



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE
CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

**TÍTULO
DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA FINCA
“CACAO Y MANGO” NARANJAL, GUAYAS**

Autora: Vásquez Arroyo Angie Nathaly

Tutora: Ing. Torres Jara Gabriela Natalia, MSc

**MILAGRO, ENERO 2017
ECUADOR**

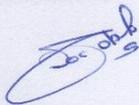
DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE LA TUTORA DE LA TITULACIÓN

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **"Diseño de un plan de promoción turística para la finca "Cacao y Mango" Naranjal, Guayas"** presentado por la estudiante **Vásquez Arroyo Angie Nathaly** para optar al título de **Licenciada en Turismo**.

Milagro, a los 6 días del mes de enero del 2017

Angie Nathaly Vásquez Arroyo

C.I. 0603303991



MSc. Gabriela Natalia Torres Jara

C.I. 0603303991

DEDICATORIA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 6 días del mes de enero del 2017

ANGIE VÁSQUEZ



Angie Nathaly Vásquez Arroyo

CI: 0922295043

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios por bendecirme cada día, a mis padres y hermanos por darme fuerzas y todo apoyo incondicional para poder culminar esta etapa importante de mi vida, a mi tía Rosario Arroyo por haberme ayudado en todo momento.

También quiero dedicar este trabajo a mis amigas por haberme brindado su apoyo y amistad.

ANGIE VÁSQUEZ

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero darle las gracias a Dios por haberme dado la fuerza y el valor necesario para permitirme culminar este momento importante de mi vida.

Agradezco a la Universidad Estatal de Milagro, especialmente a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas que me brindaron conocimientos durante el proceso de mi formación profesional.

A mi tutora de caso práctico MSc. Gabriela Torres, quien me brindo apoyo para la realización de esta investigación.

También quiero brindar mis agradecimientos a la MSc. María José Ortiz por haberme ayudado en el proceso de las tutorías.

Gracias a mis queridos padres por el valor y el apoyo que me brindaron durante el proceso de toda mi etapa profesional, a mis hermanos que de una u otra forma me brindaron su apoyo y comprensión.

A mis amigas de curso por haber disfrutado tanto tiempo juntas.

ANGIE VÁSQUEZ

ABREVIATURAS

DNT: Organización **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

MINTUR: Ministerio de Turismo

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue " **Diseño de un plan de promoción turística para la Finca "Cacao y Mango" Naranjal, Guayas**" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 6 de enero del 2017

Angie Nathaly Vásquez Arroyo
CI: 0922295043

ABREVIATURAS

OMT: Organización Mundial del Turismo

MINTUR: Ministerio de Turismo

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I EL PROBLEMA	2
1.1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.2 Delimitación	2
1.2 .Objetivos	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
CAPITULO II MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO	4
2.1 Marco Teórico y Referencial	4
2.3 Población y Muestra	6
2.4 Métodos y Técnicas	7
2.4.1 Investigación Descriptiva	7
2.4.2 Investigación Exploratoria	8
2.5 Técnicas De Investigación	8
2.5.1 Encuestas	8
2.5.2 Análisis de datos secundarios	8
2.6 Resultados	8
2.6.1 Análisis de Resultados	9
CAPITULO III PROPUESTA	17
3.1 Descripción de la Propuesta	17
3.1.1 Desarrollo de la Propuesta	17
3.1.1.2 Logo	17
3.1.1.3 Medios de Difusión	18
3.1.1.4 Estrategias de Publicidad	20
Promoción de Ventas	22
3.1.1.5 Imagen Corporativa	23
3.2 Conclusiones	25
3.3 Recomendaciones	26
BIBLIOGRAFIA	27
APÉNDICE	29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad.....	9
Tabla 2: Genero.....	10
Tabla 3: Redes Sociales como medio de Promoción.....	11
Tabla 4: Agroturismo.....	12
Tabla 5: Conocimiento acerca de la Finca.....	13
Tabla 6: Visita a la Finca	13
Tabla 7: Plan de promoción como beneficio socioeconómico.....	14
Tabla 8: Medios de Información Publicitarios.....	15
Tabla 9: Logo Innovador.....	16
Tabla 10: Uniforme Adecuado.....	16
Tabla 11: Presupuesto.....	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logo Actual.....	18
Figura 2: Logo Propuesta.....	18
Figura 3: Anuncio.....	19
Figura 4: Pagina web.....	20
Figura 5: Letrero Publicitario.....	21
Figura 6: Tríptico.....	22
Figura 7: Llaveró.....	22
Figura 8: Bolígrafo.....	22
Figura 9: Itinerario.....	22
Figura 10: Imagen Corporativa.....	23
Figura 11: Cronograma de actividades.....	24

RESUMEN

Título: Diseño de un plan de promoción turística para la finca “Cacao y Mango” Naranjal, Guayas.

El presente trabajo refleja la utilidad de la promoción turística como herramienta para el desarrollo socioeconómico de la Finca Agroturística Cacao y Mango que influye directamente con el cantón Naranjal.

Para la realización de este trabajo se utilizó una investigación descriptiva mediante el uso de encuestas las cuales fueron realizadas a un grupo determinado de la población del cantón, también para referenciar la fuentes bibliográficas obtenidas de libros se aplicó la investigación exploratoria.

La finca Agroturística cuenta con actividades, donde se puede recorrer las distintas plantaciones de cacao, además de aprender y practicar el proceso de transformación del cacao a chocolate.

Sin embargo este atractivo no se ha podido posesionar debido a la falta promoción con la que cuenta y por ende no existe la afluencia de turistas que visiten el lugar.

Se diseñó un plan de promoción turística para la Finca “CACAO Y MANGO” mediante el uso estrategias que le permitan optimizar su competitividad en el mercado turístico del Cantón Naranjal, provincia del Guayas. El diseño tiene como propósito difundir mediante herramientas promocionales, con el objetivo de dar a conocer al mercado potencial sus riquezas que le permitirá realizar una adecuada promoción. Esto permitirá conocer el mercado potencial de la antes mencionada finca.

Palabras clave: promoción, agroturismo, turismo, estrategia.

ABSTRACT

Title: Design of a tourism promotion plan for the "Cacao y Mango" farm Naranjal, Guayas

The present work reflects the usefulness of tourism promotion as a tool for the socioeconomic development of the Cacao and Mango Agrotourism Farm that directly influences the canton Naranjal.

For the accomplishment of this work a descriptive investigation was used through the use of surveys that were realized to a determined group of the population of the canton, also to reference the bibliographical sources obtained from books the exploratory investigation was applied.

The farm has activities cross the different plantations of cocoa, in addition to learning and practicing the process of transformation from cocoa to chocolate.

However this attraction has not been possible due to the lack of promotion that counts and therefore there is no influx of tourists who visit the place.

It was designed a tourism plan for the farm "CACAO Y MANGO" using strategies that allow you to optimize their competitiveness in the tourism market of the Canton Naranjal, Guayas province. The design is intended to disseminate through promotional tools, with the aim of raising awareness of the potential market their wealth that will allow you to perform an adequate promotion. This will allow to know the potential market of the before mentioned farm

Keywords: promotion, agro-tourism, tourism, strategies.

INTRODUCCIÓN

“En el Ecuador el turismo es uno de los principales factores económicos debido a que ocupa el tercer lugar en la economía de nuestro país” (MINTUR, 2015), en la actualidad se ha incrementado esta actividad debido a que posee una gran diversidad de áreas naturales que son únicas para el desarrollo del mismo. En la región Costa se encuentra la provincia del Guayas, que cuenta con una ocupación netamente agrícola con herramientas tecnológicas avanzadas para la siembra de todos los cultivos, también la hace única porque tiene una gran cantidad de biodiversidad de flora y fauna debido a su ubicación geográfica.

La provincia del Guayas posee una gran diversidad turística y variedad de climas, la cual se ha convertido en uno de los lugares más visitados del Ecuador, debido a su gran variedad gastronómica producto de la unión con otras culturas dando como resultado una combinación de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos manifestados en sus frutos gastronómicos con aroma y sabores únicos de esta tierra. Dentro de la provincia del Guayas se encuentra el cantón Naranjal mayormente conocido como la TIERRA DEL ENCANTO debido a sus maravillosas tierras con lugares turísticos que hacen de este cantón un lugar turístico para visitar. En el cantón Naranjal existen destinos turísticos importantes como lo son las Aguas Termales de la Comunidad Shuar las cuales atribuye beneficios medicinales y terapéuticos debido a su alta concentración de mineral que posee. La Finca Agroturística se encuentra ubicada en el Km. 15 Vía a Puerto Inca en el Recinto El Martillo.

Este es un lugar geográficamente favorecido debido a que se caracteriza especialmente a la producción de exquisitos mangos y cacao nacional. Este lugar ofrece actividades de trabajo directo con la tierra mostrándole al turista sus riquezas naturales. El desconocimiento de este lugar natural y la falta de apoyo por parte del GAD Municipal para impulsar al país y el mundo este paraíso agroturístico es que abre la posibilidad de ofrecer un diseño de un plan de promoción para promover este maravilloso lugar. La promoción turística es una parte fundamental en la Finca, esta promoción será esencial para que el establecimiento tenga como resultado la visita de personas nacionales e internacionales.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.1 Planteamiento del Problema

En el Ecuador existen lugares turísticos muy conocidos para los visitantes nacionales e internacionales, pero hay otros lugares que son poco conocidos debido a la escasa promoción lo cual afecta significativamente a los ingresos económicos del empresario turístico como del país.

En el Kilómetro 15 Vía a Puerto Inca especialmente en el Recinto El Martillo se encuentra ubicada la Finca Agroturística “CACAO Y MANGO” este es un lugar favorecido geográficamente debido a como su nombre lo indica se caracteriza por la producción de cacao nacional y de exquisitos mangos. La finca ofrece actividades agroturísticas de trabajo directo con la tierra dando a conocer a los turistas las riquezas naturales con las que cuenta.

El desconocimiento de este maravilloso lugar natural y la falta de apoyo por parte de los Gobiernos seccionales para impulsar los atractivos turísticos a nivel nacional e internacional, es que sustenta la importancia de elaborar el diseño de un plan de promoción para este lugar.

1.1.2 Delimitación

Este Diseño de Plan de promoción Turística se lo realizará en Sudamérica en la República del Ecuador, específicamente en la Región Costa, Provincia del Guayas, cantón Naranjal donde se localiza la Finca Agroturística Cacao y Mango, en el Kilómetro 15 Vía a Puerto Inca.

1.2.OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un plan de promoción turística para la finca “Cacao y Mango” del cantón Naranjal en la provincia del Guayas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer teóricamente el diseño de un plan de Promoción Turística de la Finca Cacao y Mango.
- Identificar las técnicas más útiles para la promoción y difusión del atractivo.
- Rediseñar el logo turístico de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico y Referencial

Según la Organización Mundial de Turismo, determina que el turismo es un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (OMT, 2012). Mientras que Torres (2012) define “El turismo como un fenómeno social que consiste en el movimiento voluntario y temporal de personas o grupos de personas que por diferentes motivos ya sea por recreación, descanso, cultura o salud, se desplazan de su lugar de origen/residencia a otro con la finalidad de generar múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (Torre D. L., 2012).

Existen diferentes tipos de turismo uno de ellos es el turismo Rural que lo define Merino (2015) como “una actividad que permite mitigar la emigración de las zonas rurales, generar ingresos complementarios en las economías rurales, beneficiarse del intercambio cultural entre el mundo urbano y rural, revalorizar los modelos de vida rural y diversificar la economía” (Merino, 2015, pág. 34).

Una de las modalidades que contiene el turismo rural es el agroturismo, según Crosby este comprende en un “segmento del turismo en áreas rurales asociadas a la prestación de alojamiento y restauración en granjas, preferiblemente activos, en los que puede hacerse participe al turista en las diferentes actividades agropecuarias” (Crosby, pág. 22).

Por medio del agroturismo las personas están realizando emprendimientos los cuales ayudarán a mejorar sus ingresos.

Según Olmos menciona “El turismo es una actividad económica que influye decisivamente en el PIB de los países, como por ejemplo, la mayor o menor dependencia de la economía del país de esta actividad” (Olmos, 2011, pág. 17).

Uno de los factores importantes para mejorar el desarrollo del turismo en el Ecuador es el Marketing debido a que Kotler (2012) la define como aquella “la administración de relaciones redituables con el cliente. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades.” (Kotler, 2012, pág. 4).

Desde este punto de vista, podemos interpretar que el objetivo del marketing es realizar el intercambio de un servicio o producto.

Para que se cumplan estos objetivos es primordial el uso de herramientas tales como el marketing mix que Delia Ojeda (2016) la define como la “capacidad de escoger, combinar, de forma adecuada, los distintos instrumentos de que dispone la empresa, en función de la información existente con el fin de conseguir los objetivos empresariales establecidos” (Delia Ojeda, 2016, pág. 52).

Así mismo Baena (2011) indica que el “marketing mix pueden ser consideradas como las variables o herramientas con las que cuenta la compañía para lograr sus objetivos comerciales” (Baena, 2011, pág. 44).

Según Dvoskin “el marketing utiliza diversas herramientas a fin de permitir a las organizaciones satisfacer las necesidades de los consumidores” (Dvoskin R.).

Comprende cuatro elementos esenciales para el alcance de las metas de la empresa. McCarthy indica que “A mediados del siglo XX, lo denominó como teoría de las <<cuatro pes>> ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales empiezan por <<p>>”.Producto, Precio, Plaza y Promoción (McCarthy, pág. 52).

Para esta investigación se utilizará a la promoción como un elemento de las 4P`S.

La promoción según Torre O (2012) indica que “es uno de los principales factores para convertir la demanda potencial en efectiva” (Torre O. d., 2012, pág. 85).

Mientras que para Acerenza indica a la promoción turística como una “actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluye las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye las relaciones publicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing” (Acerenza, pág. 52).

La promoción turística está integrada por herramientas que le ayudarán en el proceso de convencimiento e influencia sobre el cliente tales como:

Publicidad que según Escudero la define como “una comunicación masiva cuya finalidad es transmitir información o inducir sobre las actitudes para impulsar al cliente o consumidor a un comportamiento favorable al anunciante” (Escudero M. E.). Otra de los elementos importantes es las relaciones publicas que como lo indica Gutierrez “es toda actividad encaminada a la promoción de nuestra oferta mediante el trato, la interacción con los demás en un ambiente de diplomacia y cortesía que excede el ámbito estrictamente de negocios” (Gutierrez, pág. 73)

También la promoción de ventas es uno de los factores importantes para la promoción debido a que Rivera (2012) la define como un “elemento del mix de comunicación de marketing que puede emplearse junto con la fuerza de ventas, publicidad y las relaciones públicas” (Rivera, 2012, pág. 22).

2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La encuesta se la realizará en el cantón Naranjal debido a que los turistas que visitan la Finca son de nacionalidad extranjera.

De acuerdo al censo realizado en el 2010 el (INEC, pág. 7) indica que en el Cantón Naranjal tiene una población de 69.012 por lo que basándonos en la formula finita nos indica un resultado de 384 encuestas, que se las realizará a los habitantes del cantón.

Población Finita

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

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

e = 0.05 error de la muestra

p = 0,5 probabilidad a favor (número de casos que ocurran)

q = 0,5 probabilidad en contra (casos restantes)

z = 1.96 nivel de confianza

$$n = \frac{\frac{69.011 \times 0.5 \times 0.5}{(69.012 - 1)(0.05)^2}}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)$$

$$n = \frac{\frac{17.253}{(69.012 - 1)(0,0025)}}{3,84} + 0,25$$

$$n = \frac{\frac{17.253}{172.53}}{3,84} + 0,25$$

$$n = \frac{172.53}{44,92} + 0,25$$

$$n = 384$$

2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS

2.4.1 Investigación Descriptiva

Según Correa (2011) “En este tipo de investigación se encuentra la mayoría de las investigaciones de mercado; como su nombre lo indica su objetivo principal es “describir” las características del tema o problema que se está analizando;

generalmente se trata de describir el mercado, el modo en que se desarrolla, el tipo de cliente” (Correa, 2011, pág. 82).

Mediante esta investigación se realizó encuestas a un grupo de personas el cual se obtuvo información necesaria para la elaboración de la propuesta.

2.4.2 Investigación Exploratoria

“Es una investigación inicial para definir con más precisión el problema a analizar. Su objetivo es suministrar al decisor o al investigador una primera orientación sobre la totalidad o una parte del tema que se va a estudiar” (Merino M. , 2015, pág. 34).

Este método nos servirá para extraer información de fuentes bibliográficas como (libros, pdf, revistas científicas) que contengan los temas necesarios para referenciar la investigación.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 Encuestas

“Es la información que se obtiene a través de cuestionarios y sondeos de opinión masiva, generalmente en anonimato, con el propósito de conocer comportamientos y conocer tendencias de los encuestados sobre el hecho o fenómeno a estudiar” (Muñoz, 2011, pág. 119). Esta técnica nos permitirá recolectar información realizadas a turistas mediante un banco de preguntas las cuales proporcionaran resultados para la elaboración de la propuesta.

2.5.2 Análisis de datos secundarios

Son los datos que se obtendrán con la investigación de libros, revistas científicas, pdf, escritos por autores que referencien los temas a estudiar.

2.6 RESULTADOS

La obtención de resultados del caso práctico se lo realizara a los habitantes del cantón Naranjal el cual se lo llevara a cabo mediante encuestas. La encuesta no se la pudo realizar a los visitantes que llegan a la Finca debido a que son de nacionalidad extranjera.

Los datos obtenidos nos ayudaran a elaborar el diseño de un Plan de Promoción Turística que se basara de acuerdo a los resultados adquiridos en las encuestas.

2.6.1 Análisis de Resultados

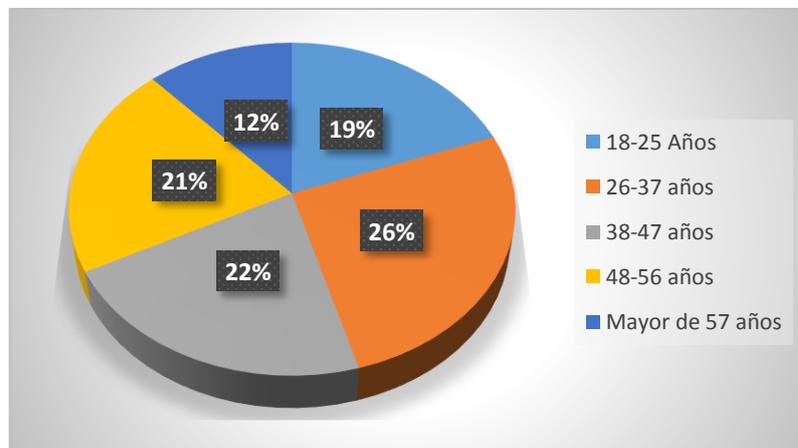
1.- Edad

Tabla 1. Edad

Alternativa	Numero	Porcentaje
18-25 Años	74	19%
26-37 años	101	26%
38-47 años	84	22%
48-56 años	80	21%
Mayor de 57 años	45	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 1. Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Los resultados nos demuestran que el 26% de las personas encuestadas tienen entre 26 a 37 años, mientras que el 22% tienen entre 38-47 años, a su vez el 21% tienen entre 48-56 años, el 19% tienen entre 18-25 años, y el 12% son mayores de 57 años.

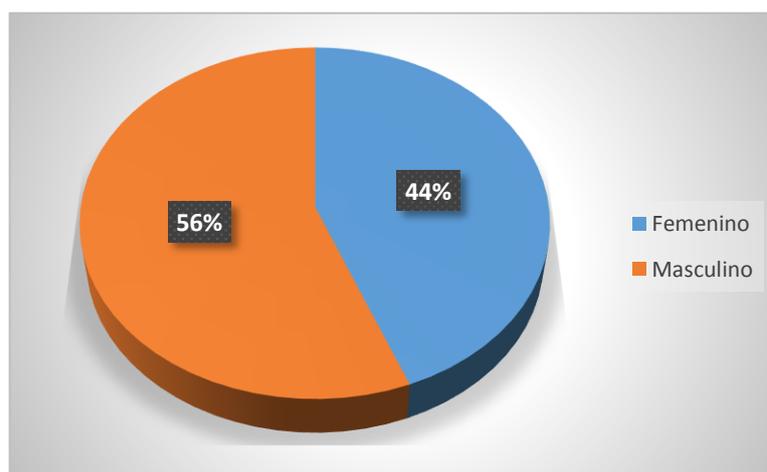
2.- Genero

Tabla 2. *Genero*

Alternativa	Numero	Porcentaje
Femenino	169	44%
Masculino	215	56%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 2. *Genero*



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Según los resultados obtenidos indica que el 56% son personas de género masculino, mientras que el 44% son de género femenino.

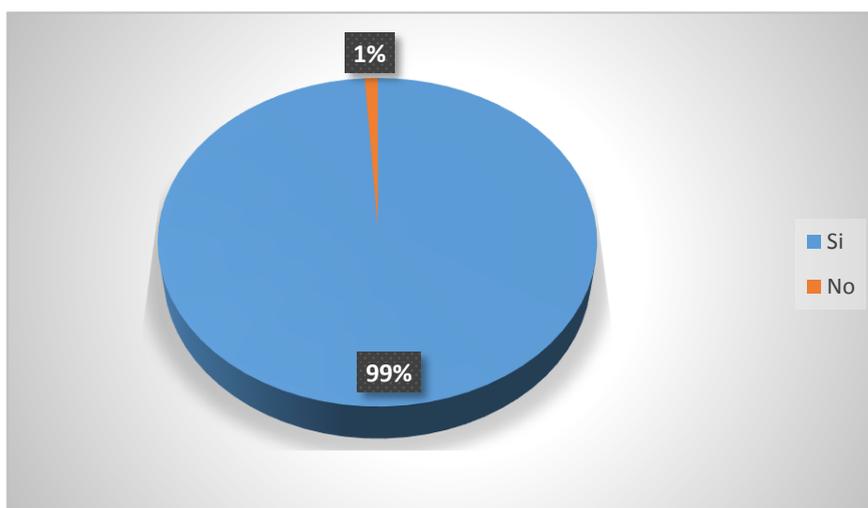
3.- ¿Usted considera que las redes sociales son un medio importante para la promoción turística del cantón Naranjal?

Tabla 3. *Redes sociales como medio de promoción*

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	380	99%
No	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 3. *Redes sociales como medio de promoción*



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Conforme lo demuestra el gráfico el 99% de las personas indican que considera a las redes sociales como un medio importante para la promoción turística del cantón, mientras que el 1% indica que no es un medio importante.

4.- ¿Considera usted que el agroturismo es una actividad que genera rentabilidad económica?

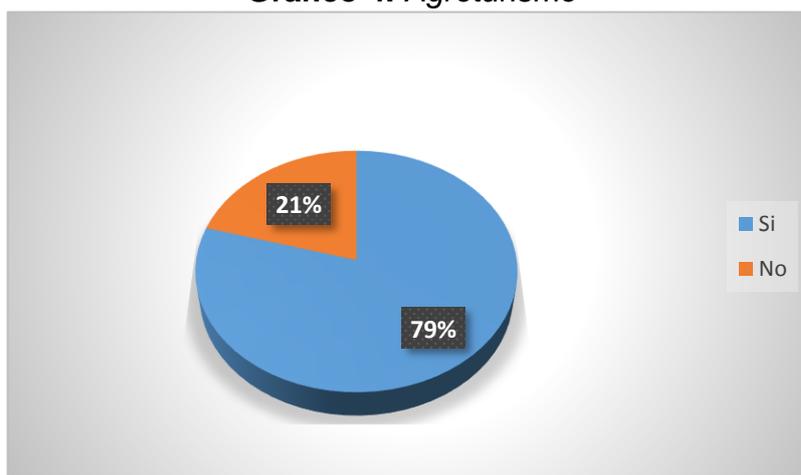
Tabla 4. Agroturismo

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	305	79%
No	79	21%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 4. Agroturismo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Según los datos obtenidos indican que el 79% considera al agroturismo como actividad que genera rentabilidad económica. Mientras que el 21% indica que no considera al agroturismo como factor de rentabilidad económica. Estos resultados nos demuestran que el agroturismo es un medio importante para el desarrollo del sector.

5.- ¿Usted ha visitado la Finca Agroturística "Cacao y Mango"?

Tabla 5. Conocimiento acerca de la Finca

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	0	0%
No	384	100%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: En los resultados obtenidos indica que el 100% de las personas encuestadas no tienen conocimiento acerca de la Finca Agroturística "Cacao y mango", mientras que el 0% indica que si ha visitado este lugar, esto puede ser debido a varios factores lo que permite orientarnos para la realización de estrategias promocionales.

6.- ¿Le gustaría conocer la finca Agroturística "Cacao y Mango"?

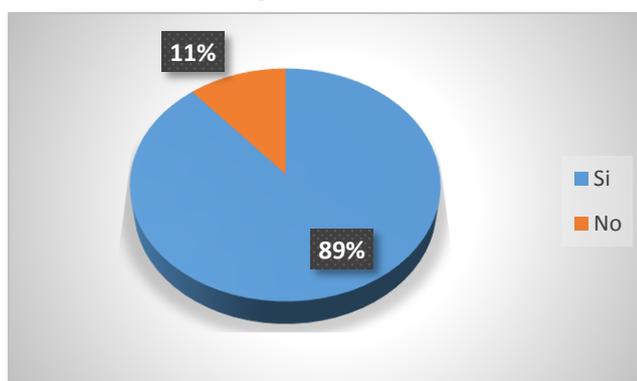
Tabla 6. ¿Le gustaría conocer la Finca Agroturística?

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	341	89 %
No	43	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 6. ¿Le gustaría conocer la Finca?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Los resultados nos demuestran que el 89% de las personas si le gustaría conocer la finca Agroturística, mientras que el 11% no le gustaría conocer. Esto nos demuestra que la Finca con una mejor promoción turística tendrá la afluencia de turistas necesarios para mejorar su desarrollo socioeconómico.

7.- ¿Usted considera que un plan de promoción ayudaría a la actividad socioeconómica de la Finca Agroturística?

Tabla 7. *Plan de promoción como beneficio socioeconómica*

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Los resultados nos demuestran que el 100% indica que es importante implementar un plan de promoción turística para mejorar el desarrollo socioeconómico de la Finca Agroturística, mientras que el 0% nos indica que el plan de promoción no es un medio importante para el desarrollo socioeconómico.

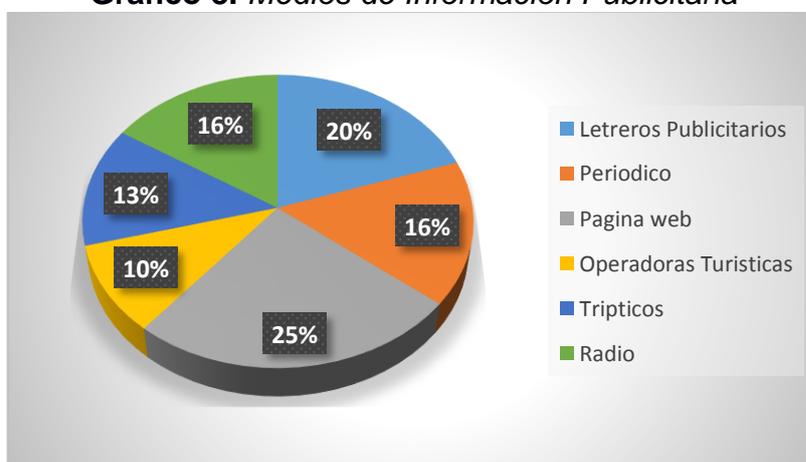
8- ¿Por qué medio publicitario le gustaría informarse acerca de la finca Agroturística “Cacao y Mango”?

Tabla 8. Medios de Información Publicitaria

Alternativa	Numero	Porcentaje
Letreros Publicitarios	300	20 %
Periódico	241	16 %
Página web	383	25 %
Operadoras Turísticas	150	10 %
Trípticos	200	13 %
Radio	241	16 %
TOTAL	1515	100 %

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Gráfico 8. Medios de Información Publicitaria



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Los datos recaudados nos demuestran que el 25% indica que le gustaría recibir información por medio de una página web, mientras que el 20% indica que le gustaría informarse por medio de letreros publicitarios, el 16% le gustaría informarse por medio de Periódicos y radio, mientras que el 13% desea informarse por medio de tríptico, y el 10% por medio de una Operadora Turística. Estos resultados nos ayudaran al desarrollo de la propuesta.

9.- ¿Le gustaría que la Finca Agroturística “Cacao y Mango” cuente con un logo innovador?

Tabla 9. Logo Innovador

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Las encuestas realizadas nos demuestran que el 100% de las personas le gustaría que la Finca Agroturística cuente con un logo innovador, mientras que el 0% nos indica que no les gustaría.

10.- ¿Si usted visita la Finca Agroturística “CACAO Y MANGO”, le gustaría que el personal use uniforme adecuado?

Tabla 10. Uniforme Adecuado

Alternativa	Numero	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Vásquez

Análisis: Los resultados nos indican que el 100% de las personas les gustaría que el personal cuente con un uniforme adecuado, mientras que el 0% dice que no le gustaría que usen uniforme adecuado.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

Se elaborará una propuesta para solucionar la problemática planteada, realizando un diseño de un Plan de Promoción Turística el cual contribuirá a optimizar la afluencia de turistas mediante el uso de técnicas promocionales tales como el rediseño del logo turístico del establecimiento, aplicación de estrategias publicitarias que darán a conocer las actividades que se realizan en la Finca Agroturística mediante volantes, letreros publicitarios, trípticos, además se fortalecerá la imagen corporativa la cual identificará a los trabajadores que laboran en el lugar.

3.1.1 Desarrollo de la Propuesta

Las estrategias que se mencionarán a continuación forman parte del Plan de Promoción Turística de la Finca “CACAO Y MANGO”. La aplicación de estas estrategias promocionales contribuirá a incrementar la afluencia de turistas, las mismas que aportarán al desarrollo social y económico.

3.1.1.2 Logo

La finca Agroturística “CACAO Y MANGO” cuenta con una riqueza natural, además de sus paisajes posee una tierra fértil para el cultivo de la fruta representativa del logo que son el cacao y el mango.

Figura 1. Logo Actual



Fuente: Finca “Cacao y Mango”

Figura 2. Logo Propuesta



Elaborado por: Angie Vásquez

Los colores del logo propuesto están basados al color del cacao, el chocolate y el mango el cual se ve reflejado en la estructura y realización del logo, estos fueron elegidos especialmente pensando en la naturaleza que se ve reflejada en nuestro alrededor.

Como bien sabemos el color café refleja el cacao y chocolate y la tierra donde se siembra dicha fruta.

El color verde refleja la naturaleza que se encuentra en nuestro entorno.

Este logotipo fue pensado y realizado al ambiente en donde va direccionado nuestro proyecto.

3.1.1.3 MEDIOS DE DIFUSIÓN

Periódico

Publicar un anuncio en el periódico más conocido de Naranjal como El Semanario El Naranjaleño (Yepez, 2015, pág. 45).

El anuncio tendrá información donde indicara las actividades que realiza la Finca “CACAO Y MANGO”.

Figura 3. Anuncio



Elaborado por: Angie Vásquez

Radio

Difundir la Finca Agroturística mediante un anuncio en la radio, el cual logre llegar de manera directa a los clientes dándole a conocer sobre las actividades que se realizan. La emisora que realizará la publicidad debe de ser una de las más escuchadas en el Cantón Naranjal.

Como es RADIO LA VOZ DE NARANJAL – RADIO AMISTAD, la cobertura de las radios abarca las siguientes provincias: Guayas, Los Ríos, El Oro y parte de la Región Sierra-Sur. (Yepez, 2015, pág. 45). El anuncio radial estará compuesto de la siguiente manera: “Ven disfruta de la Finca Agroturística Cacao y Mango, paraíso natural, donde el sol brillan y los arboles cantan, no te pierdas la maravillosa oportunidad de estar en contacto con la naturaleza”

La transmisión será de 15 a 20 segundos por un lapso de tiempo de 2 meses.

Página web

Por medio de la Pagina web se dará a conocer mayor información sobre la Finca, a su vez se detallara la dirección, contactos telefónicos y correo electrónico necesario para la realización de las reservas.

Figura 4. Página web



Elaborado por: Angie Vásquez

3.1.1.4 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Elaborar medios de promoción los cuales contendrán de manera impresa las actividades que se ofertarán en la Finca Agroturística con el objetivo de captar la atención de los visitantes que acuden al cantón. De esta manera se impulsará el agroturismo.

- Elaborar letreros publicitarios los cuales serán ubicados en sitios estratégicos con el fin de captar la atención de los turistas. Estas tendrán en su interior el logo principal de la Finca, seguido de imágenes y una pequeña descripción del lugar junto a los teléfonos de contacto y la dirección del mismo.

Figura 5. Letrero Publicitario



Elaborado por: Angie Vásquez

Elaboración de trípticos, los cuales serán distribuidos a operadoras turísticas, centros de información, el cual tendrán las actividades que ofrece la Finca Agroturística. Estos tendrán un estilo llamativo con colores vivos que llamarán la atención del cliente. En la parte posterior tendrá una breve descripción de las actividades que realiza la Finca seguido de la dirección y los contactos telefónicos para la reservación del mismo.

Figura 6. Tríptico



CACAO

El cacao es una fruta de origen tropical, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, su fruto es leñoso de forma alargada, aparece en la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo. El grano está cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano transformado en chocolate tiene un agradable sabor.

Disfruta de un recorrido por las distintas plantaciones que posee la finca para obtener un mejor conocimiento de los distintos procesos que se llevan a cabo en la misma, incluyendo un pequeño jardín con plantas, flores silvestres y orquídeas cultivadas, una piscina de tilapia, plantaciones de arroz y un huerto con una colección de frutas tropicales que pueden ser degustadas en el lugar.

En el taller de chocolate tradicional se aprende y practica el proceso de transformación de cacao a chocolate tradicional con el tostado, pelado y molido de manera artesanal.

Visita el vivero donde se hacen los cultivos de las plantas de cacao hasta su etapa de crecimiento, plantado, injerto, etc. Aprender sobre el proceso de plantación, polinización de las flores, producción del cacao. Recorre por las plantaciones de cacao y cosecha varias mazorcas y aprende a elaborar el jugo de cacao o el cóctel de la casa de cacao.

finalmente se prepara el chocolate caliente a la manera tradicional o con la incorporación de condimentos

Elaborado por: Angie Vásquez

PROMOCIÓN DE VENTAS

En cada visita a la Finca se entregará un souvenir como bolígrafo, llavero, etc., los cuales tendrán el logo de la Finca Agroturística para así obtener el posicionamiento del mismo. Estos serán entregados de manera gratuita, como elemento para materializar su experiencia turística.

Figura 7. Llavero



Elaborado por: Angie Vásquez

Figura 8. Bolígrafo



Elaborado por: Angie Vásquez

RELACIONES PÚBLICAS

Elaboración de viaje de familiarización a los cuales se invitará a periodistas especializados y Operadoras turísticas con el objetivo de incentivar la difusión de la Finca Agroturística.

Figura 9. Itinerario

FULL DAY NARANJAL

ITINERARIO

07:00 Salida de la Ciudad de Guayaquil rumbo al cantón Naranjal

08:30 Llegada al Cantón Naranjal

09:00 Desayuno en la Finca Agroturística "Cacao y Mango"

10:00 Recorrido por las plantaciones de la Finca

12:00 Almuerzo

13:30 Visita a las Aguas Termales de la comunidad Shuar de Naranjal

15:00 Retorno a la ciudad de Guayaquil

The itinerary is presented in a white box with an orange border. To the right of the text is a circular logo for 'Finca Agroturística Cacao y Mango' featuring a cacao pod and a mango. Below the logo are two circular images: one showing a person working in a field and another showing a person sitting at a table with several small cups, likely representing the thermal waters mentioned in the itinerary.

Elaborado por: Angie Vásquez

3.1.1.5 IMAGEN CORPORATIVA

Fortalecer la imagen corporativa por medio de un uniforme que estará constituido de una camisa donde tendrá el logotipo de la Finca, el cual tendrá un color específico adecuado que los identifique como parte del elemento humano de la empresa.

Figura 10. Imagen Corporativa

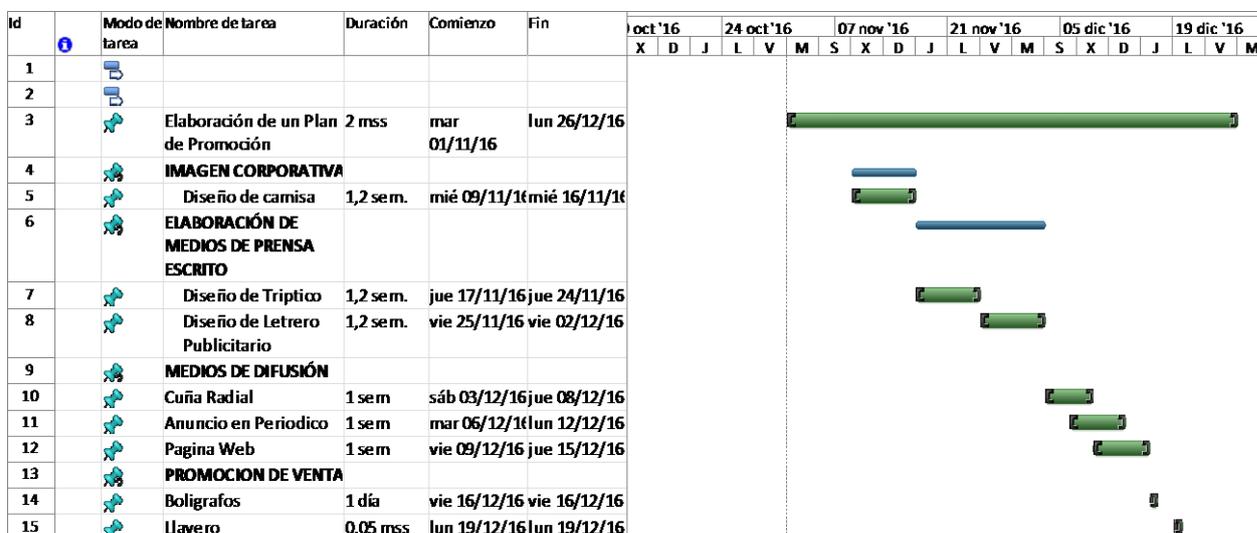


Elaborado por: Angie Vásquez

3.1.1.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El plan de promoción turística se realizara desde el 1 de noviembre del 2016 hasta el 19 de enero del 2017, de lunes a viernes.

Figura 11. Cronograma de actividades



Elaborado por: Angie Vásquez

3.1.1.7 PRESUPUESTO

Tabla 11. Presupuesto

ARTICULO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO CANTIDAD
MATERIAL PROMOCIONAL				
Camisas	Algodón, color mostaza, con sello de la empresa	10 unidades	\$3	\$30
Tríptico	Hoja Papel Bond	100 unidades	\$0,25	\$25
Llaveros	Metal	100 unidades	\$0,90	\$90
Bolígrafo	Plástico	100 unidades	\$0,90	\$90
PUBLICIDAD				
Letrero Publicitario	2m ancho x 1m largo	2 unidades	\$90	\$180
Página Web	(Hosting+Dominio+Cuenta)	1	\$1000	\$1000
Radio La Voz de Naranjal	Cuña Radial	5 veces a la semana x 2 meses	\$18 x día	\$630
Periódico	El Semanario Naranjaleño	200 anuncios x dos meses	\$80 mensual	\$ 160
TOTAL				\$2,205

Elaborado por: Angie Vásquez

Todos los valores establecidos para la elaboración del Plan de promoción turística serán financiados por la empresa debido a que es de carácter privada.

3.2 CONCLUSIONES

- La elaboración de un diseño de un plan de promoción Turística es importante debido a que permite elaborar estrategias los cuales describen los pasos que se deben seguir, a su vez el fortalecimiento del logo dará una identificación propia al establecimiento.
- La Finca Agroturística además de implementar estrategias de promoción y difusión que ayuden a elevar el interés de los futuros visitantes que se sienten atraídos en conocer las riquezas naturales que posee, esto a su vez ayudara a mejorar la actividad socioeconómica del sector.
- En cada empresa turística es importante el logo debido a que es la carta de presentación de la misma.
- El logo turístico va a ir reflejado en cada uno de los puntos estratégicos de cada pieza publicitaria que se realice acorde a la publicidad de la empresa.

3.3 RECOMENDACIONES

- Para que se cumplan con los objetivos antes misionados en la investigación es necesario el apoyo y compromiso tanto de los GAD municipal y como de los propietarios del establecimiento.
- Aplicar las estrategias planteadas, debido a que por medio de estas se mejorara la afluencia de turistas que visitan el establecimiento.
- Es recomendable que el logo sea directo e impactante para que capte la mente del consumidor.
- El color del logo turístico tiene que ser específicamente acorde al servicio que se está ofreciendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIA

- Acerenza. (s.f.). *Promocion Turistica*. Mexico: Trillas.
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing* . Barcelona: UOC.
- C, M. (2011). *Estudio sobre turismo rural sostenible* .
- Cobarcos, N. (s.f.). *Promocion y Ventas de Servicios Turisticos*. España: IdeasPropias.
- Correa, S. (2011). *Mi socio mi cliente* . Guayaquil: Universidad Catolica Santiago de Guayaquil.
- Crosby, A. (s.f.). *Desarrollo y Gestion del Turismo en areas Rurales-Naturales*. Madrid.
- Delia Ojeda, P. M. (2016). *Marketing Turistico*. Madrid: Paraninfa.
- Dvoskin. (s.f.). *Fundamentos de Marketing: Teoria y experiencia*. Buenos Aires: Granica.
- Escudero, M. E. (s.f.). *La publicidad (Marketing en la actividad comercial)*. Madrid: Editex.
- Gutierrez, R. *Ventas y mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- INEC. (s.f.). Obtenido de Instituto Nacional de Estadisticas y Censo: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Kotler, P. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson.
- Merino, M. (2015). *Introduccion a la Investigacion de Mercados*. Madrid: Esic Editorial.
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigacion de tesis*. Mexico: Pearson.
- Olmos, L. (2011). *Estructura del mercado Turistico*. España: Paraninfo.

- R, Q. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San Jose.
- Rivera, J., & Juan, M. D. (2012). *La promoción de ventas: variable clave del marketing*. Madrid : Esic.
- Torre, D. L. (2012). *Turismo Actividad Mundial*. Mexico: Trillas.
- Turismo, M. d. (2015). *Principales indicadores del Turismo*, 9.
- Turismo, O. M. (2012). *Organizacion Mundial de Turismo*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Yopez, C. (Diciembre de 2015). *Tesis Propuesta de un plan de Promocion Turistica*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9095/1/CONNIE%20YEPEZ%20CARRILLO.pdf>

APÉNDICE

Apéndice 1: Análisis Anti plagio

The logo for URKUND, featuring the word "URKUND" in a bold, sans-serif font. The letter "U" is stylized with a curved line underneath it. The logo is positioned at the top left of the document, above a decorative horizontal band with a multi-colored, wavy pattern.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CASO PRACTICO PLAN DE PROMOCION TURISTICA-ANGIE V.docx (D24130241)
Submitted: 2016-12-07 07:37:00
Submitted By: nathyukiss@gmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Santiago Chilibuina Economía Noche (PROYECTO FINAL).docx (D17787448)
FORMATO TRABAJO FINAL EX COMP.docx (D24126622)
EXAM COMPLEXIVO CASO DE ESTUDIO OK.docx (D24128366)
PROYECTO GASOLINERA.docx (D24128072)
ARTICULO-JEANETTE.docx (D23591256)
Análisis de la Comercialización de la carne de cerdo.docx (D21687010)
https://books.google.com.mx/books/about/Ventas_y_mercadotecnia_para_la_peque%C3%B1a.html?id=A5-3pA8z_k8C
[http://www.fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://www.fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9095/1/CONNIE%20YEPEZ%20CARRILLO.pdf>

Instances where selected sources appear:

12

Jana J. J. J. J.
07-12-2016

Apéndice 2: Carta de Autorización por parte del propietario de la Finca “Cacao y Mango”



Milagro, 26 de noviembre del 2016

Yo, JAIRO LARA RAMIREZ en mi calidad de PROPIETARIO de la Finca Agroturística “CACAO Y MANGO”, por medio de la presente, AUTORIZO a ANGIE NATHALY VASQUEZ ARROYO con C.I. 0922295043 a realizar el Caso de Estudio “Diseño de un Plan de Promoción Turística en la Finca “CACAO Y MANGO” ubicada en el km. 15 Vía a Puerto Inca, en la provincia del Guayas, que será desarrollado como requisito previo a la obtención del Título de Licenciatura en Turismo en la Universidad Estatal de Milagro.

Atentamente,

Jairo Lara R
Jairo Lara Ramírez

Propietario de la Finca “Cacao y Mango”

Telf.: 0994214068

Dirección: Km 15 Vía a Puerto Inca

Apéndice 3: Formato de la Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: LICENCIATURA EN TURISMO

1.- Edad

18-25 años

48-56 años

26-37 años

Mayor de 57 años

38-47 años

2.- Genero

Femenino

Masculino

3.- ¿Usted considera que las redes sociales son un medio importante para la promoción turística para el cantón Naranjal?

Si

No

4.- ¿Considera usted que el agroturismo es una actividad que genera rentabilidad económica?

Si

No

5.- ¿Usted ha visitado la finca Agroturística "Cacao y Mango"?

Si

No

6.- ¿Le gustaría conocer la Finca Agroturística "Cacao y Mango"?

Si

No

7.- ¿Usted considera que un plan de Promoción ayudaría a la actividad socioeconómica de la Finca Agroturística?

Si

No

8.- ¿Por qué medio publicitario le gustaría recibir información sobre la finca Agroturística “Cacao y Mango”?

Letreros Publicitarios Operadoras Turísticas

Periódicos Trípticos, Volantes

Internet Radio

9.- ¿Le gustaría que la Finca Agroturística “Cacao y Mango” mejore un logo innovador?

Si

No

10.- ¿Si usted visita la Finca Agroturística “CACAO Y MANGO”, le gustaría que el personal use uniforme adecuado?

Si

No

Apéndice 4: Finca “Cacao y Mango”



Apéndice 5: Plantaciones de Cacao



Apéndice 6: Plantaciones de Arroz



Apéndice 7: Tostado del Cacao



Apéndice 8: Turistas degustando de la gastronomía ecuatoriana



Apéndice 9: Postres elaborados a base de chocolate



Apéndice 10: Encuesta realizada a los habitantes del cantón Naranjal



Apéndice 11: Encuesta realizada a los habitantes del cantón Naranjal

