de \$250.00. Se propone que sea puesta en 4 unidades de cada bus interprovincial.



Figura 51. Publicidad móvil

A través de los medios de comunicación llevar a cabo la publicidad de la Eco – Hostería para incentivar a los turistas que la visiten, el costo de cada publicidad por el período de 1 mes es de \$4000, solicitar el apoyo de la Municipalidad, Prefectura y Ministerio de Turismo para que se pueda llevar a cabo la publicidad por los medios de comunicación.



Figura 52. Publicidad medios de comunicación

Se realizará publicidades de la Eco – Hostería Cauchiche en Jarros de cerámica, con la finalidad de que los turistas se lleven un formidable recuerdo. Los jarros tendrán varios diseños, una impresión de excelente calidad con full color. Su costo por unidad es de \$5.00.



Figura 53. Publicidad en jarros

La Eco – Hostería Cauchiche será promocionada por medio de bolígrafos de material preferible metal, con una impresión de alta calidad y full color. Para que el turista tome nota de todos sus momentos inolvidables con un artículo que inspira. Costo por unidad \$1.



Figura 54. Publicidad en bolígrafos

La publicidad de los calendarios de la Eco – Hostería Cauchiche está basada en la promoción del entorno natural, servicios, actividades turísticas, tipos de turismo que los visitantes pueden realizar en este admirable lugar; realizado con colores

llamativos e imágenes sorprendentes, además está materializado a base de papel ecológico y de esta manera ser amigable con el medio ambiente e incentivar a los turistas que practiquen las 4R (Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar) con la finalidad que cada vez se cuide más al planeta. El costo de cada unidad es de \$2.00.



Figura 55. Publicidad en calendarios

Evaluación Financiera

Para llevarse a cabo el plan de comercialización para promover la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche se requiere de una inversión aproximada de \$29,050.00

Tabla 7. Presupuesto Plan de Comercialización

	Descripción	Cantidad	Costo	Costo Total
	Capacitaciones	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Proyecto #2	Guías	6	\$ 250,00	\$ 1.500,00
	Kits familiares (5 personas)	50	\$ 45,00	\$ 2.250,00
	Camisas	300	\$ 3,00	
	Gorras	300	\$ 2,00	
	Mascarillas, gel antibacterial, visores.	300	\$ 2,00	
	Pulseras	300	\$ 0,50	
	Mapas de recorrido	300	\$ 1,00	
	Certificados	300	\$ 0,50	
	Proyecto #3	Promociones redes sociales	18	\$ 600,00
Proyecto #4 Publicidad	Valla publicitaria	14	\$ 400,00	\$ 5.600,00
	Jarros	800	\$ 5,00	\$ 4.000,00
	Bolígrafos	1500	\$ 1,00	\$ 1.500,00
	Calendarios	1500	\$ 2,00	\$ 3.000,00
	Total			\$ 29.050,00

Observación: Los valores son aproximados.

Esta inversión ayudará a la Eco – Hostería Cauchiche de manera muy valiosa, segura y responsable favorecer a su proceso de desarrollo de la misma. Viendo resultados en un largo plazo, proporcionaría mayor confianza para su desarrollo, al ser reconocida como un destino turístico seguro e importante de la Provincia del Guayas.

Evaluación

Es de gran importancia para la Eco – Hostería Cauchiche superar las expectativas de las familias, turistas que la visiten, y que al momento de adquirir sus servicios les genere satisfacción y seguridad en la actualidad.

Para lograr este prometido se debe implementar un sistema de monitoreo que transite por las Etapas del Plan de Comercialización, pues sin turistas satisfechos es muy probable que el negocio no permanezca.

La evaluación sobre las expectativas de las familias y turistas es una herramienta fundamental que otorga el conocimiento completo del negocio en cada uno de sus aspectos, en la cual se ve reflejado su funcionamiento, es aquí donde se deben analizar las debilidades y potenciar aquellos aspectos con mayores problemas, planificar acciones para ir dando soluciones en la marcha, también es importante las decisiones que se tomen, brindar seguridad e implementar medidas de bioseguridades, pues llevaría a reevaluar y generar nuevas estrategias para lograr superar las expectativas de los turistas y obtener su fiabilidad.

Lograr que los turistas retornen a este lugar es fundamental para el éxito del negocio, es decir, los turistas fiables son mejores para los negocios, correspondientemente ayudan al crecimiento y sustentabilidad de las ganancias.

Conclusiones

❖ Se logró la sistematización de una información actualizada esencial para la investigación sobre: turismo, ecoturismo, agroturismo, potencial de familias que visitan la Eco – Hostería. La cual revelo que el turismo de familia es importante para el desarrollo sostenible del país y por lo tanto se necesita de un plan de comercialización contextualizado para promover las visitas de las familias, propiciando darle salida a los ODS.

❖ Se diagnosticó por medio de la matriz FODA la situación actual de la empresa Eco – Hostería Cauchiche, para la ejecución de un plan de comercialización, orientado a la promoción de la visita de familias y que llegue a ser considerado como uno de los principales destinos turísticos de la Costa Ecuatoriana.

❖ Propuesta de un Plan de Comercialización para promover la visita de familias a la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná, con énfasis en el ecoturismo de una manera responsable y que brinde seguridad a las familias.

❖ La elaboración del Plan de Comercialización se inicia con un estudio de los fundamentos teóricos e investigaciones empíricas. Se compone de tres partes: organización, creación y evaluación. Posee una particularidad que lo hace distinto de otros y es que puede aplicarse en tiempo de pandemia, debido a que cuenta con programas de capacitaciones que materializados en la práctica evita el contagio de la enfermedad, alternativa viable, responsable y segura para la promoción de la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche, obteniendo su fiabilidad y confianza.

❖ La ejecución del Plan de Comercialización cumplirá con los objetivos de aumentar la visita de las familias a la Eco – Hostería de una manera responsable y que las familias que la visiten se sientan seguras en este sitio, el proyecto tiene un valor financiero aproximado de \$29,050.00.

Recomendaciones

- ❖ Revisar e implementar el Plan de Comercialización y la promoción turística que se le oferta a las familias, empresas, estudiantes y turistas nacionales, extranjeros, para aumentar las visitas de la Eco – Hostería Cauchiche de una manera responsable, con la implementación de todas las seguridades necesarias en la actualidad.
- ❖ Dar mayor seguimiento a las familias a través de las redes sociales.
- ❖ Evaluar de forma sistemática el Plan de comercialización a partir del análisis de sus categorías.
- ❖ Disponer de todas las medidas de bioseguridad necesarias, con la finalidad de brindar una alta seguridad, confianza a las familias y turistas.
- ❖ Publicar el Plan de Comercialización como producción científica con el fin de contribuir al desarrollo local, nacional e internacional del turismo de la Isla Puná y el desarrollo permanente de la Provincia del Guayas.

Referencias Bibliográficas

- Acosta Enriquez , J. (2018). *Turismo, sustentabilidad y desarrollo local. Tendencias del desarrollo turístico en una región del noroeste de México*. México: Pearson.
- Agüi Lòpez, J. L. (2015). Definiciones: turismo - turista. *Papers de turisme*(14 - 15), 17 - 25.
- Barahona , A. (2015). Igualdad, familia y matrimonio en la Constitución ecuatoriana de 2008. *Foro Revista de Derecho*(23), 69 - 94.
- Benítez , Gutièrrez, & Gonzàlez . (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Latina de Comunicaciòn Social*(73), 633 - 647.
- Briones Mera, V., & Carranza Paredes , M. (31 de Agosto de 2016). *Propuesta de desarrollo de servicios turísticos en las Comunas Bellavista y Cauchiche de la Isla Puná en la provincia del Guayas*. Obtenido de <http://192.188.52.94/bitstream/3317/6448/1/T-UCSG-Pre-Esp-AETH-334.pdf>
- Carrasco Guevara, G. Y. (2019). *Plan de marketing para la empresa “mega natural” en la ciudad de riobamba*. Obtenido de <http://157.100.241.244/bitstream/47000/2090/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-043.pdf>
- Castro Lozano , K. L. (2018). *Plan de marketing del car wash multiservicios Angel de Chiclayo - 2018*. Obtenido de Tesis de Grado Académico Profesional. Perú: <http://servicios.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5310/Castro%20Lozano%20Karol%20Liseth.pdf?sequence=1&isAllowed=yCh>
- Chàvez , Fernàndez , & Gòmez . (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *UNIANDES Episteme* , 4(3), 276 - 287.
- Còdigo Orgànico Organizaciòn Territorial Autonomia Descentralizaciòn . (Septiembre de 2012). Obtenido de https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Codigo_organizacion_territorial.pdf
- Compañía de comercio y exportación de Puerto Rico . (14 de Diciembre de 2015). *Guia Pràctica Del Plan de Exportaciòn - Versiòn Final Oficial LV*. . Obtenido de <https://pdfslide.net/documents/guia-practica-del-plan-de-exportacion-version-final-oficial-lv.html>
- Constituciòn de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <http://www.inae.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/Registro-Oficial-449.pdf>

- Diccionario etimológico. (20 de Mayo de 2017). *Etimología de Familia*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?familia>
- Diccionario etimológico. (25 de Agosto de 2020). *Etimología de Comercio*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?comercio#:~:text=La-palabra-comercio-viene-del,mercurio-merceologia-merce-d>.
- GAD Parroquial De Punà. (17 de Noviembre de 2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gad parroquial de puna*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0968537690001_Definitivo_30-10-2015_16-01-03.pdf
- Gómez , S. (2019). *Plan de marketing para promover la visita a la Comuna A'i Cofán Dureno, del cantón Lago Agrio*. Obtenido de <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/13415/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-AETH-73.pdf>
- González . (2016). Plan estratégico de negocios. Patria.
- Hernández Rosales, L. B. (27 de Agosto de 2016). *La incidencia de la violencia de género y su relación con el femicidio en el Ecuador*. Obtenido de <http://192.188.52.94/bitstream/3317/7228/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-MD-99.pdf>
- Hernández Sampieri , Fernández Collado, & Baptista Lucio . (2017). *Selección de la muestra*.
- Hidalgo Colin, G. L. (Mayo de 2019). *Prestaciones parentales ante el diagnóstico de una enfermedad crónica de un hijo*. Obtenido de Universidad autónoma del estado de morelos maestría en derecho con acreditación PNPC (002478): <http://148.218.65.92/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/775/HICGLB00T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lara . (2019). *Plan De Marketing: Mi Huerta*. Obtenido de http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/10769/1/TFG_ADE.pdf
- Ley de Turismo . (06 de Mayo de 2008). *Ley de turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo. Quito, Pichincha, Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Luque Valderrama , D. (2017). *Plan de negocios para un Hotel en Puerto López*. Obtenido de Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA Administración de

Empresas- Pregado Bogotá D.C 2017:
<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1822/TG00780.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Malavè Flores, N., & Guillèn Cueva, K. (Septiembre de 2019). *Análisis del perfil y las motivaciones del turista chino para el diseño de un producto turístico en la provincia de Santa Elena*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46121/1/Analisis-del-perfil-y-las-motivaciones-del-turista-chino-para-el-diseño-de-un-producto-turistico-en-la-provincia-de-Santa-Elena..pdf>

Martínez . (Marzo de 2018). *Diseño de un plan de comercialización de los productos turísticos de la reserva de producción de fauna marino costera Puntilla Santa Elena REMACOPSE*. Obtenido de BachelorThesis Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27582/1/Tesis-terminada-Javier-Gustavo-Martinez-Martinez.pdf>

Ministerio de Turismo . (06 de Mayo de 2008). *Ley de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Ministerio de Turismo . (12 de Diciembre de 2017). *Cauchiche un nuevo Centro Turístico Comunitario en Guayas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/cauchiche-un-nuevo-centro-turistico-comunitario-en-guayas/>

MINTUR . (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-nacional-de-turismo-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Mullo Romero , E., Vera Peña, V., & Guillèn Herrera , S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 178 - 183.

OMT - UNWTO. (2008). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2019). *El apoyo de la FAO para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América del Sur - Panorama actual*. Obtenido de Santiago de Chile : <http://www.fao.org/3/ca3884es/ca3884es.pdf>

- Organizaciòn Mundial del Turismo UNWTO . (2014). *Panorama OMT del turismo internacional, Ediciòn 2014* . Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416202>
- Ortega . (2018). *Enfoques de investigaciòn*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero-Ortega/publication/326905435_Enfoques_de_investigacion/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/enfoques-de-investigacion.pdf
- Panorama del turismo internacional . (2019). *Panorama del turismo internacional, ediciòn 2019* . Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Peña Cardozo , A. R. (09 de 01 de 2018). *Plan de Negocios. Conceptos y elementos principales*. Obtenido de Gestipolis : <https://www.gestipolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>
- Pèrez , M. (22 de Julio de 2020). *Definiciòn de Comercio*. Obtenido de ¿Què es Comercio? Su Definiciòn y Significado 2020: <https://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Pèrez , M. (22 de Julio de 2020). *Definiciòn de Comercio* . Obtenido de ¿Què es Comercio? Su Definiciòn y Significado 2020: <https://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Pineda Algarra, Niño Cortès, & Leòn Sosa . (2019). *Sucesos de vida cotidiana de adolescentes con padres separados y su configuraciòn del concepto de familia*. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/14928/1/Le%c3%b3nSosaSandraPatricia2019.pdf>
- Quirumbay Reyes , S. J. (2015). *Plan de promociòn turística para la hostería “las olas” de la comuna san pablo, cantòn santa elena, provincia de Santa Elena*. Obtenido de Universidad Estatal Península De Santa Elena : <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1760/1/Quirumba-y-Reyes-Silvana.pdf>
- Ramon Campoverde, D. (12 de Enero de 2018). *El método deductivo en la generaciòn de datos confiables en el estudio de la poblaciòn afrodescendiente*. Obtenido de <http://186.3.32.121/bitstream/48000/12258/1/ECUACS%20DE00008.pdf>
- Reggiani , G. (2020). *Desarrollo territorial turístico*. Santa Fe : UNL.

Secco, da Cunha, Spers, Galeano, & da Silva . (2016). Etapas de la planificación estratégica de marketing y el ciclo de vida organizacional: estudio en una empresa de gestión familiar. *Invenio: Revista de investigación académica*(36), 107 - 116.

Stanton . (2017). Plan de marketing. En *Finanzas como correlatos de la competitividad* (pág. 119). ECORFAN.

Vèlez Gonzaga , V. (Noviembre de 2019). *Prácticas socialmente responsable en la gestión humana: caso empresa sector financiero*. Obtenido de <http://200.31.31.137:8080/handle/ucasagrande/2140>

Apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta

Objetivo: Analizar los factores que toman en consideración los turistas al hospedarse en una Eco –Hostería en familia, los tipos de turismo que les gustaría realizar en familia, además cómo hacer conocer más a la Eco –Hostería Cauchiche y al bello sitio donde se encuentra ubicada, como parte de plan de comercialización

1. Seleccione su rango de edad

15 – 30	48
30 – 45	15
45 – 60	14
60 – 75	7
Total	84

2. Género

Masculino	40
Femenino	44
Total	84

3. ¿Conoce usted la Isla Puná –Cauchiche?

Si	31
No	53
Total	84

4. ¿Conoce usted qué es Ecoturismo?

Si	56
No	28
Total	84

5. ¿Ha visitado la Eco –Hostería Cauchiche en familia?

Si	8
No	50
La he escuchado	26
Total	84

6. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en familia?

Ecoturismo	56
Comunitario	16
Agroturismo	4
Descanso	8
Total	84

7. ¿Se ha hospedado en una Eco –Hostería en familia?

Si	22
No	30
Me gustaría	32
Total	84

8. ¿Le interesaría conocer más de las actividades turísticas que ofrece la Eco –Hostería y Comuna Cauchiche?

Si	82
No	2
Total	84

9. Mencione 3 medios por los cuáles se debe dar a conocer más sobre la Eco –Hostería Cauchiche

Redes Sociales	30
Tv	22
Prensa escrita	10
Publicidad de volantes	15
Agencias de viajes	7
Total	84

10. ¿Qué factores toma en consideración al momento de elegir un sitio para hospedarse en familia?

Servicio	35
Calidad	20
Infraestructura	16
Precio	10
Seguridad	3
Total	84

Fuente: Investigación

Fecha: 24 de junio del 2020

Apéndice B. Guía de entrevista

Objetivo: Diagnosticar la situación actual que se encuentra la Eco – Hostería Cauchiche; identificar las expectativas y satisfacciones de los turistas que visitan la Eco –Hostería y la Comuna Cauchiche.

1. ¿Cuál es la demanda turística de familias que existe en la Eco – Hostería y Comuna Cauchiche?

Alta ()

Media ()

Baja ()

2. ¿Qué días visitan más a la Comuna y Eco –Hostería Cauchiche?

Días de la semana ()

Fines de Mes ()

Fines de semana ()

Feriados ()

3. ¿Qué tipos de turismo prefieren las familias que han visitado la Eco –Hostería y Comuna?

Ecoturismo ()

Comunitario ()

Agroturismo ()

Descanso ()

4. De las siguientes actividades ¿Cuáles han sido las preferidas de las familias?

Paseos en bote ()

Sol y playa ()

Convivencia ()

Tradiciones y culturas ()

Gastronomía ()

Festivales ()

5. Razones o atractivos por los cuales es visitada la Eco –Hostería
Recreación () Distanciamiento () Paseo () Campamento ()
Sedentarismo ()

6. Las familias que han visitado la Eco –Hostería ¿Qué experiencias se han llevado?

7. ¿Cuál es el presupuesto disponible a pagar de cada familia al visitar la Eco –Hostería?

8. ¿Cómo valoran la infraestructura de la Eco –Hostería?

Excelente () Buena () Mala ()

9. ¿Ud. cree que las familias que visiten la Comuna y Eco –Hostería Cauchiche deben ser más responsables en cuidar nuestro Medio Ambiente?

Si () No ()

10. ¿Las familias que han visitado la Eco –Hostería y Comuna se han preocupado sobre el cuidado de la flora y fauna que posee este lugar?

Si () No () Pocas ()

11. ¿Con qué frecuencia realizan ecoturismo las familias en la Comunidad Cauchiche?

Mucha () Poca () Ninguna ()

12. ¿Desearía que se realicen capacitaciones al personal encargado de la Eco –Hostería sobre el ecoturismo? Si –No y ¿Por qué?

Fuente: Investigación

Fecha: 24 de junio del 2020

Apéndice C. Certificación Eco-Hostería



Eco-Hostería Cauchiche – Isla Puná

Guayaquil, 24 Julio del 2020

Señores

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL.

Guayaquil.-

De mi Consideración:

Sr. Cesar Solano Presidente de la Comuna Cauchiche, tiene a bien.

Certificar;

La aprobación de la investigación realizada por la alumna Ruth Herminia Espinoza Quimi, con C.I. 0955839386; estudiante de Adm. De Empresas Hoteleras y Turísticas. Con el tema "Plan de Comercialización para promover la visita a la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná".

Particular que remito a ustedes para los fines consiguientes.

Atentamente,

Cesar Solano

Presidente de la Comuna Cauchiche



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Espinoza Quimi, Ruth Herminia**, con C.C: 0955839386, autor del trabajo de titulación **Plan de comercialización para la Eco – Hostería Cauchiche en la Isla Puná**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de septiembre del 2020

Espinoza Quimi, Ruth Herminia

C.C: 0955839386



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de Comercialización para la Eco-Hostería Cauchiche en la Isla Puná.		
AUTOR(ES)	Espinoza Quimi Ruth Herminia		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ricardo Domínguez Nancy		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de septiembre del 2020	No. DE PÁGINAS:	100
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo, Comercio, Hoteles		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Plan de Comercialización, Hostería-Comuna, Visitas Familiares, Fomento del Turismo		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El trabajo de titulación presenta un Plan de Comercialización para promover la visita de familias a la Eco – Hostería Cauchiche en la Isla Puná, como objetivo se propone diseñar un plan de comercialización, encaminado a dar respuesta a la categoría de visita desde una perspectiva del ecoturismo y el agroturismo.</p> <p>El proyecto consta de IV capítulos, en el primer capítulo se elaboraron los planteamientos de los objetivos, en el segundo capítulo se realizó el análisis situacional de la empresa, cuyo enfoque investigativo está basado en el método deductivo, a través de una metodología mixta, el tipo de muestreo empleado fue el probabilístico, mediante métodos como: la encuesta y la entrevista con procedimientos basados en un cálculo porcentual, se realizó un análisis de FODA: que determinó las principales inconsistencias que se presentan en la empresa , como: la falta de un plan de marketing para que los turistas conozcan de este sitio y se motiven a visitarlo, por las bondades que ofrece . En el tercer capítulo se describe el análisis de los instrumentos y los resultados. En el cuarto capítulo la propuesta del plan de comercialización basado en 3 etapas que la autora denomina OCE: Organización, Creación, Evaluación, cuya meta principal es motivar a los turistas y en especial a las familias a visitar el lugar, cumplir con sus expectativas y obtener satisfacción y fiabilidad.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-959714589	E-mail: anabelleespinoza1997@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
No. DE REGISTRO (en base a datos):			
No. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			