



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Tesis Previa a la Obtención del título de:
Ingeniería Comercial con mención en Marketing**

Tema:

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA FOMENTAR LOS
ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA DE
LOS RÍOS.**

Autora:

Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Directora:

Ing. Jenny Rosales

Guayaquil, Julio del 2014

Agradecimiento

Agradezco a mi señor Dios, por sus bendiciones de cada día para seguir adelante ante cualquier obstáculo y cumplir con esta meta.

A mi madre la Lic. Ana Zambrano, por ser pilar fundamental, que ha sabido guiarme, aconsejarme y apoyarme en todo momento de mi vida, por sus valiosos esfuerzos y constantes sacrificios para brindarme una educación de calidad.

A mis abuelos maternos, por su cariño y apoyo a lo largo de estos años de carrera universitaria.

A mi novio, mejor amigo y compañero Rubén Darío, por su amor, paciencia, por brindarme su apoyo incondicional y compartir estos años de carrera universitaria junto a mí.

A mis maestros, quienes impartieron sus conocimientos y su extensa experiencia supieron formarme y alimentar mi intelecto.

A mis amigos y compañeros de universidad, con quienes tuve la oportunidad de compartir este largo camino de aprendizaje.

Finalmente, a todas las personas que desinteresadamente aportaron para la realización exitosa de este proyecto. ¡Dios los bendiga hoy y siempre!

Sindy Stefanía Argüello Zambrano

Dedicatoria

A mi madre Anita, que ha sabido guiarme desde pequeña, por ser motivación para superarme cada día a lo largo de mi vida estudiantil, que ha luchado para que hoy sea quien soy, por su fe puesta en mí, su amor y cariño por sobre todas las cosas.

A mi bebé Alice Amelie, que ha sido mi compañera en todo este largo proceso, porque me ha dado la fuerza para seguir adelante y no decaer en la finalización de este proyecto. Sabiendo que era lo menos que esperaba, es lo mejor que me ha pasado y llegó a este mundo para bendecirme aún más, porque sin duda es mi referencia para mi presente y futuro por venir.

Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Declaratoria de Responsabilidad

La responsabilidad del contenido, conocimientos desarrollados, análisis realizados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, corresponden responsablemente al intelecto de su autora.

Guayaquil, Julio del 2014.

Sindy Stefanía Arguello Zambrano
C.I. 1206287524

Índice General

Agradecimiento.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Declaratoria de Responsabilidad.....	iv
Índice de Tablas	viii
Índice de Imágenes	ix
Índice de Gráficos	ix
Índice de Anexos.....	x
Introducción	1
CAPÍTULO 1.....	2
1. Planteamiento del problema	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Enunciado del problema.....	3
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivo General	5
1.4.1 Objetivos Específicos	5
1.5 Marco Metodológico.....	5
CAPÍTULO 2.....	6
2. Marco Referencial.....	6
2.1.1 Conceptos relacionados con el turismo.....	6
2.1.2 Clasificación del turismo	7
2.1.3 Marketing Turístico	8
2.1.4 Destino Turístico.....	9
2.1.5 Desarrollo Turístico	10
2.1.6 Dimensiones Fundamentales del Desarrollo Turístico	10
2.1.7 El entorno del Marketing	11
2.1.8 Objetivos del plan estratégico de Marketing.....	11
2.1.9 Estrategias de Marketing.....	12
2.1.10 Estrategias de Marketing Mix	12
2.2 Marco Teórico.....	14
2.2.1 Turismo comunitario en Ecuador.....	14
2.2.1.1 Comprendiendo el turismo de base comunitaria desde la comunidad	14

2.2.1.2 Comunidad y turismo de base comunitaria.....	15
2.2.1.3 Comunidad, turismo y turismo comunitario en Ecuador	16
2.2.1.4 Diseño de investigación del turismo de base comunitaria	17
2.2.1.5 El Turismo comunitario desde las comunidades en el Ecuador.....	18
2.2.1.6 Conclusiones de turismo de base comunitaria en el Ecuador	19
2.2.2 Reseña Histórica del Cantón Montalvo	20
2.2.3 Delimitación Geográfica	22
2.2.4 Principales Atractivos Turísticos	23
2.3 Base Legal.....	27
CAPÍTULO 3.....	29
3. Marco Metodológico.....	29
3.1 Estudio y análisis del cantón Montalvo como objetivo del turismo.	29
3.1.1 Desarrollo del estudio de mercado.....	29
3.1.2 Objetivo general de la investigación.....	29
3.1.3 Trabajo de Campo.....	30
3.1.3.1 Datos Cualitativos.....	30
3.1.3.2 Datos Cuantitativos.....	30
3.1.4 Diseño de Cuestionarios	30
3.1.5 Planificación del trabajo de campo	30
3.2 Selección del Universo para trabajar	31
3.2.1 Cálculo del tamaño de la muestra	32
3.2.2 Tabulación y Análisis de Información	33
3.2.2.1 Encuesta dirigida a personas que van en busca de esparcimiento turístico	33
3.3.3 Análisis de los resultados obtenidos	48
CAPÍTULO 4.....	54
4. Plan Estratégico	54
4.1 Objetivos del plan de Marketing.....	54
4.1.1 Visión.....	54
4.1.2 Misión	54
4.2 Objetivos Estratégicos	54
4.3 Análisis del Macroentorno	55
4.3.1 Factores Políticos	55
4.3.2 Factores Sociales.....	56
4.3.3 Factores Tecnológicos	58

4.3.4 Factores Naturales.....	59
4.4 Análisis FODA del cantón Montalvo.....	60
4.4.1 Fortalezas	60
4.4.2 Debilidades	60
4.4.3 Oportunidades.....	60
4.4.4 Amenazas	60
4.4 Oportunidades comerciales al mercado turístico del cantón Montalvo	60
4.5 La Industria turística del cantón Montalvo	61
4.5.1 Atractivos turísticos del cantón Montalvo	61
4.5.2 Planta turística del cantón Montalvo.....	62
4.5.3 Infraestructura turística del cantón Montalvo	63
4.6 Estrategia de posicionamiento de Marketing.....	64
4.7 Estrategias de Relaciones Públicas	66
4.8 Estrategias de Marketing Mix	67
4.8.1 Producto	67
4.8.1.1 Estrategia de Producto	67
4.8.2 Precio	68
4.8.2.1 Estrategia de Precio	68
4.8.3 Plaza o Distribución.....	70
4.8.3.1 Estrategias de Plaza	70
4.8.4 Promoción o Comunicación.....	70
4.8.4.1Estrategias de la Promoción.....	71
4.9 Plan de Financiamiento.....	79
4.9.1 Presupuesto de Inversión para la Promoción Turística del Cantón Montalvo.....	79
4.9.2 Presupuesto Publicitario	80
RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	85

Índice de Tablas

Tabla 2. 1: Resumen de fechas importantes en la historia del Cantón Montalvo	21
Tabla 3.1: Fórmula Muestra Estadística.....	32
Tabla 3.2: Tipo de actividad que realiza en vacaciones.....	33
Tabla 3.3: Zonas del país	34
Tabla 3.4: Frecuencia de viajes por turismo	35
Tabla 3.5: Tipos de turismo	36
Tabla 3.6: ¿Con quién acostumbra a viajar?	37
Tabla 3.7: Zonas turísticas	38
Tabla 3.8: Conocimiento del cantón Montalvo.....	39
Tabla 3.9: Montalvo cantón turístico	40
Tabla 3.10: Razones de visita al cantón Montalvo	41
Tabla 3.11: Lugares que prefiere visitar en el cantón Montalvo.....	42
Tabla 3.12: Medios de comunicación por el cual se enteró del cantón Montalvo.....	43
Tabla 3.13: Infraestructura turística del cantón Montalvo	44
Tabla 3.14: Visita a establecimiento turístico	45
Tabla 3.15: Atención del establecimiento turístico.....	46
Tabla 3.16: Opinión en cuanto al precio en los establecimientos turísticos	47
Tabla 4.1 : Percepción de las Causas de la Delincuencia a Nivel Nacional.....	57
Tabla 4.2 : Percepción de Inseguridad Provincia de Los Ríos.....	57
Tabla 4.3: Nivel de Instrucción del Cantón Montalvo.....	58
Tabla 4.4: Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo	61
Tabla 4.5 : Planta Turística del Cantón Montalvo	62
Tabla 4.6 : Infraestructura Turística del Cantón Montalvo.....	63
Tabla 4.7: Posicionamiento en base a precio / calidad.....	69
Tabla 4.8: Costos de Promoción o Comunicación	80

Índice de Imágenes

Imagen 2.1: Cantón Montalvo en el Año de 1958	20
Imagen 2.2: Ubicación Montalvo.....	22
Imagen 2.3: Santuario Virgen de los Remedios.....	23
Imagen 2.4: Iglesia de Santa Marianita.....	24
Imagen 2.5: Río Cristal	24
Imagen 2.6: Río la Esmeralda	25
Imagen 2.7: Complejo Turístico la Perla	26
Imagen 2.8: Balneario Turístico Pisagua	26
Imagen 4.1: Siembra de árboles	65
Imagen 4.2: Caminata al río	65
Imagen 4.3: Logo cantón Montalvo	66
Imagen 4.4: Ilustración de un reportaje de Montalvo	73
Imagen 4.5: Diseño de tríptico anverso y reverso	74
Imagen 4.5: Diseño de tríptico anverso y reverso	75
Imagen 4.7: Diseño de valla publicitaria.....	76
Imagen 4.6: Diseño de portada de revista	76
Imagen 4.8: Diseño de mapa turístico del cantón	77
Imagen 4.9: Diseño página web del cantón	78
Imagen 4.10: Diseño página red social facebook.....	79

Índice de Gráficos

Gráfico 1.1: Visitas a la Provincia de Los Ríos	3
Gráfico 3 1: Tipo de actividad que realiza en vacaciones.....	33
Gráfico 3.2: Zonas del país	34
Gráfico 3.3: Frecuencia de viajes por turismo	35
Gráfico 3.4: Tipos de Turismo	36
Gráfico 3.5: ¿Con quién acostumbra a viajar?	37
Gráfico 3.6: Zonas Turísticas	38
Gráfico 3.7: Conocimiento del cantón Montalvo.....	39

Gráfico 3.8: Montalvo cantón turístico	40
Gráfico 3.9: Razones de visita al cantón Montalvo	41
Gráfico 3.10: Lugares que prefiere visitar en el cantón Montalvo	42
Gráfico 3.11: Medios de comunicación por el cual se enteró del cantón Montalvo ..	43
Gráfico 3.12: Infraestructura turística del cantón Montalvo	44
Gráfico 3.13: Visita a establecimiento turístico	45
Gráfico 3.14 : Atención del establecimiento turístico.....	46
Gráfico 3.15: Opinión en cuanto al precio en los establecimientos turísticos	47

Índice de Anexos

Anexo 1 : Instrumento de recolección validado por Lic. Frida Bohórquez.....	85
Anexo 2: Instrumento de recolección validado por Ing. Francisco Herrera.	88
Anexo 3: Instrumento de recolección validado por Lic. Cristhian Guerra.	91
Anexo 4: Formato de encuesta.....	94
Anexo 5: Formato de entrevistas propietarios y autoridades.....	96
Anexo 6: Objetivos de entrevista a los propietarios.....	99
Anexo 7: Objetivos de entrevista a las autoridades	100
Anexo 8: Objetivos de encuesta a personas en busca de esparcimiento turístico...	101
Anexo 9: Resultados de las entrevistas.	102
Anexo 10 : Fotos realizadas durante la investigación de campo.	108



Sede Guayaquil

Carrera Administración de Empresas Mención Marketing

“Plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos turísticos del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.”

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

sindysteff@icloud.com

Directora: Ing. Jenny Rosales

jrosales@ups.edu.ec

RESUMEN

Esta investigación comienza por describir la realidad turística actual del cantón Montalvo, el objetivo principal de este plan estratégico de marketing es diseñar estrategias para fomentar sus atractivos turísticos en general, buscando incentivar y mejorar la actividad turística.

La implementación de un plan estratégico de marketing para fomentar el turismo contribuirá al crecimiento del cantón Montalvo en el ámbito social y económico, causando que el proyecto tenga un impacto positivo en la población montalvina. Es necesario contar con el apoyo total de sus principales autoridades para que los objetivos estratégicos planteados en el proyecto se realicen con éxito y se logren los resultados esperados.

Primero, se procedió a determinar los aspectos generales del cantón como son la delimitación geográfica, clima, población entre otros; de igual manera se realizó un análisis de la situación actual del turismo en este sector, así como un estudio de sus atractivos, planta e infraestructura turística para tener una visión de la situación turística en la que se encuentra el Cantón.

La metodología empleada en esta investigación es de carácter descriptivo y analítica sintética. Después, se procedió al estudio de mercado para conocer las principales necesidades, requerimientos de los turistas y propietarios relacionados con el sector empresarial turístico, razón por la cual como técnicas de investigación se aplicaron encuestas y entrevistas.

Para finalizar, este trabajo de investigación se diseña un plan estratégico el cual estará compuesto por estrategias de posicionamiento, relaciones públicas y marketing mix para ayudar a la promoción y publicidad del turismo en el cantón Montalvo.

PALABRAS CLAVES: Montalvo, Plan Estratégico de Marketing, Turismo, Estrategias, Turismo Comunitario.

ABSTRACT

This research begins by describing the current tourist situation of Montalvo County, the main objective of this strategic plan is to design marketing strategies to promote local tourist attractions, and seeking this way to encourage and improve tourism.

The implementation of a strategic marketing plan to promote tourism contribute to the growth of Montalvo in the social and economic sphere, causing the project to have a positive impact of Montalvo`s population. You need to have the full support of its main authorities for the strategic objectives outlined in the project are carried out successfully and expected results are achieved.

First, we proceeded to determine the general aspects of this county such as geographical demarcation, weather, population, and others; an analysis of the current state of tourism in this county was also performed as well as an evaluation of tourist attractions and infrastructure in order to gain a better insight of the current tourist situation of Montalvo.

The methodology used in this research is descriptive and analytical synthetic. Then he proceeded to market research to know the main needs, requirements of tourists and owners related to the tourism business, which is why research techniques as surveys and interviews were applied.

Finally, this research will contribute with designed a strategic plan which will consider positioning strategies, public relations, and marketing mix to help in the promotion and advertising of tourism in Montalvo.

KEYWORDS: Montalvo, Strategic Marketing Plan, Tourism Strategies, Community Tourism.

Introducción

El diseño de un plan estratégico de marketing que permita fomentar los atractivos turísticos del cantón Montalvo; surge de la observación de la autora, por ser considerado entre sus habitantes como cantón turístico, ubicado en un lugar privilegiado, el punto de encuentro de serranos y costeños. Por ese motivo el propósito de este proyecto es dar a conocer al cantón a nivel nacional y de reactivar el potencial turístico, obteniendo un crecimiento sostenido de turistas que aumente y mejore la situación económica de la comunidad en general.

En el capítulo 1, se desarrolla una breve descripción general sobre el cantón Montalvo su historia, delimitación geográfica, límites y además, sus principales atractivos turísticos; también se revisará la importancia de ejecutar este proyecto para fomentar desarrollo de turismo rural y de aventura en el cantón Montalvo.

En el desarrollo del capítulo 2, se expresan las principales definiciones de los conceptos teóricos utilizados mediante la elaboración de este trabajo; además de presentar el contenido de la base legal, donde se especifican las principales leyes que deben aplicarse en el cumplimiento de los objetivos de este proyecto.

En el capítulo 3, es importante diagnosticar la situación actual del turismo del cantón Montalvo, es aquí donde se lleva a cabo la investigación de mercado con el objetivo de obtener datos precisos y actuales por medio del trabajo de campo realizado, concluyendo este capítulo se realizó la tabulación junto al análisis de datos obtenidos.

El capítulo 4, comprende la elaboración del plan estratégico de marketing el mismo que será desarrollado mediante una serie de estrategias de marketing que permitan dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón, se finaliza el proyecto con las conclusiones y recomendaciones respectivas las cuales en un futuro servirán para investigaciones relacionadas al tema de este trabajo, aplicación y práctica del mismo.

CAPÍTULO 1

Plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos turísticos del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

1. Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes

El cantón Montalvo, ubicado en la provincia de Los Ríos tiene una producción agrícola y comercial prodigiosa que constituye su principal actividad, aunque existen otras fuentes de ingresos poco desarrolladas como el turismo debido al desconocimiento de su potencial.

En la actualidad en la provincia existen algunos problemas que limitan el desarrollo de la actividad turística tales como: infraestructura inadecuada en ciertos sectores, falta de promoción y turismo, necesidad de organizaciones especializadas que brinden información a los turistas acerca de los principales puntos de interés.

Determinar el flujo de turismo hacia el cantón Montalvo, no es una tarea muy fácil, puesto que no existe un sistema de información turística a nivel cantonal, ni tampoco se cuenta con los registros apropiados de visitantes a las diversas atracciones turísticas del cantón.

Montalvo cuenta con un potencial turístico que bien explotado, permite ofertar además de los balnearios existentes en la cabecera cantonal otro tipo de propuesta turística como: caminatas, ciclismo, camping y turismo comunitario, lo que ofrecerá diversas actividades que atraigan a un target diferente y variado de turistas provenientes del todo el país.

1.2 Enunciado del problema

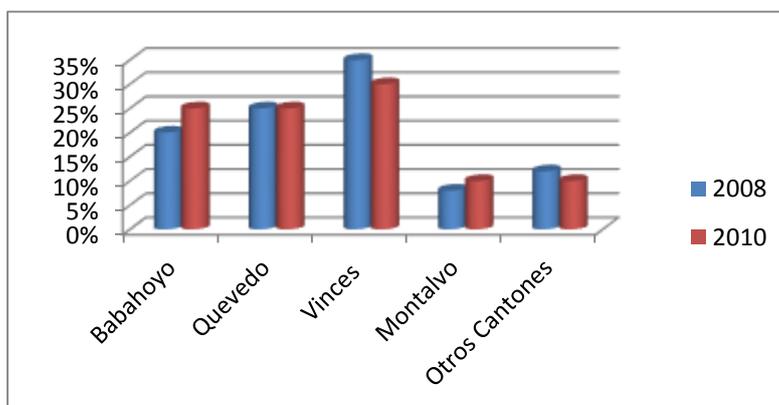
En la actualidad la provincia de Los Ríos no ha desarrollado plenamente ésta actividad debido a que se ha enfocado más en el sector agrícola, que por muchos años su economía ha estado basada en la producción y comercialización de productos agropecuarios. (Gobierno Provincial de Los Ríos, 2011).

La mayoría de los lugares turísticos de la provincia aún no han sido explotados en su totalidad pero se nombra los más conocidos como Babahoyo, Quevedo, Vinces y Montalvo entre otros cantones que cuentan con atractivos turísticos naturales. (Gobierno Provincial de Los Ríos, 2011).

El turismo del cantón Montalvo debería ser visto como una verdadera alternativa de crecimiento económico, porque su ocupación principal y el mayor porcentaje de explotación es la actividad agrícola por cultivos como el arroz, soya, maíz, plátano entre otros.(Gobierno Provincial de Los Ríos, 2011).

Según datos estadísticos se determinó que la visita de turistas hacia la provincia de Los Ríos en el año 2008 fue de quince mil personas en el feriado de carnaval, mientras que en el 2010 fue de dieciocho mil.

Gráfico 1.1: Visitas a la Provincia de Los Ríos



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

En el cantón Montalvo no existe un estudio donde se concrete el tipo de turista que visita la zona, tampoco establecen los diferentes segmentos de mercado que se interesan por ir al Cantón. Esta información es necesaria para ofrecer productos acordes a los gustos y expectativas de los visitantes.

Es una actividad poco desarrollada debido a la necesidad de información, porque no ha recibido la promoción y difusión necesaria para llamar la atención de los turistas, el cantón Montalvo tiene atractivos turísticos que no son explotados adecuadamente y como consecuencia no tiene un flujo constante de visitas.

1.3 Justificación

El presente trabajo investigativo tiene como objeto dar a conocer el potencial turístico del cantón Montalvo, resaltando sus bondades climáticas y naturales.

Otra de las razones que se tienen para realizar este plan son los atributos geográficos del sector que bien merecen ser aprovechados por los turistas de costa y sierra ya que se encuentran en una ubicación de fácil acceso para ambas regiones.

La difusión de las bondades del sector también contribuirán al crecimiento turístico y el desarrollo equitativo de la comunidad montalvina, la idea es establecer una zona turística poco considerada en función socioeconómica; por lo tanto será el motor para establecer cambios educativos, sociales, económicos y básicamente no solo dependerá de la actividad agrícola como su ocupación principal.

Además la información que aporte esta investigación servirá para futuros trabajos de estudiantes y profesionales de esta especialidad. Por las razones expuestas anteriormente se plantea la realización de un plan estratégico de marketing para obtener nuevas alternativas de turismo que permita mejorar ingresos económicos del cantón Montalvo y brindar nuevas oportunidades a la imagen del sector.

1.4 Objetivo General

- ❖ Diseñar un plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos del sector que permitan reactivar el potencial turístico del cantón Montalvo.

1.4.1 Objetivos Específicos

- ❖ Diagnosticar la situación del turismo dentro del cantón Montalvo.
- ❖ Realizar un inventario categorizado y jerarquizado de los atractivos turísticos existentes en el cantón Montalvo.
- ❖ Establecer estrategias de marketing que permitan comercializar el turismo de Montalvo en el mercado nacional.
- ❖ Determinar los mecanismos publicitarios y su financiamiento.

1.5 Marco Metodológico

Este proyecto de investigación se apoyó por medio de la realización de trabajos de campo como entrevistas a propietarios de establecimientos del sector turístico y entrevistas a las principales autoridades del Cantón, también se realizaron encuestas a personas en busca de esparcimiento turístico con la finalidad de obtener la información necesaria. Para la elaboración de este proyecto, se emplearon las siguientes metodologías:

- ❖ Descriptiva, permitirá medir y evaluar diversos factores del fenómeno a investigar, para conocer las necesidades de los turistas, ¿por qué eligen un destino?, ¿qué esperan de un servicio de alojamiento? , ¿qué actividades les gustaría realizar? , etc.
- ❖ Bibliográfica y documentada, relacionada con la información recopilada de distintos medios de investigación.
- ❖ Analítica sintética, por el diagnóstico de la situación del turismo dentro del Cantón, las futuras actividades y estrategias de marketing.

CAPÍTULO 2

2. Marco Referencial

2.1 Marco Conceptual

En el desarrollo de este capítulo están las definiciones de los términos más importantes que se usarán en el proceso de este plan estratégico de marketing. Se debe tener claro estos conocimientos para entender el enfoque y el proceso de la investigación.

2.1.1 Conceptos relacionados con el turismo

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual; por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución directa al desarrollo regional y nacional de las economías. (OMT, 1999).

Según la organización mundial de turismo (OMT): “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual con fines de negocio.

Según (Luis Fernández Fuster , 1978), el turismo es:

Es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.

Considerando estas definiciones, se concluye que el turismo es una fuente de ingreso importante, se ha convertido en una maravilla social por la cantidad de personas que se trasladan del lugar de residencia a otro destino, generando de esta manera remuneración en las actividades recreativas.

2.1.2 Clasificación del turismo

Según (Roberto Boullón , 1999) presenta la siguiente clasificación:

- ❖ **Turismo receptivo o receptor:** es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino.
- ❖ **Turismo interno o doméstico:** es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo.
- ❖ **Turismo emisor o emisor:** es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros.
- ❖ **Turismo nacional:** considera a los viajeros que se desplazan dentro del territorio nacional y no requieren de ningún documento migratorio.
- ❖ **Turismo extranjero:** considera al viajero que proviene de otro país y se interna dentro del territorio nacional y se requiere de documentos.
- ❖ **Turismo de aventura:** podría definirse como recreación al aire libre, donde el propósito del viaje es experimentar actividades con cierto riesgo.
- ❖ **Turismo rural:** comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina.
- ❖ **Turismo de negocios:** es el que practica el hombre de negocios desarrollando sus actividades mercantiles y aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean.
- ❖ **Turismo comunitario:** es una actividad que mueve elementos de producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción del turista.

Dentro la clasificación mencionada, el cantón Montalvo cuenta con un potencial turístico rural, posee abundante flora y fauna, el cual se considera como un lugar ideal para la práctica de actividades recreativas, deportivas, culturales; para el turismo comunitario y de aventura, de aquí parte la necesidad de promover este cantón como destino turístico.

Con el pasar del tiempo, la naturaleza está representando un papel importante cada vez más encaminado al turismo de aventura, se plantea compartir momentos de adrenalina por medio de actividades deportivas, la idea es disfrutar y vivir el medio ambiente donde se conserva su estado natural.

Como lo expone el autor (Campo, 2008) en un artículo publicado de la Revista de Turismo y Patrimonio Cultural:

El turismo en Ecuador corresponde a la tercera actividad económica en importancia tras la extracción de petróleo y la producción de plátano, atrayendo 700 mil visitantes al año. La extraordinaria biodiversidad y riqueza cultural de este pequeño país sudamericano son los catalizadores del sector turístico.

2.1.3 Marketing Turístico

Según el autor (Krippendorf 1997): *El marketing turístico es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima por determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado.*

El cantón Montalvo no cuenta con la promoción turística necesaria, sino fuera por los cantones o ciudades de las provincias que están a su alrededor, no sería visitado, a pesar de que cuenta con lugares de recreación muy relevantes. Una adecuada aplicación del marketing puede ayudar para que se conozca a nivel del país y en el exterior.

2.1.4 Destino Turístico

El destino turístico, es considerado como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras que atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existen en otras zonas. (Enrique Bigné, 2000).

En base a la información como lo manifiesta el siguiente artículo del diario “El METRO”:

La serie de reconocimientos internacionales a los destinos y atractivos turísticos del Ecuador, que han puesto al país andino en la boca de todo el mundo. Recibiendo el premio al mejor destino de turismo de naturaleza y vida silvestre del mundo en el marco de la prestigiosa feria World Travel Market, en Londres. En este evento, el tren ecuatoriano, patrimonio histórico-cultural rescatado en el gobierno del presidente Rafael Correa, recibió el reconocimiento como mejor producto turístico.

La designación de Ecuador como mejor destino de naturaleza y vida silvestre va a abrir los ojos a las operadoras turísticas. “Dado que el mundo nos reconoce ya como destino, tenemos que empujar para que la oferta de servicio, la oferta de la calidad de servicio, se mejore en el país.” (Vinicio Alvarado, 2013).

El Ecuador cuenta con destinos turísticos importantes e interesantes; el cantón Montalvo a pesar de ser pequeño podría convertirse en uno de ellos, cuenta con la tranquilidad de un clima cálido donde los turistas pueden realizar satisfacer sus necesidades de esparcimiento.

El destino es un sitio o lugar determinado con flora, fauna e infraestructura adecuada que permite disfrutar al turista, en el caso del cantón Montalvo es una localidad con escenarios turísticos atractivos que posee imponentes ríos y balnearios con diferentes actividades para el deleite de los visitantes.

2.1.5 Desarrollo Turístico

Según la organización mundial del turismo (OMT, 1999):

El desarrollo turístico sería el resultado de la consecución de esa sustentabilidad en los planos económico, sociocultural y ecológico, definiendo el turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, proveer una mayor calidad de experiencia turística, mantener la calidad del medio ambiente, la consecuencia de mayores niveles de rentabilidad económica para los residentes y asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.

Según el párrafo anterior es posible decir que el desarrollo turístico se fundamenta en mejorar las expectativas de los turistas enriqueciendo la infraestructura del destino ofreciendo un servicio que genere beneficios, creando fuentes de ingresos para la comunidad mediante las actividades turísticas.

2.1.6 Dimensiones Fundamentales del Desarrollo Turístico

Según (Hunter, 1995), menciona tres dimensiones fundamentales del desarrollo turístico:

- a) La comunidad local: se trata de un desarrollo turístico que persigue satisfacer las necesidades y deseos de la población local en términos de mejora de los estándares y calidad de vida.
- b) La de los visitantes: pretende satisfacer, además las demandas de los turistas y de la industria turística, y mantener los atractivos para ambos en orden a alcanzar el objetivo anterior.

- c) Los recursos naturales: trata de preservar, por último los recursos ambientales que son base del turismo, tanto en sus componentes naturales, como construidos y culturales, en orden a lograr los dos objetivos anteriores.

Estas formas de desarrollo turístico indican la manera de mejorar las infraestructuras, la calidad de los servicios e innovar la oferta turística para descubrir como satisfacer las necesidades, deseos de los visitantes y descubrir que esperan del sitio que han elegido conocer.

2.1.7 El entorno del Marketing

Por referencia del autor (Hugo García, 2008): el entorno del marketing son los participantes y fuerzas externas que influyen en la capacidad del marketing para desarrollar transacciones exitosas con sus consumidores objetivos.

Se trata de un elemento de profunda incidencia sobre la empresa, el cual tan pronto puede representar ventajas como inconvenientes y la empresa debe utilizar sus sistemas de investigación de mercados y su información del marketing para observar el medio cambiante en el que se desenvuelve.

El análisis del macroentorno para el autor (Rivera, 2012) es indispensable para las acciones competitivas de las empresas, pues si éstas desean anticiparse a los competidores y a los cambios de sus mercados, también deben anteponerse a la posible afluencia de este tipo de variables.

2.1.8 Objetivos del plan estratégico de Marketing

Para el autor (Ivan Thompson, 2006) un plan estratégico de marketing debe contener la siguiente formulación de objetivos:

- a) **Objetivos de marketing:** guardan una relación estrecha con las metas y estrategias de toda la compañía. Un detalle importante, es que cada objetivo de

marketing debe recibir un grado de prioridad de acuerdo con su urgencia y su efecto potencial en el área y en la organización.

- b) Objetivos de innovación:** se relaciona con la creación de productos nuevos, uso de tecnología nueva para la producción, reorganización administrativa, etc.
- c) Objetivos de recursos humanos:** se compone de tres factores como el desempeño, la actitud y desarrollo de los trabajadores (capacitación).
- d) Objetivos de responsabilidad social:** tiene que ver con la responsabilidad que deben tener las organizaciones para con la sociedad.
- e) Objetivos de productividad:** se manejan los procesos con eficiencia dentro de la organización.

2.1.9 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing consisten en satisfacer las necesidades o deseos de los clientes al mismo tiempo permitiendo competir adecuadamente con los competidores.

Como referencia de la autora (Concepción LLamas, 2009) se definen todas las estrategias de marketing que lleven a cabo de acuerdo a nuestro público objetivo basados en la información obtenida en la tercera etapa de las funciones de marketing.

2.1.10 Estrategias de Marketing Mix

Marketing Mix o la mezcla de mercadotecnia para el autor (Hugo García, 2008) es uno de los elementos tácticos más importantes del Marketing moderno y cuya clasificación de herramientas o variables las 4 P's han constituido durante muchos años la estructura básica de diversos planes de marketing. Las 4 P's conforman la mezcla de mercadotecnia son: producto, precio, plaza (distribución) y promoción.

❖ **Producto**

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta, para que satisfaga una necesidad. (Hugo García, 2008). Para esta ocasión con la ayuda de las encuestas realizadas en el capítulo tres, refleja que los turistas prefieren realizar el turismo rural y de aventura.

❖ **Precio**

Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios para él maestro (Philip Kotler, 2001), un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. El precio valor monetario que se asigna a un producto al momento de venderlo, y estrategias de precios son simplemente decisiones que tomamos relacionadas al precio de un producto.

❖ **Plaza o Distribución**

La plaza o distribución según (Komiya, 2012) consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta.

Para el autor (Philip Kotler, 2001) la plaza o la distribución constituye acciones que permiten trasladar un producto o servicio desde la empresa hacia el mercado, pueden ser puntos de venta, o diferentes canales que generaran accesibilidad al y del mercado.

❖ **Promoción o Comunicación**

La comunicación y la promoción para los autores (Kotler, Hayes, Bloom, 2004) tienen como objetivo el significado de la información sea comprendido por vendedor y comprador; es decir, la información que brinda la empresa para dar a conocer su propuesta de valor (productos y servicios) al mercado y facilitar la satisfacción de sus necesidades.

2.2 Marco Teórico

A continuación se dará a conocer un estudio que forma parte de un proyecto que fue realizado en el mes de Octubre del año 2008 por la Universidad de Cuenca (Ecuador) y la Universidad de Pablo de Olavide (España) que brindó su apoyo para el desarrollo del turismo en el país.

2.2.1 Turismo comunitario en Ecuador

El Ecuador, país que tiene grandes condiciones en su ecosistema, con una posición geográfica en la zona ecuatorial, la presencia de la Cordillera de los Andes es considerado dentro de los países mega-diversos del mundo.

2.2.1.1 Comprendiendo el turismo de base comunitaria desde la comunidad

Para el autor (Alberto del Campo, 2008): el avanzado impulso que ha obtenido el turismo de base comunitaria, como vía para un turismo sostenible y estrategia para el desarrollo social impulsa a profundizar la comprensión de esta investigación.

El tema principal de la investigación es el turismo comunitario en Ecuador, donde se han seleccionado cinco comunidades (Tunibamba, Huertas, Machacuyacu, Caguanapamba y Agua Blanca) de diferentes provincias del país para llevar un estudio etnográfico en profundidad.

La inquietud por obtener un turismo sostenible ha animado crecientemente a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas en el medio ambiente. De esta manera, la impotencia para reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos de una gran parte de la humanidad ha transformado al turismo en estrategia emergente para el desarrollo económico e igualdad de la población.

Hoy en día todo negocio turístico cuenta con una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización turística comunitaria se cambia en el auténtico elemento distintivo del turismo de base comunitaria que define: la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad.

Desde este punto de vista se determinan los estudios que se anclen teórica y metodológicamente en las propias comunidades. Entonces se cuenta con doble objetivo:

- a) Investigar la comprensión del turismo de base comunitaria a través de la focalización analítica en la comunidad y como consecuencia de ello.
- b) Dirigir indicadores para evaluar la sostenibilidad de proyectos y experiencias de turismo de base comunitaria.

2.2.1.2 Comunidad y turismo de base comunitaria

(Macarena Hernández, 2008) Expone a la comunidad como socio antropológico y da a conocer lo siguiente:

- ❖ Comunidades simbólicas: exclusivamente se refiere a contextos simbólicos apoyados en discursos y prácticas de identificación colectiva en los que pesan más las vinculaciones personales que las relaciones y redes propiamente dichas.
- ❖ Comunidades tradicionales: constituye principalmente un contexto organizativo, de control y gestión social, en que los individuos se encuentran integrados y desde el cual gobierna en gran parte de sus vidas.

Debe quedar claro que en las comunidades interpretar el desarrollo de la actividad turística debe estar a la medida, de tal forma que no todo agregado humano puede ser considerado comunidad: un colectivo, la sociedad civil, un grupo, una ciudad, no son comunidades en el sentido que se requiera.

La comunidad no es considerada una cosa, sino una forma y no es un marco en el que todos son iguales o se hacen las cosas entre todos, hay que encaminarla un contexto de vida social con sus propias lógicas desde el que se decide que se hace colectiva o individualmente entre los que tienen capacidad de decisión.

Por tanto hay que reflexionar, la comunidad representa un ámbito más racional que romántico; ahí su funcionalidad por ejemplo, para el mundo turístico gestionando la diversidad de intereses y situaciones que la rodean.

2.2.1.3 Comunidad, turismo y turismo comunitario en Ecuador

En el Ecuador como explica el autor (Pedro Cantero, 2008), la palabra comunidad engloba una dimensión histórica, jurídica, socio-organizativa, de gestión de recursos y de reivindicación política indígena campesina que forma parte de la vida cotidiana de muchos ecuatorianos.

Regresando en el tiempo se dice que las comunidades ecuatorianas se constituyen a partir de finales de los años treinta, como forma de restituir la vinculación entre los pueblos indígenas y sus territorios, una vez que el régimen de haciendas había perdido gran parte de su sentido económico.

Por ende, la comunidad se introduce en la organización política administrativa del estado y se da consistencia a los derechos indígenas que reconoce la constitución del año 1998.

Durante las últimas décadas del siglo XX las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente a proyectar su participación en la actividad turística elaborando una propuesta propia del turismo comunitario. Existen sesenta comunidades indígenas y campesinas que ofertan turismo comunitario, apreciando esas actividades que benefician directa e indirectamente a unas quince mil personas.

La minga y otras formas de trabajo colectivo sirven de base tanto para la organización como para la generación y mantenimiento de las infraestructuras turísticas (que no solo se utilizan para fines turísticos); las rotaciones y el acceso (individual o por familias) a las oportunidades de un negocio turístico se establecen como líneas preferentes de organización.

Hasta ahora el turismo comunitario es una de las actividades que se llevan a cabo en la comunidad a partir de los recursos que posee y gestiona. Esperando que el Ecuador se convierta en un inmejorable laboratorio para el estudio de turismo de base comunitaria tanto por la precisión socio político administrativo de las comunidades como por el potencial de las experiencias y el nivel de formalización, regulación y organización de las mismas.

2.2.1.4 Diseño de investigación del turismo de base comunitaria

La estrategia de esta investigación según el autor (Agustín Coca, 2008), se acerca a la cotidianidad del turismo en las comunidades, esta es la esencia de los estudios de caso etnográficos respetando la necesidad de conocimiento empírico para abordar un fenómeno aún incierto a nivel teórico.

Las cinco comunidades estudiadas (Tunibamba, Huertas, Machacuyacu, Caguanapamba y Agua Blanca) se reparten por las tres grandes áreas del Ecuador – Amazonía, Sierra y Costa. Se ha considerado criterios geográficos culturales como criterios directamente relacionados con el desarrollo y las tipologías del turismo comunitario en Ecuador.

Es decir, que las distintas tipologías de producto turístico comunitario, sea este de carácter más cultural, étnico, natural o vivencial. En las comunidades de Tunibamba, Machacuyacu y Agua Blanca la actividad turística alcanza un notable éxito y relevancia, en las otras dos se está intentando implantar el turismo como parte de la estrategia de desarrollo local.

Entre Marzo del año 2006 y Junio 2007 los investigadores en las comunidades desarrollaron un diseño etnográfico y análogas herramientas técnicas con períodos de estancia que varían entre tres y cuatro meses en cada comunidad. Permitiendo que las comunidades encaren la actividad turística y verificar su funcionamiento en la actualidad.

2.2.1.5 El Turismo comunitario desde las comunidades en el Ecuador

Conocer el turismo comunitario para el autor (Campo, 2008), es una misión distinta de las actividades y recursos, de esta forma vincular la existencia de un espacio de organización autónoma junto con el mercado y otros factores.

En la comunidad de Machacuyacu (Provincia de Napo) que pertenece a la Región Amazónica, se relaciona de forma directa con los procesos de participación, de gestión y de repartos colectivos de ganancias que beneficia esta estructura organizativa que respalda el orden efectivo del grupo sobre el turismo produciendo un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios.

El liderazgo en la comunidad de Huertas (Provincia del Azuay) que pertenece a la Región Sierra Sur, indica que la táctica de articulación y compenetración de los niveles individual, familiar, comunitario y global forman esencial en el funcionamiento del día a día.

En el caso de la comunidad de Caguanapamba (Provincia del Cañar) que pertenece a la Región Sierra sector centro, se ha explorado alrededor de un proceso de participación externa en el que tanto la ausencia manifiesta del estado y organismos internacionales para el desarrollo, han venido marcando parte del pueblo Cañari.

En cambio en la comunidad de Agua Blanca (Provincia de Manabí) que pertenece a la Región Costa, se confirma el nivel de apropiación colectiva sobre elementos tan dispares como el bosque seco, las ruinas arqueológicas o la laguna de agua sulfurosa en la que turistas y nativos se bañan, comprobando el diálogo que los productos turísticos mantienen historia y el territorio de la comunidad.

Según la comunidad de Tunibamba (Provincia de Imbabura) que pertenece a la Región Sierra sector norte, la interacción de aspectos sociales y económicos, demuestra a los agentes del turismo comunitario el crecimiento de estrategias y tácticas de inserción en el mercado desde las lógicas y cosmovisiones comunitarias.

La principal relación del turismo comunitario se debe a los turistas y huéspedes considerados parte fundamental de la transacción económica que define todo mercado y sus formas adquieren características muy especiales en el turismo de base comunitaria. Sin olvidar que las relaciones sociales sirven de apoyo a las económicas, actuando, incluso, como estrategia para la potencia de estas comunidades.

Se comprueba que las comunidades de Agua Blanca, Machacuya o Huertas el turismo comunitario aumenta en cuanto tiene un encaje lógico en el ethos (palabra griega que significa costumbre) de las comunidades aprovechando su punto de relaciones y su capacidad de improvisación.

2.2.1.6 Conclusiones de turismo de base comunitaria en el Ecuador

El estudio del turismo comunitario en Ecuador sugiere un marco comprensivo del turismo de base comunitaria que cuenta tres pilares básicos:

- ❖ La centralidad analítica de las comunidades.
- ❖ El entendimiento de la actividad turística comunitaria como “traducción” antes que como adaptación al mercado, y
- ❖ Que el turismo suponga un afianzamiento antes que una amenaza para las comunidades.

El turismo ejerce una gran influencia sobre cada uno de estos ámbitos de la vida en las comunidades: los liderazgos, la intervención externa, los niveles de apropiación y la forma en que se practican las relaciones de mercado, de esta manera se construye una profunda relación recursiva entre la actividad turística y el funcionamiento comunitario. En el turismo de base comunitaria no solo la comunidad construye turismo, sino que el turismo también construye comunidad.

2.2.2 Reseña Histórica del Cantón Montalvo

Antiguamente este cantón, estuvo habitado por grupos aborígenes pertenecientes a los babahuyus (guerreros de raza huancavilca que habitaban en esa región) asentados a partir de las estribaciones de la cordillera occidental hacia las partes llanas, recorrían por el camino real actualmente la vía Flores llamada así en honor al primer mandatario del Ecuador, quien construyó el puente de Palmar en el año de 1845, General Venezolano Juan José Flores y que sirvió para realizar el intercambio entre la Sierra y la Costa , fue la única vía que existía hasta la inauguración del ferrocarril entre las ciudades de Quito y Guayaquil.(Rodríguez, 1999).

En el año de 1902 un grupo de pobladores aferrados a la tierra en la que habían nacido, y conscientes de las situaciones que impedían el progreso de dicha población se llegó a la conclusión que existían dos lugares la Hcda. San Miguel y Limatón, sitios que sometidos a votación para definir el asentamiento de la comunidad, favoreciendo a la Hcda. San Miguel como la ganadora, porque las tierras eran más altas y no había peligro de inundaciones y porque el agua se ofrecía y era más pura que la de Limatón. (Rodríguez, 1999).

Imagen 2.1: Cantón Montalvo en el Año de 1958



Fuente: Rodríguez, C. (1999). *Manual de la Información de la Provincia de los Ríos y sus Cantones*.

En la siguiente tabla se describen los acontecimientos más destacados en el cantón Montalvo:

Tabla 2. 1: Resumen de fechas importantes en la historia del Cantón Montalvo

Nº	AÑO	EVENTO	DESCRIPCIÓN
2	1906	Cambio de Nombre	Se envió una solicitud al encargado del mando supremo general Eloy Alfaro, en la misma se pedía el traslado de la cabecera parroquial Sabaneta por la denominación de playas de Montalvo, solicitud que fue aprobada por el gobierno, mediante el decreto supremo N°623 con fecha 22 de mayo de 1906.
3	1978	Comité Pro-Cantonización	El progreso de Montalvo se había dado de manera lenta por encontrarse en el olvido de los poderes seccionales y centrales, un grupo de hombres visionarios, decididos y desinteresados se reunieron el 18 de septiembre de 1978 entre estos señores fueron: Jaime Alvear, Juan Aguiar, Arnulfo Bonilla, Jorge Gaibor entre otros.
4	1978	Posibilidades de Cantonización	Montalvo ya contaba con un elevado desarrollo y progreso con relación a lo urbanístico comercial y agrícola, además de los recursos humanos, sociales y económicos, razones suficientes para solicitar su erección a cantón. Es por esta razón que la noche del 18 de noviembre en el hogar del señor Jorge Gaibor, estudiaron las posibilidades de la cantonización.
5	1984	Primer Cabildo	El consejo provincial de Los Ríos informa de manera favorable sobre un exhaustivo estudio sobre la realidad geográfica, política y económica de la parroquia, se llegó a la conclusión de que es conveniente elevarla a categoría de cantón, esto mediante el ejecútese del 18 abril de 1984. Una vez elevada a la categoría de cantón son electos los primeros concejales que tuvo el municipio de Montalvo.

Fuente: Rodríguez, C. (1999). *Manual de la Información de la Provincia de los Ríos y sus Cantones*

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano.

2.2.3 Delimitación Geográfica

Montalvo se encuentra ubicado geográficamente en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, forma parte de la provincia de Los Ríos, y está situada a 33km.de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos, a unos treinta minutos aproximadamente.

Imagen 2.2: Ubicación Montalvo



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

Tiene una ubicación regional privilegiada, está apenas a una hora y treinta minutos de Guayaquil y a dos horas de ciudades importantes de la provincia de Bolívar.

Sus límites son: por el norte con el cantón Caluma (provincia de Bolívar); por el sur y el oeste, del cantón Babahoyo; y por el este, con la parroquia Balsapamba (provincia de Bolívar). Tiene una extensión de 382 km² de los cuales el 90% se utiliza en cultivos agrícolas, especialmente de ciclo corto como: arroz, soya, maíz; cultivándose en menor cantidad cacao, café, naranja, mandarina, etc. (Mintur, 2010).

2.2.4 Principales Atractivos Turísticos

El cantón Montalvo cuenta con atractivos naturales y culturales que agradan al turista que visita estas tierras que aún conservan su espíritu rústico y rural, caracterizado en sus principales destinos turísticos como son: el santuario de la Virgen de Los Remedios, el río Cristal, río La Esmeralda, fiestas patronales de San Antonio, Fiestas de cantonización de Montalvo. (Mintur, 2010).

El Santuario de la Virgen de Los Remedios llamado así porque hace unos 300 años se dice que la Virgen María se apareció a un campesino que accidentalmente se hirió con su machete mientras trabajaba. Cientos de visitantes acuden al lugar para orar y pedir a la Virgen que sanen sus enfermedades y proteja a sus familiares y amigos.(Mintur, 2010).

Imagen 2.3: Santuario Virgen de los Remedios



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

La iglesia de Santa Marianita ubicada en la vía Montalvo – Balsapamba conocida como la Virgen de los Chóferes, puesto que todos dicen conocer su historia y aparcan en el sitio para orar por un feliz viaje. Su construcción según cuenta los moradores obedece a un milagro que recibió un señor que al pasar por el lugar su vehículo casi cae al abismo, pero providencialmente se salvó de la muerte al invocar a la virgen.

Imagen 2.4: Iglesia de Santa Marianita



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

Río Cristal

- ❖ Tamaño (ancho): el río tiene un ancho que va desde los 7 a 12 m. dependiendo del tramo y la creciente.
- ❖ Calidad del agua: agua transparente tonalidad verde y temperatura aproximada de 20 grados centígrados. En invierno se vuelve turbia y se encuentra en la zona bioclimática: tropical húmedo.
- ❖ Descripción del paisaje: visualmente es un paisaje estrecho, donde se aprecia el curso del río de aguas rápidas entre riberas, con zonas altas de corte recto y otras con pendiente, forradas de árboles y arbustos.

Imagen 2.5: Río Cristal



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

Río la Esmeralda

- ❖ Tamaño en el sitio de interés: tiene 40 m de ancho en un tramo de 300m. de largo.
- ❖ Calidad del Agua: el agua de este río es cristalina, color verde oscuro, temperatura aproximada de 22° C. y se encuentra en la zona bioclimática tropical húmedo.
- ❖ Descripción del Paisaje: curso de agua con pequeñas curvas y abundante corriente, las riberas del río y el lecho son rocosos. Abundante vegetación, entre arbustos, árboles y pajonales.

Imagen 2.6: Río la Esmeralda



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

El complejo la Perla, ubicado en el kilómetro 3 de la vía Montalvo - Guaranda, en el sector de Pisagua un sitio donde el clima es envidiable y la naturaleza generosa. Cuenta con 5 piscinas, toboganes, pista de baile, cabañas, vestidores, baños, bosque y ofrece la comida típica de Montalvo.

Imagen 2.7: Complejo Turístico la Perla



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

El Complejo Pisagua, está ubicado a 3 kilómetros de la ciudad de Montalvo. Toma este nombre, porque en esta zona llueve constantemente, posee modernas instalaciones, cuenta con 7 piscinas, 1 tobogán de 4,5 metros, canchas deportivas, camino al río cristal y hermosos paisajes con una vista panorámica maravillosa.

Imagen 2.8: Balneario Turístico Pisagua



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

Actividades de ambos complejos:

- ❖ Turismo ecológico y de aventura
- ❖ Observación de diversidad de fauna y flora
- ❖ Visita a senderos ecológicos y vertientes de agua natural
- ❖ Plantas propias de la zona.

2.3 Base Legal

2.3.1 Ley de Turismo

Según Ley de Turismo (2002): El estudio de esta Ley de Turismo en la siguiente propuesta, comprende que dicha ley abarca el marco legal que organizará la promoción y el desarrollo del sector turístico en el Ecuador, señala los requisitos que deben de cumplir para adquirir permisos y licencias para desempeñar las actividades destinadas al turismo.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

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

- a) Alojamiento; servicio de alimentos y bebidas;
- b) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- c) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- d) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

CAPÍTULO 3

3. Marco Metodológico

3.1 Estudio y análisis del cantón Montalvo como objetivo del turismo.

3.1.1 Desarrollo del estudio de mercado

La investigación de mercados proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones, de hecho no se debe considerar la investigación como solución a problemas empresariales sino como un instrumento más que permita minimizar riesgos.

“Por otra parte es importante, considerar a la investigación como herramienta al servicio de la función de marketing”. (Saenz, 2010).

La investigación de mercado se basa esencialmente en la recopilación y análisis de la información necesaria que proporcionará identificar las necesidades existentes en un mercado. El estudio de mercado se realizará para diagnosticar la situación actual del turismo dentro del cantón Montalvo, en esta investigación se llevó a cabo la realización de trabajos de campo, como entrevistas a las principales autoridades del cantón y a los propietarios de establecimientos turísticos del sector.

3.1.2 Objetivo general de la investigación

El objetivo más importante de la investigación de mercado es analizar e identificar el nivel de aceptación e interés que tienen los turistas hacia los atractivos del cantón Montalvo, también conocer la frecuencia de visitantes a los establecimientos turísticos y así determinar cuáles son los medios de comunicación, a través de los cuales promueven su establecimiento.

3.1.3 Trabajo de Campo

Para la realización de este estudio de mercado se utilizó tanto métodos cualitativos como cuantitativos, los cuales se detallan a continuación:

3.1.3.1 Datos Cualitativos

- ❖ Entrevista dirigida a propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico.
- ❖ Entrevista dirigida a las autoridades del cantón Montalvo.

La entrevista a las autoridades tuvo el objetivo de conocer si dan apoyo al desarrollo turístico de la zona, ¿cómo lo hacen?, si tienen proyectos turísticos y el presupuesto que le otorgan al turismo.

3.1.3.2 Datos Cuantitativos

- ❖ Encuesta dirigida a personas que van en busca de esparcimiento turístico.

3.1.4 Diseño de Cuestionarios

Tanto las entrevistas, como la encuesta realizada fueron validadas por el Ingeniero Francisco Herrera, Ing. Cristhian Guerra y Lic. Frida Bohórquez, docentes de la Universidad Politécnica Salesiana. (Ver anexo # 1, 2,3).

3.1.5 Planificación del trabajo de campo

El trabajo de campo fue realizado por la autora en el terminal terrestre de Guayaquil y en el sector empresarial del cantón Montalvo. Cuyas actividades fueron las siguientes:

a) Encuestas

- ❖ La encuesta dirigida a personas que van en busca de esparcimiento turístico se realizó en el terminal terrestre de Guayaquil, el martes 25 de febrero del 2014 desde las 09h00 hasta las 14h00. (Ver anexo # 4).

b) Entrevista a los propietarios de establecimientos de esparcimiento turístico del cantón Montalvo. (Ver anexo # 5).

❖ La entrevista dirigida a los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico del cantón Montalvo, se realizó el sábado 1 de marzo del 2014 a partir de las 10h00 hasta las 13h00. Entre las personas a las cuales se le hicieron la entrevista tenemos:

- ✓ Sr. Ángel Cadena propietario del Complejo Eco turístico El Refugio.
- ✓ Ing. Estuardo Astudillo propietario del Centro Turístico La Perla.
- ✓ Lic. Zeila Lemus propietaria del Balneario Turístico Pisagua.
- ✓ Sra. Magdalena Rivadeneira propietaria del Hotel Sabanetas.

c) Entrevista a las autoridades del cantón Montalvo. (Ver anexo # 5).

❖ Se entrevistó a las autoridades respectivas los días en los que ellos establecieron las citas. La cual fue el día viernes 7 de marzo del 2014 a partir de las 11h00. Entre las autoridades a las cuales se le hicieron la entrevista tenemos:

- ✓ Sr. Ángel Erazo Galeas – Alcalde del Cantón Montalvo.
- ✓ Sra. Cecilia Zambrano Castro – Jefa Política del Cantón Montalvo.

3.2 Selección del Universo para trabajar

Este proyecto de investigación cuenta con una población que está representada por todas las personas que están en busca de esparcimientos turísticos cercanos a la provincia del Guayas. Para la realización de la encuesta se ha elegido el Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil porque es un sitio de encuentro para personas que llegan y viajan de distintos lugares, desde diferentes provincias y cantones del país; es por eso que se considera el total de 55,011 viajeros como población para este proyecto, de esa forma determinar el conocimiento que tienen los turistas sobre los lugares turísticos que posee la provincia de Los Ríos, así como también obtener información sobre la frecuencia de visitas al cantón Montalvo.

3.2.1 Cálculo del tamaño de la muestra

A través de la información facilitada por el Director de Operaciones de la Entidad Terminal Terrestre de Guayaquil (Campos,2014) donde se registra de manera diaria la cantidad de 55,011 pasajeros de lunes a viernes; es decir, que la muestra que se tomará para el proyecto será esa cantidad que determine la fórmula, a continuación se presenta las siguientes variables:

n = Tamaño de la muestra

Z=Nivel de confianza 95% = (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia 60 % = (0.6)

Q= Probabilidad de no ocurrencia = (1-p) = (1-0.6) = 0.4

N=Población = 55011

e = Nivel de insignificancia = 5%

Tabla 3.1: Fórmula Muestra Estadística	
n=	$\frac{z^2NPQ}{e^2(N-1) + z^2PQ}$
n=	$\frac{(1,96)^2(55011)(0,60)(0,40)}{(0,0025)(55011 - 1) + 3,8416 (0,60)(0,40)}$
n=	$\frac{3,8416 (13203)}{(0,0025)(55010) + 3,8416 (0,60) (0,40)}$
n=	$\frac{3,8416 (13203)}{137,525 + 0,921984}$
n=	$\frac{55720,6448}{138,446984}$
n=	366,35

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Por lo tanto se debe realizar la encuesta a 366 personas.

3.2.2 Tabulación y Análisis de Información

3.2.2.1 Encuesta dirigida a personas que van en busca de esparcimiento turístico

❖ Tabulación y Gráficos

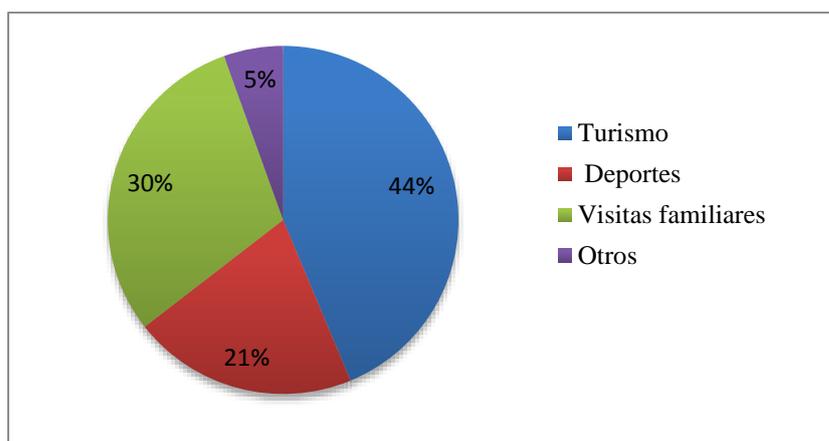
1. ¿En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad realiza principalmente?

Tabla 3.2: Tipo de actividad que realiza en vacaciones

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Turismo	160	44%
Deportes	76	21%
Visitas familiares	110	30%
Otros	20	5%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.1: Tipo de actividad que realiza en vacaciones



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.1 como resultado se demuestra un 44% de personas que en sus vacaciones o momentos libres realiza viajes por turismo y el 30% realiza visitas familiares, el 21% se dedica a realizar deporte, finalmente el 5% ocupa su tiempo en cualquier otra actividad.

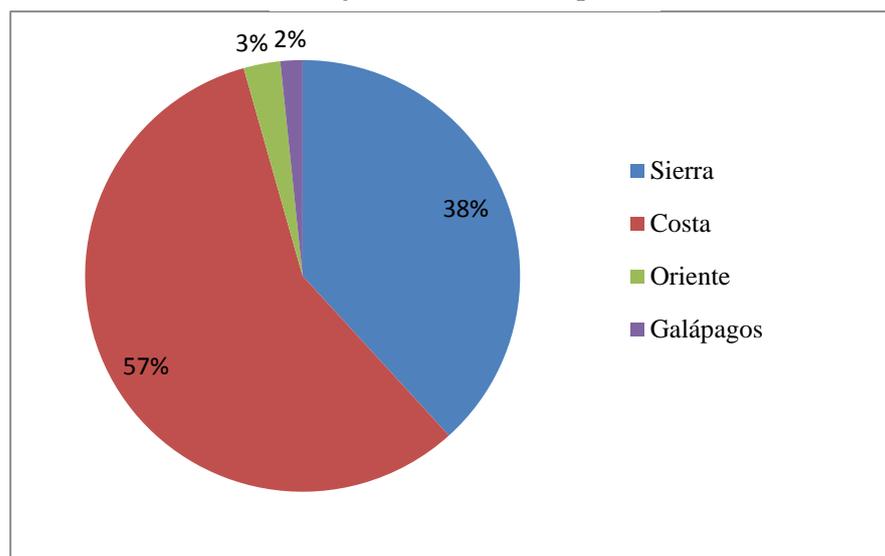
2. ¿Qué zonas del país usted visita cuando realiza actividades de turismo?

Tabla 3.3: Zonas del país

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Sierra	140	38%
Costa	210	57%
Oriente	10	3%
Galápagos	6	2%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.2: Zonas del país



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.2; el 57% de las personas encuestadas prefiere visitar la región costa, el 38% opta por la región sierra, un 3% visita el oriente y solo el 2% elige las Islas Galápagos.

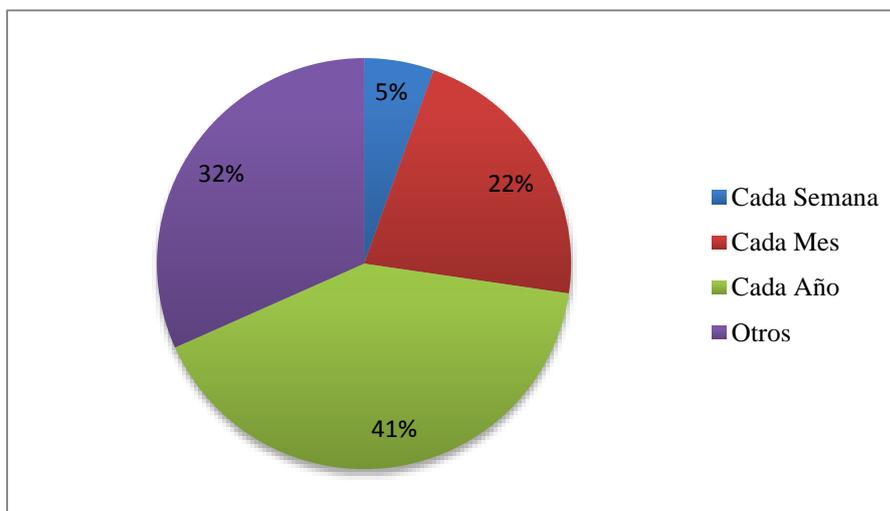
3. ¿Con qué frecuencia realiza viajes por turismo?

Tabla 3.4: Frecuencia de viajes por turismo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Cada Semana	20	5%
Cada Mes	80	22%
Cada Año	150	41%
Otros	116	32%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.3: Frecuencia de viajes por turismo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.3; el 41% de las personas encuestadas realiza viajes por turismo cada año, mientras que la opción de cada mes un 22% viaja, un 5% viaja cada mes, finalmente el 35% de las personas encuestadas viaja por diferentes motivos.

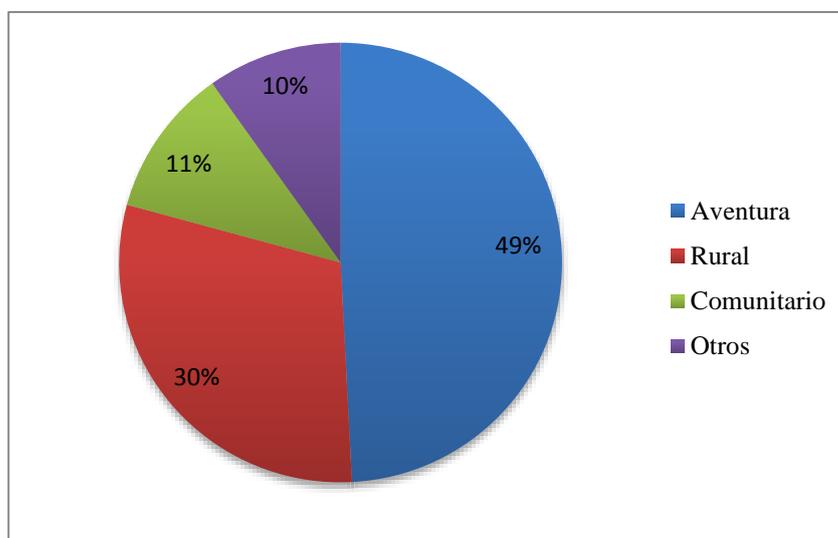
4. ¿Qué tipo de turismo usted prefiere?

Tabla 3.5: Tipos de turismo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Aventura	180	49%
Rural	110	30%
Comunitario	40	11%
Otros	36	10%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.4: Tipos de turismo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.4; se puede identificar la preferencia de un 49% de los encuestados por el turismo de aventura, el 30% elige el tipo de turismo rural, el 11 % elige el turismo comunitario, mientras que el 9% se inclina por otro tipo de turismo.

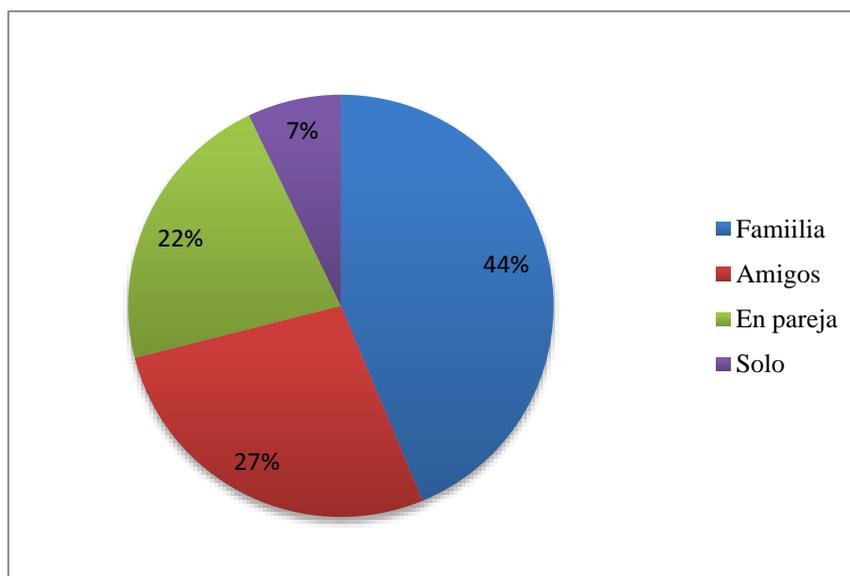
5. ¿Usted generalmente con quién acostumbra viajar?

Tabla 3.6: ¿Con quién acostumbra a viajar?

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Familia	160	44%
Amigos	100	27%
En pareja	80	22%
Solo	26	7%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.5: ¿Con quién acostumbra a viajar?



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: Se puede observar en el gráfico nº 3.5; un 44% de los encuestados indica que acostumbra a viajar en familia, un 27% viaja con los amigos, el 22% viaja en pareja y el 7% viaja solo.

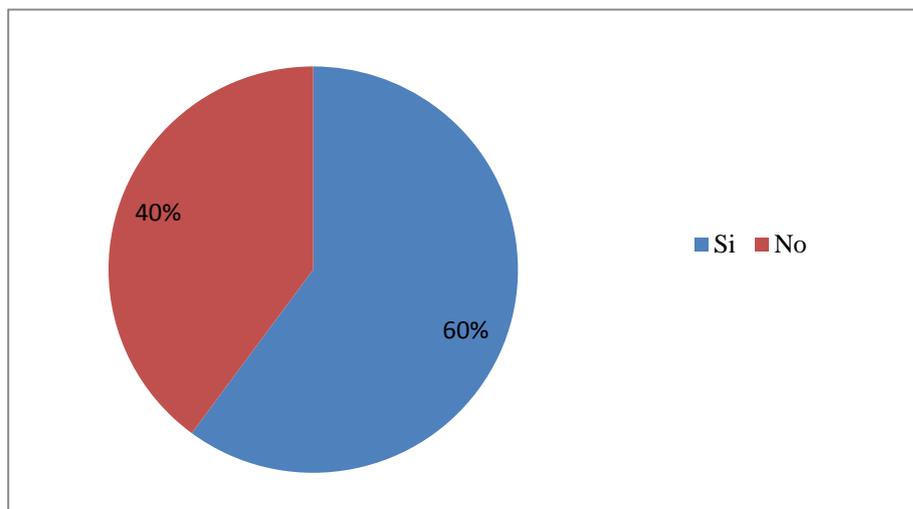
6. ¿Conoce usted qué en la provincia de Los Ríos existen zonas turísticas?

Tabla 3.7: Zonas turísticas

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	220	60%
No	146	40%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.6: Zonas turísticas



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.6 se representa un 60% de las personas encuestadas, respondió que si conoce zonas turísticas en la provincia de Los Ríos, mientras que el 40% respondió que no.

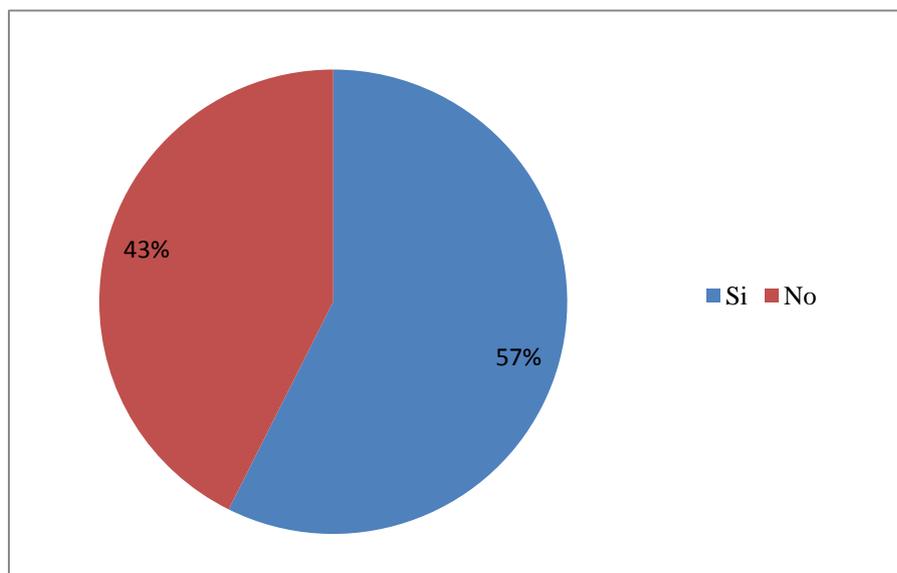
7. ¿Conoce usted el cantón Montalvo ubicado en la provincia de Los Ríos?

Tabla 3.8: Conocimiento del cantón Montalvo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	210	57%
No	156	43%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.7: Conocimiento del cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.7; el 57% de las personas encuestadas respondió positivamente que si conoce el cantón Montalvo ubicado en la provincia de Los Ríos, mientras que el 43% respondió que no lo conoce.

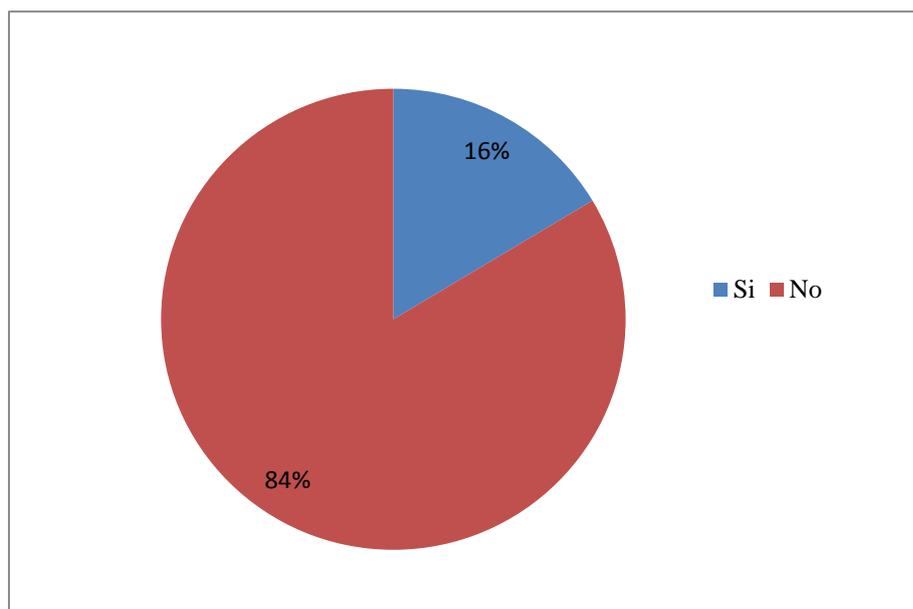
8. ¿Considera a Montalvo como un cantón turístico?

Tabla 3.9: Montalvo cantón turístico

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	60	16%
No	306	84%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.8: Montalvo cantón turístico



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.8 de las personas encuestadas el 84% respondió que no considera a Montalvo como cantón turístico debido a la falta de publicidad e infraestructura turística, mientras que solo un 16% respondió que sí es un cantón turístico.

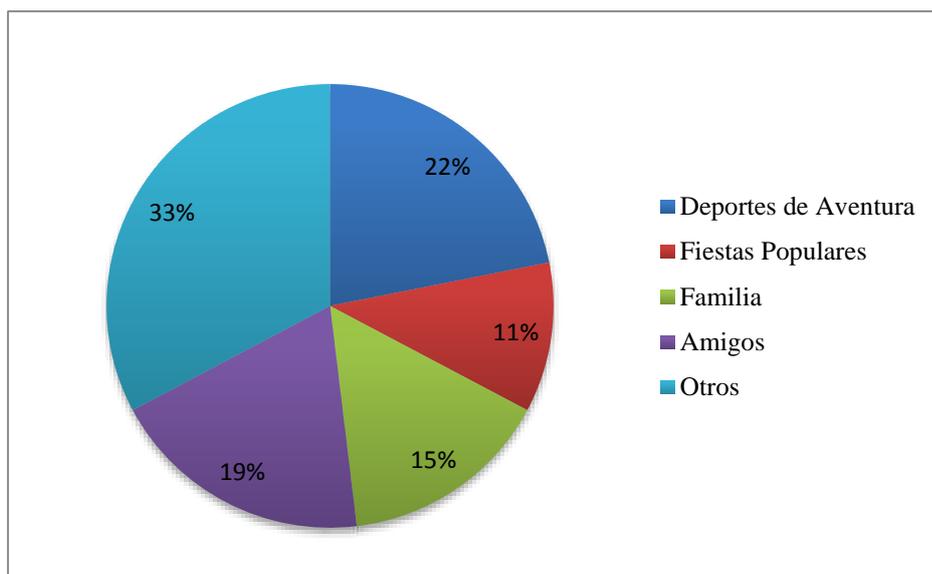
9. ¿Por cuál de las siguientes razones usted visitaría el cantón Montalvo?

Tabla 3.10: Razones de visita al cantón Montalvo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Deportes de Aventura	80	22%
Fiestas Populares	40	11%
Familia	56	15%
Amigos	70	19%
Otros	120	33%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 2: Razones de visita al cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.9 se indica que el 33% de las personas encuestadas visita por otras razones, el 22% visita por deportes de aventura, el 19% por amigos, mientras que el 15% familia y el 11% restante por las fiestas populares del Cantón.

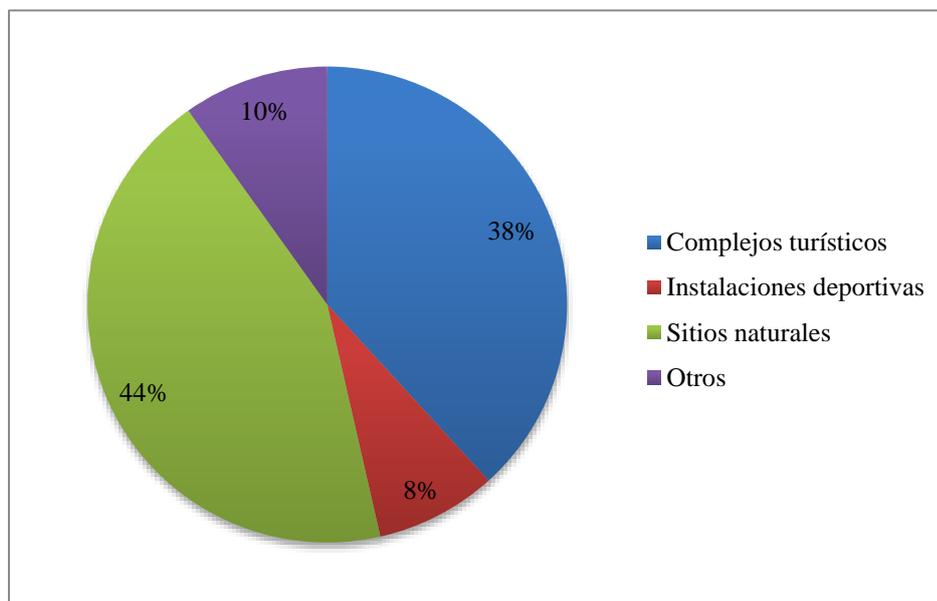
10. ¿Cuál o cuáles son los lugares que usted preferiría visitar en el cantón Montalvo?

Tabla 3.11: Lugares que prefiere visitar en el cantón Montalvo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Complejos turísticos	140	38%
Instalaciones deportivas	30	8%
Sitios naturales	160	44%
Otros	36	10%
Total	366	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.10: Lugares que prefiere visitar en el cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.10 de las personas encuestadas un 44% respondió que los sitios naturales del cantón Montalvo es uno de los lugares más visitados, el 38% visita los complejos turísticos, mientras el 8% las instalaciones deportivas y el 10% otras opciones.

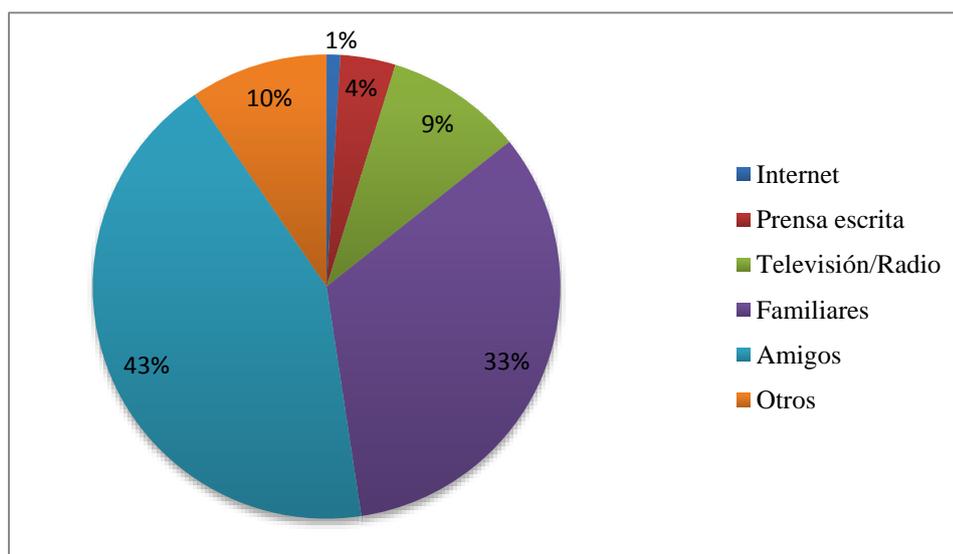
11. ¿Cómo se enteró usted acerca de los lugares turísticos del cantón Montalvo?

Tabla 3.12: Medios de comunicación por el cual se enteró del cantón Montalvo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Internet	2	1%
Prensa escrita	8	4%
Televisión/Radio	20	10%
Familiares	70	33%
Amigos	90	43%
Otros	20	10%
Total	210	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.11: Medios de comunicación por el cual se enteró del cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.11 se consideró 210 personas encuestadas como referencia que conocen el Cantón; la difusión de los lugares turísticos de Montalvo no se debe a grandes campañas publicitarias, un 43% de los encuestados se enteró por medio de amigos, un 33% por familiares, el 10% por la televisión/radio, otro 10% por otras opciones, un 4% por la prensa escrita y el 1% por el internet quizás por páginas web o las famosas redes sociales.

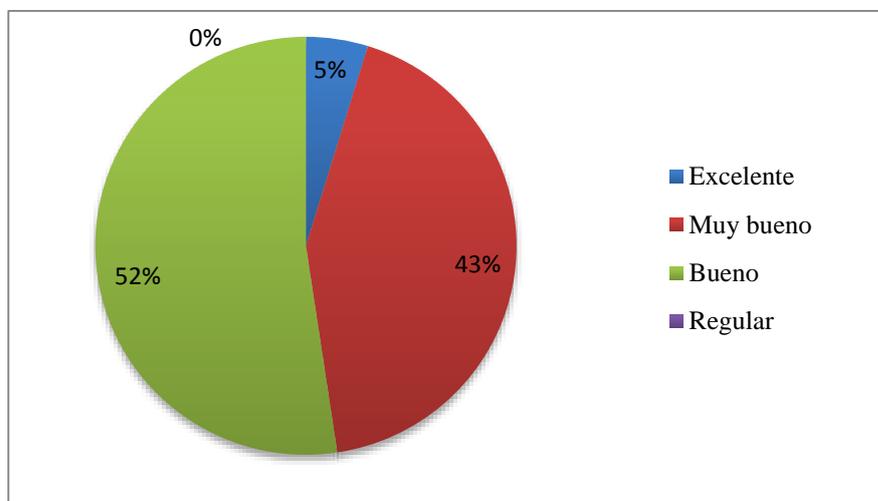
12. ¿Cómo le parece la infraestructura turística del cantón Montalvo?

Tabla 3.13: Infraestructura turística del cantón Montalvo

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Excelente	10	5%
Muy bueno	90	43%
Bueno	110	52%
Regular	0	0%
Total	210	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.12: Infraestructura turística del cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.12 igual que la pregunta anterior se consideró a 210 personas encuestadas que conocen el Cantón y al parecer un 52% considera que tiene buena la infraestructura turística, mientras el 43% muy buena y el 5% excelente.

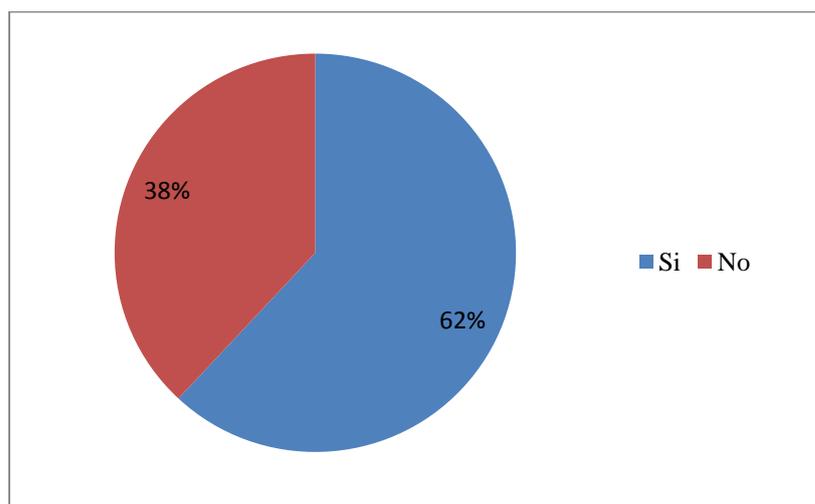
13. ¿Ha visitado algún establecimiento turístico?

Tabla 3.14: Visita a establecimiento turístico

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	130	62%
No	80	38%
Total	210	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.13 : Visita a establecimiento turístico



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.13 también de las solo 210 personas encuestadas que conocen el Cantón el 62% respondió que sí ha visitado los establecimientos turísticos, mientras el 38% no ha visitado ninguno.

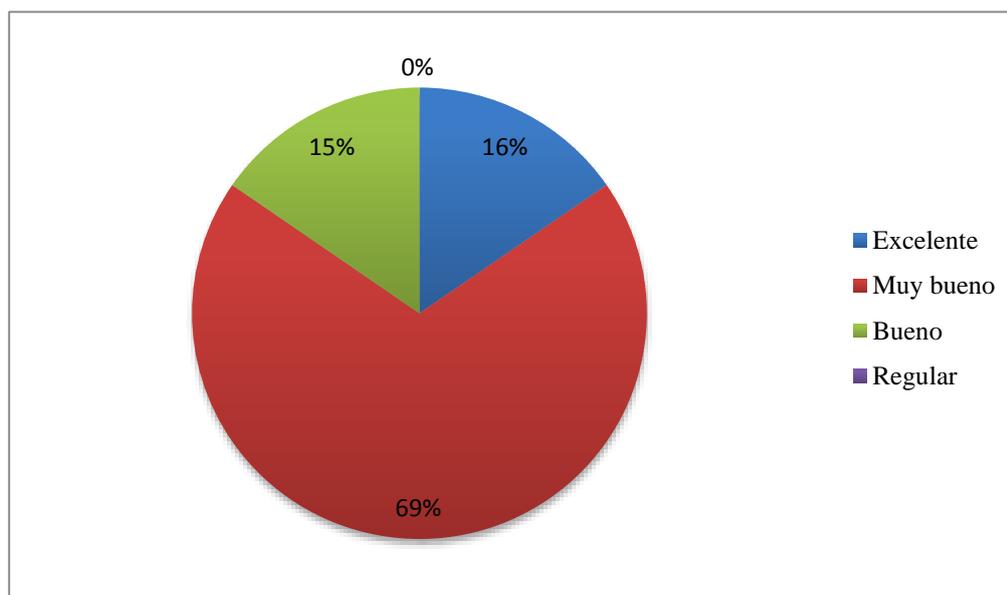
14. ¿Califique la atención que le han brindado en el establecimiento turístico?

Tabla 3.15: Atención del establecimiento turístico

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Excelente	20	16%
Muy bueno	90	69%
Bueno	20	15%
Regular	0	0%
Total	130	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.14: Atención del establecimiento turístico



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.14 se consideró 130 personas encuestadas como referencia que si han visitado los establecimientos turísticos. Un 69% respondió positivamente diciendo que la atención es muy buena, un 15% dijo que buena y el 16% respondió que excelente.

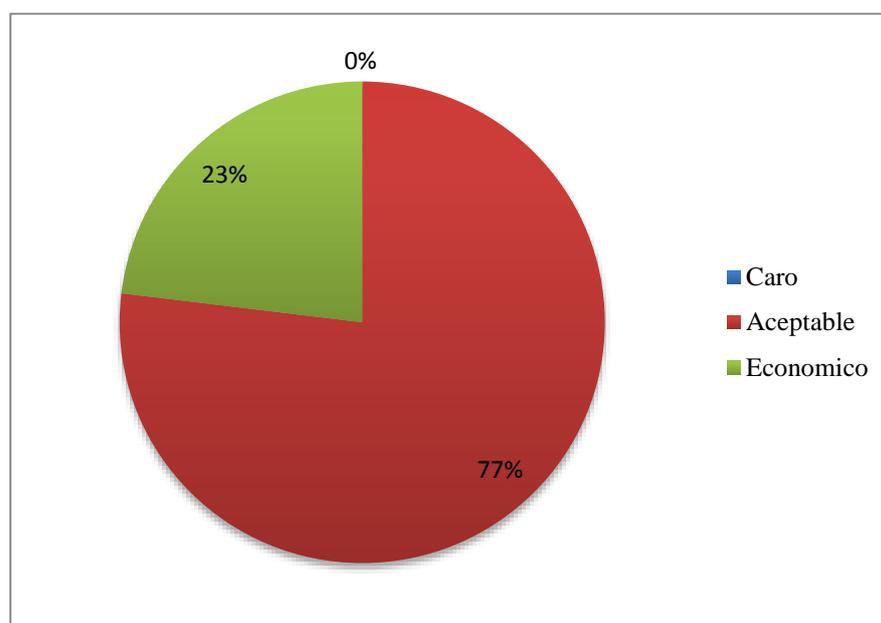
15. ¿Cuál es su opinión en cuanto al precio de los servicios utilizados en los establecimientos turísticos?

Tabla 3.16: Opinión en cuanto al precio en los establecimientos turísticos

Opciones	Personas Encuestadas	Porcentaje
Caro	0	0%
Aceptable	100	77%
Económico	30	23%
Total	130	100%

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Gráfico 3.15: Opinión en cuanto al precio en los establecimientos turísticos



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Análisis: En el gráfico n° 3.15 finalmente el 77% de los 130 encuestados respondió que les parece totalmente aceptable el precio de los servicios utilizados en los establecimientos turísticos y el 23% se inclinó por lo económico.

3.3.3 Análisis de los resultados obtenidos

3.3.3.1 Análisis de la encuesta dirigida a personas que van en busca de esparcimiento turístico.

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a personas que buscan esparcimientos turísticos demuestra lo siguiente: los turistas en un 57% denotan una gran aceptación por visitar la región costa y normalmente el 41% acostumbra viajar cada año en familia por un turismo aventurero.

Gran parte de los encuestados en un 60% identifica zonas turísticas en la Provincia de Los Ríos, el criterio en cuanto al conocimiento del cantón Montalvo fue de un 57%, lo cual sorprendió mucho, pues 210 de las personas encuestadas respondieron que si conoce el Cantón, en tanto las razones de visita a Montalvo según la pregunta n° 9 de la encuesta fue de un porcentaje del 33% fueron por razones no específicas.

El cantón Montalvo cuenta con sitio naturales y es uno de los lugares atractivos más visitados en un 44%, algo muy importante que mencionar es que la difusión del cantón no se debe a grandes campañas publicitarias, Montalvo se vende solo por medio de amigos según el porcentaje del 43% obtenido en la encuesta de acuerdo a la pregunta n° 11.

Para los turistas que han visitado Montalvo en varias ocasiones, la gran mayoría en un 84% no lo considera turístico, hay muchos aspectos importantes que debe prestar más atención con el fin de mejorar la imagen y el atractivo del Cantón, existe un 52% de las personas encuestadas según su criterio, el cantón cuenta con una buena infraestructura turística.

Sin embargo, de las personas encuestadas en la pregunta n° 13 un 62% manifestó que sí ha visitado los establecimientos turísticos del cantón y de acuerdo a la pregunta n° 14 los servicios que brindan son muy buenos en un 69%, finalmente en la pregunta n° 15 de la encuesta, se nota la satisfacción de los turistas en cuanto al precio de los servicios utilizados en los establecimientos turísticos, el 77% considera que tiene un precio aceptable.

3.3.3.2 Análisis de la entrevista a los propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Montalvo.

A continuación se presenta un análisis por pregunta de las entrevistas realizadas a los propietarios del sector turístico del cantón Montalvo entre los cuales se cuenta con la colaboración del Sr. Ángel Cadena propietario del Complejo Eco turístico El Refugio, Ing. Estuardo Astudillo propietario del Centro Turístico La Perla, Lic. Zeila Lemus propietaria del Balneario Turístico Pisagua, finalmente de la Sra. Magdalena Rivadeneira propietaria del Hotel Sabanetas.

1. ¿Cuál es el tipo de turismo que ofrece su empresa?

Analizando cada uno de los puntos de vista de los propietarios, la mayoría de ellos coincide que el turismo que ofrece su empresa es el de turismo rural.

2. ¿Cuál cree usted qué es la provincia que aporta con el mayor número de visitantes al cantón?

Para los propietarios de los establecimientos turísticos la provincia del Guayas es la que aporta con el mayor número de visitantes al cantón Montalvo debido a su cercanía con la provincia de Los Ríos.

3. ¿Cuáles son los días de mayor afluencia de visitantes en su establecimiento?

Para los propietarios es importante destacar que la mayor parte de las personas que visitan, viajan generalmente sábado y domingo; es decir, los fines de semana existe más concurrencia en los diferentes establecimientos del cantón.

4. ¿Cuál es la época de mayor afluencia de turistas?

Por otra parte los propietarios también coincidieron que la época de mayor afluencia de turistas es de Enero a Septiembre, justamente en las vacaciones escolares de la región Costa y Sierra.

5. ¿Cuál es su criterio respecto al atractivo turístico del cantón?

La mayoría de los propietarios señaló que las expectativas hacia el impulso del turismo es 100% positiva y que los atractivos turísticos que posee nuestro cantón son muy buenos en su gran mayoría.

6. ¿A través de qué medios de comunicación promociona su establecimiento?

Con respecto a la promoción y publicidad del establecimiento turístico, los propietarios respondieron que a través del internet, pues hoy las redes sociales son de mucha ayuda.

7. ¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?

En relación lo que hace falta mejorar en el cantón Montalvo para atraer mayor cantidad de turistas, muchos concordaron con el tema de la inversión publicitaria.

8. ¿En su establecimiento qué tipo de medidas aplica con el cuidado del medio ambiente?

En cuanto al cuidado del medio ambiente el tipo de medida que aplican en su mayoría en su establecimiento turístico aplica la clasificación de desechos.

9. ¿Usted estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo del cantón y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?

En cuanto al convenio con otras empresas para impulsar el turismo del cantón Montalvo, los propietarios están completamente de acuerdo en participar, ya que sería en su beneficio y del turista.

10. ¿Usted ha participado en el programa nacional de capacitación turística que ofrece el Ministerio de Turismo del Ecuador?

Finalmente se refleja que ellos si se preocupan por ofrecer un servicio óptimo y de calidad y que además si han participado en los programas que ofrece el Ministerio de Turismo.

3.3.3.3 Análisis de las entrevistas a las autoridades del cantón Montalvo.

De acuerdo a la entrevista realizada al Señor Alcalde del cantón Montalvo Ángel Erazo Gáneas y la señora Cecilia Zambrano Jefa Política del cantón Montalvo, es importante analizar el entorno turístico del cantón, a continuación un análisis de las respuestas obtenidas por parte de las autoridades:

1. ¿Cómo define actualmente el turismo y cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del cantón Montalvo?

En la actualidad el turismo del cantón Montalvo se lo define como un gestor en etapa de desarrollo. Además uno de los principales problemas que afecta el turismo es que en la comunidad no existe una cultura de manejo y servicio turístico.

2. ¿Qué tan importante considera el turismo para el desarrollo económico del Cantón Montalvo?

El señor Alcalde como autoridad municipal, es consciente de la poca importancia que se le brinda al desarrollo del turismo, aunque no es de su desconocimiento que dispone de una serie de atractivos turísticos, balnearios, y otros escenarios naturales importantes, pero a pesar de estas potencialidades si existe una serie de problemas que detienen el desarrollo turístico, lo cual a su vez limitan las posibilidades de ingresos para las familias y empresarios del cantón.

3. ¿Cree usted que se pueda considerar el turismo como fuente de ingreso?

Para ambas autoridades del cantón el turismo es considerado como una de las fuentes de ingreso más importante que tiene Montalvo.

4. ¿Actualmente el cantón Montalvo cuenta con un presupuesto para el desarrollo turístico?

Hay que recalcar que el cantón si cuenta con un pequeño presupuesto por parte del Gobierno Autónomo Municipal, para invertir en el sector turístico.

5. ¿Cree usted que la infraestructura del cantón en lo que respecta a hotelería, centros de diversión restaurantes garantiza una buena estadía para el turista?

También que la infraestructura que posee el cantón es poco apropiada para recibir a los visitantes, no está sistematizada la información sobre los escenarios turísticos, no existe un sistema de información y difusión sobre las potencialidades del cantón, no existen guías capacitados, no existen instrumentos de difusión, todo lo cual no permite un aprovechamiento adecuado de los potenciales turísticos.

6. Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Montalvo.

Existe el programa turismo y cultura, le hace falta capacitación sobre el desarrollo turístico; el contar con otro tipo de programa crearía en la mente del consumidor una imagen positiva a través de ciertas actividades orientadas a proyectar una cultura turística o programas de apoyo en coordinación con instituciones públicas y privadas.

7. Cuenta con el apoyo del estado para el desarrollo turístico del cantón.

La municipalidad en lo que respecta al desarrollo turístico del cantón cuenta con una partida presupuestaria para el fomento del turismo y otra partida que es material de construcción la cual es para el turismo comunitario.

8. ¿Con qué clase de inversión publicitaria cuenta el cantón Montalvo para la actividad turística?

Al cantón se lo da a conocer por medio del internet como lo son las redes sociales, volantes y folletos.

9. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing turístico para el cantón Montalvo?

Se cuenta con el total apoyo para la ejecución de un plan de marketing turístico, con eso se pretende beneficiar al cantón Montalvo, el cual contará con alternativas para el desarrollo y promoción del turismo.

3.3.4 Conclusiones de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección aplicados.

De acuerdo a la encuesta realizada por la autora a las personas que viajan diariamente por medio de la entidad terminal terrestre de la ciudad de Guayaquil, aquellas que van en busca de esparcimiento a cantones cercanos de la provincia del Guayas, en su gran mayoría un 57 % prefiere vacacionar por la región Costa, de esa forma es que se determinó el conocimiento de los lugares turísticos que posee la provincia de Los Ríos y es realmente sorprendente que de las personas encuestadas doscientas diez conozcan el cantón Montalvo, lo malo es que le hace falta ser considerado turístico, es por eso que debe mejorar los canales de difusión utilizando los medios de comunicación necesarios para la promoción y publicidad, finalmente un 69% en lo que respecta a la atención al cliente la gente debe recibir capacitación para poder trabajar en conjunto como comunidad por un mejor turismo sustentable.

En cuanto a las entrevistas realizadas a los propietarios del sector empresarial turístico del cantón Montalvo, en su totalidad concordaron que los turistas visitan su establecimiento los fines de semana y por lo general llegan turistas de las provincias más cercanas a Montalvo. También mencionaron que la publicidad de su establecimiento es por medio del internet, porque por parte de las autoridades no existe ayuda necesaria para difundir los atractivos naturales y turísticos que posee el cantón Montalvo; sin embargo, la mayoría de los propietarios señaló que hace mucha falta invertir en publicidad para atraer la mayor cantidad de turistas.

Finalmente luego de las entrevistas con las principales autoridades del cantón Montalvo se pudo notar que se considera al turismo como una fuente de ingreso necesaria, aunque por parte de la comunidad no existe una cultura de manejo y servicio turístico. Pero se recalca que existe un pequeño presupuesto asignado para la inversión del turismo y cultura, lamentablemente es poca la importancia que se le brinda al desarrollo turístico del cantón, pese a que no se desconoce que Montalvo dispone de una serie de atractivos que solo se dan a conocer por medio del internet como lo son las redes sociales, volantes y folletos.

CAPÍTULO 4

4. Plan Estratégico

4.1 Objetivos del plan de Marketing

4.1.1 Visión

Montalvo será identificado como destino turístico, con liderazgo por medio de un modelo de gestión sostenible que proporcionará el desarrollo del cantón, fortaleciendo el éxito en la actividad turística en los próximos años.

4.1.2 Misión

Promover la competitividad en la actividad turística, por medio de procedimientos participativos, posicionando al turismo del cantón como una base estratégica para el desarrollo económico, social y cultural.

4.2 Objetivos Estratégicos

- ❖ Fomentar el turismo del cantón con la participación de la Cámara de la Provincia de Los Ríos, apoyando la gran diversidad de atractivos naturales y culturales.
- ❖ Promocionar el turismo del cantón Montalvo con el apoyo del sector privado.
- ❖ Invertir en la señalización para enriquecer la ubicación de los atractivos turísticos.
- ❖ Capacitar a la comunidad del cantón Montalvo para ofrecer una excelente atención a los visitantes.
- ❖ Adaptar el plan estratégico de marketing para posicionar el cantón Montalvo como destino turístico.

4.3 Análisis del Macroentorno

Para analizar el macroentorno se cuenta con factores de carácter externo los cuales son: políticos, sociales, tecnológicos y naturales.

4.3.1 Factores Políticos

La situación del país influye mucho en la situación económica de la población, en Ecuador el escenario político, así como las leyes no son bien vistos, esto quiere decir que perjudica a la economía debido a que la inversión no llega por el desequilibrio político que existe provocando que las personas obtengan menos recursos económicos para emplearlos en las zonas de esparcimiento y diversión.

Según la Ley de Turismo (2002), los gobiernos provinciales y cantonales están involucrados en informar activamente el desarrollo turístico del país, beneficiando a los negocios y de esta forma con la ayuda de las entidades públicas se podrá ejecutar el objetivo planteado que tiene como propósito la promoción y publicidad del turismo del cantón.

De acuerdo a la información obtenida por el coordinador zonal 5 del Ministerio de Turismo (Cuadra, 2014), en enero del año 2010 el Gobierno Provincial de los Ríos elaboró un Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible de la Provincia de Los Ríos con el propósito de mejorar la competitividad del sector turístico, tomando en cuenta los aspectos que deben ser tratados cuidadosamente como el fortalecimiento del producto a ofrecer y la señalización turística.

El Gobierno Provincial de los Ríos busca rescatar patrimonios turísticos, conservar recursos naturales turísticos como ríos, balnearios, cascadas, sin olvidar ciertas claves que contribuyen en el desarrollo de la oferta, como lo son: vías de acceso, transporte, alimentación, servicios básicos, seguridad.

La provincia de Los Ríos es una región de balnearios, tradiciones en su comida y en sus hábitos de vida dedicada a la agricultura; por este motivo, el Ministerio de Turismo considera a esta provincia como uno de los destinos ideales para desarrollar el turismo rural debido a la variedad de atractivos naturales que posee.

De esta forma el desarrollo turístico está dirigido hacia el manejo planificado de los elementos económicos, socio-culturales y naturales de la región, así como los procesos ecológicos esenciales para la conservación del medio ambiente y su biodiversidad.

4.3.2 Factores Sociales

El factor social influye mucho en el desarrollo del país, esto gracias al alto índice delincriminal provocado por la desintegración familiar, falta de educación, falta de empleo, la existencia de actividades ilícitas como la venta o consumo de drogas, todo lo antes mencionado produce temor en gran parte de la población económicamente activa, provocando como consecuencia una alta reducción en la cantidad de visitantes a los atractivos turísticos del cantón.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2011), indica que la Provincia de Los Ríos presenta información que sirve para conocer los niveles de victimización y percepción de la inseguridad que tienen tanto las personas como los hogares. (INEC, 2011).

Es necesario recordar que el gobierno actual le ha dado mucha importancia al programa de alfabetización (para adultos) “Manuela Sáenz”, el cual lo desarrollan con ayuda de los estudiantes del segundo curso de bachillerato a nivel nacional, con el único objetivo de disminuir el nivel de analfabetos en el país. (INEC, 2011). Toda esta iniciativa se da por el apoyo a la educación y no genere más delincuencia en el país, de esa forma no será un lugar inseguro y no atractivo para el turista sobre todo el extranjero, convirtiéndose en una amenaza de alto impacto.

A continuación en el siguiente cuadro se presenta algunas de las razones por las cuales existe la delincuencia en el país:

Tabla 4.1 : Percepción de las Causas de la Delincuencia a Nivel Nacional

Factores de Delincuencia	%
Desempleo	23,0%
Drogas	18,6%
Falta de seguridad policial	9,6%
Pobreza	7,9%
Alcohol	6,8%
Corrupción	6,7%
Desintegración familiar	5,7%
Educación inadecuada	5,3%
Migración	4,3%
Maltrato en los hogares	4,3%
Justicia ineficiente	3,9%
Policía ineficiente	3,0%
Otro	0,8%
Total	100,0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2011).

Tabla 4.2 : Percepción de Inseguridad Provincia de Los Ríos

Delitos	Víctimas De Robos
1. Robo a personas	31.106
2. Estafa o fraude	5.510
3. Intimidación/Amenazas	10.393
4. Heridas/Lesiones	1.626
5. Secuestro	411
6. Otros delitos	1.090
Total	50.136

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2011).

El cantón Montalvo, según los datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2011), sus habitantes en su mayoría jóvenes cuenta con el siguiente nivel de educación.

Tabla 4.3: Nivel de Instrucción del Cantón Montalvo

NIVEL DE EDUCACIÓN	URBANO	RURAL	TOTAL
Ninguno	407	574	981
Centro de Alfabetización/(EBA)	52	159	211
Preescolar	135	92	227
Primario	3.872	4.423	8.295
Secundario	3.517	2.748	6.265
Educación Básica	684	1.110	1.794
Bachillerato - Educación Media	851	408	1.259
Ciclo Postbachillerato	163	35	198
Superior	1.580	615	2.195
Postgrado	57	17	74
Se ignora	196	158	354
Total	11.514	10.339	21.853

Fuente: Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010).

4.3.3 Factores Tecnológicos

A medida que pasa el tiempo la tecnología ha avanzado mucho, dando a conocer nuevas alternativas de los servicios que brindan las diferentes instituciones en cuanto al turismo.

Gracias al desarrollo tecnológico, la comunicación ha dejado de ser un problema, generando cambios importantes en lo económico, turístico y social; el uso de internet, banda ancha, satélites, redes sociales, en móviles de última generación (teléfonos celulares, ipods, iphone, computadores, etc.).

El progreso tecnológico resulta un impacto positivo para la sociedad beneficiando el intercambio cultural ya que permite la comunicación entre un país y otro cortando distancia

En la actualidad el cantón Montalvo cuenta con tecnología, la cual se ha convertido en una gran aliada para mejorar día a día la calidad de vida de sus habitantes. Entre los principales medios de comunicación (SUPERTEL, 2013) que tiene el cantón se encuentran los siguientes:

A. Estadísticas de servicios de telecomunicaciones

- ❖ Compañías Telefónicas Móvil: Claro, Cnt, Movistar.
- ❖ Compañías Telefónicas Fija: Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
- ❖ Compañías de Proveedor de Internet: Cnt, Easynet, Disgraptec.
- ❖ Sitios Públicos con Acceso a Internet: Easynet, Manantial.

B. Estadísticas de televisión pagada

- ❖ Compañía de Televisión Pagada: Centauro Tv.
- ❖ Compañía de Televisión Codificada Satelital: DirecTv, ClaroTv, Cnt-Tv.

4.3.4 Factores Naturales

Los factores naturales no son fáciles de predecir, estos acontecimientos provocados por la naturaleza afectan directamente la economía de la población y también a los dueños que administran los complejos turísticos, al mostrarse este tipo de eventos del medio ambiente, implican daños en la infraestructura que compromete una inversión económica.

4.4 Análisis FODA del cantón Montalvo

4.4.1 Fortalezas

- ❖ Infraestructura vial y turística.
- ❖ La biodiversidad, flora y fauna propias del cantón.
- ❖ Cercanía a la ciudad de Guayaquil.
- ❖ Diversidad gastronómica típica.

4.4.2 Debilidades

- ❖ Inseguridad.
- ❖ Falta de incentivo al turista.
- ❖ Poca inversión publicitaria por parte de las autoridades municipales.
- ❖ Falta de señalización turística para acceder a los atractivos.

4.4.3 Oportunidades

- ❖ Generación de empleos.
- ❖ Incremento del turismo interno.
- ❖ Aprovechamiento de actividades turísticas en la naturaleza y en la comunidad.
- ❖ Alianzas estratégicas con operadores turísticos.

4.4.4 Amenazas

- ❖ Competencia de destinos turísticos similares.
- ❖ Los desastres naturales.
- ❖ Escenario político inestable.
- ❖ Irregularidad en los servicios básicos dentro del cantón.

4.4 Oportunidades comerciales al mercado turístico del cantón Montalvo

- a) Establecer un plan estratégico de marketing turístico.
- b) Al crear conciencia en la ciudadanía, se obtendrá un mejor servicio a la visita de los turistas.
- c) Utilización de los recursos naturales con que cuenta cada complejo turístico.
- d) Motivación de la ciudadanía en general.

4.5 La Industria turística del cantón Montalvo

El cantón Montalvo se enfoca al desarrollo del turismo porque cuenta con una diversificación de productos turísticos (atractivos turísticos, alojamiento, actividades complementarias, gastronomía, transporte, etc.), además porque tiene la voluntad de la comunidad montalvina para la intervención total y permanente en el desarrollo de las actividades relacionadas al turismo.

4.5.1 Atractivos turísticos del cantón Montalvo

Tabla 4.4: Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Sitios Naturales	Ríos	Río Cristal	Ubicado a la par con el desarrollo urbano del cantón Montalvo, a 142 m.s.n.m.
		Rio La Esmeralda	Ubicado también con el desarrollo urbano del cantón Montalvo, a 147 m.s.n.m.
Manifestaciones Culturales	Fiestas Populares y Folclore	Fiestas Patronales de San Antonio	Fiesta por la devoción al patrón del cantón, el 13 de junio.
		Fiestas de Cantonización de Montalvo.	Fiesta popular, realizada el 25 de abril.
		Santuario Virgen de los Remedios.	Santuario donde se dice que la Virgen María se apareció a un campesino.

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Los principales atractivos turísticos se encuentran delimitados de forma lineal, tomados desde el recinto Pisagua hasta la Avenida 25 de abril del cantón Montalvo.

4.5.2 Planta turística del cantón Montalvo

Tabla 4.5 : Planta Turística del Cantón Montalvo

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Alojamiento	Hotelero	Hotel Camino Real	Tiene 9 años de funcionamiento, y cuenta con 46 plazas, abierto las 24 horas del día, durante todo el año.
		Hotel Sabanetas	Cuenta con una excelente ubicación en el centro del cantón, en pleno corazón bancario, comercial y turístico.
Alimentación	Restaurantes	La Cabaña	Ofrece almuerzos típicos, de lunes a viernes. Capacidad aproximada para 32 personas.
		Sal y Limón	Ofrece almuerzos típicos, de lunes a viernes. Capacidad aproximada para 40 personas.
Esparcimiento	Instalaciones Deportivas	Balneario Turístico La Perla	Atención de martes a domingo de 08h00 a 18h00. Posee un bosque de bambú asiático.
		Balneario Turístico Pisagua	Atención de lunes a domingo de 09h00 a 18h00. Posee siete piscinas de agua natural.
		Balneario Campo Alegre	Atención de martes a domingo de 09h00 a 17h00. Ideal para camping y paseos familiares.
		Complejo Camino al Sol	Atención de lunes a domingo de 09h00 a 19h00. Posee piscinas de agua natural y artificial.
		Complejo El Refugio	Atención de miércoles a domingo de 09h00 a 17h00. Posee piscinas con agua cristalina, Escalinatas a la Montaña y al Río.
		Paintball Jungle Pisagua	Atención de Viernes a Domingo de 09h00 a 17h00. Adrenalina con experiencia extrema.

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Según (Roberto Boullón , 1999) en la planta turística se registran las instalaciones y el equipamiento, siendo de esta forma se dividió información en tres grupos: alojamiento, alimentación y esparcimiento.

4.5.3 Infraestructura turística del cantón Montalvo

Tabla 4.6 : Infraestructura Turística del Cantón Montalvo

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Transporte	Terrestre	Cooperativa Intercantonal de Transportes Asociados de Montalvo CITAM	Ruta Montalvo- Babahoyo- Montalvo, todos los días, desde las 04h00 hasta las 19h00.
		Cooperativa de Transportes Intercantonal INCA	Ruta Montalvo- Babahoyo- Montalvo, todos los días, desde las 04h00 hasta las 19h00.
		Cooperativa de Transportes TransMontalvo	Ruta Pisagua- Montalvo- La Guadalupe , todos los días, desde las 06h00 hasta las 19h00.
		Cooperativa de Chivas San Antonio	Ruta Pisagua- Montalvo- La Esmeralda , todos los días, desde las 06h00 hasta las 19h00.
		Cooperativa de Chivas Río Cristal	Ruta Pisagua- Montalvo- Balsapamba , todos los días, desde las 06h00 hasta las 18h00.
		Cooperativa de Transportes Moto Táxi Playita de Montalvo.	Ruta Montalvo- Pisagua- Montalvo, todos los días, desde las 07h00 hasta las 20h00.
Comunicaciones	Cybers	Cyber Manantial	Capacidad para veinte personas, servicio de Internet, llamadas nacionales e internacionales, atiende todos los días desde las 07h00–20h00.
		Cyber Easynet	Servicio de Internet, llamadas nacionales e internacionales, atiende todos los días desde las 08h00–22h00.

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Para la infraestructura se deberá tomar los medios de transportes con los que cuenta el cantón, especificando las características de cada uno y el otro componente son las comunicaciones en el cantón Montalvo las telecomunicaciones están conformadas por cybers y redes de telefonía locales, provinciales, nacionales etc. En otro ámbito el servicio de agua potable es tratada y entubada, contiene un sistema interconectado de energía eléctrica y red pública de alcantarillado.

4.6 Estrategia de posicionamiento de Marketing

El alcance de esta estrategia proporcionará tener un mayor impacto en la mente de los visitantes a través de la imagen de tranquilidad, recreación y sano esparcimiento que ofrece el cantón, como consecuencia es probable el aumento gradual de afluencia de turistas. Esta estrategia se realizará a través de una campaña publicitaria en los distintos medios de comunicación como la televisión, radio, prensa escrita, internet, entre otros.

La mayoría de las personas dedicadas al sector empresarial turístico están dispuestas a recibir capacitación en temas relacionados con el turismo comunitario y atención al cliente, están conscientes de lo importante que es brindar al turista un servicio óptimo y de calidad.

Según la investigación de campo realizada los resultados indicaron que el turista siempre está explorando experiencias nuevas, por lo que el cantón Montalvo está dispuesto a ofrecer diferentes actividades en compañía de un buen servicio y seguridad.

Tomando en cuenta la ubicación estratégica que tiene el cantón, para satisfacer las diferentes necesidades se promocionarán sus atractivos turísticos utilizando la imagen del producto a ofrecer. A continuación el concepto de servicio para el cantón Montalvo es el siguiente:

***“Montalvo cantón de grandeza..
Paraíso turístico para descansar y reposar”.***

La idea del servicio es ofrecer actividades diferentes de:

a) Turismo comunitario:

- ❖ Participación en mingas con la comunidad.
- ❖ Preparación de comida tradicional.
- ❖ Siembra de árboles.

Imagen 4.1: Siembra de árboles



Fuente: Sindy Arguello Zambrano

b) Turismo de aventura y naturaleza:

- ❖ Caminatas de ascenso a la cascada.
- ❖ Caminatas al río.
- ❖ Camping.
- ❖ Observación de flora y fauna.

Imagen 4.2: Caminata al río



Fuente: Sindy Arguello Zambrano

El slogan propuesto para el presente proyecto es:

***“Montalvo cantón de grandeza..
Paraíso turístico para descansar y reposar”.***

El logotipo del presente proyecto es:

Imagen 4.3: Logo cantón Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Beneficios para el turista:

- ❖ Vivir nuevas experiencias.
- ❖ Deleitarse de un lugar natural, tranquilo y seguro.
- ❖ Apartarse de los ruidos de la ciudad.
- ❖ Precios cómodos y accesibles.

4.7 Estrategias de Relaciones Públicas

El objetivo principal de esta estrategia sería constituir una relación de acercamiento con las diferentes entidades tales como la alcaldía, iglesias, escuelas, colegios y negocios de la zona, logrando promover los diferentes atractivos con los que cuenta el cantón, con la finalidad de despertar el interés de visitarlos, por medio de las siguientes acciones:

- a) Que los propietarios de los establecimientos turísticos coordinen reuniones con representantes de las diferentes instituciones.
- b) Programar con estas instituciones, que se tomen en cuenta los establecimientos turísticos para la realización de eventos, por ende se benefician entre sí.
- c) Planificación y realización de diferentes eventos, tales como: coronación de la reina de fiestas patronales, bodas, quince años, excursiones etc.

4.8 Estrategias de Marketing Mix

4.8.1 Producto

El cantón Montalvo cuenta con una variedad de actividades turísticas para ofrecer a sus visitantes satisfaciendo sus necesidades por ejemplo, el Río Cristal de aguas heladas, cristalinas y poco profundas lugar ideal para disfrutar en familia y estar en contacto con la naturaleza.

4.8.1.1 Estrategia de Producto

Para ayudar al desarrollo del turismo en el cantón se aplicarán las siguientes estrategias:

a) Mejorar la situación del turismo del cantón Montalvo: en la aplicación de esta estrategia se puede efectuar varias funciones para apoyar la calidad del turismo, lo principal es dar capacitación sobre la importancia que tiene el turismo para poder implementarla apropiadamente en el cantón y de esta forma la comunidad ofrezca una correcta actitud hacia los turistas. También se tendría que ubicar la señalización de los atractivos turísticos, sin olvidar que esto se podría hacer parte del Gobierno Municipal.

El programa de capacitación se realizará por medio de la contratación de un equipo de profesionales cuya duración será 12 horas en el mes, el tiempo será de tres horas diarias y cada sesión se dará una vez por semana, entre los principales temas del contenido del programa se encuentra: el desarrollo de habilidades y estrategias de comunicación en la atención al cliente, claves estratégicas del servicio al cliente, entre otros.

b) Motivar a los turistas, jóvenes, adultos y comunidad en general a visitar el cantón Montalvo: para que se pueda visitar y explotar el turismo del cantón se podrá brindar la información necesaria a los turistas sobre los atractivos turísticos que posee, considerando que es un lugar agradable de relajación y aventura.

4.8.2 Precio

El implantar un precio es importante, porque el turista estudia y examina el costo total de su estadía en el lugar que han visitado, por ello se requiere emplear algunas estrategias para que así sea excelente el turismo en el lugar.

4.8.2.1 Estrategia de Precio

a) Coordinar entre los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico del cantón Montalvo

Se deben poner de acuerdo entre los propietarios de servicios turísticos que operan en el cantón Montalvo para que los precios que ofrecen a los turistas sean justos y no traten de usufructuar al turista, y de esta forma satisfacer todo lo que ofrezca para crear una imagen de que un cliente bien atendido impulse a otras personas para que visiten el cantón.

b) Equilibrio del precio, mayor precio, mayor calidad

Esta etapa de la estrategia es importante y muy clara, porque no existe la obligación de establecer un precio muy alto por un servicio que quizás no sea adecuado a la calidad que se está ofreciendo o de manera diferente tampoco sería beneficioso para la organización brindar buena calidad del servicio a precios muy bajos, y no tendría beneficios, la finalidad de esta estrategia es fijar un precio que sea en un equilibrio adecuado para ambas partes tanto la empresa como los turistas.

A continuación algunos valores referenciales en cuanto a los servicios brindados por parte del sector empresarial turístico del cantón Montalvo:

Tabla 4.7: Valores referenciales de los servicios turísticos del sector de Montalvo

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE	COSTO DEL SERVICIO
Alojamiento	Hotelero	Hotel Camino Real	La noche tiene un costo de \$20,00 dólares.
		Hotel Sabanetas	La noche tiene un costo de \$15,00 dólares.
Alimentación	Restaurantes	La Cabaña	Platos típicos \$2,50
		Sal y Limón	Platos típicos y ejecutivos \$3,00
Esparcimiento	Instalaciones Deportivas	Balneario Turístico La Perla	Entrada Adulto \$ 2,00 Entrada Niño \$ 1,00
		Balneario Turístico Pisagua	Entrada Adulto \$ 3,00 Entrada Niño \$ 1,00
		Balneario Campo Alegre	Entrada Adulto \$ 2,00 Entrada Niño \$ 1,00
		Complejo Camino al Sol	Entrada Adulto \$ 2,00 Entrada Niño \$ 1,00
		Complejo El Refugio	Entrada Adulto \$ 1,50 Entrada Niño \$ 0,75
		Paintball Jungle Pisagua	Entrada Adulto \$ 2,50 Entrada Niño \$ 1,00
Transporte	Terrestre	CITAM	Pasaje Babahoyo – Montalvo y viceversa 0,70 ctvos.
		IMCA	Pasaje Babahoyo – Montalvo y viceversa 0,70 ctvos.

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

4.8.3 Plaza o Distribución

El cantón Montalvo quiere dar a conocer de una manera rápida y efectiva sus atractivos turísticos, eligiendo la forma ágil posible y económica hasta llegar al consumidor, considerando que el proyecto va dirigido a la comunidad en general de la Provincia de Los Ríos, y su vez a los turistas nacionales y extranjeros.

4.8.3.1 Estrategias de Plaza

- a) **Distribución directa:** esta estrategia se aplicará, un turista debe conocer información diversa y detallada. Mediante este tipo de servicio lo importante es mantener una relación más directa o personalizada, así el turista sienta más entusiasmado y tome decisiones correctas al momento de elegir un destino turístico.
- b) **Técnicas de marketing:** esto se refiere a los establecimientos que prestan los servicios turísticos, esto les facilita el empleo de transmisión y procesador de información, para con esto beneficiar al turista y a la empresa.
- c) **Lugares estratégicos:** es de suma importancia que los lugares que proporcionen los servicios a los turistas cuenten con la seguridad, accesibilidad y respectiva señalización. Para que de esta forma el turista regrese de nuevo al lugar que visita y con ello recomendará a futuros visitantes.

4.8.4 Promoción o Comunicación

La promoción que el cantón tendrá, será el componente principal para la captación de turistas, para fomentar los atractivos existentes, de una manera que sea interesante para los futuros visitantes que llegarán hacia el cantón. Igualmente se necesita la colaboración por parte del Gobierno Autónomo Municipal, para que ofrezca una considerable propagación del turismo en el cantón, igual es necesario el comportamiento de la comunidad en la utilización de los recursos turísticos del cantón.

Los medios de comunicación a emplearse tienen como objetivo buscar un espacio en la vida del consumidor. A continuación la selección de medios a utilizarse:

- ❖ **Radio:** por el costo económico.
- ❖ **Televisión:** por la amplitud de público diverso y amplio.
- ❖ **Prensa Escrita:** por la excelente reproducción.
- ❖ **Material Pop:** por el alcance y accesibilidad directa con los clientes.
- ❖ **Internet:** por el costo medido con los beneficios de cobertura y aceptación.

4.8.4.1 Estrategias de la Promoción

Los mecanismos publicitarios que se va emplear para beneficiar al cantón Montalvo son los siguientes:

a) Publicidad

Este tipo de estrategia mejorará la imagen del cantón Montalvo, al mismo tiempo se incluirá a los clientes actuales y potenciales que gusten del sano esparcimiento y visiten los diferentes atractivos con los que cuenta el cantón. La importancia con que se pretende conseguir un aumento en la afluencia de visitantes, dando a conocer los atractivos turísticos que posee el cantón y posicionarse en la mente del público objetivo.

b) La Televisión: medio publicitario considerado como el más utilizado y donde se hacen las mayores inversiones en publicidad, con gran capacidad de audiencia muy grande con cobertura muy elevada. Los medios televisivos seleccionados para pasar el spot publicitario fueron Tc Televisión y Ecuador Tv ambos son canales de transmisión nacional, lo cual permitirá llegar a todas las familias ecuatorianas.

Los programas escogidos para pasar el spot publicitario son “El noticiero” y “Ecuador Tv noticias” con horarios en la mañana de 07h00 – 08h00 de lunes a viernes, considerando que son dirigidos un segmento de mercado favorable.

c) **La Radio:** posiblemente el medio de publicidad más flexible y adaptable cuya principal característica es la participación y atención del receptor. Por esta razón se ha seleccionado tres emisoras radiales en las cuáles saldrá la cuña publicitaria:

- ❖ **Radio Canela:** es una emisora netamente musical e informativa, ofrece un paquete de servicios para la emisión de la cuña, cubriendo alrededor de cinco provincias del país.
- ❖ **Radio Fluminense:** esta emisora que pertenece a la Provincia de Los Ríos, ofrece la emisión de 5 cuñas en horarios rotativos.
- ❖ **Radio La Voz de su Amigo:** esta estación de radio ofrece 24 horas de transmisión diaria de lunes a domingo en los sectores de la provincia de Pichincha y zona sur del país.

El spot publicitario radial tendrá una duración de 45 segundos, será realizado por dos voces (hombre y mujer), será transmitido 10 veces al día de lunes a viernes durante 30 días y el contenido del spot radial es el siguiente:

“Montalvo recibe con amabilidad a los turistas con una variedad y reconocida gastronomía, visitar esta localidad de la Provincia de Los Ríos es reencontrarse con la naturaleza. A la hora de pasar un buen momento en familia no dude en ir a Montalvo ubicado a 35 km de Babahoyo y 76 km de Guayaquil”.

d) **Prensa Escrita:** considerado uno de los medios que permite crear o cambiar un anuncio, proporcionando de forma directa la selección del público consumidor al que queremos llegar. Los medios de prensa escrita elegidos fueron los siguientes:

- ❖ **Diario El Universo:** es el diario de mayor circulación del país, de alcance nacional, es el más leído en Guayaquil y que presenta gran cantidad de secciones y variedad de contenidos.
- ❖ **Diario El Comercio:** es el diario de mayor circulación en Quito, además tiene presencia en Guayaquil y otras ciudades, sus contenidos abarcan el ámbito nacional y ofrece una variada gama de suplementos.

Estos anuncios tendrán un formato de cuarto de página horizontal de 27.21 cm de ancho y 7,43 cm de alto de lunes a viernes en cualquier sección de página interior en ambos diarios, porque tienen una amplia aceptación y credibilidad dentro del país.

Imagen 4.4: Ilustración de un anuncio de Montalvo



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

- e) **Material Pop:** conocido como publicidad directa considerado uno de los medios con la facilidad y agilidad de llegar a los turistas, de esta forma ayudará a promocionar el cantón Montalvo solventando el problema de hacerse conocer por medio del contacto directo con la comunidad.

f) **Trípticos:** los trípticos serán a full color en papel de formato A4 de 130 gramos, la dimensión de 30 por 20 cm; la información requerida para esta parte de la promoción se desarrollará de la siguiente manera, constará en tres partes:

- ❖ La portada constará del nombre del cantón y una foto representativa.
- ❖ Se observará el contenido de los sitios turísticos más importantes del cantón.
- ❖ Se compondrá de la contraportada y se colocará la ubicación geográfica y las comidas típicas representativas del cantón.

Algunos de estos trípticos serán distribuidos en diferentes lugares estratégicos como por ejemplo: terminales, aeropuertos, agencia de viajes, peajes etc.

Imagen 4.5: Diseño de tríptico anverso y reverso



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Imagen 4.6: Diseño de tríptico anverso y reverso

Conoce el Cantón Montalvo y sus Atractivos Turísticos

El cantón Montalvo cuenta con atractivos naturales y culturales que agradan al turista que visita estas tierras que aún conservan su espíritu rústico y rural, caracterizado en sus principales destinos turísticos como son:

⇒ Santuario de la Virgen de Los Remedios,



⇒ El Río Cristal y Río La Esmeralda.




Establecimientos turísticos más importantes del cantón Montalvo

⇒ Complejo El Refugio



⇒ Complejo Camino al Sol



⇒ Balneario Campo Alegre



⇒ Balneario Turístico La Perla



⇒ Balneario Turístico Pisagua



⇒ Paintball Jungle Pisagua



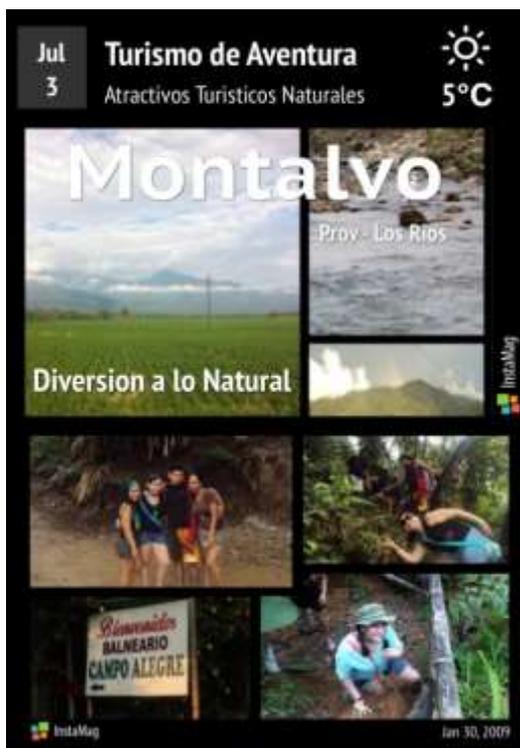
Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

g) Revista del cantón Montalvo: es uno de los medios que permite de forma directa la selección de la audiencia.

Contendrá información cultural, social, tecnológica, deportiva, educativa, moda, actualidad, salud, entretenimiento y todos los atractivos existentes en el cantón, serán destacados así como también los productos y servicios que ofrecen los habitantes a los turistas como su diferente variedad en gastronomía.

Algunas de estas revistas serán distribuidas en diferentes lugares estratégicos como escuelas, colegios, universidades dentro de los alrededores de la provincia de Los Ríos, también en terminales, aeropuertos, agencia de viajes, peajes etc.

Imagen 4.7: Diseño de portada de revista



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

h) Instalar vallas: sería vital colocar una valla en las carreteras del país, por ejemplo vía Guayaquil – Salinas invitando a las personas que visiten el cantón Montalvo.

Imagen 4.8: Diseño de valla publicitaria



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

k) Creación de página web: mediante la realización de una página web con la finalidad de ofrecer únicamente al turista toda la información indispensable en cuanto al turismo se refiere, la URL de la página será www.montalvoturistico.com la cual deberá tener partes relevantes como son:

- ❖ La historia del cantón y sus habitantes.
- ❖ Localización, un mapa de todos los atractivos turísticos del cantón.
- ❖ Planta e infraestructura turística, qué hacer, qué visitar, cómo llegar.

Imagen 4.10: Diseño página web del cantón



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

l) Redes Sociales: Es necesario implementar para el plan estratégico de marketing el uso de las redes sociales, está causando un gran impacto en la sociedad, el empleo una cuenta de facebook incluirá información turística básica del cantón, además será un instrumento para dar a conocer los diferentes atractivos turísticos y festividades que se desarrollen en el cantón. La URL de la página es www.facebook.com encuéntralo como Montalvo cantón de grandeza.

Imagen 4.11: Diseño página red social facebook



Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

4.9 Plan de Financiamiento

En la actualidad el Ministerio de Turismo tiene a disposición una línea de financiamiento para invertir en el sector turístico, siempre que los proyectos sean viables, en el caso de un plan de marketing se financiará hasta el 100% del proyecto a realizarse. (Ministerio de Turismo, 2012). El plan de financiamiento se lo ha estimado con el propósito de que el Ministerio de Turismo pueda cubrir los costos de este plan estratégico de marketing quizás con el monto de \$50,000.00 dólares en lo que respecta a la totalidad de un buen proyecto viable y realizabile.

4.9.1 Presupuesto de inversión para la promoción turística del Cantón Montalvo

Para financiar estos costos, se pueden obtener a través de la colaboración del Gobierno Municipal, pues no sería imposible aportar con el financiamiento de la ejecución de un plan estratégico de marketing para fomentar los atractivos turísticos, porque conformaría parte del desempeño que contribuye al crecimiento económico y social de los habitantes del cantón Montalvo. También podría ser factible conseguir financiamiento por medio de contribuciones del sector privado a cambio de promoción y publicidad en lo que se refiere a un plan estratégico de marketing, porque es algo que se da habitualmente en este tipo de proyectos.

4.9.2 Presupuesto Publicitario

Tabla 4.8: Gastos de Promoción o Comunicación

Gastos Generales	Cantidad por mes	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Gastos de Capacitación				
Capacitación a los Prestadores de servicios	12	\$400.00	\$400.00	\$4,800.00
Gastos de Publicidad				
<u>Televisión</u>				
Tc Televisión L-V / AM	5	\$ 1,728.00	\$8,640.00	\$103,680.00
Ecuador Tv L-V /AM	10	\$ 300.00	\$3,000.00	\$36,000.00
<u>Radio</u>				
Radio Canela	100	\$12.00	\$1,200.00	\$14,000.00
Radio Fluminense	100	\$13.00	\$1,300.00	\$15,600.00
Radio La voz de Su Amigo	100	\$10.00	\$1,000.00	\$12,000.00
<u>Prensa Escrita</u>				
Diario El Universo L-V	2	\$1,666.00	\$3,332.00	\$39,984.00
Diario El Comercio L-V	1	\$1,566.00	\$1,566.00	\$18,792.00
<u>Material Pop</u>				
	Cantidad por año			
Trípticos	5000	\$ 0.15	-	\$ 750.00
Revistas	2000	\$ 0.70	-	\$ 1,400.00
Mapa turístico	4000	\$ 0.07	-	\$ 280.00
Diseño e instalación de Vallas	2	\$ 8,000.00	-	\$16,000.00
<u>Internet</u>				
Diseño del Logo	1	\$ 200.00	-	\$ 200.00
Creación del sitio Web	1	\$ 250.00	-	\$ 250.00
Contratación Servicio de Internet	1	\$ 60.00	-	\$ 60.00
Redes Sociales		\$ 20.00		\$ 240.00
Total Presupuesto Publicitario				\$264,036.00

Elaborado por: Sindy Arguello Zambrano

Conclusiones

El cantón Montalvo posee los atractivos naturales y culturales indispensables para la captación de turistas, con la aplicación del plan estratégico de marketing se comenzaría a aprovechar y explotar la actividad turística que posee el cantón.

Mediante la investigación de campo realizada se pudo demostrar que el cantón Montalvo es realmente conocido; sin embargo, el desconocimiento por parte de los turistas sobre los atractivos turísticos que posee ha ocasionado que no sea considerado turístico.

Según el análisis del diagnóstico de la situación actual, se considera que los productos potenciales para el incremento del turismo en el cantón Montalvo son: turismo rural, aventura y naturaleza.

Con la investigación realizada, se verificó que la falta de promoción turística ha afectado el progreso del cantón Montalvo debido a que no se conoce a fondo y por esta causa un plan estratégico de marketing contribuirá a la afluencia de turistas.

Por parte del Gobierno Municipal existe la iniciativa de ofrecer campañas de capacitaciones tanto a la comunidad en general, como a los propietarios de los establecimientos que brindan servicios turísticos, con la finalidad de mejorar el trato hacia los turistas que visitan el cantón Montalvo.

Es de suma importancia que trabajen en conjunto tanto el gobierno municipal, como empresarios del sector turístico y la comunidad en general, para aprovechar el buen desempeño de los recursos motivando la actividad turística. Con la implementación de las estrategias en el plan estratégico de marketing planteado se aportará a la meta de posicionar el cantón en el mercado nacional.

Recomendaciones

Con la ejecución de este plan estratégico de marketing es fundamental diseñar un acuerdo entre el gobierno municipal, empresarios del sector turístico y la comunidad en general para que exista una correcta difusión de la actividad turística y de esa forma puedan beneficiarse entre sí.

Se debe elaborar un correcto y mejorado inventario de atractivos turísticos para que el visitante se sienta libre de ir a los mejores lugares del sector, así como también de la infraestructura turística con la finalidad de mejorar la calidad del servicio y atención al cliente.

Se recomienda mejorar e incrementar la infraestructura hotelera, para brindar un mejor servicio a los visitantes que llegan al cantón. Se debe invertir en la señalización turística existente en el cantón.

Motivar la creación de un departamento de turismo por parte del municipio, para que emprendan los diferentes proyectos turísticos que faculten un mayor desarrollo del lugar.

Es necesario tener en cuenta el desarrollo turístico del cantón como obligación social por parte de la población, el gobierno municipal y los empresarios del sector turístico; puesto que la percepción que se ofrece al turista es responsabilidad de todos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agustín Coca. (2008). *Pasos*. Obtenido de Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: <http://www.pasosonline.org/articulos>
- Alberto del Campo. (2008). Turismo Comunitario en Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 399-418.
- Campos, E. K. (17 de Febrero de 2014). Afluencia diaria Terminal Terrestre de Guayaquil. (S. A. Zambrano, Entrevistador)
- Concepción LLamas. (2009). *Marketing y Gestión de la Calidad Turística*. Madrid, España: Liber Factory.
- Cuadra, A. E. (20 de Enero de 2014). Ministerio de Turismo. (S. Arguello, Entrevistador)
- Enrique Bigné, X. F. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos*. Madrid: Gráficas Dephon.
- Gobierno Provincial de Los Ríos. (2011). *Prioridades para el Desarrollo Integral Los Ríos – Ecuador*. Obtenido de Prioridades para el Desarrollo Integral Los Ríos – Ecuador: <http://www.los-rios.gob.ec/>
- Hugo García. (2008). *Marketing Principios y Metas*. Ediciones Holguín S. A.
- Hunter. (1995). La Noción del Desarrollo Turístico Sostenible. En J. Viñals, *Turismo en Espacios Naturales y Rurales II* (pág. 82). Valencia: Reproval, S.L.
- INEC. (2011). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Inma Rodríguez. (2006). *Principios y Estrategias del Marketing*. Madrid, España: Eureka Media, S.L.
- Ivan Thompson. (Febrero de 2006). *Marketing Free.com*. Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de <http://www.marketing-free.com/marketing/plan-estrategico-marketing.html>
- Jóse Munuera. (2007). *Estrategias de Marketing*. Madrid, España: Esic, Editorial.
- Komiya, A. (10 de 10 de 2012). *Crece Negocios*. Recuperado el 02 de 04 de 2014, de <http://www.crecenegocios.com/estrategias-de-precios/>
- Philip Kotler. (2001). *Marketing*. México: Edición. Pearson Education.

Kotler, Hayes, Bloom. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Barcelona, España: Paídos Ibérica, S.A.

Krippendorff 1997. (s.f.). Marketing Turístico . En U. Otero, *Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional* .

López y Ruiz. (2008). *Los Pilares del Marketing*. Barcelona, España: Ediciones UPC.

Luis Fernández Fuster . (1978). *Teoría Técnica del Turismo*. Madrid: Nacional.

Macarena Hernández. (2008). *Pasos*. Obtenido de Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: <http://www.pasosonline.org/articulos>

Ministerio de Turismo. (2012). *Servicios del Ministerio de Turismo* . Recuperado el 04 de 04 de 2014, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/component/content/article.html?id=54>

Mintur. (2010). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>

OMT. (1999). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <http://www2.unwto.org/es>

Pedro Cantero. (2008). *Pasos*. Obtenido de Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: <http://www.pasosonline.org/articulos>

Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.

Roberto Boullón . (1999). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.

Rodríguez, L. C. (1999). *Manual de Información de la Provincia de los Ríos y sus Cantones*.

Saenz, M. M. (2010). *Introducción a la Investigación de Mercados*. Madrid: Esic Editorial.

Stanton, W. (1998). *Fundamentos de Marketing*. Editorial McGraw-Hil.

SUPERTEL. (2013). *Superintendencia de Telecomunicaciones* . Obtenido de Superintendencia de Telecomunicaciones : <http://www.supertel.gob.ec/>

Vinicio Alvarado. (12 de Noviembre de 2013). Ecuador está en un momento estelar a nivel turístico, destaca el ministro Vinicio Alvarado. *Diario El Metro*.

ANEXOS

Anexo 1 : Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Frida Bohórquez.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Entrevista dirigida a las autoridades del cantón del Montalvo para obtener datos de la comunidad y de la participación gubernamental en el desarrollo turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR			Nombres: <u>FRIDA BOHÓRQUEZ SUÁREZ</u>				C.I. <u>0912971394</u>		
			Profesión: <u>Lic. Marketing</u>				Cargo: <u>Docente</u>		
			Fecha: <u>FEBRERO 20/2014</u>				Firma: <u>fbs</u>		

Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Frida Bohórquez



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR			Nombres: <u>Frida Bohórquez Suárez</u>				C.I. <u>0912971397</u>		
			Profesión: <u>Lic. Marketing</u>				Cargo: <u>Docente</u>		
			Fecha: <u>Febrero 20/2014</u>				Firma: <u>[Firma]</u>		

Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Frida Bohórquez.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a las personas que van en busca de esparcimiento turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES	
	P	NP	O	B	R	D	A	I		
1	/		/				/			
2	/		/				/			
3	/		/				/			
4	/		/				/			
5	/		/				/			
6	/		/				/			
7	/		/				/			
8	/		/				/			
9	/		/				/			
10	/		/				/			
11	/		/				/			
12	/		/				/			
13	/		/				/			
14	/		/				/			
15	/		/				/			
DATOS DEL EVALUADOR			Nombre: Frida Bohórquez Salazar						C.I. 0912921393	
			Profesión: Lic. Marketing						Cargo: docente	
			Fecha: Febrero 20/2014						Firma: [Firma]	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos validado por Ing. Francisco Herrera.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

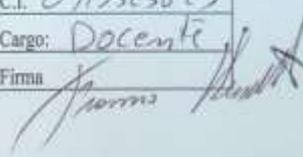
Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Entrevista dirigida a las autoridades del cantón del Montalvo para obtener datos de la comunidad y de la participación gubernamental en el desarrollo turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <u>Francisco Herrera</u>	C.I. <u>0913523023</u>
	Profesión: <u>Ingeniero Comercial</u>	Cargo: <u>Docente</u>
	Fecha: <u>20/Feb/2014</u>	Firma: 

Instrumento de recolección de datos validado por Ing. Francisco Herrera.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

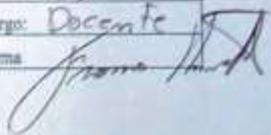
Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Optima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <u>Francisco Herrera</u>	CI: <u>0913523013</u>
	Profesión: <u>Ingeniero Comercial</u>	Cargo: <u>Docente</u>
	Fecha: <u>20/ Feb/ 2014</u>	Firma: 

Instrumento de recolección de datos validado por Ing. Francisco Herrera.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a las personas que van en busca de esparcimiento turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/	/	/				/		
2	/	/	/				/		
3	/	/	/				/		
4	/	/	/				/		
5	/	/	/				/		
6	/	/	/				/		
7	/	/	/				/		
8	/	/	/				/		
9	/	/	/				/		
10	/	/	/				/		
11	/	/	/				/		
12	/	/	/				/		
13	/	/	/				/		
14	/	/	/				/		
15	/	/	/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombre: <i>Francisco Herrera</i>	C.I. <i>0915513023</i>
	Profesión: <i>Ingeniero Comercial</i>	Cargo: <i>Docente</i>
	Fecha: <i>20/ Feb/ 2014</i>	Firma: <i>[Firma]</i>

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Cristhian Guerra.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Entrevista dirigida a las autoridades del cantón del Montalvo para obtener datos de la comunidad y de la participación gubernamental en el desarrollo turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11									
12									
13									
14									

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Cristhian Guerra Villette</i>	C.I. <i>0917770737</i>
	Profesión: <i>Lic. en Publicidad</i>	Cargo: <i>Docente</i>
	Fecha: <i>20/02/17</i>	Firma: <i>Cristhian Guerra</i>

Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Cristhian Guerra.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a las personas que van en busca de esparcimiento turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I=Inapropiado		OBSERVACIONES
	F	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Cristhian Guerra Ville He</i>	C.I. <i>0917770727</i>
	Profesión: <i>Licdo en Publicidad</i>	Cargo: <i>Docente</i>
	Fecha: <i>20/02/14</i>	Firma: <i>Cristhian Guerra</i>

Instrumento de recolección de datos validado por Lic. Cristhian Guerra.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REGISTRO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefania Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

Encuesta dirigida a los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico.

ITEM	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variables e indicadores P=Pertinente NP= No Pertinente		B) Calidad Técnica Representativa O=Óptima B=Buena R=Regular D=Deficiente				C) Lenguaje A=Apropiado I= Inapropiado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14									

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Cristhian Guerra Villalta</i>	C.I. <i>0931170737</i>
	Profesión: <i>Lic. en Publicidad</i>	Cargo: <i>Docente</i>
	Fecha: <i>20/04/14</i>	Firma: <i>Cristhian Guerra</i>

Anexo 4: Formato de encuesta.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

**ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAS QUE VAN EN BUSCA DE
ESPARCIMIENTO TURÍSTICO**

Objetivo: Determinar el conocimiento que tienen los turistas sobre los lugares turísticos que posee el cantón Montalvo.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta encuesta, se solicita que responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación. Señale sí o no en el lugar que corresponda.

1. ¿En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad realiza?

Turismo..... Deportes..... Visitas familiares..... Otros.....

2. ¿Qué zonas del país usted visita?

Sierra..... Costa..... Oriente..... Galápagos.....

3. ¿Con qué frecuencia realiza viajes por turismo?

Cada semana..... Cada mes..... Cada año..... Otros.....

4. ¿Qué tipo de turismo usted prefiere?

Aventura..... Rural..... Comunitario..... Otros.....

5. ¿Usted generalmente con quién acostumbra viajar?

Familia..... Amigos..... En pareja..... Solo.....

6. ¿Conoce usted qué en la provincia de Los Ríos existen zonas turísticas?

Si..... No.....

7. ¿Conoce usted el cantón Montalvo ubicado en la provincia de Los Ríos?

Si..... No.....

8. ¿Considera a Montalvo como un cantón turístico?

Si..... No.....

9. ¿Por cuál de las siguientes razones usted visitaría el cantón Montalvo?

Deportes de aventura..... Fiesta populares..... Familia..... Amigos.....
Otros.....

10. ¿Cuál o cuáles son los lugares que usted preferiría visitar en el cantón Montalvo?

Complejos turísticos	
Instalaciones deportivas	
Sitios naturales	
Otros	

11. ¿Cómo se enteró usted acerca de los lugares turísticos del cantón Montalvo?

Internet..... Prensa escrita..... Televisión/Radio.....
Familiares..... Amigos..... Otros.....

12. ¿Cómo le parece la infraestructura turística del cantón Montalvo?

Excelente..... Muy Bueno..... Bueno..... Regular.....

13. ¿Ha visitado algún establecimiento turístico?

Si..... No.....

14. ¿Califique la atención que le han brindado en el establecimiento turístico?

Excelente..... Muy Bueno..... Bueno..... Regular.....

15. ¿Cuál es su opinión en cuanto al precio de los servicios utilizados en los establecimientos turísticos?

Caro..... Aceptable..... Económico.....

Anexo 5: Formato de entrevistas propietarios y autoridades.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

**ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS
TURÍSTICOS**

Objetivo: Conocer la situación actual sobre la frecuencia de visitantes a los lugares turísticos del cantón Montalvo.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta entrevista, se solicita que responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación. Señale sí o no en el lugar que corresponda.

1. ¿Cuál es el tipo de turismo que ofrece su empresa?
2. ¿Cuál cree usted que es la provincia que aporta con el mayor número de visitantes al cantón?
3. ¿Cuáles son los días de mayor afluencia de visitantes en su establecimiento?
4. ¿Cuál es la época de mayor afluencia de turistas?
5. ¿Cuál es su ventaja competitiva frente al resto de establecimientos turísticos de la zona?
6. ¿Cuál es su criterio respecto al atractivo turístico del cantón?
7. ¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?

- 8.** ¿Cree usted que la participación de la comunidad en mingas y otras formas de trabajos colectivos ayudan al mantenimiento de la infraestructura turística?
- 9.** ¿En su establecimiento qué tipo de medidas aplica con el cuidado del medio ambiente?
- 10.** ¿A través de qué medios de comunicación promociona su establecimiento?
- 11.** ¿Usted estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo del cantón y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?
- 12.** ¿Usted pertenece alguna asociación o gremio de turismo en el cantón Montalvo?
- 13.** ¿Usted ha participado en el programa nacional de capacitación turística que ofrece el Ministerio de Turismo del Ecuador?

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Tutora: Ing. Jenny Rosales

PREGUNTAS DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN

Objetivo: Obtener información sobre planes o programas que contribuyan al desarrollo turístico del cantón Montalvo.

Instructivo: Agradecemos su participación en esta entrevista, cuyo propósito es obtener datos de la comunidad y de la participación gubernamental en el desarrollo turístico.

1. ¿Cómo define actualmente el turismo en el cantón Montalvo?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del cantón Montalvo?
3. ¿Qué tan importante considera el turismo para el desarrollo económico del Cantón Montalvo?
4. ¿Cree usted que se pueda considerar el turismo como fuente de ingreso?
5. ¿Actualmente el cantón Montalvo cuenta con un presupuesto para el desarrollo turístico?
6. ¿Cree usted que la infraestructura del cantón en lo que respecta a hotelería, centros de diversión restaurantes garantiza una buena estadía para el turista?
7. Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Montalvo.
8. Cuenta con el apoyo del estado para el desarrollo turístico del cantón.
9. ¿Con qué clase de inversión publicitaria cuenta el cantón Montalvo para la actividad turística?
10. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing turístico para el cantón Montalvo?

Anexo 6: Objetivos de entrevista dirigida a los propietarios de establecimientos del sector empresarial turístico. Resultados de las entrevistas a las autoridades del Cantón.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Agradezco su participación con la siguiente encuesta.

Objetivo General:

- ❖ Conocer la situación actual sobre la frecuencia de visitantes a los lugares turísticos del cantón Montalvo.

Objetivos Específicos:

- ❖ Obtener información sobre el nivel de aceptación del servicio por parte de los turistas.
- ❖ Identificar la preferencia del tipo de turismo más solicitado por los visitantes.
- ❖ Identificar la frecuencia de visitantes a lugares turísticos del cantón.
- ❖ Determinar las provincias o sectores del país que aportan más visitantes al cantón.
- ❖ Determinar cuáles son los medios a través de los cuales promueven su establecimiento.

Anexo 7: Objetivos de entrevista dirigida a las autoridades del cantón del Montalvo para obtener datos de la comunidad y de la participación gubernamental en el desarrollo turístico.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Entrevista:	Funcionarios de la Municipalidad
Nombre del entrevistado:	Sr. Ángel Erazo Galeas/ Sra. Cecilia Zambrano
Cargo:	Alcalde del cantón Montalvo/ Jefa Política del cantón
Hora Inicio:	11H00
Hora Fin:	12H00

Objetivo General:

- ❖ Obtener información sobre planes o programas que contribuyan al desarrollo turístico del cantón Montalvo.

Objetivos Específicos:

- ❖ Conocer la postura actual de las autoridades municipales en relación turismo del cantón Montalvo.
- ❖ Conocer información acerca de estrategias o proyectos municipales que promuevan el turismo del cantón.
- ❖ Conocer si en la actualidad existe inversión publicitaria que fomente en el turismo del cantón Montalvo.
- ❖ Conocer información acerca de la participación gubernamental en el desarrollo turístico del cantón.

Anexo 8: Objetivos de encuesta dirigida a las personas que van en busca de esparcimiento turístico.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Plan Estratégico de Marketing para Fomentar los Atractivos Turísticos del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Autora: Sindy Stefanía Arguello Zambrano

Agradezco su participación con la siguiente encuesta.

Objetivo General:

- ❖ Determinar el conocimiento que tienen los turistas sobre los atractivos turísticos que posee el cantón Montalvo.

Objetivos Específicos:

- ❖ Obtener información sobre la frecuencia en que los turistas visitan el cantón.
- ❖ Identificar las razones por la cual los turistas visitan el cantón Montalvo.
- ❖ Conocer información sobre las necesidades, gustos y preferencias de los turistas.
- ❖ Conocer la opinión de los turistas, referentes a los servicios e infraestructura turística del cantón Montalvo.

Anexo 9: Resultados de las entrevistas.

Resultado de la entrevista dirigida al Señor Ángel Erazo, Alcalde del Cantón Montalvo.

1. ¿Cómo define actualmente el turismo en el cantón Montalvo?

El turismo en nuestro sector se lo puede definir como un gestor en etapa de desarrollo implementado básicamente por la inversión privada.

2. ¿Cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del cantón Montalvo?

Uno de los principales problemas que considero que afecta al desarrollo de esta actividad es la poca inversión de los organismos del sector.

3. ¿Qué tan importante considera el turismo para el desarrollo económico del Cantón Montalvo?

Actualmente el turismo a nivel mundial es considerado como una fuente de desarrollo de los países, y en lo que respecta a nuestro cantón este se debe constituir como una fuente de empleo y por ende mejoraría el estado de vida a nivel cantonal.

4. ¿Cree usted que se pueda considerar el turismo como fuente de ingreso?

Por supuesto, ya que ello permite mejorar las condiciones económicas de la ciudadanía en general.

5. ¿Actualmente el cantón Montalvo cuenta con un presupuesto para el desarrollo turístico?

Si cuenta con un presupuesto en el Gobierno Autónomo Municipal existe una partida presupuestaria para invertir en el sector turístico.

6. ¿Cree usted que la infraestructura del cantón en lo que respecta a hotelería, centros de diversión restaurantes garantiza una buena estadía para el turista?

Actualmente la infraestructura hotelera que existe en el cantón si permite recibir turistas que vengan de otros lugares, ya que cuenta con lo necesario para dar atención eficiente, y además se cuenta con los balnearios, cabañas y restaurantes para atender al visitante.

7. Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Montalvo.

En el Gobierno Autónomo Municipal existe el programa de turismo y cultura, pero que lamentablemente no está debidamente capacitado para lograr un desarrollo sostenido del sector turístico y por la falta de gestión en el ministerio competente.

8. Cuenta con el apoyo del estado para el desarrollo turístico del cantón.

De acuerdo a las necesidades del desarrollo turístico contamos con el apoyo del estado pero no se puede cifrar una exacta. Trabajamos con un plan operacional más o menos fijado y de acuerdo a las necesidades vamos solicitando y tenemos el apoyo requerido.

9. ¿Con qué clase de inversión publicitaria cuenta el cantón Montalvo para la actividad turística?

Para la actividad turística de nuestro cantón la publicidad se la realiza por medio del Internet, volantes y folletos. Y cuando se tiene la oportunidad de participar en ferias gastronómicas.

10. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing turístico para el cantón Montalvo?

Como apoyo considero la publicidad en medios de comunicación, prensa escrita y trípticos, porque la ejecución de un buen proyecto sería la motivación para que la inversión pública y privada aportara al desarrollo de nuestro cantón en el sector turístico.

Resultado de la entrevista dirigida a la Señora Cecilia Zambrano, Jefa Política del Cantón Montalvo.

1. ¿Cómo define actualmente el turismo en el cantón Montalvo?

El turismo es bueno y limitado, ya que en su mayoría es visitado por personas del mismo cantón y de lugares más cercanos como Babahoyo, Guayaquil y Guaranda sobre todo los fines de semana.

2. ¿Cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del cantón Montalvo?

El principal problema es la falta de concientización de las personas y además no existe un adecuado personal capacitado que desarrolle positivamente el sector turístico de nuestro cantón.

3. ¿Qué tan importante considera el turismo para el desarrollo económico del Cantón Montalvo?

El turismo con el que cuenta el cantón es muy importante a pesar que la economía es básicamente agrícola y ganadera, sería bueno considerar el turismo como una fuente de empleo para así mejorar las condiciones económicas familiares.

4. ¿Cree usted que se pueda considerar el turismo como fuente de ingreso?

Por supuesto que sí, lo principal sería fomentar y promocionar los atractivos turísticos del cantón y a su vez capacitar la comunidad en general para crear un tipo de cultura turística y de esa forma considerar el turismo como fuente de ingreso.

5. ¿Actualmente el cantón Montalvo cuenta con un presupuesto para el desarrollo turístico?

Para el desarrollo turístico del cantón contamos con una partida presupuestaria que es el fomento del turismo y otra partida que es material de construcción la cual es para el turismo comunitario, pero esta partida solo queda en teoría, porque solo utilizamos lo que se refiere a fomento del turismo.

6. ¿Cree usted que la infraestructura del cantón en lo que respecta a hotelería, centros de diversión restaurantes garantiza una buena estadía para el turista?

Al momento la infraestructura que existe en el cantón si garantiza una buena estadía para el visitante que desean disfrutar del entorno natural y sus balnearios, pero muchos turistas visitan un día y luego se regresan a su lugar de residencia.

7. Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Montalvo.

Trabajamos con un programa para cumplir el plan anual y de esa forma promocionar al cantón a través del internet, volantes y folletos.

8. Cuenta con el apoyo del estado para el desarrollo turístico del cantón.

Si se cuenta con el apoyo del estado, pero con un bajo presupuesto para el cantón.

9. ¿Con qué clase de inversión publicitaria cuenta el cantón Montalvo para la actividad turística?

Como ya lo mencionamos anteriormente si de promoción y publicidad se trata el cantón Montalvo se lo da a conocer por medio del internet como lo son las redes sociales, volantes y folletos.

10. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing turístico para el cantón Montalvo?

La mejor manera de apoyar sería mediante la participación en diferentes ferias, publicidad en revistas, trípticos, afiches y por supuesto a nivel de medios de comunicación escritos y visuales.

Resultado de la entrevista al Ing. Estuardo Astudillo propietario del Centro Turístico La Perla.

11. ¿Cuál es el tipo de turismo que ofrece su empresa?

Mi empresa ofrece turismo rural.

12. ¿Cuál cree usted qué es la provincia que aporta con el mayor número de visitantes al cantón?

La provincia del Guayas aporta con el mayor número de visitantes al cantón

13. ¿Cuáles son los días de mayor afluencia de visitantes en su establecimiento?

Generalmente sábado y domingo.

14. ¿Cuál es la época de mayor afluencia de turistas?

Enero a Septiembre.

15. ¿Cuál es su ventaja competitiva frente al resto de establecimientos turísticos de la zona?

Diferenciación del servicio

16. ¿Cuál es su criterio respecto al atractivo turístico del cantón?

El impulso del turismo del cantón es muy bueno.

17. ¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?

Inversión publicitaria e infraestructura hotelera.

18. ¿Cree usted que la participación de la comunidad en mingas y otras formas de trabajos colectivos ayudan al mantenimiento de la infraestructura turística?

Yo creo que si ayudaría es una formar de integrar a la comunidad.

19. ¿En su establecimiento qué tipo de medidas aplica con el cuidado del medio ambiente?

Clasificación de desechos, y el cuidado de áreas verdes.

20. ¿A través de qué medios de comunicación promociona su establecimiento?

A través del internet, páginas web, redes sociales.

21. ¿Usted estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo del cantón y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?

Si, participaría porque sería en nuestro beneficio y de los turistas.

22. ¿Usted pertenece alguna asociación o gremio de turismo en el cantón Montalvo?

No, he participado.

23. ¿Usted ha participado en el programa nacional de capacitación turística que ofrece el Ministerio de Turismo del Ecuador?

Sí, he participado.

Anexo 10 : Fotos realizadas durante la investigación de campo.

