



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas

AUTOR:

Plúas Haro, Erika Victoria

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

TUTOR:

Ing. José Alberto Medina Crespo, Ph.D.

Guayaquil, Ecuador

2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Plúas Haro, Erika Victoria**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada/o en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR (A)

Ing. José Alberto Medina Crespo, Ph.D.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

Guayaquil, a los 06 días del mes de septiembre del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, Plúas Haro, Erika Victoria

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas**, previo a la obtención del título de Licenciada/o 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 bibliográficas. 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 06 días del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR (A)

Plúas Haro, Erika Victoria



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACION

Yo, Plúas Haro, Erika Victoria

Autorizo a la Universidad católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de titulación, **Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 06 días del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR (A)

Plúas Haro, Erika Victoria



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado, Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas, presentado por la estudiante **Plúas Haro Erika Victoria**, fue enviado al Sistema de Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS magister	
Revisión T.T. Victoria Pluas (JM 6 de agosto) (Reparado)	< 1% Similitudes  6% Texto entre comillas < 1% similitudes entre comillas < 1% Idioma no reconocido
Nombre del documento: Revisión T.T. Victoria Pluas (JM 6 de agosto) (Reparado).docx ID del documento: ee33a92bf1581a28b6efef031eda2d6365f7dee Tamaño del documento original: 3,62 MB	Depositante: José Alberto Medina Crespo Fecha de depósito: 18/8/2023 Tipo de carga: Interface fecha de fin de análisis: 18/8/2023
	Número de palabras: 17.277 Número de caracteres: 113.909

Ing. José Alberto Medina Crespo, Ph.D.
TUTOR

Agradecimiento

Si tuviese que citar una frase que me identifique en estos momentos apuntan a una citada del empresario Walt Disney: “Si puedes soñarlo, puedes lograrlo”. Después de tantos años de esfuerzo, sacrificio, dedicación, altas y bajas me encuentro en mi etapa final a la obtención de mi título universitario. Me siento muy orgullosa de llegar a esta etapa, agradeciendo a Dios por este regalo que anhelaba tanto, por los conocimientos adquiridos, la constancia y el no bajar la guardia ante ninguna situación. A mi familia, padre, madre, y hermanos por ser el apoyo indispensable e imprescindible en todos los sentidos.

Un agradecimiento enorme a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por abrirme las puertas y a todos los docentes que tuve el honor y privilegio de conocer a lo largo de estos años, que me brindaron lo mejor de sus talentos, sabiduría, apoyo y paciencia en inculcar sus conocimientos rigurosos y precisos, para forjar la profesional que seré en adelante.

A mis mejores Amigos; Carlos Anzules y Mercy Villamar quien durante esta etapa de mi vida han sido participes de tantas alegrías y anécdotas fuera del ámbito estudiantil, quienes me han dado ánimos y apoyo para no bajar la guardia.

A mi grupito “Los de siempre”, quienes son los que arman cualquier plan para salir de la rutina y olvidarse un poco del estrés universitario.

A mi amiga y ex compañera de aula Jamie Muñiz Nieves, quien conocí gracias a la carrera; la cual desde el proceso de admisión siempre estuvo y está apoyándome, dándome ánimos y sobre todo confiando en mí.

Y por supuesto, mi total agradecimiento a mi tutor José Medina Crespo, por ser el guía y apoyo indispensable en la realización de mi trabajo de titulación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres al Sr. Víctor Plúas y Sra. Erika Haro, quienes son el pilar fundamental en mi vida, estoy totalmente agradecida con cada uno de ellos por guiarme, apoyarme incondicionalmente en este largo proceso y por la inspiración, motivación que me han brindado desde el principio. Ustedes son mi mayor inspiración para salir adelante.

También quiero dedicárselo a mi familia, quienes han sido participes también en brindarme ese apoyo incondicional sin esperar nada a cambio. A mi mami Lorenza Alvear que fue mi segunda madre, ya no me acompaña en este mundo, pero estoy segura de que debe sentirse orgullosa de mi al verme culminando esta gran etapa de obtener un título universitario.

Y, por último, quiero dedicárselo a mi sobrina amada Sasha Plúas quien es la niña de mis ojos, la cual amo con mi vida.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACION

Ing. José Alberto Medina Crespo, Ph.D.

TUTOR

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
PLUAS HARO ERIKA VICTORIA	

Ing. José Alberto Medina Crespo, Ph.D.
TUTOR

INDICE GENERAL

RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	2
Planteamiento del problema	3
Formulación interrogativa del problema	4
Objetivo General:.....	4
Objetivos Específicos:	4
Justificación	5
CAPITULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
Teoría del Sistema.....	6
Teoría del Sistema turístico	7
Conceptualización de Turismo	8
Tipos de Turismo.....	9
TURISMO CULTURAL	11
TURISMO RELIGIOSO	11
TURISMO GASTRONOMICO	12
PROMOCION TURISTICA	12
TÉCNICAS TRADICIONALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	13
La publicidad	13

La multimedia	14
La información visual	14
DEFINICION DE MARKETING	14
Conceptualización de Marketing Turístico	15
MARCO REFERENCIAL	16
MARCO LEGAL	19
Constitución Política de la República del Ecuador	19
Régimen del buen vivir	20
LEY DEL TURISMO	21
REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO	22
REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS	23
CAPITULO II	25
Tipo de investigación:	25
Según su finalidad	26
Según su objetivo gnoseológico	26
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	27
Métodos teóricos	27
Métodos matemáticos	27
Población y Muestra	27
RECOLECCIÓN DE DATOS	29
ENTREVISTA Y ENCUESTA	29

Entrevista	29
Encuesta	29
RESULTADOS DE ENCUESTAS	30
ANÁLISIS Y RESULTADO DE LA ENTREVISTA	42
CONCLUSIONES PARCIALES	44
CAPITULO III.....	45
ANTECEDENTES.....	45
Características generales.....	45
ANTECEDENTES HISTORICOS.....	45
ANALISIS PEST.....	47
Análisis Político.....	47
Análisis Económico	48
Análisis Social	49
Análisis tecnológico.....	52
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	57
ANALISIS FODA	57
ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN NOBOL	60
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
BIBLIOGRAFIA.....	68
ANEXOS.....	72

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. “Esquema del Sistema turístico, según Boullon”.....	8
Ilustración 2. Resultados de la encuesta-Género.....	30
Ilustración 3. Resultados de la encuesta-Edad	31
Ilustración 4. Resultados de las encuestas-Lugar de procedencia.....	32
Ilustración 5. Resultados de la encuesta- Visitas al cantón Nobol.....	33
Ilustración 6. Resultados de la encuesta-Motivo de visita al Cantón Nobol.....	34
Ilustración 7. Resultados de la encuesta- Atractivos turísticos visitados	35
Ilustración 8. Resultados de la encuesta-Preferencias.....	36
Ilustración 9. Resultados de la encuesta-Actividades que les gustaría realizar.....	37
Ilustración 10. Resultados de la encuesta-Consulta por redes sociales.....	38
Ilustración 11. Promoción turística mediante redes sociales.....	39
Ilustración 12. Resultados de la encuesta- Tipo de formato de contenido virtual.....	40
Ilustración 13. Resultados de la encuesta-Red social donde ha encontrado publicidad del Cantón Nobol.....	41
Ilustración 14. Cantón Nobol. Tomado de Google.	45
Ilustración 15. Autoridades del Cantón Nobol. Tomado de página oficial del Gobierno Autónomo Centralizado Municipal de Nobol.....	47
Ilustración 16. Principales actividades que generan mayor ingreso. Fuente. INEC, Censo Económico 2010	48

Ilustración 17. Proyección de crecimiento poblacional según datos. Tomado de FIGCONSUL S.A	49
Ilustración 18. Población por sexo Área Urbana. Tomado de FIGCONSUL S.A.	49
Ilustración 19. Población por Sexo Área Rural. tomado de FIGCONSUL S.A.....	50
Ilustración 20. Nivel de instrucción de la población del Cantón Nobol. Tomado de FIGCONSUL S.A.	51
Ilustración 21. Instituciones del Cantón Nobol. Tomado de FIGCONSUL S.A	52
Ilustración 22. Prototipo de centro de interpretación turística. Tomado de Pinterest. Elaborado por Brenda Karalevich	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA.....	61
Tabla 2. PLAN DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE TALLERES DE CAPACITACIÓN	63
Tabla 3. PLAN DE PROMOCION Y DIFUSION TURISTICA	65

RESUMEN

En primer lugar, como sabemos el turismo se ha convertido en una importante fuerza económica en diversas áreas geográficas en el Ecuador, esto ha tenido lugar en base a que el gobierno lo ha designado como uno de los ejes fundamentales en la matriz productiva, lo que ha ocasionado que cada destino turístico pueda ser desarrollado a plenitud y a su vez, tienen una importancia sustancial para sus comunidades y entornos. Nobol es un cantón perteneciente a la provincia del Guayas. Ha sido conocido por fomentar el turismo interno y sobre todo religioso a escala nacional a lo largo de su historia debido a los atractivos que posee, entre esos, la iglesia, los balnearios, y como principal motivo para visitar Nobol es la capilla donde se encuentran las cenizas de la Gran beata Narcisa de Jesús, cabe señalar que la amplitud y cultura gastronómica es otro de los motivos que influyen en cuanto a la visita de los turistas. A pesar de contar con aquel potencial no ha sido aprovechado correctamente es por esto que el objetivo general del presente trabajo es la creación de un plan de promoción turística basado en sus potenciales atractivos turísticos, como, por ejemplo, el misticismo de Santa "Narcisa de Jesús", las especialidades tradicionales del sector, la hacienda "San José", los paseos fluviales por el río Daule, el parque cultural "Garza Roja" y sus fiestas patronales; la cual estas son sus ventajas y oportunidades para avanzar en el desarrollo de la industria turística del cantón.

PALABRAS CLAVE: Promoción turística, Desarrollo turístico local, Cantón Nobol, Turismo religioso

ABSTRACT

In the first place, as we know, tourism has become an important economic force in various geographical areas in Ecuador, this has taken place based on the fact that the government has designated it as one of the fundamental axes in the productive matrix, which It has caused each tourist destination to be fully developed and, in turn, have a substantial importance for their communities and environments. Nobol is a canton belonging to the province of Guayas. It has been known for promoting internal tourism and especially religious tourism on a national scale throughout its history due to the attractions it has, among them, the church, the spas, and the main reason to visit Nobol is the chapel where they are the ashes of the Great Blessed Narcisa de Jesús, it should be noted that the breadth and gastronomic culture is another of the reasons that influence the visit of tourists. Despite having that potential, it has not been exploited correctly, which is why the general objective of this work is the creation of a tourism promotion plan based on its potential tourist attractions, such as, for example, the mysticism of Santa " Narcisa de Jesús", the traditional specialties of the sector, the "San José" hacienda, the fluvial walks along the Daule river, the "Garza Roja" cultural park and its patron saint festivities; which are its advantages and opportunities to advance in the development of the canton's tourism industry..

KEY WORDS: Tourism promotion, Local tourism development, Nobol Canton, Religious tourism.

INTRODUCCIÓN

Ecuador ha comenzado a desarrollar el turismo como una actividad muy significativa en los ejes de la nueva Matriz Productiva, y actualmente se encuentra creciendo en forma vertiginosa. Todo el crecimiento que ha experimentado esta actividad ha sido el resultado de funciones coordinadas entre las entidades responsables, Ministerio de Turismo, Municipios Locales, Prefecturas y Empresas Privadas que se dedican a esta actividad. Es importante señalar que cada una de estas organizaciones trae sus propias iniciativas que, en conjunto con los nuevos emprendimientos de turismo, dan como resultado propuestas interesantes.

El cantón Nobol es un pueblo donde se destaca por su gastronomía y su religión. Los habitantes de este pueblo de manera independiente han logrado salir adelante por sus propios medios y así poder mantener a este pueblo como uno de los mejores patrimonios culinarios del Ecuador

A raíz de que Nobol es un pueblo altamente religioso miles de peregrinos de todo el mundo, incluido Ecuador, visitan el cantón todos los días el motivo de su visita es el Santuario Nacional "Narcisa de Jesús", en honor a la primera santa montubia, Narcisa de Jesús Martillo Morán, uno de los centros de peregrinaje más visitados del país. Así mismo, a muchos turistas tanto nacionales como extranjeros les gusta ir al lugar donde se encuentra exhibido su cuerpo, lo que requiere seguir un sendero y cruzar un pequeño río.

Los feligreses cuentan con puestos de venta tanto gastronómico como artesanal en la ciudad donde pueden degustar la inigualable gastronomía local y compra de artesanías después de visitar los lugares de peregrinaje, entre los platos típicos del cantón son: la reconocida fritada, el caldo de salchicha, las exquisitas humitas, los deliciosos maduros con queso y las deliciosas tortillas de maíz o yuca. Asimismo, acuden con frecuencia a otros lugares turístico que ofrece el cantón, como la hacienda "San José" y el parque cultural "Garza Roja" en donde hay comodidades para que disfruten las familias, como piscinas y toboganes, espacios verdes, instalaciones deportivas y agroturismo.

Planteamiento del problema

El turismo del cantón Nobol en la actualidad se encuentra vinculado a los temas religiosos y gastronómicos, dejando de lado otras actividades turísticas que poseen gran potencial, lo que ha causado que no sean explotadas correctamente debido a su poca promoción turística para aquellos atractivos.

En cuanto a el Cantón Nobol cuenta con importantes atractivos turísticos, como el Santuario Nacional “Narcisa de Jesús”, en honor a la primera santa montubia, Narcisa de Jesús Martillo Morán, uno de los centros de peregrinaje más visitados del país, junto al río Daule, en cuyo interior descansa el cuerpo incorrupto de la joven laica ecuatoriana, El Museo Narcisa de Jesús donde los visitantes pueden ver obras de arte y fotografías que representan momentos de su vida, así como algunos artículos que le pertenecieron; el tabernáculo y el altar sostienen la urna que contiene los restos incorruptos de Santa Narcisa. El retablo del presbiterio, donde se realizan los servicios litúrgicos, presenta imágenes de la Virgen María y Jesús crucificado, lo que lo convierte en un lugar rico en elementos simbólicos, la Hacienda San José, lugar de regocijo para orar y conocer más de su vida, donde adicionalmente se puede disfrutar de la gastronomía típica en contacto con la naturaleza , descansar en hamacas y degustar de exóticas frutas, los paseos fluviales dónde puedes observar la flora y fauna del ambiente montubio y El Parque Cultural Garza Roja con sus museos, cabañas, restaurantes, piscinas, toboganes, canchas deportivas, paseos en chivas y paseos en lanchas.

En este sentido, es importante la promoción de destinos turísticos ya que permite al turista visitar el destino y vivir una experiencia inolvidable.

Dentro de la investigación se pudo detectar, pese a los recursos culturales, naturales y patrimoniales que forman parte de este cantón dándole gran valor y riqueza se ha visto la carencia de promoción y comercialización de los atractivos, es notorio que el cantón cuenta con un gran potencial pero aun así no ha sido explotado correctamente, acuerdo a esta problemática el objetivo principal es proponer estrategias de promoción y difusión turística de los diversos atractivos con los que cuenta Nobol, con el propósito de mostrar y dar a conocer su potencial turístico y mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales.

Formulación interrogativa del problema

¿De qué manera un plan de promoción turística mejorara la oferta actual del cantón Nobol?

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar un plan de promoción turística para el cantón NOBOL para aumentar la afluencia de turistas a través de diferentes estrategias de promoción basadas en los atractivos turísticos locales existentes.

Objetivos Específicos:

- Analizar los conceptos del turismo mediante la revisión bibliográfica para la fundamentación teórica de la propuesta.
- Identificar la demanda potencial mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos para la interpretación grafica de resultados.
- Proponer el diseño de un plan de promoción turística en el cantón Nobol para el desarrollo turístico local.

JUSTIFICACIÓN

A pesar de que el cantón Nobol cuenta con atractivos turísticos importantes estos no son conocidos en el ámbito turístico nacional y peor aún internacional.

Por consiguiente, El método más popular de hoy para hacer esto es a través del uso de la tecnología, puesto que es necesario promover y comunicar las actividades que se realizan dentro de un sitio, el Cantón Nobol cuenta con una página web del GAD enfocada en brindar información fundamental del Cantón sin resaltar sus atractivos turísticos.

Conviene subrayar que debido a la falta de información completa y actualizada sobre los lugares a visitar que son importantes para el desarrollo local, existe un problema que hace necesario el uso de nuevas tecnologías para la promoción de los atractivos turísticos del Cantón Nobol.

Este trabajo de investigación será de mucha ayuda tanto para los turistas que deseen viajar como para los habitantes de Nobol fortaleciendo así a ambos, apoyando el crecimiento de la economía local y fomentando la apreciación del patrimonio.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Teoría del Sistema

Un sistema se define como una entidad con límites y partes interrelacionadas e interdependientes cuya suma es mayor que la suma de sus partes. Los cambios en una parte del sistema afectan a otras partes y, por lo tanto, al sistema en su conjunto, lo que da como resultado patrones de comportamiento predecibles. El crecimiento positivo y la adaptación de un sistema dependen de cómo se adapte a su entorno. Además, los sistemas generalmente existen para cumplir un propósito común (una función) que también ayuda en el mantenimiento del sistema y la protección contra fallas del sistema.

La teoría general de sistemas fue propuesta por primera vez en 1950 por Ludwig von Bertalanffy. La idea de autopoiesis fue desarrollada posteriormente por Humberto Maturana en la década de los 70 y explica cómo los sistemas vivos se organizan en redes cerradas para la autoproducción de sus componentes. Mientras que la teoría W. Ross Ashby y Norbert Wiener está relacionada con la teoría matemática de comunicación y el control de sistemas a través de la regulación de retroalimentación (cibernética). En el mismo año René Thom y Zeeman plantearon la teoría de las catástrofes, un campo de las matemáticas que categoriza fenómenos que se distinguen por cambios bruscos en su comportamiento y se basa en bifurcaciones en sistemas dinámicos.

En 1980, David Ruelle, Edward Lorenz, Mitchell Feigenbaum, Steve Smale y James A. Yorke describieron la teoría del caos, una teoría matemática de sistemas dinámicos no lineales que describe bifurcaciones, atracciones extrañas y movimientos caóticos. John H. Holland, Murray Gell-Mann, Harold Morowitz, W. Brian Arthur y otras 90 personas analizan los Sistemas Adaptativos Complejos (CAS), la nueva ciencia de la complejidad que describe la emergencia, la adaptación y la auto organización. Fue fundado principalmente por investigadores del Instituto Santa Fe y se basa en simulaciones por computadora. Esto incluye los sistemas multiagente, que se han convertido en una herramienta importante en el estudio de sistemas sociales y complejos.

Esta sigue siendo un área activa de investigación. (Sociedad Española de Sistemas generales, 2021).

Teoría del Sistema turístico

Es importante determinar el turismo como un sistema cuyos componentes se relacionan generando así la actividad turística. Los principales componentes del sistema son la demanda, que se refiere a los turistas que llegan con necesidades, expectativas, motivaciones y con el requerimiento de satisfacerlas al máximo y la oferta, la cual está conformada por los atractivos, transporte, alojamientos y otros servicios, promociones que se generan en un destino turístico.

Según Boullon (1985) se entiende por sistema turístico a todo el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas al entorno visitado. La operación del sistema comienza con el encuentro de la oferta y la demanda. Boullon define la demanda turística como la suma de bienes y servicios deseados por los consumidores, esto será considerado en la contabilización de la misma, no solo el número de turistas que llegan al destino, sino también los ingresos que generan estos mismos al destino. Por consiguiente, la oferta turística se define como los servicios ofrecidos a los turistas por un precio determinado. Esta está integrada por servicios prestados de la empresa turística y algunos productos no turísticos que se comercializan a través del sistema turístico. Podemos distinguir entre la oferta básica, que consiste en servicios de alojamiento, transporte y restauración, y la oferta complementaria, que consiste en servicios de esparcimiento y otros servicios que favorecen el bienestar del turista.

Como se mencionó anteriormente, la infraestructura también forma parte del sistema turístico, básicamente consiste en transporte, sistemas de comunicación, servicios de salud y energía. Así mismo, la superestructura turística, que incluye todas las instituciones especializadas tanto públicas y privadas, responsables de optimizar el desempeño de las partes que integran el sistema y armonizan sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico.

A continuación, se muestra un esquema que aclara las interacciones entre los componentes del sistema turístico.

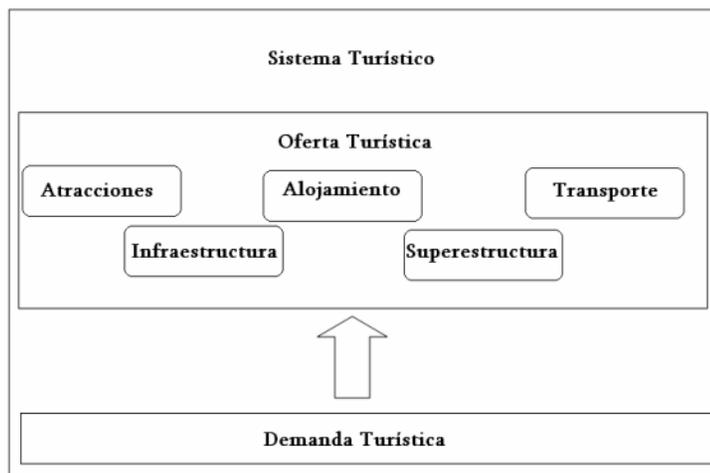


Ilustración 1. "Esquema del Sistema turístico, según Boullon".

Fuente Boullon R. (1997) Planificación del espacio turístico

Conceptualización de Turismo

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial que amerita ser un tema de investigación en muchos campos como social, económico, administrativo, legal entre otros. Además, dado que no existe una definición única de turismo y sus productos turísticos en la literatura turística, los siguientes comentarios pueden facilitar futuras investigaciones. De modo que, los siguientes levantamientos, análisis y referencias a definiciones permiten recrear, a través de revisiones bibliográficas, ideas más amplias sobre el concepto de turismo y su producto turístico, mostrando su evolución, componentes, clasificación y composición para determinar los factores impulsores de su desarrollo. Es precisamente por tal razón comenzaremos con algunos de los conceptos más básicos sobre el turismo.

“Es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa”. (Hunziker & Krapf, 2011).

Posteriormente, se establece otra definición por (Burkart & Medlik , 1891) que se asocia al término del viaje como: "los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia

destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.

Esta noción fue censurada en el libro porque estaba en contra de los viajes y las vacaciones. Con los conceptos de residencia y trabajo. No creía que personas del mismo lugar pudieran hacer turismo en su ciudad.

Debido a esto, la OMT recopiló todas las teorías, definiciones y conceptos en 1994 para formalizarlos en una sola definición; sin embargo, no fue hasta 1995 que se anunció formalmente esta definición: “Cuando una persona viaja y permanece en un entorno distinto al habitual durante un período continuado inferior a un año con fines de ocio, negocios u otros, se denomina a esa actividad como turismo”. (OMT, 1995)

De todas las definiciones previamente expuestas, vale la pena enfatizar la importancia de los siguientes elementos que son comunes a todas ellas, no obstante, las particularidades propias de las mismas:

- Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son aquellos que se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- La permanencia en el destino debe ser temporal, no permanente.
- El turismo incluye tanto el destino del viaje como las actividades realizadas durante la estancia en él.
- Independiente de la motivación para viajar, el turismo incluye servicios y productos diseñados para satisfacer las necesidades de los viajeros.

Tipos de Turismo

Hay muchas formas diferentes de categorizar el turismo porque con el tiempo se descubren nuevas necesidades de viajes; sin embargo, para efectos de este estudio se utilizará una clasificación general del turismo, la cual es la siguiente:

- **Turismo de Descanso o sol y playa:** Este tipo de turismo, también denominado turismo convencional o de “sol y playa”, es un subproducto legítimo de la sociedad urbana

e industrial. Su principal característica es el turismo masivo, concentrado desde la perspectiva de la oferta y masificado desde la perspectiva de la demanda.

- **Turismo científico:** Este tipo de turismo es practicado únicamente por viajeros que pretenden abrir sus fronteras a la investigación para ampliar y complementar sus conocimientos.
- **Ecoturismo:** Este tipo de turismo se basa en la protección del medio ambiente sin cambiar su equilibrio, mientras que el ecoturismo mantiene un sentido de ética que tiene en cuenta el bienestar de la comunidad local para deleite de los viajeros, esta clase de turismo se realiza en zonas rurales y paisajes naturales.
- **Turismo de aventura:** Es una más de las clases del turismo alternativo, y es sin duda uno de los que más interés despierta en el viajero, ya que implica explorar zonas remotas donde el turista puede esperar lo inesperado.
- **Turismo cultural:** Las personas que se sumergen en este tipo de turismo están motivadas por el contacto con otras culturas y aprender más sobre su identidad. Bueno, de esta manera se trabaja mucho los aspectos culturales que un destino turístico en particular tiene para ofrecer.
- **Turismo Histórico:** Este tipo de turismo se implementa especialmente en aquellos destinos turísticos cuyo principal atractivo es el valor histórico.
- **Turismo religioso:** A diferencia de los segmentos anteriores del mercado turístico, este mercado tiene su propia base motivacional, ya que los turistas se trasladan a diferentes destinos turísticos bajo la influencia de actividades religiosas.
- **Turismo gastronómico:** Este tipo de turismo es el estudio de la relación entre el hombre, gastronomía y el medio ambiente, por lo que el turismo gastronómico hace referencia al deseo de las personas por visitar lugares para deleitar su paladar y conocer platos típicos de las regiones.

Una vez revisados los tipos de turismo, este estudio en particular se centra en el análisis del turismo religioso, cultural y gastronómico, ya que se encuentran entre los de mayor crecimiento en los últimos años en el Ecuador, especialmente en la zona de estudio. Las siguientes secciones describen los conceptos y su importancia en detalle.

TURISMO CULTURAL

Según la secretaria de Turismo (2002) define como turismo cultural “Aquel viaje turístico que fomenta conocer, comprender y disfrutar el conjunto de características y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”

Cuando se trata de la importancia del turismo cultural, se refleja principalmente en tres aspectos principales: los beneficios económicos que los turistas aportan para el desarrollo y mantenimiento del país anfitrión, promover la creación de nuevas empresas y la solvencia de las existentes y finalmente la creación de una oportunidad laboral relacionada al turismo.

TURISMO RELIGIOSO

Días & Silveira (2003) definen al turismo religioso como “las actividades realizadas por personas que viajan por motivos religiosos o participan en actividades de carácter religioso incluye peregrinaciones, fiestas, espectáculos y actividades religiosas”.

En efecto, el turismo religioso es hoy en día un fenómeno social, así como las practicas turísticas, que cada vez obtienen mayor éxito y atraen a un mayor número de personas en occidente, especialmente cuando se trata de actividades específicas o temáticas (turismo deportivo, gastronómico y de salud). Es por esto que el turismo religioso forma parte de cierta manera con el turismo cultural lo que significa la transformación del patrimonio cultural y natural para las necesidades de los turistas.

Finalmente, el secretario general de la OMT, Taleb Rifai, al inaugurar la Conferencia Internacional sobre Patrimonio Religioso y Turismo afirmó: «El turismo religioso puede ser también un valioso instrumento para concienciar de la importancia de salvaguardar el propio patrimonio y el de la humanidad, y puede ayudar a conservar estos importantes enclaves para las generaciones futuras» (OMT, 2014)

TURISMO GASTRONOMICO

Según SECTUR (2015) define al turismo gastronómico como “todo viaje realizado para experimentar nuevas comidas y bebidas particulares de la región, conocer sus ingredientes e incluso hasta aprender a prepararlos”. En cuanto a uno de los objetivos de este tipo de turismo no es solo visitar el sitio en el que se expenden, sino también sorprender al turista con nuevos sabores o preparaciones culinarias.

Con respecto a la importancia del turismo gastronómico este se destaca por la forma en que ofrece el turismo en cuanto a todas las experiencias culinarias que un visitante quiere vivir, fortaleciendo la economía de la región y a su vez, anima a los locales a seguir mejorando su producto gastronómico y turístico en general para satisfacer a los futuros visitantes.

PROMOCION TURISTICA

La promoción de destinos se refiere al proceso de “comunicar a los potenciales turistas que el producto ofrecido satisfará sus necesidades y requerimientos; en definitiva, pretende persuadir para que viajen a un determinado destino y que merece la pena visitarlo”

Además, la promoción turística es uno de los principales pilares de las comunicaciones de marketing integrado y se refiere a informar a los turistas potenciales (consumidores) sobre sus ofertas turísticas. Se han identificado métodos de financiación tradicionales y no tradicionales para promover los destinos turísticos. La tradicional consta de ferias de turismo, viajes educativos (viajes familiares), relaciones públicas y publicidad, a diferencia de las herramientas promocionales no tradicionales que incluyen talleres, reuniones entre profesionales de la industria del turismo para discutir temas de interés común y los buy, que se refiere a invitan a compradores potenciales a conocer un destino. Pero una de las técnicas publicitarias más nuevas es la llamada productplacement, esto significa que los destinos están presentes en producciones televisivas, publicitarias y cinematográficas, famtrip (viajes de celebridades), organización de eventos, ferias, patrocinios y congresos.

TÉCNICAS TRADICIONALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

La publicidad

Un sector de la economía que ha crecido significativamente en los últimos años es el turismo y todas las ciudades del mundo compiten para atraer visitantes mostrando sus principales atracciones. Para promover el turismo de manera efectiva, es necesario analizar, elegir los mercados objetivo, segmentar los grupos de clientes potenciales y seleccionar solo aquellos grupos cuyas necesidades y deseos pueden ser mejor atendidos. La estrategia de promoción busca llegar a los mercados objetivo a través de la promoción, la publicidad, la fijación de precios y la distribución.

Ejarque (2005) explica como “la promoción utiliza estrategias publicitarias para motivar a los turistas potenciales a comprar el producto turístico destacando sus beneficios e incentivos”. Como es notorio es de suma importancia tener en cuenta que la publicidad es una estrategia de marketing tradicional y que se puede utilizar para informar a los turistas antes de su desplazamiento al lugar. Es decir, permite informar sobre los comportamientos adecuados que deben tener los turistas en los destinos turísticos esto se logra mediante el uso de imágenes y consignas que enfatizan la importancia cultural, espiritual y de conservación de un lugar.

Los Folletos

Los folletos son materiales impresos de tamaño pequeño o mediano que incluyen información publicitaria interesante y relevante de los productos o servicios que ofrece una empresa. El objetivo principal del documento vendrá determinado por los objetivos que se haya fijado la marca que lo produce. Sin embargo, dada su utilidad en la promoción de nuevos bienes o servicios, particularmente en las áreas cercanas en la que opera un negocio específico, los folletos publicitarios están a la cabeza.

Según Nicoletta & Servicio (2012) “los folletos describen lugares en un lenguaje constructivo, haciéndolos más confiables que otras fuentes y una importante herramienta de promoción”. En lo que respecta en el ámbito turístico, los folletos son de suma importancia ya que, pueden inspirarnos para elegir un destino y crear un programa de viaje exitoso, así como para decidir que atracciones nos atraen más, el diseño atractivo de un folleto animará a los lectores a

fantasear con ese lugar, aumentar las reservas de hoteles, la venta de entradas para atracciones o eventos y por supuesto a la economía local.

La multimedia

Es una herramienta muy importante para comunicar valor en una promoción turística; pues se ha visto que mayor número de personas suelen preferir absorber y comprender los mensajes transmitidos a través de videos y sonidos, ya sea por conveniencia o rapidez. Por eso cada vez es más común ver videos, música y sonidos en los anuncios de destinos turísticos.

Smith & Mackay (2001). Afirman que el video es una herramienta importante para la construcción y promoción de la imagen del destino.

La información visual

Se cree que la información visual brinda una experiencia indirecta de los servicios turísticos y tiene cierta influencia en la imagen de un lugar. Por lo tanto, es posible utilizar señales visuales para transmitir el atractivo de un destino incluso para las personas que no han visitado antes el lugar.

Alvarez & Campo (2011) alude que una percepción negativa del país puede verse reforzada y mejorada por el material promocional audiovisual utilizado para promocionar el país como destino de viaje y aumentar la cantidad de turistas que visitan el lugar. Sin embargo, los países pueden utilizar una amplia gama de recursos, incluida la participación en ferias internacionales, anuncios y folletos.

DEFINICION DE MARKETING

Kloter (2008) define el Marketing como “La ciencia y el arte de descubrir, producir y entregar valor a un mercado objetivo mientras se obtienen ganancias, ayuda a las personas a darse cuenta de sus necesidades y deseos no satisfechos, el tamaño del mercado identificado y la ganancia potencial se describen, miden y cuantifican. ”.

En otras palabras, el marketing es un conjunto de estrategias, técnicas y prácticas cuyo objetivo principal es agregar valor a una marca o producto en particular para darle mayor importancia a un grupo objetivo en particular, el consumidor.

Conceptualización de Marketing Turístico

Witt & Moutinho (1995) definen al marketing turístico como “El proceso mediante el cual las organizaciones turísticas eligen su público objetivo y se comunican con él para conocer e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones a nivel local, regional, nacional e internacional con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos, esto satisfará tanto las necesidades del turista como sus objetivos organizacionales”.

Para Altés (1995) las áreas del marketing turístico que más atención han recibido como objeto de estudio son:

- Consumidor: Comportamiento del viajero, características del turista, motivos para elegir un destino, hábitos de información, demanda y consumo de bienes y servicios, gasto turístico, etc.
- Oferta: Imagen de la oferta, estudiar la valoración de distintos atributos de dicha oferta.
- Análisis competitivo.
- El impacto del turismo en la economía local medido por el volumen de negocios y el empleo, masa salarial, evolución de los precios, etc.).

MARCO REFERENCIAL

En relación con los planes de promoción se han convertido en la base principal de promover el turismo, por esto es importante que el turista mediante esta forma, se le permita conocer los lugares de interés de la localidad, región o país que visitan, así mismo a la gente que lo habita, las costumbres locales, los horarios de comida, platos típicos, etc.

Por consiguiente, Los antecedentes del tema “PLAN DE PROMOCIÓN TURISTA PARA EL CANTÓN NOBOL, PROVINCIA DEL GUAYAS”, serán recopilados en esta sección del trabajo:

Para empezar en este año 2023, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil desde la facultad de economía y empresa, el autor GENN LEE GARCIA PUERTAS, realizo el trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción turística digital para el cantón Pedernales, provincia de Manabí”, el cual hizo utilización de entrevista y encuestas; como resultado que es fundamental la divulgación del turismo del cantón, es viable realizarla a través de plataformas digitales como Facebook e Instagram. Además, los videos también son importantes, ya que las mujeres en su mayoría consumen el contenido de Kwai y Tik tok, siendo estas plataformas tendencias en la actualidad.

Por consiguiente, en el año 2022; en la Universidad católica Santiago de Guayaquil desde la facultad de ciencias económicas, administrativas y empresariales, la autora VASQUEZ VILLAGOMEZ VALERIA CECILIA realizo el trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción turística y comercialización para el Hotel Paraíso de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí”, en relación con la problemática de la investigación se encuentra asociada a la ausencia de un plan de promoción turística y comercialización, orientado a los turistas transitorios de la ciudad de Portoviejo. La metodología usada para el cumplimiento de los objetivos planteados fue la encuesta y entrevista, como resultado el proyecto se enfoca al diseño de estrategias de marketing digital a través de las redes sociales, elaborar una página web informativa que transmita confianza al usuario, capacitar a los colaboradores en temas de atención al cliente y recursos humanos para el logro de la fidelización.

Así mismo, en el año 2020, en la Universidad técnica estatal de Quevedo desde la facultad de ciencias ambientales, el autor YONG MANCHAY ERICK ALAYN, realizo el trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción turística para la cabaña villa verde perteneciente al cantón

Ventanas, provincia de los Ríos”, en donde realizó una observación directa a la Cabaña Villa Verde, además de encuestas a los clientes sobre la calidad de los servicios ofertados y entrevistas a los propietarios para recopilar información de cómo inicio este negocio, para así llevar a cabo la creación de una página web, trípticos y flyers publicitarios, los cuales serán difundidos a los clientes a través de medios de prensa, emisoras de radio y plataformas digitales como son: Facebook, instagram, youtube, entre otros; con la finalidad de que sean vistos por el mayor número de personas posibles y de esta manera aumentar la popularidad de la cabaña y captar nuevos clientes

Igualmente, en el mismo año, en la Universidad de Las Américas, la autora QUITO GUEVARA JESSICA ELIZABETH, realizo un trabajo de investigación titulado “Propuesta estratégica para la promoción turística por medios digitales del cantón Alausí provincia de Chimborazo”, en donde efectuó encuestas para conocer las necesidades del turista y su satisfacción al visitar dicho cantón, cabe mencionar que el propósito de realizar esta propuesta estratégica radica en la poca promoción existente hasta el momento en medios digitales por parte de la unidad de turismo responsable de la gestión turística y con el fin de tener mayor afluencias de turistas tanto nacionales como internacionales dentro del cantón.

En esa misma línea de investigaciones, En el año 2017, en la Universidad Regional Autónoma de los Andes desde la Facultad de dirección de empresas carrera de empresas turísticas y hoteleras, La autora ESPINEL BAYAS MELISSA STEPHANIE, realizo el trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción turística y difusión turística para incrementar la afluencia de turistas a los museos de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi”, en donde implementaron un análisis de interpretación a través de encuestas y entrevistas aplicadas a autoridades encargadas de la gestión de los museos, administradores de los museos y a los habitantes del cantón Latacunga que ayuden a identificar las falencias, para así poder llevar a cabo la implementación del diseño de un plan de promoción y difusión turística dando énfasis en toda la riqueza de atractivos culturales, naturales y gastronómicos, por medio de medios digitales, herramientas publicitarias (radio, televisión, prensa, etc.), trípticos, y boletines electrónicos y de esta manera lograr atraer al público a visitar la ciudad de Latacunga.

Con respecto al mismo año, en la Escuela Superior Politécnica agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Los autores PALMA CEDEÑO RAMÓN WILFRIDO Y ZAMBRANO FAUBLA

CARLOS RENÁN, realizaron su trabajo de titulación sobre una “Promoción turística basada en un sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar”, puesto que la creación de la página web ayudará a promover y mejorar la actividad turística en el cantón y lograr cumplir los objetivos del plan siendo estos: captar el mercado turístico determinado, interactuar con los usuarios, ampliar información, conseguir que los usuarios se animen a visitar el cantón coadyuvando al desarrollo turístico de Bolívar, generando beneficios socioeconómicos mejorando la calidad de vida de sus pobladores

Además, en el 2016, en la Universidad de Guayaquil desde la Facultad de economía social, el autor DOMENECH FLORES JAIR FERNANDO, el cual realizo su trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción de las actividades turísticas en la parroquia rural, puerto el morro”, uso la técnica de encuestas con preguntas cerradas con indicadores de respuesta, para la información de servicios y productos turísticos con los que cuenta la parroquia. Este trabajo esta direccionado a los turistas para medir el grado de conocimiento que poseen sobre el lugar. Como resultado se pudo diagnosticar que las redes sociales u otros medios a utilizar podrá servir para promocionar turísticamente la parroquia Puerto el Morro y así incrementará el factor económico y turístico de la parroquia.

Finalmente, en ese mismo año, la autora ENRIQUEZ SABANDO CRISTINA GABRIELA, hizo su trabajo de titulación sobre un “Plan de promoción para el desarrollo turístico del complejo rancho laguna, en la parroquia Chongón del cantón Guayaquil”. La cual realizo la recolección de información mediante el traslado hasta el complejo turístico Rancho Laguna, donde se usaron fichas de observación, así como también procedió a realizar la entrevista correspondiente, registro fotográfico y las encuestas establecidas para los turistas. Como resultado de las encuestas realizadas se concluyen que los medios más aceptados para la implementación de planes de promoción son las redes sociales, cuñas radiales, las páginas web, y por últimos los flyers u hojas volantes.

MARCO LEGAL

Al proceder con cualquier trabajo de investigación, es importante considerar el marco regulatorio que sustente la relevancia legal de la ley y reglamentos de la constitución del Ecuador tratándose del tema en discusión se ha considerado lo siguiente:

Constitución Política de la República del Ecuador

TITULO II

DERECHOS

Capítulo Segundo

Derechos del Buen vivir

Sección primera

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Capítulo Tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección Novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

la ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las y los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización

por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en prácticas de sistemas de atención y reparación.

El estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación de servicios, por localidad del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad la vida de las personas.

TITULO VII

Régimen del buen vivir

Capítulo primero

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- 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. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

LEY DEL TURISMO

Capítulo I

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo X

Protección al consumidor de servicios turísticos

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

Capítulo I

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo. - A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y, en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.

9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.

Art. 6.- De la planificación. - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

TITULO QUINTO

PROCEDIMIENTOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS

TURISTICOS Capítulo I

Art.85.- Protección especial. - Sin perjuicio de las disposiciones contenidas en las leyes orgánicas o de otra especialidad, los extranjeros no serán discriminados particularmente con el cobro de tasas, derechos y tarifas superiores a los que se cobren a los turistas nacionales.

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS

TITULO VII

DE LA PROMOCION TURISTICA

Art. 182.- Campañas promocionales. - El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente.

Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se ofrezcan.

El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística.

Art. 183.- Medios para la promoción.- Las campañas de promoción informando a nivel nacional e internacional se las realizará entre otras a través de la participación directa en ferias internacionales, ferias nacionales, fiestas cívicas nacionales y provinciales, edición de material promocional como afiches, publicaciones, mapas, planos, audiovisuales, representaciones folclóricas y cualquier tipo de material destinado para este fin, para lo cual previamente se prepararán estudios de comercialización y difusión en todos los mercados.

Las actividades nacionales e internacionales de promoción del producto turístico del país pueden realizarse a través de la consideración de regímenes de cooperación, mediante celebración de acuerdos y convenios entre el sector público incluidos los gobiernos seccionales y el sector privado.

Art.184.- Papel del sector privado. - Corresponde al sector privado, previo a la aprobación del Ministerio de Turismo, realizar la promoción comercial de la oferta turística.

Art.186.- Colaboración interinstitucional. - Las instituciones del Estado deberán cooperar estrechamente con el Ministerio de Turismo, con el fin de crear y promover la imagen turística del Ecuador y sus regiones.

Art.188.- Campañas oficiales. - El Ministerio de Turismo efectuará campañas oficiales de publicidad tendiente a fomentar el turismo en el país, así como actividades de relaciones públicas nacionales e internacionales para el cumplimiento de sus fines.

Art.189.- Publicaciones. - Las ediciones de afiches, folletos, guías, revistas, periódicos, fotografías, películas, videos y otros medios con fines de promoción turística deberán ser realizadas por el Ministerio de Turismo o por personas naturales o jurídicas autorizadas por éste.

CAPITULO II

La investigación tiene como finalidad, aportar a la resolución de un problema determinado, asimismo como comprobar o aportar evidencias a una teoría (Neill & Cortez, 2018). Estos propósitos impulsan el proceso de investigación al proporcionar dirección y significado al trabajo del investigador. El trabajo de investigación es, por tanto, una actividad tipológica intelectual basada en una planificación continua o sistemática y organizada, cuyo fin es encontrar o buscar nuevos conocimientos a través de métodos, estrategias y técnicas.

Con el fin de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del turismo cultural a partir de temas de gestión, nos comprometemos con nuestra propuesta aprovechar los atractivos turísticos y desarrollar habilidades estratégicas para trabajar en el cantón; analizando de esta manera, el trabajo colaborativo realizado. En consecuencia, la metodología utilizada para nuestro trabajo es cuantitativa a continuación se dan a conocer las herramientas adecuadas para recolectar los datos necesarios para el plan de promoción:

Tipo de investigación:

Investigación cualitativa: La investigación cualitativa; es un tipo de investigación cuya finalidad es proporcionar una mayor comprensión, significados e interpretación subjetiva que el hombre da a sus creencias, motivaciones y actividades culturales, a través de diferentes diseños investigativos, ya sea a través de la etnografía, fenomenología, investigación-acción, historias de vida y teoría fundamentada. (Behar, 2008). De alguna manera es vista como un método de observación sin la recolección de datos numéricos: recopila y evalúa datos para comprender los estándares de interpretación basados en la observación.

Investigación cuantitativa: La investigación cuantitativa aplicada en este estudio se aplica para conocer la realidad de una manera más imparcial, ya que se recogen y analizan los datos a través de variables medibles, según los autores (Neill & Cortez, 2018). En cierto sentido, el propósito de la metodología cuantitativa es tratar de cuantificar los resultados del problema y comprender el conocimiento sobre los hechos analizados buscando resultados de los participantes de la investigación o en las representaciones evidentes.

Según su finalidad

Investigación Bibliográfica: La elaboración de aspectos teóricos e históricos constituye un componente de la metodología bibliográfica, la cual es un subconjunto de la investigación cuantitativa porque ayuda a definir el problema de investigación., al ubicar los conceptos originales del proyecto en sus contextos teóricos, metodológicos e históricos adecuados, la investigación bibliográfica ayuda a estructurar las ideas originales del proyecto. La investigación bibliográfica es crucial porque se obtiene de esta manera información, investigando todo tipo de artículos, ya sean en revistas, libros o revistas científicas, teniendo datos pertinentes que ayuden en la investigación.

Investigación de Campo:

Según Santa & Martins (2010) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

La investigación de campo se basa en la observación y consiste en buscar personas que quieran conocer o que realicen una actividad específica que contribuya al trabajo de investigación relativo a la situación. Para comprender las respuestas del caso, deben recopilar sus impresiones y tomar notas con tal concentración y atención, sin interrupciones

Según su objetivo gnoseológico

Investigación Descriptiva: Según Sabino (1992) define a la investigación descriptiva como “el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes”

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Métodos teóricos

INDUCTIVO-DEDUCTIVO

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es un tipo de razonamiento donde la información de casos específicos se transfiere a un conocimiento más general que refleja los puntos en común entre varios fenómenos, su fundamento es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad buscando rasgos comunes entre un grupo definido para sacar inferencias sobre las características que lo definen. Hay apoyo empírico para las conclusiones, mientras que mediante la deducción se pasa de un conocimiento general a uno con un menor nivel de generalidad. Las generalizaciones sirven como base para sacar conclusiones y llegar a otras nuevas. Para casos concretos, conclusiones lógicas implica asumir características o soluciones concretas a partir de generalizaciones, principios, leyes o definiciones universales.

Métodos matemáticos

Los métodos matemáticos en la investigación, es la utilización del método científico por la estadística como un método de investigación teórica. El fundamento de este método lo constituye la aplicación y el desarrollo de las ideas de la teoría de las probabilidades como una de las disciplinas matemáticas más importantes. (Hernandez Mendoza & Olguin Guzman, 2022).

Población y Muestra

Población

La población se entiende como un conjunto de personas, situaciones, cosas o fenómenos, que tienen características que los hacen similares entre sí, por lo que son objetos de investigación. (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P., 2010). En el caso de esta investigación se considerará como población al flujo de visitantes de unos de los lugares más visitado en Guayaquil que es el malecón 2000. Acuerdo a la Fundación Siglo XXI alrededor de 15 mil turistas visitan entre sábado y domingo.

Muestra

Según (Tomás-Sábado, 2010) si no se puede obtener la totalidad de la muestra, se deberá obtenerse una representación significativa de la población. Por lo que se realizara un cálculo a través de la aplicación del muestreo no probabilístico, (Cuesta, 2009), indica que la técnica del muestreo no probabilístico recoge muestras mediante un proceso selección que no brinda igualdad de oportunidades para todos los individuos de la población.

La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

Siendo:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

n = muestra

N = población (15000)

Z = nivel de confianza (1,96)

p = q = 0.5

d = error muestral (0.05)

Aplicación de la formula

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 15000}{15000 \cdot (0.5)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{14406}{38.4604}$$

$$n = 374.56$$

Por tanto, se considera una población (N) 15000 de personas, para tener un error muestral del 0,05, se necesita que la muestra sea de 374 encuestas.

RECOLECCIÓN DE DATOS

Según (Arias, 2016) “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información”. Son ejemplos de técnicas, la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros. Por lo cual, para esta investigación se escogerán las herramientas más utilizadas en los trabajos de investigación, que son las encuestas y la entrevista.

ENTREVISTA Y ENCUESTA

La entrevista y la encuesta, generalmente, se han considerado como técnicas investigativas; sin embargo, en este trabajo se argumentan ambas, como métodos de indagación empírica. Se aportan nuevas posiciones al respecto, dentro de la Metodología de la Investigación Pedagógica, como ciencia social. Se adopta una posición teórica, en relación con el cuestionario, frente a ambos métodos. (Feria Avila, Matilla Gonzalez, & Mantecón Licea, 2020).

Entrevista

Es un método muy eficaz para recopilar datos para la investigación cualitativa, se denomina entrevista a la conversación entre dos o más personas que implica un intercambio de ideas u opiniones. Hay dos roles que se pueden identificar durante la entrevista los cuales son:

ENTREVISTADOR: Dirige la entrevista y al plantear preguntas saca a relucir el tema de discusión.

ENTREVISTADO: Es aquel que se expone voluntariamente al interrogatorio del entrevistador.

Encuesta

Según (Aquiahuatl Torres, 2015) esta herramienta se la utiliza con la finalidad de buscar información a través de cuestionarios que se componen de preguntas cerradas y abiertas con opción múltiple. Esta herramienta permitirá a la investigación seguir una lógica descriptiva en donde pueda identificar la demanda potencial. Además de ser muy factible para la recolección y análisis

de los datos, aplicándolas a una muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación.

RESULTADOS DE ENCUESTAS

Pregunta 1. Género

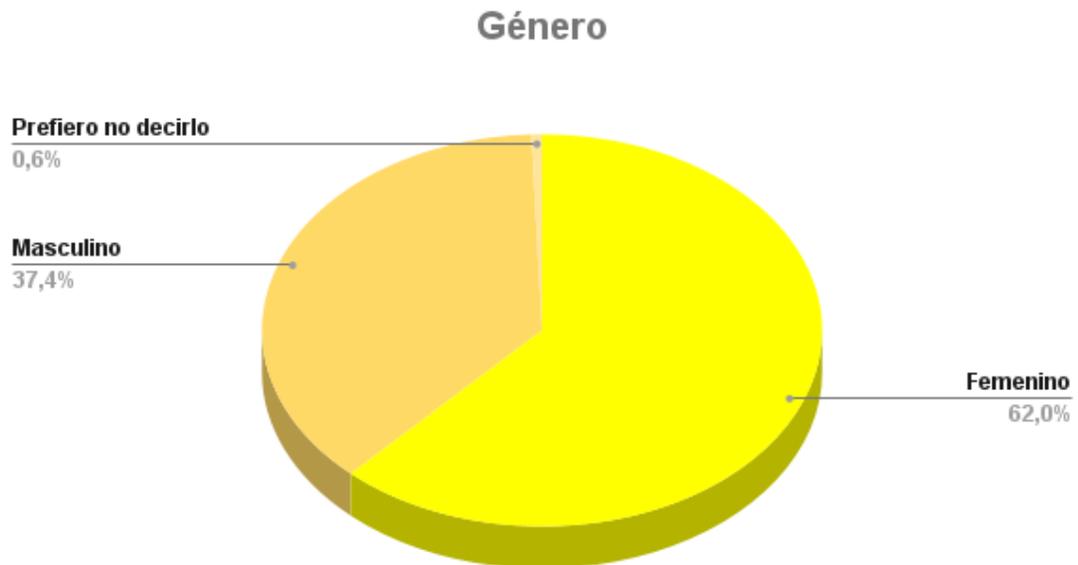


Ilustración 2. Resultados de la encuesta-Género

Dentro de los resultados obtenidos por la encuesta realizada a los 374 encuestados, en concordancia a la muestra calculada de esta cantidad de personas el 62% de ellos pertenece al género femenino teniendo consigo 232 personas. Por otro lado, el género masculino tiene una muestra de 37,4% que corresponde a un total de 140 respuestas, mientras el 0,6% que es igual a 2 personas del estudio corresponde a la opción de preferir no decir a cuál género pertenece.

Pregunta 2. Edad

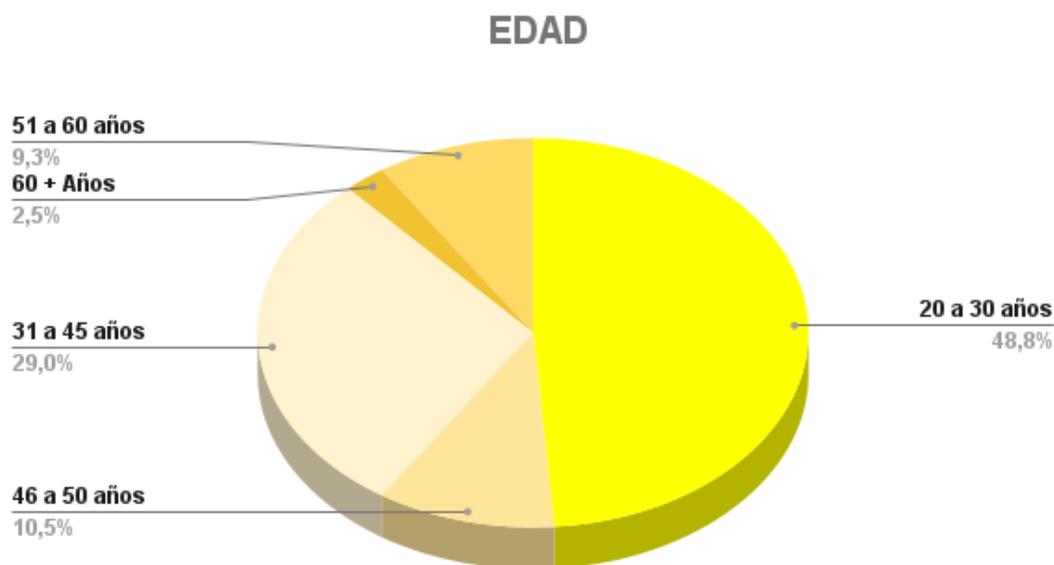


Ilustración 3. Resultados de la encuesta-Edad

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración cinco tipos de rangos de edad: de 20 a 30 años, de 31 a 45 años, de 46 a 50 años, de 51 a 60 años y de 60 + Años. Entre las respuestas, se destacan las edades entre 20 a 30 años de las personas. Respecto al gráfico se puede observar que 108 personas pertenecen al 29% en el rango de 31 a 45 años, posteriormente el 10,5% en el rango de 46 a 50 años lo componen 39 personas, el 9,3% comprenden 35 personas de 51 a 60 años y el 2,5 comprende 9 personas de 60+. De tal manera, que el mayor número de respuestas en el cuestionario corresponden al rango de 20 a 30 años con el 48,8% con una suma de 183 personas.

Pregunta 3. Lugar de Procedencia



Ilustración 4. Resultados de las encuestas-Lugar de procedencia

En la encuesta realizada, en esta pregunta se tomó en consideración al flujo de visitantes de unos de los lugares más visitado en Guayaquil que es el malecón 2000, en donde se puede visualizar un 87,7% que residen en la Provincia del Guayas lo que comprende a 328 personas, seguido por un 6,7% que residen en Manabí lo que equivale a 25 personas, un 1,2% residen en la provincia de Santa Elena teniendo consigo 4 personas, un 0,6% son turistas extranjeros proveniente de Colombia lo que corresponde a 2 personas, en su totalidad seria el 96% de encuestados , el 4% restante son turistas provenientes de Pichincha, Sucumbíos, Los Ríos, Chimborazo.

Pregunta 4. ¿Ha visitado en alguna ocasión el cantón Nobol?

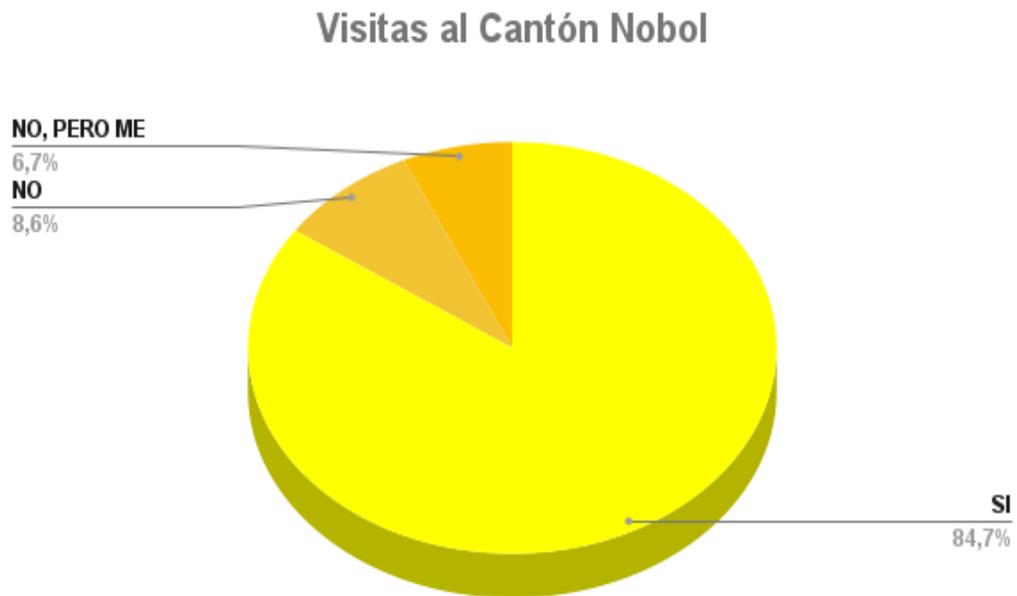


Ilustración 5. Resultados de la encuesta- Visitas al cantón Nobol.

Al analizar esta pregunta se puede observar que el 84,7% de las personas encuestadas conocen y han visitado por lo menos en alguna ocasión el Cantón Nobol. Un grupo minoritario 8,6% no ha visitado el Cantón Nobol, pero si ha escuchado sobre el turismo que se realiza en dicho Cantón por el tema religioso de la Santa Narcisa de Jesús y por último un 6,7% le gustaría conocer el Cantón.

Pregunta 5. ¿Cuál de estas variables Ud. considera que sería motivo para visitar el cantón Nobol?

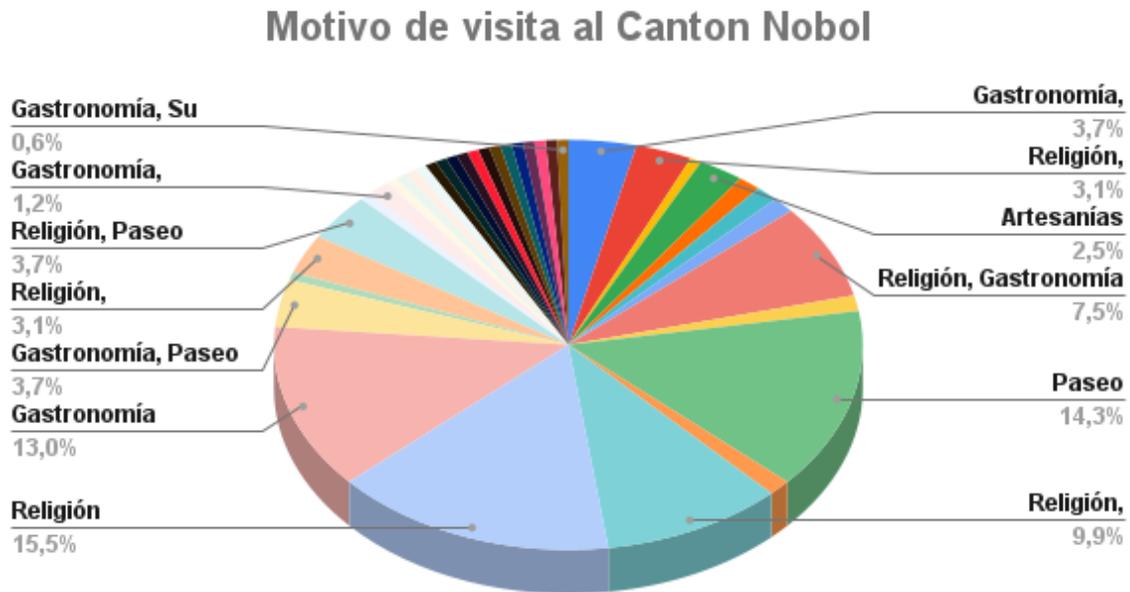


Ilustración 6. Resultados de la encuesta-Motivo de visita al Cantón Nobol.

De acuerdo con los datos obtenidos se puede destacar que las razones más influyentes como motivo de visita al cantón Nobol con un 58% los encuestados eligieron varias opciones como la Religión, Gastronomía, Artesanía y Paseo. Mientras que 42% restante de encuestados eligieron el 15% como única opción la religión, seguido con un 14% paseo y 13% gastronomía.

Pregunta 6. ¿Cuáles de estos atractivos turísticos conoce?

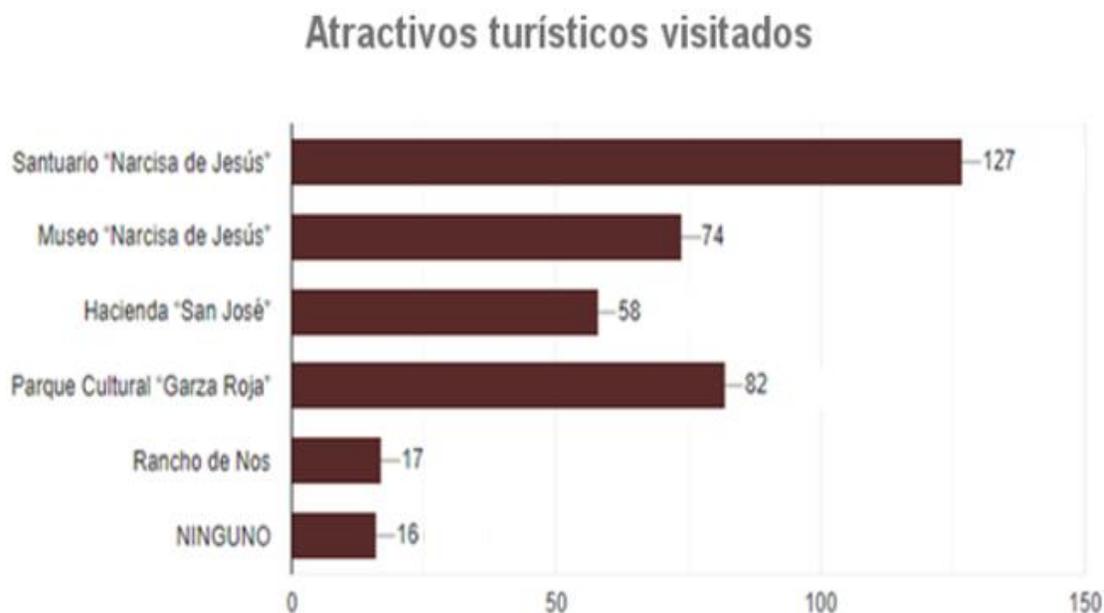


Ilustración 7. Resultados de la encuesta- Atractivos turísticos visitados

Del total de las personas encuestadas, se evidencia que un 34% de los encuestados eligieron como atractivos turísticos visitados por lo menos en alguna ocasión del cantón al Santuario “Narcisa de Jesús”, un 22% el Parque Cultural “Garza Roja”, el 20% Museo “Narcisa de Jesús”, La Hacienda “San José” el 15%, y el Rancho de Nos con un 5%. No obstante, se evidencia un 4% de encuestados que no han visitado estos atractivos siendo un aspecto importante para motivar a los turistas a visitar el cantón Nobol y a su vez, promocionar los atractivos desconocidos y menos visitados para que vivan una agradable experiencia.

Pregunta 7. ¿Le gustaría visitar un destino turístico donde le brinden un muy buen servicio personal, buena gastronomía, donde haya juegos de esparcimiento, que tengan seguridad y que esté al alcance de su economía?

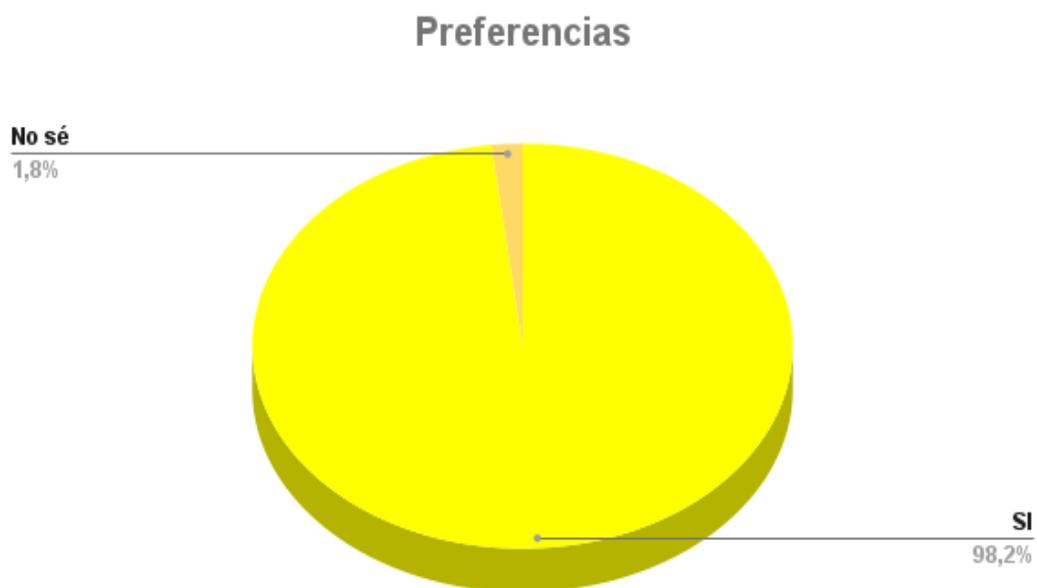


Ilustración 8. Resultados de la encuesta-Preferencias

En la gráfica se puede observar que el 98,2% de los encuestados si les gustaría visitar un destino turístico donde le brinden un muy buen servicio personal, buena gastronomía, donde haya juegos de esparcimiento, que tengan seguridad y que esté al alcance de su economía, mientras que el diminuto 1,8% no sabe si les gustaría esta idea.

Pregunta 8. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar al momento de visitar el cantón Nobol?



Ilustración 9. Resultados de la encuesta-Actividades que les gustaría realizar.

De acuerdo con los datos obtenidos se puede destacar que las actividades que les gustaría realizar los turistas tanto nacionales como extranjeros con un 36% lo que comprende a 135 personas encuestadas eligieron como opción tener contacto con la naturaleza, seguido por un 35% que eligieron conocer y degustar la gastronomía típica del lugar lo que equivale a 132 encuestados, un 15% por motivo de temas religiosos lo que corresponde a 55 encuestados y por ultimo un 14% que comprende a 52 encuestados que les gustaría conocer nuevas culturas y costumbres.

Pregunta 9. ¿Al momento de tomar una decisión sobre qué destino visitar, consulta por redes sociales?



Ilustración 10. Resultados de la encuesta-Consulta por redes sociales.

En la gráfica se puede observar que el 83,6% de los encuestados si consultan por redes sociales los destinos turísticos antes de visitarlos, mientras que el 16,4% no lo hace. Es decir, que es importante la elaboración de un plan de promoción en este caso mediante las redes sociales pues es una herramienta que en la actualidad se encuentra al alcance de todo el mundo lo que podría ser de gran ayuda al incremento de la llegada de turistas a los destinos.

Pregunta 10. ¿Cómo considera usted la utilidad de promocionar destinos turísticos mediante redes sociales?

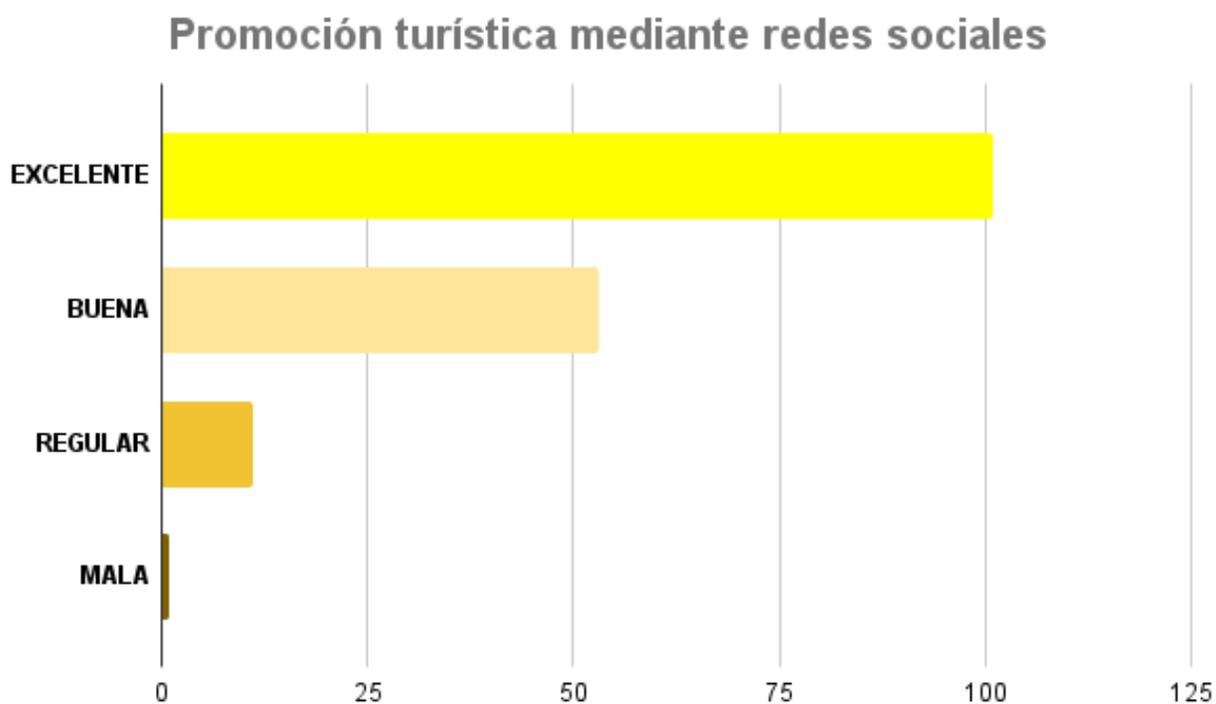


Ilustración 11. Promoción turística mediante redes sociales.

De acuerdo con los resultados obtenidos por nuestros encuestados, podemos observar que el 60,8% menciona que la utilidad de promocionar destinos turísticos por redes sociales es excelente, un 31,9% indica que es buena, un 6,6% lo evalúa como regular y finalmente la opción mala lo que corresponde al 0,6%.

Pregunta 11. ¿Cuál es el tipo de formato de contenido virtual que le llama la atención al turista en el momento de tomar una decisión de viaje?

Tipo de formato de contenido virtual

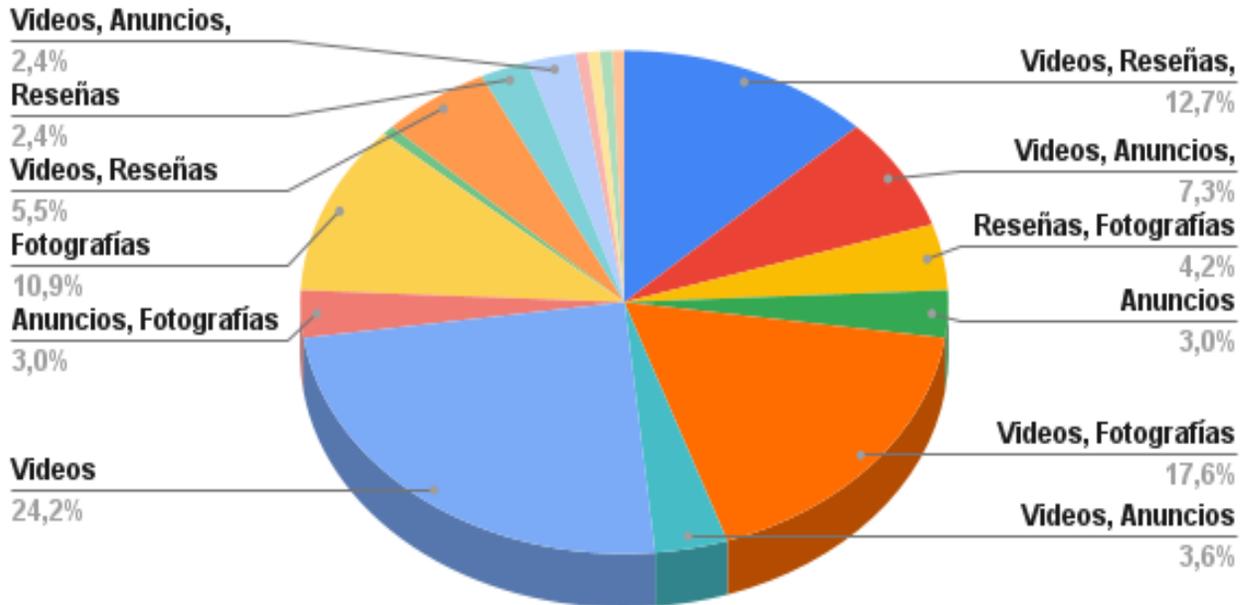


Ilustración 12. Resultados de la encuesta- Tipo de formato de contenido virtual.

En base a los datos obtenidos los encuestados afirman que el tipo de formato de contenido virtual que más les llama la atención al momento de tomar una decisión de viaje son los vídeos, fotografías, Anuncios y reseñas ya que repetidamente han elegido estas opciones lo que corresponde a un 75,7%. Mientras que el 24,2% restante de encuestados eligieron los videos como única opción. Por ende, es importante conocer el tipo de formato de contenido que cautiva al turista para poder promocionar de manera efectiva los destinos turísticos por las redes sociales, siendo los vídeos y fotografías el contenido más indicado ya que el ambos contienen un porcentaje alto en las encuestas realizadas.

Pregunta 12. ¿Mediante qué red social ha encontrado publicidad sobre el cantón Nobol, provincia

Red social donde se ha encontrado publicidad del Cantón Nobol

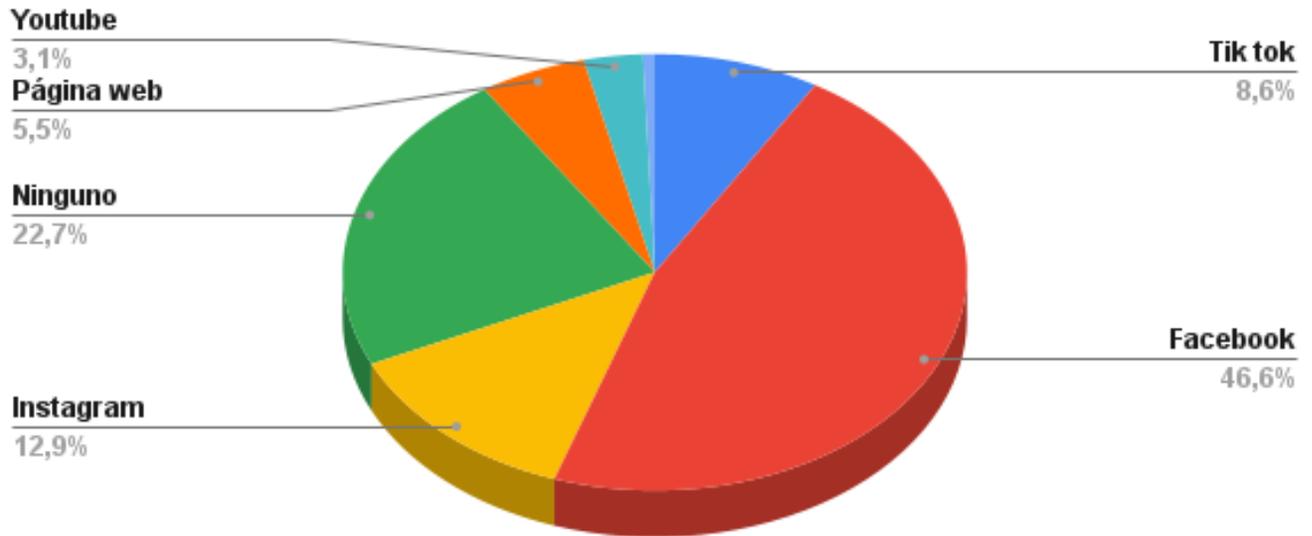


Ilustración 13. Resultados de la encuesta-Red social donde ha encontrado publicidad del Cantón Nobol.

De acuerdo con los datos obtenidos se puede ver que Facebook es la red social en la que los encuestados han encontrado más publicidad del cantón con un porcentaje del 46,6%, seguido por la red social Instagram con un 12,9%, La red social Tik Tok con un 8,6% siendo las redes con mayor demanda e interacción turística. Las redes sociales donde menos encontraron promoción del destino fueron la Pagina web con un 5,5% y YouTube con un 3,1%. Por consiguiente, también se destaca que el 22,7% no han visto en ninguna red social promoción sobre este destino.

ANÁLISIS Y RESULTADO DE LA ENTREVISTA

La entrevista realizada fue a un miembro del Gad Municipal de cantón Nobol poseyeron un total de 10 preguntas, las cuales fueron realizadas a través de la plataforma “Teams”, se eligió esta entidad por tener un vasto conocimiento sobre este tema. Se procedió a transcribir las respuestas de las preguntas una vez de haber concluido con la entrevista.

Análisis de la entrevista a la Lcda. Kerly Rodríguez Avilés Miembro del Departamento de Turismo del Gad Municipal del cantón.

La Lcda. Kerly Rodríguez, comenta que las actividades que se pueden realizar en el cantón son: visitar el santuario donde se encuentra la Santa Narcisa de Jesús el museo donde se puede conocer el relato de la vida de Santa Narcisa, Paseos fluviales en canoa, visitar la Hacienda San José que es lugar de regocijo para orar y conocer más de su vida, donde adicionalmente se puede disfrutar de la gastronomía típica en contacto con la naturaleza , descansar en hamacas y degustar de exóticas frutas, en caso de distracción en especial para los niños menciona que pueden visitar el Parque Cultural “Garza roja” que es un lugar de entretenimiento para todas las edades y adicional menciona que hace unos años atrás el cantón cuenta con un nuevo atractivo la ruta de las ciruelas una opción para practicar el agroturismo. Por consiguiente, las estrategias para llamar la atención a los turistas lo han hecho por redes sociales, pero señala que el Gad debería contar con otros medios de difusión turística para así atraer mayor afluencia de visitantes ya que últimamente solo los fines de semana se presenta un porcentaje de turistas y asimismo relata que falta promover más el turismo dentro del sector público.

Con respecto a la publicidad digital, comentó que las redes sociales tienen una gran influencia en las decisiones de viaje de los turistas porque de esta forma pueden tomar decisiones más acertadas analizando no solo la elección del destino sino también los atractivos que les ofrece, la comida, etc. Además, mencionó que el tipo de formato de contenido virtual que más visitantes atrae son los videos y fotografías ya que, comparte información sobre el destino al que se dirigen, es decir, los detalles del lugar, la ubicación, el valor promedio que costará, los mejores lugares para quedarse y las actividades en ese lugar que se pueden realizar. También destaca que la red social más efectiva para distribuir este tipo de formatos de contenido es Facebook debido a su

popularidad puesto que es una de las redes sociales más accedidas por los usuarios, Así se puede lograr una mayor interacción y alcance debido a su sencillez y fuerza visual.

Al preguntarle si se debiera hacer alguna mejora con respecto a la promoción turística del cantón, dijo que efectivamente el Departamento de Turismo del Gad debería centrarse en este punto ya que es de suma importancia realizar publicidad digital de lo que oferta el cantón pues esto beneficiara el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales y al cantón. Finalmente, se le pregunta cómo ve la información e imagen turística del cantón Nobol que se presenta en las redes sociales donde alude que es necesario que haya una página web de todo lo bonito y turístico que tiene el cantón.

CONCLUSIONES PARCIALES

Luego de realizar la recolección de datos tanto como de las encuestas y entrevista pude deducir que efectivamente el cantón Nobol carece de un plan de promoción turística por lo tanto es viable mi investigación. Como es de conocimiento el turismo del cantón Nobol se encuentra vinculado a los temas religiosos y gastronómicos, dejando de lado otras actividades turísticas que poseen gran potencial debido a su poca promoción turística para aquellos atractivos. Por ello la popularización del destino es primordial para el desarrollo turístico del cantón porque nadie consume lo que no conoce y las redes sociales son una gran herramienta para ello al informarles sobre todas las oportunidades que ofrece de una manera eficaz al público objetivo y despertar su interés en visitar. Además, según los datos obtenidos el mayor porcentaje donde han encontrada al menos algo de información sobre ciertos atractivos que posee Nobol es la plataforma de “Facebook” la cual está bajo el nombre de “Turismo Nobol”, por lo tanto quiere decir que no han usados los recursos necesarios para explotar el potencial de lo bonito y turístico que tiene el cantón como lo menciona la Lcda. Kerly Rodríguez siendo miembro incluso del departamento de turismo del cantón. Finalmente, aludo que la publicidad digital es una forma muy viable y creativa de atraer e interactuar con las personas y, a diferencia de otros tipos de publicidad, es una forma de que algún emprendimiento den a conocer lo que ofrece sin una gran inversión que promueva el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales y al cantón.

CAPITULO III

ANTECEDENTES

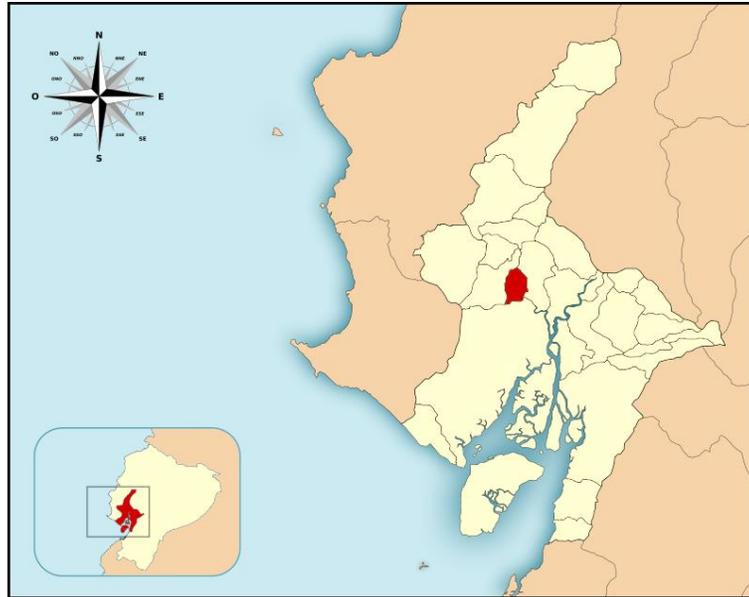


Ilustración 14. Cantón Nobol. Tomado de Google.

Características generales

Ubicación: El Cantón Nobol está ubicado al norte de Guayaquil, a unos 35 kilómetros aproximadamente, se encuentra bordeado por el río Daule

Clima: La temperatura promedio 27 – 29 grados y su clima es seco en verano (Mayo – Noviembre), además con alta humedad en los meses de invierno (Diciembre – Abril).

Límites: Al Norte, con el cantón Daule, al Sur, con Guayaquil, al Este con Daule y Guayaquil, y, al Oeste con Isidro Ayora y Lomas de Sargentillo

ANTECEDENTES HISTORICOS

La población de Nobol se remonta a la década de 1850 cuando se apoderaron de estos parajes que eran tierras baldías, sus primeros pobladores fueron los Sres. Juan Álvarez Briones, Pedro Nolasco Véliz y Ángel María Villegas, quienes construyeron sus residencias y destilerías de aguardiente. Como el negocio iba tan bien, tuvieron que contratar trabajadores de otras partes los cuales vivieron con sus familias con los que se formó un importante villorrio, por el año 1869 se había

convertido en un recinto de mucha importancia ya que prácticamente era el sitio de enlace entre las principales provincias de Guayas y Manabí, en esta misma época las autoridades nombraron al Sr. José Domingo Ronquillo, como primer inspector del recinto a fin de garantizar los derechos legales de los pobladores.

Luego de años de intensas gestiones, el 28 de abril de 1901, con la aprobación del Cabildo, congreso y Acta municipal de Daule se constituye el barrio Nobol como un conjunto de parroquias bajo el nombre Piedrahita, en honor al sabio eminente y preclaro ciudadano Dr. José Vicente Piedrahita, siendo el Sr. Agustín Washbrum, presidente encargado del Concejo cantonal de Daule y su secretario el Señor Idelfonso Barahona.

El 6 de julio de 1901, el gobierno central ejerció sus facultades para crear la parroquia de Vicente Piedrahita bajo el Acta Municipal del cantón Daule. Durante 91 años permaneció como parroquia del cantón Daule. Así, un grupo de ciudadanos, alegando falta de interés por parte del consejo de Daule y la necesidad de gobernar decidió el 4 de diciembre de 1990 crear un comité pro cantonización. Luego de dos años de extensas discusiones en el congreso Nacional consiguió que este organismo apruebe en segunda y definitiva instancia la creación del cantón Nobol el 21 de julio de 1992, estableciendo lo que anteriormente había sido la parroquia Piedrahita como la jurisdicción administrativa y política y como cabecera cantonal la ciudad Narcisa de Jesús.

Por consiguiente, el enigmático nombre de Nobol, que llevó este antiguo Recinto no ha sido posible a través de las investigaciones, ni en la zona se han encontrado restos humanos, animales ni materiales. Incluso ni los conquistadores menos los nativos que lleven a conocer su verdadero origen. Así mismo no existe una definición de la palabra en las enciclopedias españolas o quechuas.

Se cree que el nombre de Nobol proviene de una lejana tradición, transmitida de boca en boca, desde el siglo pasado hasta estos días, que cuenta: Que cuando estas tierras eran parajes ocultos, apareció en una balsita de boyas un rústico campesino llamado “Francisco Nobol”, el cual le gusto la zona, acoderó su sedentaria embarcación desembarcó, tomo posesión de la tierra construyendo una chocita en la parte donde desemboca el estero de Bijagual; inicios sus trabajos agrícola, cuando las mieses estuvieron maduras recogió sus cosechas, y en su balsita se dirigía a la ciudad de Daule a vender el fruto de su trabajo. Al transcurrir el tiempo conquisto a una

compañera, la llevo a su casa y comenzó para él una nueva vida. Su unión conyugal dio fruto creando una familia y tienen un niño que lleva el nombre de su padre (Francisco). Los habitantes de la ribera del río decidieron nombrar al niño “Nobolito” como muestra de cariño y agradecimiento al hogar de su amigo.

ANÁLISIS PEST

El análisis PEST comprende de un análisis político, económico, social, tecnológico y ambiental lo cual permitirá revisar los factores positivos y negativos en función a la viabilidad del proyecto.

Análisis Político

El GAD Municipal del cantón Nobol está unificado con las leyes del Buen Vivir (2008) y por el Código Orgánico de la Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD).

El órgano legislativo encargado de proponer, aprobar y modificar leyes y ordenanzas dentro del cantón Nobol está integrado por el alcalde y 5 concejales los cuales son:



Ilustración 15. Autoridades del Cantón Nobol. Tomado de página oficial del Gobierno Autónomo Centralizado Municipal de Nobol

Alcalde del Cantón Nobol: Lcdo. Marvin Salas Cercado

Vicealcaldesa de Nobol: Ing. María Candado Veliz

Concejales Urbano Principal: Sr. Ofredo Burgos Peña, Msc. Álvaro Freijo Ruiz, Dr. Robert Veliz Barzola y el Dr. José Andrade Santana.

Análisis Económico

El comercio al por mayor y al por menor en Nobol es la principal actividad que genera mayor ingreso al cantón con el 29.5%, mantiene al 24.0% personal ocupado de la población y tiene el 57.5% de establecimientos, datos obtenidos por el INEC 2010. Cabe recalcar que es el comercio informal el que tiene mayor presencia. Este tipo de actividades particularmente se desarrollan en la zona urbana del cantón, donde se ubican en la carretera, los mercados y pasajes comerciales, etc. Adicional podemos mencionar que esta dinamizado por el turismo religioso y la deliciosa gastronomía, ya que incentiva el comercio a los habitantes por la visita de turistas, que llegan al cantón por devoción a la Santa Narcisa de Jesús, lo que genera ingresos por el gran movimiento de feligreses y ayuda a mejorar el nivel de vida de la población.



Ilustración 16. Principales actividades que generan mayor ingreso.
Fuente. INEC, Censo Económico 2010

Análisis Social

En base según el VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en noviembre del 2010 determina que el cantón Nobol tenía 19.600 habitantes, de los cuales 8.256 (42,12 % del cantón) habitantes residían en el área urbana de la ciudad y los 11.354 (57,88 %) habitantes en el área rural. Según datos del INEC, la proyección para el año 2020 es de 26.444 habitantes de los cuales 10.721 (40,54%) en el área urbana y 15.723 (59,46) en el área rural.

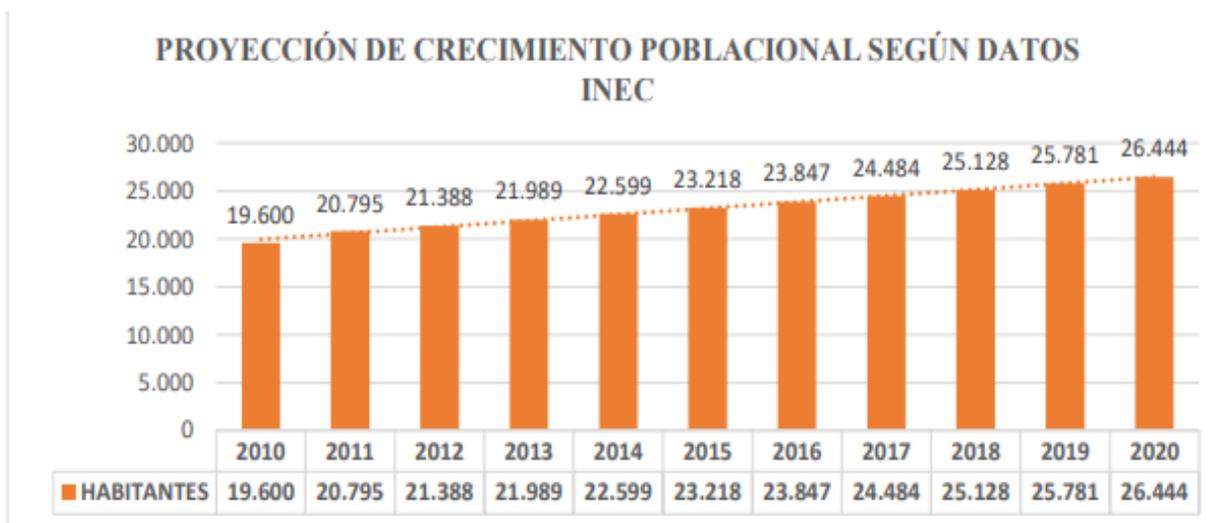


Ilustración 17. Proyección de crecimiento poblacional según datos. Tomado de FIGCONSUL S.A

Para este análisis consideramos el territorio cantonal dividido en 2 áreas, entendiendo como tales al área rural (recintos) y al área urbana (Narcisa de Jesús) del cantón, partiendo de aquí la población es de 19.600 habitantes a nivel cantonal, según el censo del INEC 2010, que representa el 100% de la población que se encuentra en el territorio cantonal.

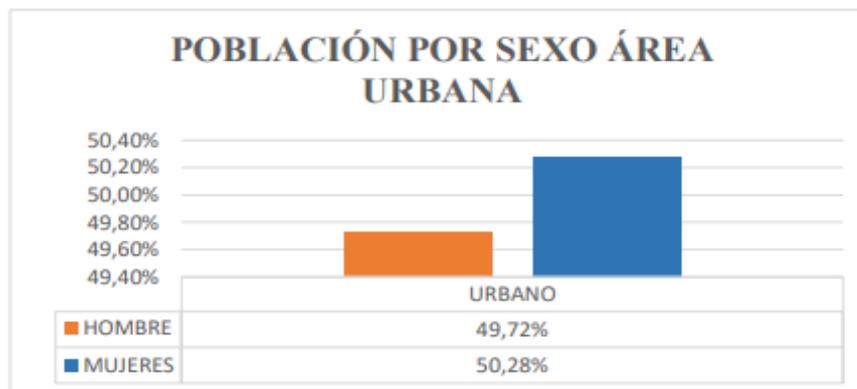


Ilustración 18. Población por sexo Área Urbana. Tomado de FIGCONSUL S.A.

El área urbana de Nobol concentra a la menor población del cantón, de la cual el 49.72% son hombres, y el 50,28% son mujeres siendo el mayor porcentaje.

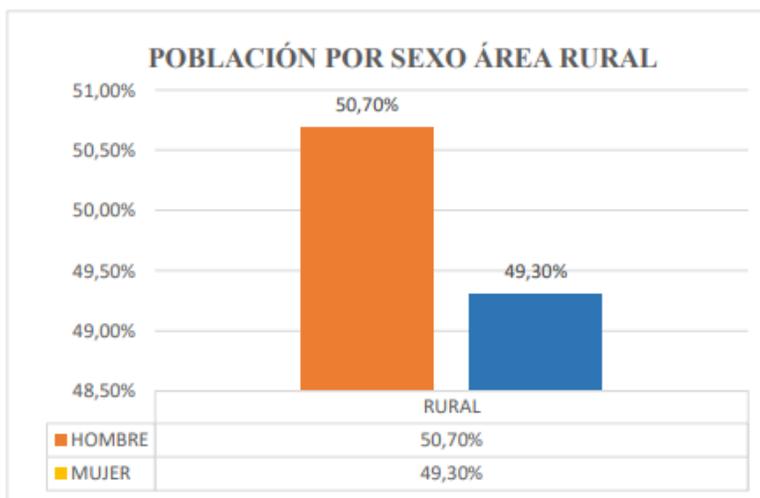


Ilustración 19. Población por Sexo Área Rural. tomado de FIGCONSUL S.A.

El área rural de Nobol concentra a la mayor población del cantón, de la cual el 50,70% son hombres, y el 49,30% son mujeres siendo los hombres el mayor porcentaje.

Nivel de instrucción

El nivel de instrucción de la población, del cual el nivel PRIMARIO como el nivel más alto con 43,50%; con el 27,11% se ubica en el segundo lugar el nivel SECUNDARIO; con el 7,41% el nivel NINGUNO; con el 5,96% se ubica el nivel de EDUCACIÓN BÁSICA, el nivel BACHILLERATO con el 5,06%; la instrucción de SUPERIOR, con el 4,53%, en sexto lugar se ubica el SE IGNORA con el 2,94%; la instrucción PREESCOLAR con el 1,72%; la Opción CENTRO DE ALFABETIZACIÓN, con el 0,84%. CICLO POST BACHILLERATO se ubican en el octavo con el 0,75% y con el 0,18% se ubica en el último lugar la instrucción de POSTGRADO.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN NOBOL		
Nivel	Total	%
Ninguno	1286	7,41%
Centro de Alfabetización/(EBA)	146	0,84%
Preescolar	299	1,72%
Primario	7553	43,50%
Secundario	4707	27,11%
Educación Básica	1034	5,96%
Bachillerato - Educación Media	879	5,06%
Ciclo Pos bachillerato	131	0,75%
Superior	786	4,53%
Postgrado	31	0,18%
Se ignora	510	2,94%
Total	17362	100,00%

Ilustración 20. Nivel de instrucción de la población del Cantón Nobol. Tomado de FIGCONSUL S.A.

Instituciones del Cantón Nobol

El Cantón Nobol cuenta con 17 establecimientos, de las cuales 15 son de sostenimiento Fiscales, 1 Municipal y 1 Particular. Los 3 principales establecimientos con el mayor porcentaje de población educativa son la Escuela de Educación Básica Corina Parral de Velasco con 1220 alumnos que representa al 19,03%, seguida por Unidad Educativa Inés María Balda, con 1100 estudiantes que equivale al 17,16% y la Escuela de Educación Básica Adriana Fuentes con 1068 estudiantes que equivale al 16,66%.

POBLACIÓN POR ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS DEL CANTÓN				
CODIGO	INSTITUCION	SOSTENIMIENTO	CANTIDAD DE ESTUDIANTES	% DE LA POBLACIÓN EDUCATIVA
09H05150	ESCUELA DE EDUCACION BASICA HEROES DEL CENEPA	FISCAL	228	3,56%
09H05151	UNIDAD EDUCATIVA VICENTE PIEDRAHITA CARBO	FISCAL	573	8,94%
09H05152	ESCUELA DE EDUCACION BASICA SAN LUIS DE PETRILLO	FISCAL	11	0,17%
09H05156	COLEGIO LEONARDO RAMÍREZ AMPUERO	MUNICIPAL	78	1,22%
09H05157	UNIDAD EDUCATIVA INES MARIA BALDA	FISCAL	1100	17,16%
09H05158	UNIDAD EDUCATIVA PETRILLO	FISCAL	707	11,03%
09H05160	ESCUELA DE EDUCACION BASICA 6 DE AGOSTO	FISCAL	71	1,11%
09H05161	ESCUELA DE EDUCACION BASICA RAQUEL NARANJO GALAN	FISCAL	513	8,00%
09H05163	ESCUELA DE EDUCACION BASICA NARCISA DE JESUS	FISCAL	32	0,50%
09H05164	ESCUELA DE EDUCACION BASICA CORINA PARRAL DE VELASCO	FISCAL	1220	19,03%
09H05166	ESCUELA DE EDUCACION BASICA 24 DE MAYO	FISCAL	114	1,78%
09H05169	ESCUELA DE EDUCACION BASICA ADRIANA FUENTES	FISCAL	1068	16,66%
09H05171	ESCUELA DE EDUCACION BASICA ROSA HERLINDA MARTILLO	FISCAL	165	2,57%
09H05172	UNIDAD EDUCATIVA NARCISA DE JESUS	PARTICULAR	425	6,63%
09H05173	ESCUELA DE EDUCACION BASICA MARIANITA DE JESUS	FISCAL	70	1,09%
09H05881	ESCUELA DE EDUCACION BASICA 7 DE AGOSTO	FISCAL	24	0,37%
09H05154	ESCUELA DE EDUCACION BASICA MARIA ISABEL MARTILLO CUELLO	FISCAL	12	0,19%
TOTAL	17		6411	100,00%

Ilustración 21. Instituciones del Cantón Nobol. Tomado de FIGCONSUL S.A

Análisis tecnológico

El Cantón Nobol cuenta con conectividad telefónica e internet así mismo con servicios básicos y transporte a continuación se mencionará por cual institución pública o privada les proporciona:

Conectividad telefónica e Internet

Este servicio es proporcionado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) tanto el servicio de teléfono fijo como teléfono móvil y otras dos empresas privadas que prestan el servicio de telefonía móvil e internet inalámbrico: Claro y Movistar.

Servicios Básicos

Mercados: Posee 2 mercados, uno en la cabecera cantonal cuenta con locales de comida, víveres, lácteos, carnes, productos de higiene, etc., el otro situado en la Comuna de Petrillo se expenden diferentes productos de consumo para la comunidad urbana y rural del Cantón. Así mismo también cuenta con sucursales de tiendas como es la Empresa Tía y Tuti.

Eliminación de desechos: La recolección de basura se realiza 3 veces por semana, se realiza por medio de 2 carros recolectores y una volqueta proporcionados por parte del Gad Municipal del Cantón. Los días domingo por la visita de los turistas hacen dos recorridos a las 7am y 18 pm, a los alrededores de la afluencia de los comerciantes.

Agua potable: Los habitantes del Cantón Nobol se abastecen de agua por la Planta de Tratamiento La Toma. El GAD municipal del cantón Nobol cuenta con su empresa cantonal de agua potable y alcantarillado (ECAPAN), encargado del servicio de agua potable y canalización del agua servida. El abastecimiento de la cobertura red pública es del 97% en el área urbana y el 77% en el área rural.

Servicio de energía eléctrica: El cantón Nobol se abastece por el servicio que brinda CNEL (Corporación Nacional de Energía Eléctrica), el 90% de viviendas cuenta con la conexión de red pública. Con una cobertura de servicio en el área urbana del 95% mientras el área rural es el 86%.

Servicios de Transporte

No cuenta con cooperativas de transporte público. El servicio se recibe por las operadoras de transporte que obligatoriamente ingresan al cantón por ser la única vía de acceso donde los conducen a sus destinos entre ellos se mencionan:

Cooperativas Inter – Cantonales: Santa Rosa de Colimes, Balzañeras, Empalmeñas, Pedro Carbo, Santa Lucía y Señor de los Milagros.

Cooperativas Inter – Interprovinciales: Tía, Sucre, Vinceñas, Reina del Camino y Coactur.

Por otro lado, el transporte dentro de la zona urbana y rural que se utilizan son las tricimotos que ofrecen el servicio por un costo de \$0.50 o \$1.00 dependiendo del traslado y el número de pasajeros.

Centros de Salud

Cuenta con 1 hospital tipo B del Ministerio de Salud Pública, en la Comuna Petrillo se encuentran el dispensario médico del seguro 56 campesino IESS y el subcentro de salud del Ministerio de Salud Pública. Cuenta con una ambulancia que está el servicio las 24 horas.

ATRATIVOS TURISTICOS DEL CANTON NOBOL

NOMBRE DEL ATRACTIVO

CARACTERISTICAS

Santuario “Narcisa de Jesús”



El Santuario Nacional Católico Narcisa de Jesús o conocido como Santuario Narcisa de Jesús, es un santuario ecuatoriano, que se encuentra en el cantón Nobol, junto al río Daule, en la Provincia de Guayas. En este lugar se encuentra el cuerpo incorrupto de la Santa Narcisa de Jesús, tiene una capacidad de 800 personas. Los fines de semana se evidencia muchas más visitas de feligreses de diferentes lugares del país y turistas extranjeros.

Museo “Narcisa de Jesús”



En su natal Nobol, y junto al río que la vio nacer, se construyó una especie de «cripta» para albergar el cuerpo de Santa Narcisa a su regreso de Guayaquil; con la construcción del Santuario, este lugar fue transformado en un museo, donde hoy, los peregrinos pueden observar pinturas e imágenes que recuerdan episodios de su vida y algunos objetos que le pertenecieron.

Hacienda “San José”



Se encuentra en una explanada a la orilla derecha del Río Daule, rodeado de sembríos de arroz, bananales y pastizales. El adoratorio principal consta de un mural que contiene una alegoría pictórica de Narcisa de Jesús que describe una escena de su vida. Es un sitio de peregrinación, donde nació la primera Santa del Ecuador, Narcisa de Jesús, lugar de regocijo para orar y conocer más sobre su vida. Así mismo cuenta con puntos gastronómicos en donde se podrá deleitar de la comida típica del Cantón y estar al contacto con la naturaleza.

Malecón “Paseo fluvial”



Lugar en el que se ofrecen paseos fluviales en el río Daule para observar la flora y fauna del ambiente montubio. Las salidas son de lunes a domingo, desde las orillas del malecón de Nobol. Cuenta con capacidad de 12 personas, en el transcurso del paseo se aprecia aves como garzas, patos cuervos, espacios de terrenos donde se cultivan distintos alimentos como el arroz que es uno de nuestros principales ingredientes de alimentación diaria.

“Rancho de Nos”



El Rancho de Nos es un restaurante Campestre Multitemático, que goza de abundante naturaleza y oferta la mejor gastronomía de la región. Es decir que puede disfrutar de una deliciosa gastronomía, así como también de hermosos paisajes, jardines, piscina, vista al Río, es un lugar para relajarse y además disfrutar de placeres gastronómicos

Parque Cultural “Garza Roja”



Complejo turístico donde se ofrecen distintos servicios como: piscinas, museo, canchas, toboganes, cabañas y una capilla. Dentro de este complejo se encuentra “Tierra Viva” que ofrece la vista de búfalos, cerdos, entre otras variedades de animales.

Recorrido “Ruta de la ciruela”



La finca agro turística “Ruta de la ciruela” se encuentra ubicada en la comuna Petrillo. Es un sitio donde se encuentra la mayor producción de ciruela cuenta con puestos de venta de platos típicos del cantón, se puede deleitar bailes folclóricos y emprendimientos.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La propuesta de este proyecto tendrá como finalidad mejorar la Oferta Turística a través del Plan de promoción turística del Cantón Nobol, Provincia del Guayas basado en las fortalezas que posee el cantón de acuerdo a su ubicación y al gran potencial turístico. Las líneas turísticas que se ajustan a esta propuesta son: Turismo religioso y Turismo gastronómico y Turismo cultural.

Por consiguiente, los beneficiarios directos de este plan de promoción turística propuesto son residentes del Cantón de Nobol, incluidos los miembros del GAD de la administración local como representantes del cantón reciben beneficios económicos y sociales durante las visitas turísticas. Asimismo, los turistas son los beneficiarios indirectos de este proyecto desde su inicio ya que se puede plasmar un antes y durante del cambio de la infraestructura, instalaciones, nuevas experiencias y lugares donde el turista puede disfrutar de una experiencia completamente renovada.

ANALISIS FODA

El análisis FODA implica evaluar los fuertes y débiles del entorno interno de una organización, así como su entorno externo, que incluye oportunidades y amenazas. Además, es una herramienta que puede considerarse básica y que permite obtener una visión amplia de la situación estratégica dentro de una organización concreta. Según Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Destino turístico religioso conocido a nivel nacional e internacional. • Diversidad gastronómica criolla. • Acceso directo al río Daule para el desarrollo de actividades. • Posee recursos naturales y culturales. • Ubicación estratégica, conexión interprovincial obligatoria. • Temporada alta debido a festividades patronales y cantonales que se dan en el último cuatrimestre del año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta demanda de turismo religioso en sectores aledaños. • Forma parte de los cantones que integran la ruta de la Fe. • Interés en el destino por parte de entidades públicas y privadas. • Predisposición de los habitantes para capacitarse y recibir turistas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desorganización en materia de turismo, entre las autoridades y la comunidad. • Carencia de puntos de información turística. • Ausencia de estrategias de Promoción y difusión turística del lugar. • Inexistencia de señalética turística para llegar a los principales atractivos turísticos. • Inexistencia de plazas gastronómicas. • Desorden de los vendedores informales en la vía pública. • Servicios y productos no estandarizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indicios de drogadicción y delincuencia en el cantón. • Ausencia de Planes De Financiamiento. • Crisis económica que atraviesa el país. • Vías de acceso en malas condiciones a ciertos atractivos que ofrece el cantón.

Al examinar las fortalezas del cantón, es posible demostrar que es un destino religioso reconocido a nivel nacional e internacional a raíz de la beatificación de Narcisa de Jesús Martillo Moran por el Papa Juan Pablo II retratada por la iglesia como un modelo a seguir de virtud, particularmente para las mujeres latinoamericanas que como ella deben trasladarse del campo a la ciudad en busca de trabajo y sustento. Además, ofrece al turista la oportunidad de degustar una variedad de platos criollos tradicionales, incluyendo el tradicional maduro con queso, seco de pato y pollo, entre otros. Además, gracias a la ubicación del santuario, que además le da acceso directo al río Daule la comunidad puede aprovechar más fácilmente este recurso para

desarrollar actividades como paseos fluviales y visitas a la Hacienda Turística “San José”. Así mismo, Este cantón se beneficia de su ventajosa ubicación pues es una de las principales vías de acceso con otros cantones de la parte norte de la costa y sierra del país lo que frecuentemente provoca que los turistas se vean obligados a pasar por esta zona. Y finalmente cuando se celebran las fechas de cantonización y fiestas patronales, las festividades que se realizan en el cantón son otro punto crucial para el turismo.

Entre las oportunidades mostradas se puede resaltar que en sectores cercanos al cantón existe una gran demanda del turismo religioso. La ruta de la fe es uno de los programas turísticos impulsados por la Prefectura del Guayas, al que pertenece el cantón Nobol, junto con otros cantones que se caracterizan por ser lugares en los que se realizan encuentros religiosos la oportunidad de ganar reconocimiento nacional se presenta de manera excelente para el destino turístico. Además, de despertar el interés por parte de organizaciones públicas y privadas, incluido el Ministerio de Turismo y numerosas universidades.

Por otro lado, se piensa que la desorganización que existe entre las autoridades y los comuneros es una de las principales debilidades para el desarrollo del cantón. Además, Nobol carece de centros de información turística (iTur), pero a pesar de ser un cantón pequeño, necesita al menos un iTur para brindar a los visitantes detalles adicionales o sugerencias sobre atracciones y actividades cercanas sumándole que no cuenta con señalética turística que les indique donde se encuentran estos.

Otra falla del cantón es la falta general de estrategias de mercadeo y difusión turística, como lo demuestra el hecho de que el Santuario Nacional Santa “Narcisa de Jesús” es el único atractivo que aparece en sitios web y que no existe un lugar central donde los visitantes puedan encontrar información sobre otras actividades a realizar en Nobol. También es notorio que al momento de visitar este lugar se observa el desorden en la vía principal donde se encuentran vendedores ambulantes en la vía pública. Por eso, es importante crear espacios gastronómicos que den un buen aspecto al turista añadiendo que la calidad de sus servicios y productos no se encuentran estandarizados.

En lo que corresponde a las amenazas encontrada podemos destacar indicios de drogadicción y delincuencia cerca de la zona al malecón se encuentra un terreno baldío el cual es utilizado por quienes consumen estas sustancias, perjudicando la reputación de la zona y poniendo en peligro la seguridad de los turistas. De la misma forma la crisis económica que vive el país en los últimos dos años ha provocado una disminución en el consumo, particularmente de bienes y servicios de lujo, las personas generalmente limitan sus gastos en este tipo de viajes. También se ha podido observar que las vías de acceso a lugares turístico en este caso complejos como la garza Roja y Rancho se encuentran en malas condiciones por ello es importante que el Gad Municipal tome acciones al respecto.

ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN NOBOL

ACCIONES/ACTIVIDADES	RESPONSABLES/ENCARGADOS
Implementación de un centro de interpretación turística	GAD Municipal de Nobol
Capacitaciones y talleres	Departamento de Turismo del Gad Municipal de Nobol GAD Municipal de Nobol
Promoción Turística	Departamento de Turismo del Gad Municipal de Nobol

Tabla 1. PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA

PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA

Objetivo:

Elaborar el diseño del centro de interpretación turística.

Localización:

Cantón Nobol, Av. Río Amazonas

Descripción y justificación

De acuerdo a la visita de campo realizada en el cantón Nobol, se pudo observar que no existe ningún lugar en el cantón que brinde información al turista al respecto a las actividades y atractivos turísticos que se puede visitar. Se recomienda la creación del centro de interpretación por las razones antes mencionadas, el cual que estará ubicado en la entrada principal de dicho cantón.

Líneas de acción

Implementar Centro de Interpretación Turística

Detalles de línea de acción

Planificación de diseño

Materiales de uso	Madera, vidrio y materiales de construcción.
Boceto	Área Externa
Actores principales	GAD municipal del cantón Nobol Prefectura del Guayas
Plazo de Ejecución	1 año y 6 meses
Presupuesto referencial	\$28,000

IMAGEN PROTOTIPO DE CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA



Ilustración 22. Prototipo de centro de interpretación turística. Tomado de Pinterest. Elaborado por Brenda Karalevich

Tabla 2. PLAN DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE TALLERES DE CAPACITACIÓN

PLAN DE PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN DE TALLERES DE CAPACITACIÓN

Objetivo:

Crear oportunidades educativas para aquellos conectados a la industria del turismo que sea capaz de ofrecer a los visitantes del cantón Nobol bienes y servicios turísticos de primer nivel.

Localización:

GAD Municipal del Cantón Nobol

Descripción y justificación

Acuerdo a la experiencia de la salida de campo al cantón Nobol identifique que las personas que ofrecen sus bienes o servicios a los turistas son deficientes, por la cual es necesario la capacitación que permitirá proporcionar bienes o servicios que satisfagan las necesidades de los turistas, puesto que adquirirán un amplio conocimiento de lo que se refiere al servicio al cliente, guianza y manejo de buenas prácticas de manufactura en alimentos & bebidas.

Líneas de acción

Elaborar tablas de contenidos con las capacitaciones de servicio al cliente, guianza y manipulación de alimentos y bebidas.

Contenido	Objetivos	Metodología	Tiempo
Servicio de Atención al Cliente	Mejorar el servicio al cliente para garantizar que los visitantes nacionales y extranjeros estén satisfechos con la experiencia.	Material audiovisual y didáctico	2 veces por semana (8 horas total)
Conceptualización de buenas prácticas de manufactura (Instalaciones e Infraestructura)	Implementar lineamientos de higiene en los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.	Material audiovisual y didáctico	2 meses

Servicio de guianza	Impartir conocimientos históricos fundamentales del cantón, proporcionar información sobre puntos de referencia, atracciones turísticas, traslado de turistas y manejo de grupos.	Material audiovisual y didáctico	3 meses
---------------------	---	----------------------------------	---------

Actores principales	GAD municipal del cantón Nobol Prefectura del Guayas Instituciones públicas y privadas de 4to nivel
Plazo de Ejecución	10 meses
Presupuesto referencial	\$5,000

Tabla 3. PLAN DE PROMOCION Y DIFUSION TURISTICA

PLAN DE PROMOCION Y DIFUSION TURISTICA MEDIANTE ESTRATEGIAS DE MARKETING

Objetivo:

Promocionar los atractivos turísticos más concurridos y poco concurridos del cantón.

Descripción y justificación

Dado que las redes sociales a nivel profesional facilitan la interacción diaria con usuarios y clientes como un canal directo más de comunicación su uso estratégico ha sido fundamental para la promoción y difusión de todos los servicios y bienes relacionados con el turismo. Los contenidos audiovisuales lideran la red puesto que son valorados por el algoritmo de las plataformas digitales y es más efectivo para la promoción de los destinos. Por otra parte las publicaciones 3D, infografías, imágenes, memes, presentaciones y noticias son opciones adicionales por lo cual hace falta invertir cada vez más en ellos.

Líneas de acción

Promoción y difusión turística

Detalles de línea de acción

Uso de estrategias de marketing

Acciones a realizar

- Creación de una página web donde se proporcione información relevante.
- Pautar la publicidad pagada en las redes sociales, permitirá segmentar usuarios y promocionar la oferta turística por medio del contenido visual.
- Promoción de experiencias online por medio de videos.
- Diseño de volantes impresos donde detalle los atractivos y actividades que se pueden realizar.
- Afiches publicitarios.
- Señalización turística que indique donde se encuentra el atractivo

Actores principales

Departamento de Turismo del GAD municipal del cantón Nobol

Plazo de ejecución

1 año

Presupuesto referencial

\$10,000

CONCLUSIONES

Como resultado del presente trabajo de titulación sobre el Plan de promoción turística del cantón Nobol, se derivan de las siguientes conclusiones:

- Se revisó la literatura donde se obtuvo como resultados la importancia de diferentes conceptos básicos sobre turismo y técnicas tradicionales de promoción turística, así mismo teorías y antecedentes similares de varios autores utilizados en el proyecto contribuyendo al desarrollo del marco teórico y contextual.
- Según la recolección de datos tanto como de las encuestas y entrevista pude deducir que efectivamente el cantón Nobol carece de un plan de promoción turística donde la mayor parte de encuestados solo han visto reseñas y algo de información en ciertas plataformas digitales puesto a la carencia de recursos de difusión turística como sabemos una herramienta en crecimiento en la industria del turismo es la publicidad digital al describir con precisión este aspecto, se puede obtener una mejor comprensión de las oportunidades y desarrollar estrategias más enfocadas y precisas que mejoran la difusión de los destinos atractivos, actividades y servicios.
- Se presentó la implementación de la propuesta en donde detallo las acciones como la implementación de un centro de interpretación turística que brinde información al turista al respecto a las actividades y atractivos turísticos que se puede visitar, capacitaciones y talleres a s habitantes que ofrecen sus productos y servicios en el cantón para que obtengan conocimiento acuerdo al servicio al cliente, guianza y manejo de buenas prácticas de manufactura en alimentos & bebidas y como último punto la promoción y difusión turística mediante estrategias de marketing.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la autoridad del cantón y el Departamento de Turismo del GAD municipal, estar al tanto de los problemas y necesidades que se han identificado en el sector turístico del cantón Nobol para poder corregirlos y posteriormente fomentar el desarrollo turístico en el sector.
- Realizar actividades interculturales como la exposición de creencias y experiencias, manifestaciones artísticas, cultura gastronómica, entre otras al turista para crear un vínculo de familiaridad y a su vez promover la conservación de los recursos.
- Con la inclusión de espectáculos folclóricos y la realización de eventos gastronómicos donde los turistas puedan participar en la elaboración de especialidades típicas les brindara una experiencia novedosa.
- Se recomienda que las atracciones u organizaciones turísticas capaciten a su personal en estas áreas haciendo un uso adecuado de las plataformas digitales manteniéndose al día con las nuevas tendencias y descubriendo como mejorar los servicios que brindan.
- Por otra parte, dado que no se evidencia una mayor promoción el turismo del cantón Nobol la manera más efectiva es a través de herramientas tecnológicas en las encuestas se identificó que la mayoría de la información que reciben los turistas proviene de las redes sociales por eso es importante la creación de contenido multimedia, como, videos y fotografías de calidad ya que hoy en día son los más influyentes y con impacto publicitario en la decisión del turista sobre un destino.
- Última recomendación, Como herramienta de captación de clientes emplear influencers en pautas digitales para promover la llegada de turistas al cantón puesto que, indirectamente influye en la decisión de un turista al elegir su destino por medio de los diferentes canales digitales que ellos manejan debido a que tienen un determinado número de seguidores en las redes sociales y además que poseen una determinada reputación en ellas

BIBLIOGRAFÍA

- Agüera, F. O. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>
- Alayn, Y. M. E. (2020). Plan de promoción turística para la cabaña villa verde perteneciente al cantón ventanas, provincia de Los Ríos, año 2020. <http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5948>
- Alberto, M. C. J. (2019, September 13). Plan de desarrollo turístico del cantón Nobol, provincia del Guayas. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13408>
- Alcaldía Ciudadana de Nobol. (2022, March 3). CANTONIZACIÓN DEL CANTÓN NOBOL - Alcaldía Ciudadana de Nobol. Alcaldía Ciudadana De Nobol -. <https://nobol.gob.ec/index.php/cantonizacion-del-canton-nobol/#:~:text=El%20nombre%20de%20Nobol%2C%20se,la%20zona%2C%20acoder%C3%B3%20su%20sedentaria>
- Aquihuatl Torres, E. C. (2015). *Metodología de la investigación interdisciplinaria*. Self published Ink. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=K1WxCgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Arias. (2016). *JIMDO*. Obtenido de <https://metinvest.jimdofree.com/t%C3%A9cnicas/>
- Behar. (2008). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS. *VivatAcademia*. Obtenido de <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1087/1412>
- Carlos-Albero. (2022). Historia del Canton Nobol. *dokumen.tips*. <https://dokumen.tips/documents/historia-del-canton-nobol.html?page=9>
- Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo*. Universidad de Ovideo.

- El turismo puede proteger y promover el patrimonio religioso. (2014, December 11). OMT. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-12-11/el-turismo-puede-proteger-y-promover-el-patrimonio-religioso#:~:text=%C2%ABEI%20turismo%20religioso%20puede%20ser,las%20generaciones%20futuras%C2%BB%2C%20a%C3%B1adi%C3%B3.>
- Feria Avila, H., Matilla Gonzalez, M., & Mantecón Licea, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Dialnet Unirioja*.
- Grisel, P. F. (2020). Plan de Promoción Turística para el Cantón San Miguel de Urcuquí. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2415>
- Hernandez Mendoza, S. L., & Olguin Guzman, E. (2022). *Repository uaeh*. Obtenido de <https://repositorio.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/20238/metodos-matematicos-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D. F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hortencia, G. O. N. (2017, August 1). La promoción turística de los atractivos culturales del cantón Ambato y su impacto en el incremento de visitantes. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26033>
- LIBRO NUEVO_Teoría-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf. (n.d.). Scribd. <https://es.scribd.com/document/379560477/LIBRO-NUEVO-Teoria-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF-pdf#>
- Lourdes, M. P. L. (n.d.). El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados y retos actuales. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500255

- Morillo Moreno, MC, (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158
- Murillo, L. J. R. (2017, February 1). Plan De Promoción Para El Desarrollo Turístico Del Complejo Rancho Laguna, En La Parroquia Chongón Del Cantón Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14062>
- Ponce Talancón, H. (2007). La Matriz Foda: Alternativa De Diagnóstico Y Determinación De Estrategias De Intervención En Diversas Organizaciones. *Redalyc*.
- Quiroga, F. G., & Pérez, M. S. (2012). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el Medio Ambiente: el estudio de caso de la provincia de Ávila. *M+A*, 0(11). https://doi.org/10.5209/rev_mare.2011.n11.38072
- Reactivación económica: el turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022 – Ministerio de Turismo. (n.d.). <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, AO (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (82), 1-26.
- Serra, P. F., & Serra, P. F. (2022). Clasificación y tipos de turismo. *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/clasificacion-y-tipos-de-turismo/>
- Staff, E. T., & Staff, E. T. (2023). Planificación del espacio turístico de Roberto C. Boullon [PDF]. *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/planificacion-del-espacio-turistico-de-roberto-c-boullon-pdf/>
- Tobón Perilla, SM, & Tobón Perilla, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14 (), 237-249.
- Tomás-Sábado, J. (2010). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos*. . Barcelona, España: Univ. Autònoma de Barcelona.

User, S. (n.d.). ¿Qué es la Teoría General de Sistemas? - SESGE.
<https://www.sesge.org/tgs/2-sin-categoria/150-que-es-la-teoria-general-de-sistemas.html>

Vera Peña, A. E. (2017). *Repositorio Dspace*. Obtenido de
<http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/11>

ANEXOS N°1

Anexo N°1: Encuesta aplicada a turistas que visitan el Malecón 2000 en Guayaquil

PLAN DE PROMOCION TURISTICA PARA EL CANTON NOBOL, PROVINCIA DEL GUAYAS

Hola, me encuentro en mi proceso de titulación, espero contar con su apoyo al responder las siguientes preguntas se les agradece de ante mano.

1. Género

Marca solo un óvalo.

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

2. EDAD

Marca solo un óvalo.

- 20 a 30 años
- 31 a 45 años
- 46 a 50 años
- 51 a 60 años
- 60 + Años

3. Lugar de Procedencia

Marca solo un óvalo.

- Guayas
- Pichincha
- Azuay
- Manabi
- El Oro
- Los Rios
- Otro: _____

4. ¿Ha visitado en alguna ocasión el cantón Nobol?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO
- NO, PERO ME GUSTARIA VISITARLO

5. ¿Cuál de estas variables Ud. considera que seria motivo para visitar el cantón Nobol?

Selecciona todos los que correspondan.

- Religión
- Gastronomía
- Artesanías
- Su cultura
- Sus costumbres
- Paseo
- Otro: _____

6. ¿Cuáles de estos atractivos turísticos conoce?

Selecciona todos los que correspondan.

- Santuario "Narcisca de Jesús"
- Museo "Narcisca de Jesús"
- Hacienda "San José"
- Parque Cultural "Garza Roja"
- Rancho de Nos
- NINGUNO

7. ¿Le gustaría visitar un destino turístico donde le brinden un muy buen servicio personal, buena gastronomía, donde haya juegos de esparcimiento, que tengan seguridad y que esté al alcance de su economía?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO
- No sé

8. ¿Cuál de estas actividades le gustaría realizar al momento de visitar el cantón Nobol?

Selecciona todos los que correspondan.

- Temas religiosos
- Conocer y degustar la gastronomía típica del lugar
- Conocer nuevas culturas y costumbres
- Tener contacto con la naturaleza / paisajes

9. ¿Al momento de tomar una decisión sobre que destino visitar, consulta por redes sociales?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

10. ¿Cómo considera usted la utilidad de promocionar destinos turísticos mediante redes sociales ?

Marca solo un óvalo.

- EXCELENTE
 BUENA
 REGULAR
 MALA

11. ¿Cuál es el tipo de formato de contenido virtual que le llama la atención al turista en el momento de tomar una decisión de viaje?

Selecciona todas las que correspondan.

- Videos
 Anuncios
 Reseñas
 Fotografías
 Otro: _____

12. ¿Mediante qué red social ha encontrado publicidad sobre el cantón Nobol, provincia del Guayas?

Marca solo un óvalo.

- Facebook
 Instagram
 Tik tok
 Página web
 Youtube
 Ninguno
 Otro: _____

ANEXOS N°2

Anexos N°2 Preguntas realizadas en la entrevista

1. ¿Qué tipo de actividades turísticas se pueden ejercer en el Cantón Nobol?
2. ¿Cuáles son las estrategias que se utiliza para promocionar al cantón y captar la atención de los visitantes?
3. ¿En el Cantón Nobol existe poco o mucha afluencia turística?
4. ¿Considera que las actividades del sector turístico han sido apoyadas por el Sector Publico en este Cantón?
5. ¿Cree usted que la publicidad digital en redes sociales influye en la decisión de viaje del turista?
6. De ser así, ¿Tienen identificado que tipo de formato de contenido virtual le atraen al turista?
7. ¿En perspectiva cree que se debiera hacer alguna mejora con respecto a la promoción turística del cantón tanto con atractivos turísticos concurridos como los pocos conocidos con el fin de ampliar la cobertura de estos?
8. ¿Cuál es la red social más efectiva para la difusión de este tipo de contenidos?
9. ¿Cómo ve la información e imagen turística del cantón Nobol que se presenta en las redes sociales?
10. ¿Considera importante realizar publicidad digital en redes sociales sobre los atractivos turísticos del cantón?



**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, **Plúas Haro, Erika Victoria**, con C.C: # **0942169814** autor/a/es del trabajo de titulación: **Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A 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, a los 06 días del mes de septiembre del año 2023

Plúas Haro, Erika Victoria

C.C: 0942169814



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de promoción turística para el cantón Nobol, provincia del Guayas		
AUTOR(ES)	Erika Victoria, Plúas Haro		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	06 de septiembre de 2023	No. DE PÁGINAS:	77
ÁREAS TEMÁTICAS:	Promoción turística, Turismo, Crecimiento socioeconómico		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Promoción turística, Desarrollo turístico local, Turismo religioso		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Nobol es un cantón perteneciente a la provincia del Guayas. Ha sido conocido por fomentar el turismo interno y sobre todo religioso a escala nacional a lo largo de su historia debido a los atractivos que posee, entre esos, la iglesia, los balnearios, y como principal motivo para visitar Nobol es la capilla donde se encuentran las cenizas de la Gran beata Narcisa de Jesús, cabe señalar que la amplitud y cultura gastronómica es otro de los motivos que influyen en cuanto a la visita de los turistas. El objetivo general del presente trabajo es la creación de un plan de promoción turística basado en sus potenciales atractivos turísticos, como, por ejemplo, el misticismo de Santa "Narcisa de Jesús", las especialidades tradicionales del sector, la hacienda "San José", los paseos fluviales por el río Daule, el parque cultural "Garza Roja" y sus fiestas patronales; la cual estas son sus ventajas y oportunidades para avanzar en el desarrollo de la industria turística del cantón.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 969112319	E-mail: erikaaph275@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049	
	E-mail: teresa.knezevich@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):		